



que preenche brilhantemente uma função capital para nossa imagem, disso eu não tenho dúvida. O Focus-Brazil entra em seu sexto ano já conquistando a maioria que o Press Award já tem. 2010 representou um salto enorme do Focus-Brazil e vemos a sua internacionalização como algo desejado e inevitável, já para 2011.

O Talento Brasil está indo para seu terceiro ano e foi um sucesso fulminante, graças ao apoio do Banco do Brasil (BB Remessa) e TV Globo Internacional. Acho que é um evento já consagrado. Eu gostaria de acrescentar o "Video Fest", que há dois anos é um "apêndice" do Focus-Brazil, mas que devido ao sucesso de participações (cresceu de 13 para 60 vídeos de 2009 para 2010) deverá ser um evento à parte, em Miami e New York. Todos esses eventos têm uma conexão muito forte com nossa ideologia de demarcar com brilho, talento e sucesso, a presença brasileira no exterior. Honestamente, me orgulho de todos.

10 - *Você que conhece praticamente todos veículos de comunicação nos EUA, pode-se dizer que houve um aprirramento no nível jornalístico?* Quando cheguei aqui, em 1989, haviam, em todo o país, apenas 4 jornais brasileiros. Hoje são mais de 60 veículos em 21 estados.

Você veja que mesmo a comunidade brasileira não sendo uma das maiores nos Estados Unidos, temos uma visibilidade muito grande e isso, quem nos dá, é a nossa mídia. Claro que tem alguns exemplos de oportunismo, mas isso é normal. Algumas pessoas acham que uma maneira fácil de ganhar dinheiro é abrir um jornal, revista, web-site. Em pouco tempo percebem que é justamente o contrário. Por isso tem muitos veículos que duram pouco tempo. Mas há um time de mídias que já se estabeleceu há muitos anos e garantem um bom padrão de qualidade da nossa mídia comunitária.

11- Podemos afirmar que a Imprensa brasileira nos EUA se deve principalmente a sua colaboração com todos os seus projetos pioneiros, podemos esperar por mais?

Além dos eventos da PMM eu sou editor da revista Acontece Magazine e colaboro com mais 8 veículos de diversas regiões. Não tem sobrado tempo para mais nada...nem para concluir dois projetos de livros que estão prontos há 5 anos!!!! Como falei antes, nossa aposta agora é na internacionalização do Focus-Brazil e na solidificação do Video Fest. E seguir com o compromisso de sempre fazer o Press Award e o Talento Brasil, cada vez melhores

12- Quem é Carlos Borges?  
É complicado falar de si mesmo. Me vejo como um idealista, sonhador que, ao contrário da maioria dos idealistas e sonhadores, mete a mão na massa e faz. Faz, é claro, ao lado de um grande grupo de pessoas que acreditam nos mesmos objetivos. Sou um cara super família, sou leal e tenho o maior compromisso com os meus amigos e parceiros. Sou apaixonado por minhas filhas – Amanda e Joana – e pela cultura brasileira. Tenho 55 anos, nasci em Alagoinhas, Bahia. Torço pelo Vitória e adoro Fórmula 1.



Arquivo BPT

*O BPT agradece carinhosamente o jornalista Carlos Borges não só por está entrevista, e nem pelo apoio ao nosso jornal, mas principalmente pela dedicação e uma vontade enorme de ver o Brasil que está espalhado por este mundo brilhar.*

## THE "EVEREST" OF WORLD FOOTBALL



Por: Faustino Vicente

The highest point of the Blue Planet is much more than a mountain covered with ice. The Everest – the Top of the World standing 8,844.43 metres tall – doesn't lose its power of attraction. It is the podium reserved for a special class of human beings – people who know how to transform difficulties into memorable victories. Near the peak of the mountain, each step is a decision – lonely and risky – which demands courage, experience, determination, self-control and a steadfast faith in overcoming the greatest obstacle for a human being – himself.

The place most coveted by the alpinists is, paradoxically, the most harsh and secluded on Earth. Human presence there is only possible for a short period, confirming the popular saying that the key to success lies in the walk, not the arrival. A reflection about mountaineering can teach exemplary lessons to all who look for a successful and long lasting career. The World Cup is without a doubt the Everest of football. This sport has a magic appeal in offering opportunities to skilled youngsters from the suburbs to apply sensational dribbles to poverty and become citizens of the world.

In spite of many clubs having excellent infrastructures, the natural cradle of ace players are still the suburban fields of the cities. There, groups of youngsters, barefoot and shirtless, run after the ball, and, naturally, their biggest dream – to wear the alluring national football team jersey of their country. The discovery, by the business world, of the advantages of the marketing of sports, led the clubs to the management of their activity in more professional terms. Strategic planning, technical multidisciplinary commission, investment in physical infrastructure

and excellence of human resources, are the main ingredients of the correct recipe to conquer sports titles. Sports, like art, are extremely democratic segments, as they offer equal opportunities to the common person to disclose and develop their full potential.

The World Cup is the most attractive sports event in the Planet, as it involves all segments of society, even the religious field. Prayers of supporters and promises of players are common practices. Attracted by Euros and Dollars, star players change clubs, and continents, with extreme ease, at the same time looking after their physical health and perfecting the essential skills of their professions. They are the global athletes, young men who managed to use their exceptional gifts as a means of earning salaries which are the envy of executives of large corporations.

They came to realize that from their performance in the field and their effective contribution depend the conquest of titles for their teams. In sports practiced at the highest level, the evaluation of individual performances happens "live and in full colour" by the technical committees, the media professionals and mainly, by the ones who contribute the most to the soaring balances of the bank accounts of the players – the passionate supporters. In face of this reality it is worthwhile to emphasise that each worker, independently from the role he plays, must consider to be the president of the most important company in the Planet – himself.

The capital of each one of us is our potential – technical capacity, ethical conduct and eclectic abilities – combined values which lead to the fulfilment of our goals, ideals and even our dreams. The success (sustainable) of a career depends upon the strategic vision of the type of activity a person exercises. This perception has been the passport for retired players to become coaches and technical advisers, poster-boys, entrepreneurs and even promoters of the Third Sector.

We are convinced that the executives who have the boldness, and the humility, to ingrain this enterprising culture in their companies will be reaching the peak of the "organizational Everest".