

SOUL BRASIL

Sept 25 / Oct 2012 - Year 11 - Issue 59

magazine

*experience a
positive journey!*



Ilha dos Frades: Bahian Paradise

FREE ISSUE

Special
Report:

The Brazilian Footprints in San Diego

TASTE THE MUSICAL FLAVOR OF BRAZIL

CONTEMPORÂNEA



Pontual®

Money Transfer



“De brasileiro para brasileiro!”

- ★ Pagamento no mesmo dia* – cobrimos todos os bancos no Brasil
- ★ Oferecemos remessas do Brasil para os EUA
- ★ Empresa licenciada e regulamentada pelas instituições federais e estaduais dos EUA
- ★ Em conformidade com os regulamentos do Banco Central do Brasil

*Para remessas enviadas antes das 15hrs – horário de Brasília

AGORA TAMBÉM EM LAS VEGAS!

Ligue já para o agente mais próximo
1-877-PONTUAL (766-8825)



Amando as Lágrimas Silenciosas

*Um novo musical estreia em Los Angeles com a aclamada artista de jazz
Brasileira Fabiana Passoni em um elenco repleto de estrelas*

A premiada cantora/compositora brasileira **Fabiana Passoni** se junta a um time de artistas vencedores de Oscar, Grammy, Tony e Emmy em **Amando as Lágrimas Silenciosas**, um novo musical que estreia dia 27 de outubro no Shrine Auditorium, em Los Angeles. Dirigido pelo indicado ao Prêmio Tony **Vincent Paterson** (*Turnê Bad* de Michael Jackson e *Blond Ambition* de Madonna), esta apresentação emocionante retrata a história cordial de uma busca pela paz interior.

A cantora brasileira declarou estar orgulhosa e honrada por ter sido convidada para fazer parte desse musical. Recentemente a artista foi nominada como "Melhor Cantora Brasileira" morando nos EUA pelo Brazilian International Press Awards. Fabiana irá coestrelar com o astro pop e duas vezes vencedor do Grammy **Jon Secada**, a ganhadora do Grammy **Jody Watley**, os vencedores do Tony **Debbie Gravitte**, **Kiril Kulish** e **Michael Maguire**, o artista persa **Siavash Shams**, a cantora árabe **Camellia Abou-Odah**, o tenor italiano **Mark Janicello**, a premiada cantora israelense **Liel Kolet**, e a soprano irlandesa **Katie McMahon**.

Diversas culturas de 16 países serão representadas por proeminentes estrelas internacionais, incluindo a bela e talentosa brasileira. Em Amando as Lágrimas Silenciosas, ela irá apresentar algumas das canções que foram compostas por vencedores de Oscar, Grammy, Tony e Emmy, incluindo: o 6 vezes vencedor do Grammy e 2 vezes indicado ao Oscar **Jorge Calandrelli** (*O Tigre e o Dragão*), o 2 vezes vencedor do Oscar **Al Kasha** (*Sete Noivas para Sete Irmãos*), o vencedor do

Emmy Doug Katsaros (*Footloose*), o 2 vezes vencedor do Grammy e indicado ao Oscar **Henry Krieger** (*Dreamgirls – Em Busca de um Sonho*), o vencedor do Tony e do Emmy **Don Pippin** (*Oliver!*), a vencedora do Grammy **Nan Schwartz** (*Harry Potter*) e o vencedor do Oscar e 2 vezes do Grammy **David Shire** (*Baby*).

"Todos esses compositores, que são os melhores do mundo, e todos esses cantores, que ganharam Grammys e Tonys da Broadway, trabalharam nesta peça porque viram a natureza espiritual da mesma. Acho que ela vai elevar a plateia de forma inspiradora, eu realmente acho isso", afirmou Al Kasha.

O novo musical encontrou a sua inspiração a partir da antologia de poesia, *Lágrimas Silenciosas*, escrita pela Suprema Mestra Ching Hai, professora espiritual, humanitária, poetisa e artista de

renome mundial. Os poemas expressam o desejo supremo da humanidade por felicidade interior.

No papel de Fabiana Passoni, ela também vai servir como uma embaixadora que traz ao palco do teatro a beleza e o vivo entusiasmo de sua terra natal. Este excelente musical vai comemorar o 19º Dia da Suprema Mestra Ching Hai, homenageando as contribuições humanitárias que servem de exemplo para o mundo. Uma exposição de arte pré-show no local do evento também contará com edificantes obras criativas da Suprema Mestra. O tapete vermelho vai convidar o público para ver a chegada de Fabiana Passoni e várias outras estrelas, assim como as celebridades presentes. A Exposição de Arte começa as 2pm, o Tapete Vermelho as 3pm e o Show as 4pm, no Shrine Auditorium – L.A. ■

* Para comprar ingressos visite www.ticketmaster.com. Para saber mais sobre o musical visite www.SilentTearsMusical.com.



Supreme Master Ching Hai, world-renowned spiritual teacher, humanitarian, poet and artist.

Fabiana Passoni, Award-winning Brazilian singer

Comemorando o 19º aniversário do
DIA DA SUPREMA MESTRA CHING HAI

Um Novo Musical

Loving the Silent Tears

BASEADO EM POESIA DA
SUPREMA MESTRA
CHING HAI

Que cada um encontre sua paz.

DO MESMO DIRETOR DAS TURNÉS **BAD** DE **MICHAEL JACKSON**
E **BLOND AMBITION** DA **MADONNA**
E A COREÓGRAFA DO **HIGH SCHOOL 1, 2, 3**



JON SECADA
2 vezes vencedor do Grammy

Superastro internacional vai representar com orgulho a beleza de toda a América Latina neste musical espetacular. Seja o/a primeiro/a a ouvir a nova canção que Jon Secada compôs para o show!

FABIANA PASSONI

Premiada cantora brasileira apresentará sua terra natal encantadora através de sua aveludada voz e ritmos!
VIAJE POR 6 CONTINENTES E 16 PAÍSES ATRAVÉS DA MÚSICA, DA DANÇA E DO TEATRO!

ESTRELANDO 2 ASTROS LATINOS!

O próximo **fenômeno musical** após o show do ano passado com ingressos **esgotados** "D'AMOR REAL"



JODY WATLEY
Vencedora do Grammy



BLACK UHURU
Lendária do reggae
vencedores do Grammy



DEBBIE GRAVITE
Vencedora do Tony



KIRIL KULISH
Vencedor do Tony



MICHAEL MAGUIRE
Vencedor do Tony



LIZ CALLAWAY
Vencedora do Emmy
e indicada ao Tony



CAMELLIA ABOU-ODAH
Cantora árabe



MARK JANICELLO
Tenor italiano
(Vegetariano)



IEL KOLET
Premiada cantora
israelense



KATIE MCMAHON
Soprano irlandesa



HEATHER PARK
Cantora coreana
(Vegan)



SIAVASH SHAMS
Artista persa
indicado ao Grammy
... e mais!

Dirigido pelo candidato ao Tony **VINCENT PATERSON**
Coreografado pela vencedora do Emmy **BONNIE STORY**

Música de: 6 vezes vencedor do Grammy e 2 vezes indicado ao Oscar **JORGE CALANDRELLI** (**CRUCHING TIGER, HIDDEN DRAGON**), 2 vezes vencedor do Oscar **AL KASHA** (**THE POSEIDON ADVENTURE**), Vencedor do Emmy **DOUG KATSAROS** (**FOOTLOOSE**), 2 vezes vencedor do Grammy e indicado ao Oscar **HENRY KRIEGER** (**DREAMGIRLS**), Vencedor do Tony e do Emmy **DON PIPPIN** (**OLIVER!**), Vencedora do Grammy **NAN SCHWARTZ** (**HARRY POTTER**), Vencedor do Oscar e duas vezes do Grammy **DAVID SHIRE** (**SATURDAY NIGHT FEVER**).

27 OCT 2012 SHRINE AUDITORIUM

665 WEST JEFFERSON BOULEVARD
LOS ANGELES, CALIFORNIA, EUA

16h00 15h00 TAPETE VERMELHO SHOW DE ÚNICA EXIBIÇÃO.
DAS CELEBRAIDADES COMPREM SEUS
SHOW 14h00 EXPOSIÇÃO DE ARTE INGRESSOS AGORA!

SilentTearsMusical.com 626.444.4424

ticketmaster®
800.745.3000

COM GRAVAÇÃO
TRAJE FORMAL

f /SilentTearsMusical **@LoveSilentTears**

Todos os artistas e programas estão sujeitos a alteração sem aviso prévio.



He says that he loves you... but he never fully commits

Rosana Braga

*Translation: Rebecca Carvalho

You've met someone and you're head over heels. . . everything is going fine, you two have a great connection, you declare your feelings, there's romance, passion, and you feel more and more complete, you're committed, and feel certain that you've finally found a person worthy of being in a relationship with. However, when you least expect, you're disappointed. That's the feeling you get when you find out that wonderful person in your life, that person who constantly says he loves you, already has a relationship with someone else. Yes, you're the other woman.

How do you handle and judge this situation, considering that the relationship you have so

far has been really special and strong? How do you know whether the connection you two have is true? On one hand, everything about it makes you believe that, indeed, he is just as much involved with you, interested, and in love. But, then, why doesn't he stay with you, and only you?

In summary, if you're going through something similar and it doesn't bother you, then it's fair to say everything is all right. I won't mention it again. If everything isn't all right, however, you better prepare for a roller-coaster of thoughts, feelings, and decisions. There aren't many people willing to ignore everything about the future, and only focus on what they have now.

There are people who don't know what they want. And you certainly aren't that person.

What should you do? Should you accept the circumstances the way they are? Should you give the relationship up and sabotage your happiness? Should you give him an ultimatum and demand he should make a decision, even though there's a risk he won't choose you? What are you willing to go through to be with your loved one – Pain, sadness, low self-esteem, jealousy, insecurities, lack of trust, and deep conflicts within you?

It really isn't easy to find yourself in a love triangle, particularly when you didn't know



you were joining it. You deal with a feeling that you're in some sort of competition, and it hurts your ego, it hurts your pride when you compare what you have and his other relationship. There's anger, and strangely more passion, fear of abandonment, and you feel as if you are in Middle School again and you are the last person picked for teams at gym class.

Let's get everything straight: you know what you want, don't you? You want to be with him, don't you? You've made your decision. You feel mature enough to be committed, true, and loyal, don't you? The truth is, who doesn't know what he wants, who can't pick one person to be with, and who's not ready to live your love entirely? It's him, right?

That said here's something you should ponder: how much do you think you deserve from life and love? Is being the other woman enough? Why would you want to go through such draining relationship? If he says he loves you so much, why can't "she" know that you exist in his life? It would be fair to everyone if she did, wouldn't it? Life is made of choices, including love choices. The ability to make decisions is called maturity. Only someone who hasn't grown up yet doesn't know how to make choices, psychologically speaking.

I'm every day more certain that sharing your life with someone else, dedicating love and sincerity, is a mutual learning experience and the biggest of all challenges us – men and

women, will face. Keeping that in mind, there should be dignity and integrity in the process. And, above all, we should make it count, whatever the decision we make. ■

*Rosana Braga is a journalist and author of many books on personal relationship and corporate communication. She is a regular contributor of Soul Brasil since our first year in 2002. She lives in São Paulo – www.rosanabraga.com



SOUL BRASIL magazine

TO CONTACT US

By Phone: (818)508-8753 By Email: info@soulbrasil.com

By Mail: 19350 Sherman Way #139, Reseda, CA - 91335

ADVERTISING INFO / MEDIA KIT

www.soulbrasil.com/advertise-info

SOUL BRASIL TEAM / ISSUE CONTRIBUTORS:

Editor in Chief: Lindenberg Jr. **Copy Editor:** Ann Fain & Jennifer Parker. **Writers:** Alia Ponte, Debora Silva, Julia Melim and Lindenberg Junior. **Contributing Writers:** Magali D'Souza, Simone Souza and Rosana Braga. **Translators:** Alia Ponte, Anthony Mendiola, Rebecca Carvalho, Julia Melim and Valeria Barragan. **Photos:** Lindenberg Jr., Claudia Passos, Victor Gutierrez and iStockphoto Team. **Art & Design:** Rita Santos. **Webmaster:** Alexandre Loyola. **Administration Support:** Claudia Medeiros & Magali D'Souza.

OUR MISSION

Inform & educate, build relations and networking with Brazilians lovers and the conscious living community.

DISTRIBUTION/CIRCULATION

10,000 magazines printed and distributed in over 300 locations across California, including the Bay Area, L.A area, San Diego, Orange County and Santa Barbara, plus Las Vegas and Brazilian Consulates in U.S. territory.

NEW/BECOME A DISTRIBUTOR

If you have a retail store, café, restaurant or any other business and would like to offer Soul Brasil magazine free for your customers, we will be more than happy to include



your business/location as a distributor place/location. Soul Brasil is 100% free to the general public and is a valuable resource for all interested in Brazilian culture as well as conscious living! Fell free to contact us by phone or email.

SUPPORT US

Use your purchase power with our advertisers. They support us and you will help us supporting them! Let them know you are a Soul Brasil reader or that you have seen their AD in our pages.

SOUL BRASIL IS PUBLISHED BY KISUCCESS PUBLISHING CO, distributed free of charge 6 times per year in different locations in U.S Territory (90% in California). Digital subscriptions are available for \$15 a year by requesting. All rights reserved. Advanced written permission must be obtained from Soul Brasil magazine or Kisuccess Publishing for the contents. The opinions and recommendations expressed in articles are not necessarily those of the publisher. Copyright 2002-2012 – Soul Brasil magazine/Kisuccess Publishing.



Ilha dos Frades: Piece of Paradise in Bahia

Simone Sousa Leandro | *Translation: Julia Melim

A true Paradise in the middle of the "Baía de Todos os Santos" (All Saints Bay), which is considered an ecological reserve since 1982, the "Ilha dos Frades" (Priests Island), shelters many beautiful natural resources. Just to begin with, the very name of the island attracts the attention of the most curious visitors.

The Island belongs to the city of Salvador, in its 1.335 hectares, where we can find the presence of palm trees, lakes, waterfalls and a typical vegetation of Mata Atlântica (Atlantic Forest). Because it's so close to the capital of Bahia, the Island attracts many tourists that come to experience the urban lifestyle of Salvador, but end up heading there for the weekend looking for shade and cool water, and a delicious dive in the ocean.

The Island was given this name because of the priests who came to Brazil, and as history tells us, Indians captured two missionary priests who were trying to turn them to Catholicism. Since then the people in the region have been calling it the "Island of the Priests." Besides the many churches we can find on the Island, there are also sugar mills in the region from the colonial era, which according to the villagers was where the slaves were left during quarantine.

Besides experiencing the legends told by the locals, the tourists can explore the ecotrails, where they will find the Mata Atlântica (Atlantic Forest) typical vegetation, and if they are feeling adventurous, they could even go in the waterfall to feel the cool waters. During the

low tide they can also walk along the island on its white sand.

The calming waters contribute to the scenery with beautiful corals that turn the sights into a true Paradise. The most popular beach is the Ponta de Nossa Senhora (Mother Mary's Corner), where schooners go by constantly, which is the perfect spot for nature seekers. The "mar" with mild waves is perfect for families and children. On the sand, tents serve ice cold beer and seafood appetizers (huuummm...). The North of the Island is very busy, where most of the schooners use as a type of port.

Whoever wants to go to this little piece of Paradise of only 6 kilometers, should take the opportunity to hike the Morro de Nossa Senhora de Guadalupe (Saint of Guadalupe's Hill), where you can also visit the ruins of a church of the same name. From there, you have the best view of the beach. Another option at the Island is water sports, like diving, snorkeling, or even fishing.

There are two ways to get to the "Island of the Priests," which are through the main touristic port in Bahia called "Terminal Turístico Náutico da Bahia", that costs around R\$35 to R\$50 per person (*2012), or going through Salvador through the highway BR-324, towards "Feira de Santana," which is only 32km until BA-522 toward Candeias and another 20 km going to Madre de Deus. Whichever way you choose, you will arrive at the schooners that will take you to the Paradise island of Ilha dos Frades... in the state of pure magia: Bahia. ■



Ilha dos Frades: Reduto Ecológico na Bahia

Simone Sousa Leandro



Um verdadeiro paraíso em meio à Baía de Todos os Santos. Considerada reserva ecológica desde 1982, a Ilha dos Frades, guarda muitos encantos naturais. Para começar, o próprio nome chama a atenção dos visitantes e dos mais curiosos. Pertencente ao município de Salvador, a Ilha possui 1.335 hectares, onde encontramos a presença constante de coqueirais, lagos, cachoeiras e uma vegetação típica da Mata Atlântica. Por estar próximo da capital, a ilha atrai muitos turistas que aproveitam a vida urbana em Salvador, mas correm prá lá no final de semana, atrás de sombra e água fresca e um gostoso banho de mar.

A ilha recebeu este nome desde os tempos dos jesuítas no Brasil. Reza a lenda que, alguns índios tupinambás que habitavam a região naquela época, assassinaram dois frades que foram para a ilha com o objetivo de catequizá-los. O nome pegou e até hoje os moradores sustentam essa história. Além das muitas igrejas na ilha, encontramos também antigos engenhos do período colonial, além das ruínas de um armazém onde, segundo os moradores, os escravos ficavam de quarentena, no tempo da tão sofrida escravidão no Brasil.

Além das aulas de história contadas pelos próprios moradores, o visitante tem a oportunidade de fazer um passeio pela trilha ecológica. Por lá, a vegetação é típica da Mata Atlântica e, quem se aventurar, pode ainda ter a oportunidade de encontrar uma cachoeira e aproveitar seu gelado e delicioso banho. Durante a maré baixa, é possível fazer uma gostosa caminhada e contornar toda a ilha caminhando pela areia branquinha.

Suas águas calmas, mornas e a constante presença de recifes e corais tornam o lugar um verdadeiro paraíso. A praia mais visitada por turistas é a Ponta de Nossa Senhora. Ali, a presença de escunas é constante. A mais freqüentada e famosa dentre as praias da localidade, a Ponta de Nossa Senhora é o local perfeito para relaxar e curtir a natureza. O mar sem ondas é ideal para as crianças. Na areia, barracas atendem os turistas e servem cerveja gelada e pratos com frutos do mar. Situada ao norte da ilha, é nessa praia que aporta a maioria das escunas. Aos finais de semana, o local fica bastante movimentado.

Quem quiser conhecer esse pequeno paraíso de apenas seis quilômetros, não deve perder a oportunidade de subir o Morro de Nossa Senhora de Guadalupe, onde se encontra as ruínas da igreja de mesmo nome. De lá, se tem a melhor vista da praia. Outra opção da Ilha dos Frades é praticar esportes aquáticos. O mar calmo favorece a prática do mergulho e o turista pode conhecer as belezas naturais do fundo do mar. Outra dica é pesca. Atividade que pode ser bastante explorada no local.

Há duas formas de chegar até a Ilha dos Frades. A mais rápida é através de escunas que partem do Terminal Turístico Náutico da Bahia. Durante a travessia, se tem uma belíssima vista de várias outras ilhas da Baía de Todos os Santos. O passeio varia entre R\$ 35 e R\$ 50 por pessoa. Há também a opção de seguir de Salvador para Madre de Deus através da BR-324, sentido Feira de Santana. São 32 km até o entroncamento com a BA-522, em direção a Candeias, e mais 20 km até o centro de Madre de Deus. De lá, é possível pegar pequenos barcos que levam até diversos pontos da Ilha dos Frades. ■





The 10 Largest Latino Origin Groups in U.S

Characteristics & Rankings

Among more than 50 million Latinos in the United States, over 30 million self-identify as being of Mexican origin, according to tabulations of the 2010 American Community Survey (ACS) by the Pew Hispanic Center, a project of the Pew Research Center. No other Latino subgroup rivals the size of the Mexican-origin population, no surprises right? But among the other almost 20 million there are Puerto Ricans, Cubans, Salvadorans, Dominicans, Guatemalans, Brazilians, Colombians, Ecuadorians. This 10 Latino groups makes 92% of the U.S. Latino population with the seven first origin groups having populations greater than 1 million – including the Brazilians.

The Latino origin groups differ from each other in a number of ways. For instance, U.S. Hispanics of Mexican origin have the lowest median age, at 25 years, while of Cuban origin have the highest median age, at 40 years among this 10 Latino groups. Brazilians and Colombians are the most likely to have a college degree while Guatemalans and Salvadorans are the least like. Ecuadorians have the highest annual median household income while Dominicans have the lowest.

Hispanic origin groups also differ in their geographic concentration. The nation's Cuban population is the most concentrated, with nearly half (48%) living in Florida's Miami-Dade County. Miami-Dade County is also home to the nation's largest Colombian and Peruvian communities. For Mexicans, Salvadorans and Guatemalans, Los Angeles County in California contains each group's largest community.



The largest Puerto Rican and Dominican communities are in Bronx County, New York. The largest Ecuadorian community is in Queens County, New York.

While the largest Brazilian communities are in New Jersey/NY – with Southern Florida in second, Boston and neighborhood region in third and Southern California and forth, the highest education group of Brazilians are in Southern California. And in the Golden State, there are a more Brazilians from the State of Goias (Bay Area) and from the State of Sao Paulo (Los Angeles).

Note that Latino origin described above is based on self-described family ancestry or place of birth in response to questions in the Census

Bureau's American Community Survey. It is not necessarily the same as place of birth, nor is it indicative of immigrant or citizenship status. For example, a U.S. citizen born in Los Angeles of Mexican immigrant parents or grandparents may (or may not) identify his or her country of origin as Mexico. Likewise, some immigrants born in Mexico may identify another country as their origin depending on the place of birth of their ancestors. ■

* Most of the data included in this article are derived from the U.S. Census Bureau's 2010 American Community Survey, which provides detailed geographic, demographic and economic characteristics for each group.

** For an affordable plan to outreach the Brazilian community in U.S or Brazil's Market consulting please contact Kisuccess Publishing & Marketing at (818)508-8753 - www.kisuccess.com.

Travel Insurance, Hotel Costs and some "Traps"

Some hotel rates are deeply discounted BUT nonrefundable. It usually is offered by Internet retailers such as Expedia and Travelocity or the Hotel websites. Without travel insurance, you might have to forfeit your advance payment if you cancel. Travel insurance allows you to cancel for such reasons as illness, injury, bad weather and canceled flights. Regarding

booking flights, as I have mention in few occasions before, sometimes you can find a good deal online, BUT if you need to cancel or postpone a flight for some reason, you have almost not customer service and have to pay high fees to reschedule your flight. If you travel with kids and particularly, if you are those types that think convenience and peace of mind –

before, during and after your trip, is WORTH, trust in your travel agent. The good one, is the professional that never give you the final airfare rate right way on the phone, instead, is the one that keeping search to get the best deal possible for you while providing the expected customer service – fone: (323) 428-1963 www.soulbrasil.com/travel



AMERVISA LAW OFFICES ATTORNEY LUIZA MILLER
10 YEARS OF EXPERIENCE IN IMMIGRATION MATTERS
If you have a question, I have an answer!

Call Now for a Free Consultation / 310-945-5998 / 310-594-5998
 luisa.amervisa@gmail.com

- * Family Petitions * Naturalization and citizenship * Fiancé Visas
- * Visas for professionals and investors * Visas artists and individuals with exceptional abilities
- * Permanent residency through family and employment * Extensions of B1-B2 Visas
- * Deportations and Asylum * Waivers for J visa requirement to depart USA for 2 years
- * FOIA-s & searches of records w/ the FBI for immigration purposes
- * Waivers for illegal entry or criminal problems

400 Corporate Pointe,
 #300, Culver City, CA 90230



If Travel Is Your Passion... Brazil Is Your Destiny!
If Business Is Your Priority for Now... Brazil Should Be In Your Planning!






Special Packages to Rio, Manaus/Amazon and Salvador

Rent a Friend Service in Rio, Recife, Salvador and Sao Paulo

Rent a Condo in Rio: Arpoador, Copacabana and Ipanema Beach

Personal Travel & Tour Services by Magali D'Souza

Over 18 Years of Experience & Competitive Rates

www.soulbrasil.com/travel - (323)428-1963



De Marketing de Guerrilla ao Marketing Digital

As Dez Estratégias mais Usadas Hoje em Dia

Cada mercado ou público direcionado precisa de uma específica ação ou categoria de soluções para assim existir uma efetiva aproximação entre um produto/serviço e seu potencial consumidor. Uma coordenação adequada e que inclui diferentes formatos de estratégia de marketing como marketing direto, marketing digital, marketing tradicional, além de parcerias empresariais e eventos promocionais pode ser a melhor opção para alcançar o êxito de uma campanha. Segue abaixo, uma relação das melhores táticas usadas atualmente, e em particular, entre as pequenas empresas com menor orçamento para marketing. Cabe a você identificar as melhores táticas, dependendo do seu bolso, do mercado a ser atingido e da sua necessidade imediata.

1. Blogging

O uso inteligente do blog passou a ser uma excelente ferramenta do que hoje chamamos marketing "2.0". O porquê é o poder de interação do blogueiro com o seu leitor através da informação, e do possível prospecto interessado em seu produto ou serviço.

2. Press-Releases

A maioria dos donos de empresas de médio porte ou o departamento de marketing de grandes corporações sempre usaram esse método. Mais recentemente, os donos de pequenas empresas assim como músicos e produtores de shows, por exemplo, tem usado essa estratégia. O "PR"

é um comunicado de imprensa que se produz (etapa 1) e se distribui (etapa 2) para um banco de dados específico de editores e repórteres (dependendo da área a ser atingida) e tem como finalidade divulgar algo relevante sobre a sua empresa/serviço/produto.

3. Vídeo Marketing

O vídeo através das plataformas populares na web, como é o caso do You Tube e do Metacafe, passaram a ter muita importância no que se refere a marketing de comunicação. Você sabia que alguns dos mais importantes cantores da atualidade primeiro ficaram famosos no You Tube? E você já viu mensagens de vídeo em postos de gasolina ou no caixa dos supermercados? O ponto é que com o avanço da tecnologia, se esta podendo produzir vídeos de qualidade a baixo custo. A chave aqui é saber "contar a sua história" e saber como melhor distribuir essa mensagem.

4. Social Marketing

As mídias sociais hoje podem fazer um importante papel no quesito marketing e comunicação, mas não pense que usando apenas o Facebook você vai atingir os resultados esperados. Claro, existe várias mídias sociais no mercado e as principais hoje são o Facebook, o Twitter, o Google Plus, o LinkedIn e o Pinterest. Mas o ponto aqui é a capacidade de interação que você ou alguém que trabalha para você pode conseguir. O ponto inicial aqui

Lindenberg Junior



é o conteúdo que você (ou esse alguém) posta, a frequência, e a consequente interação.

5) Online Marketing

Considerado a melhor estratégia para quem vende online, o online marketing é abrangente e inclui táticas de "SEO" (otimização web para as ferramentas de busca) como é o caso de criar backlinks (o link da sua empresa em websites de relevância para o Google/Bing/etc.) e a criação de artigos com palavras chaves dentro do texto, etc. Já o que chamamos de Local SEO hoje é de fundamental importância para as pequenas empresas que tem uma presença física em uma determinada cidade ou vizinhança (um consultório de dentista ou uma floricultura, por exemplo). *Em nosso website www.kisuccess.com temos um artigo específico sobre o tema Local SEO.

6. E-marketing

O eMarketing continua sendo uma força alternativa para a distribuição de sua informação e notícias diretamente para o seu público consumidor. Comece pela criação de um enewsletter (semanal ou mensal) onde você (ou alguém ou uma empresa contratada) pode informar sobre importantes fatos relacionados sobre a sua área de atuação ou indústria, e claro, inteligentemente, anunciar as suas promoções diretamente. A melhor estratégia aqui é prover informações relevantes para o leitor e associar as mesmas com o seu produto ou serviço. Um fator de suma importância aqui é a qualidade de sua lista de e-mails, ou seja, ter uma lista que realmente deseja receber notícia de você.



10. Publicidade em Meios de Comunicação

Esse formato eu deixei por último pela necessidade de se usar mais palavras. Inicialmente, e em particular aos que duvidam de sua efetividade, o marketing através da TV, do Rádio e dos Jornais e Revistas continuam sendo efetivos e tendo uma grande força. O que é necessário, no entanto, é saber como e quando utilizá-los. Depende muito do produto ou serviço e do público alvo. Se você é um dentista em Los Angeles e está pensando em anunciar em um canal de TV brasileira nos EUA, talvez essa não seja a melhor opção – mas talvez seja se você for um dentista em NY/New Jersey que tem 4 ou 5 vezes a população Brazuca de L.A.

No caso do rádio, posso dizer que eu produzo o Anual Carnaval Cultural Brasileiro de Santa Barbara (100 milhas ao Norte de Los Angeles), e duas semanas prévias de campanha em duas rádios locais (uma em espanhol e outra em inglês) me dar um bom resultado. No caso das mídias impressas, também é muito relativo, mas o que é de suma importância é você saber qual a tiragem da respectiva mídia impressa, onde ela é distribuída e se há monitoramento de sua circulação. Escutar de um dono de jornal dizer que distribui 50,000 jornais e não comparar e/ou monitorar é um erro. Outro fator importante é saber sobre a credibilidade do jornal ou revista em relação ao leitor (seu potencial consumidor). Um ponto de vista que defendo é o que um jornal com bom conteúdo informativo e 200 pontos de distribuição pode ser muito melhor em termos de "ROI" (retorno do investimento) do que uma revista super bonita com papel couche (glossy), mas com um conteúdo a desejar e/ou apenas 50 pontos de distribuição – entendeu o conceito? ■

7. Marketing de Evento

O foco aqui é promover a sua "marca" ou fazer o potencial consumidor identificar o "brand" a um determinado produto ou serviço. Participar de "trader shows" ou feiras e convenções relacionadas à sua indústria aqui é chave, e pode ti ajudar a ampliar o seu network em áreas de vendas e distribuição por exemplo. Patrocinar um evento onde um público específico pode identificar a sua marca também pode ser fator relevante. Porque será que a Budweiser patrocina eventos esportivos?

advogado de imigração ou um consultor de marketing como o autor desse texto. O ponto chave aqui também é informar e educar as pessoas, e a partir dai criar o seu "brand personal" como experto no tema * e depois "leads".

9. Uso de Podcasts

O podcasting funciona como um blog, mas sendo seu aplicativo diferente. Pode ser escutado em áudio através do assinante do podcast. No caso do blog, se publica "posts", e no caso do podcast se publica "episodes". Parecido no conceito com os blogs e os vídeos, o podcast se tornou popular depois do surgimento dos arquivos de áudio Mp3 e dos Ipods. O seu uso também pode ser efetivo para criar um "brand personal". Em outro tipo de exemplo, um autor pode contar um capítulo do seu livro de forma grátis através de áudio, e assim poder gerar o interesse "por mais" de parte do ouvinte ou consumidor.

8. Uso de Seminários e/ou Workshops Virtuais

Esse formato aqui é um pouco parecido em termos de conceito com o marketing de evento, mas funciona melhor para alguns tipos de profissionais que tentam vender o seu serviço ou produto. Um bom exemplo aqui seria o de um corretor de imóveis ou um

* Para mais informações sobre assessoria de imprensa, marketing de guerrilha ou marketing online (incluindo "local focus" marketing) visite nosso website www.kisuccess.com ou ligue (818)508-8753.



Brazilian Hour Radio Show

The Brazilian Consulate General of Los Angeles has announced the launch of the new website & Streaming App for the Brazilian Hour, one of the longest running International Radio Shows heard on NPR stations across the U.S. The new website was launch last September 7 (Brazil's Independence Day) and the App in late September. With the World Cup and Olympic Games coming to Brazil in the next few years, bringing unprecedented international attention to the country, the Cultural Sector of the Brazilian Consulate-General in Los Angeles is preparing for its global close-up by expanding its Brazilian Hour radio program into new multimedia platforms, including a new media-rich website as well as a brand new streaming music app.

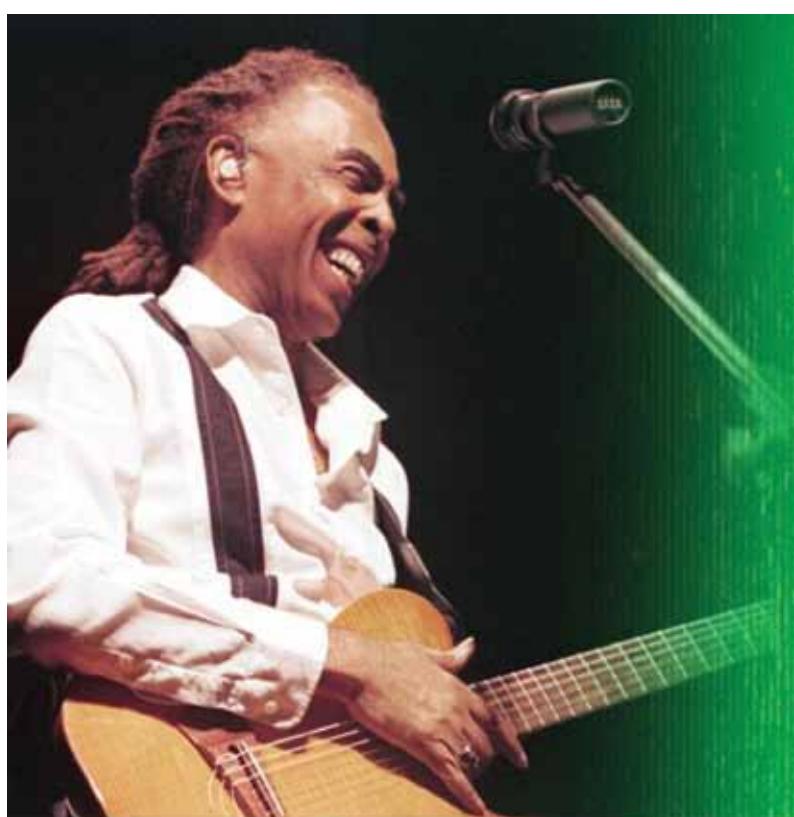
With a 34-year history showcasing the country's music and culture, the program is one of the longest running international radio shows in the U.S. and its mission is to provide audiences worldwide with a rich and deep taste of Brazilian culture. The Brazilian Hour Show is hosted, written and produced by Sergio Mielniczenko since day one in 1978.

"The move into new multimedia platforms is part of our efforts to prepare for that. The show, including the new site and app, is a very unique cultural resource, unlike any other in existence, to explore the country's music and culture further" said Sergio, a staff member of the Cultural Sector of the Brazilian Consulate General in Los Angeles. The show is produced

in English, Portuguese, Spanish, French and Mandarin. Locally, KXLU 88.9FM is still home to the Brazilian Hour - every Saturday & Sunday, 9:00-10:00am (PST), and nationally, the show can hear through 40 NPR stations broadcast every week - www.brazilianhour.org. ■



"Brazilian Hour Producer/Host
Sergio Mielniczenko"



TUE OCT 23

GILBERTO GIL FOR ALL

Experience a truly memorable evening
of forró in the hands of a master.

Order Your Tickets Today!
LAPhil.com 323.850.2000

Programs, artists, prices and dates subject to change
Media sponsor: 89.3 KCRW

WALT DISNEY CONCERT HALL

PRESENTED BY




MyGlobeTV™

COM A GLOBO VOCÊ SE SENTE EM CASA.

Chegou MyGlobeTV! Agora você tem o melhor da televisão

brasileira a qualquer momento e em qualquer lugar.

Novelas, Planeta Brasil, Caldeirão do Huck, Jornal Nacional,

Jô Soares e os mais importantes campeonatos de futebol

agora estão muito mais perto de você.

Decoder portátil, fácil de instalar e utilizar. Funciona
em qualquer lugar, em todo os Estados Unidos:
basta ter acesso à internet. Assistência técnica incluída.



Sem antena. Sem contrato. Sem social.

Sem necessidade de assinar canais americanos.

O melhor do Brasil **por apenas \$19.99** por mês.

Assine hoje mesmo! Visite MyGlobeTV.com

ou ligue agora 866 397 6585



a gente se liga em você

tvglobointernacional.com.br

Recomenda-se conexão de internet de no mínimo 1.5 mbps. O preço do equipamento não está incluído no valor referente à programação. Serviço está sujeito aos termos e condições de serviço. Restrições podem ser aplicadas. A Globecast se reserva o direito de alterar, atualizar ou modificar, a qualquer momento, equipamento, criptografia e preços relacionados à programação e aos pacotes. Revendedores e distribuidores listados no site MyGlobeTV são apenas para referência e não devem ser vistos como extensões da Globecast. A Globecast não se responsabiliza por revendedores ou distribuidores listados no site MyGlobeTV. Para termos e condições de serviço completo, visite www.MyGlobeTV.com. ©GlobeCast 2012.



A Cara do Brasil em San Diego

Lindenberg Junior

"The Brazilian Footprints in San Diego"

*English version available now in our homepage – www.soulbrasil.com

O clima extraordinário, muito sol, lindas praias, diversos lagos e parques, além de uma grande presença de área verde, começou a atrair os Brasileiros no final dos anos 80. A economia no Brasil não andava bem, e a economia nos EUA estava bombando. As oportunidades eram claras e para muita gente de classe media no Brasil, o sonho de querer ir para a Califórnia era uma realidade.

Kátia "Baiana" junto com o seu esposo Beto, chegaram a San Diego em outubro de 1989 e nos diz "Quando chegamos aqui não existia nada em termos de evento brasileiro, nem sequer um restaurante para matar as saudades. O restaurante cubano Andrés Pátio, localizado na Morena Blvd, era o que mais se aproximava de nossa comidinha oferecendo no seu cardápio um bom feijão preto acompanhado de arroz, banana frita e uma carne ou galinha bem preparada. Ainda hoje o restaurante é uma boa pedida!"



A Baiana Kátia com o seu esposo Alagoano Beto.

Em virtude desse fato, Kátia começou uma tradição já em 1989. "Como sempre gostei de ser anfitriã e adorava cozinhar, juntei o útil ao agradável e comecei a fazer o "Caruru de Cosme e Damião" onde eu juntava brasileiros que conhecia. Vale salientar que o dia dos beatos gêmeos se celebra anualmente no dia 27 de setembro e é uma tradição religiosa no Nordeste". Kátia complementa dizendo "O Steve Spencer, um Afro-Americano apaixonado pelo Brasil na realidade foi o grande pioneiro da divulgação do nome Brasil em San Diego. Com ele fiz o meu primeiro trabalho de "promoter" logo em 1990 na festa da lambada onde a atração era o grupo Kaoma do Brasil. Foi um estrondoso sucesso e que abriu as portas para a nossa cultura aqui nessa cidade".

Cristina Portela, que nasceu no Rio de Janeiro, mas que como filha de diplomata brasileiro, viveu boa parte de sua infância em Nova York, chegou a San Diego em Janeiro de 1990. Christina já na sua primeira semana na cidade, foi nessa festa mencionada pela Kátia mais acima. "Logo naquela semana, o Steve fez uma festa no Portuguese Hall e eu terminei por ganhar o concurso de Lambada daquela noite. O grupo Kaoma estava em alta, e juntamente com o meu parceiro de dança, ganhamos aquele concurso de dança e vários outros concursos naquele ano".

O gringo Steve "Baiano" (pela sua paixão pela Bahia) continuou promovendo o nome do Brasil através da musica e começou uma

noite Brasileira todos os domingos no outrora Café Sevilha no centro da cidade. Para muitos brasileiros que ainda residem em San Diego e que viveram essa época, foi a maior "balada" semanal brasileira na cidade ate hoje. A própria Christina Portela, junto com seu parceiro John Stall, passaram a dar aulas de dança nas baladas do Café Sevilha, o pernambucano Rubens Moreno se tornava o "DJ Rubinho", o cantor Josias dos Santos comandava a banda ao vivo, e o Steve "Baiano" passou a ser o "promoter". Christina complementa dizendo "Durante vários anos da década de 90, os domingos da noite Brasileira do Café Sevilha movimentavam a cidade. A fila para entrar dobrava o quarteirão no sentido do Café Basam".



Antiga foto do Grupo Sol & Mar incluindo a pioneira "Samba Dancer" Maria.

Entre os primeiros grupos de samba da cidade, lembramos o grupo Sambrasil e o grupo Supersonics, além do grupo Sol & Mar – com destaque para a primeira sambista brasileira da cidade – a "Maria Sambista". A Copa de 1994 também fez com que SD ficasse conhecendo mais sobre o Brasil. Com o time embalado pelas

jogadas de Bebeto e Romário, e a consequente conquista da Copa nos EUA, os ritmos Brasileiros ficaram mais populares na cidade.

"Lembro-me de uma verdadeira festa ao ar livre que rolou em Ski Beach depois de uma das vitórias do Brasil. Foi emocionante ver umas 2000 pessoas entre Brasileiros e gringos festejando aquela vitória", nos disse Rubinho Moreno. Em 1996, o Steve Spencer, já tendo como parceira a Christina Portela, produziu uma festa Brasileira no Hotel Catamaran que foi um estrondoso sucesso. Junto à boa musica, entrou em "cena" uma autentica feijoada e um desfile de biquíni Brasileiro com o apoio da Ana Brazil.

Ana, uma potiguar que antes de chegar a San Diego em 1989, residiu por alguns anos no Rio de Janeiro onde teve lojas de Biquíni, nos disse "Esse evento no Catamaran foi um arraso! Eu já tinha minha loja Ana Brazil Bikini (fundada em 1990 e atualmente na Garnet St. em Pacific Beach) naquela época e tive a oportunidade de participar

de muitas promoções envolvendo a nossa cultura durante os anos 90 e 2000". No evento do Catamaran, em particular, houve muita badalação. O desfile de meninas em biquínis brasileiro, junto à batida do samba, a empolgação das pessoas, e uma feijoada na perfeição foi ponto de destaque em vários jornais locais. O nome do Brasil estava em moda.

Mais o menos por essa época, o "Street Scene", considerado por muitos residentes de San Diego como o maior evento de rua de todos os tempos na cidade, e através de seu produtor Rob Hagey, abriu as portas para o Brasil, quando começou a ter a ajuda de Steve Spencer e Christina Portela. Foram 14 anos de parceria e muita exposição na mídia local, em parte, pela famosa "parade" onde a cultura do Brasil era o grande carro chefe. O fruto dessa parceria rendeu vários shows com nomes famosos de nossa musica, como foi o caso da Daniela Mercury, Gilberto Gil, Olodum, Marisa Montes e tantos outros.

Durante essa década, também se podia notar um incremento de donos de negócios Brasileiros. O

Jaro começou com o seu Jornal "Brazilian Pacific Times" e sua esposa Margo abria a Margo Tours; os professores/mestres de capoeira Elias, Midinho e Paulo Batuta começavam suas trajetórias na divulgação da Capoeira em San Diego; o mecânico gaucho Marcos, um dos Brazucas pioneiros em SD, consolidava os seus serviços com o "Car Mania". Os profissionais brasileiros começavam a se estabilizar, e outros a aparecer, desde entregadores de pizza e vendedores de seguro, a manicures e donos de restaurantes. As igrejas evangélicas brasileiras surgiam para oferecer apoio espiritual. Alguns brasileiros começavam a ensinar o português para os gringos...

Em 2000 a família Brasileira-Coreana Gi abriu com sucesso a churrascaria Rei do Gado no centro de SD (French Quarter)

e de lá para cá se o restaurante se tornou uma referencia do que os gringos chamam de "Brazilian BBQ" e do próprio nome Brasil na cidade. Ainda em meados dos anos 2000, o nome Brasil foi bem representado no restaurante Português Portugalia com sua "Noites Brasileiras" em Ocean Beach, ate o restaurante fechar as portas em 2011. Em 2003 surgiu o simpático Brasil By the Bay fundando pela brasileira Helena e seu esposo americano Shannon. Apresentando um ambiente simples e aconchegante, e uma comidinha ao melhor ao estilo "boteco", o restaurante que fica por trás do Sports Arena foi ganhando adeptos. As noites de pagode e/ou forró nas sextas à noite se tornaram ponto de encontro da "galera".

Alguns anos depois abriu do lado, no anexo, o Brazil by the Bay Market comandado pelo Amadeu. Em 2007 a paulista Fernanda Silveira abriu o seu "Açaí Brazilian Market" na Garnet Street, que em 2011, se mudaria para a Cass



O Mestre de Capoeira Paulo Batuta



A Carioca Christina Portela & Steve Spencer



Street, ambos locais em Pacific Beach. Com um novo conceito e um novo nome, a Fernanda abria o "Açaí Power Café". A simpática paulista trazia para "PB" uma lanchonete onde o carro chefe seria uma versão do famoso Açaí na Tigela. O peruano Fredy Palma abriu o pequeno Latin Chef em 2006 oferecendo um cardápio brasileiro mesclado com algumas opções peruanas. A primeira chef foi a brasileira Paula Almeida. Com o sucesso de uma comida estilo caseiro com preços acessíveis ao bolso, dois anos depois o restaurante duplicou de tamanho. Mais recentemente, passou a oferecer música brasileira ao vivo nos finais de semana e de ser ponto de parada para muitos estudantes Brazucas. Já o Central SD Café ("Brasileiro" para os Brazucas) na Third St. em downtown, passou a ser uma boa opção para jovens Brazucas por estar perto de escolas de idiomas, e apresentar itens do cardápio brasileiro com preços acessíveis ao estudante.

A nível de evento, em 2004, Rubinho Moreno idealizou o primeiro Brazilian Day em uma festa de celebração da Independência do Brasil no outrora Café Sevilha. Em 2008, "Rubinho" junto com o Paranaense e mestre de capoeira Paulo Batuta, implementavam a ideia original para as ruas de Pacific Beach. O Paranaense Paulo Batuta, que chegou a SD em 1996, tomou a frente da produção do festival em 2010. Surgia assim, um dos maiores festivais de rua da cidade de San Diego, e até então, o maior evento Brasileiro da Costa Oeste dos EUA.

Para muitos Brasileiros, a partir dos anos 2000 a saudade do Brasil foi diminuindo graças à facilidade de se poder comer uma comidinha Brasileira, comprar produtos da terrinha, ter a assistência de um profissional em determinada área que fala a nossa língua, e claro, com a evolução da tecnologia e as novas opções de se comunicar com parentes e amigos no Brasil. Veio à chegada das TVs Brasileiras como a Record e a Globo Internacional e claro das mídias sociais.



A Cabeleireira Gracy em frente ao seu "Elements SPA".

A Capixaba Gracy Ferreguetti, que chegou a SD em 1996 lembrou "Me recordo que falar via fone nos anos 90 era um absurdo por minuto. Hoje você fala grátis através do Skype ou se comunica quase que instantaneamente através das mídias sociais". Gracy, também conhecida como a professora "Marrom" (seu nome de batizado na Capoeira) morou por vários anos em NY antes de chegar a SD. Em Nova York ela fez um curso profissionalizante de cabeleireira e vários intensivos de dança (uma grande paixão). Em San Diego, a polivalente Gracy foi à pioneira cabeleireira brasileira, chegando a introduzir na cidade o tratamento de escova de queratina. Mais recentemente, em Setembro de 2010, Gracy abriu o seu moderno salão "Gracy Elements Spa".

Os brasileiros continuaram a chegar a San Diego, em particular, pelo fator de beleza natural mencionado logo no começo desse artigo. Mas nos últimos anos esse incremento no número de Brasileiros se deve também pela número de estudantes no Brasil que preferem essa cidade para suas "experiências acadêmicas" nos States. A Universidade da Califórnia de San Diego (UCSD), por exemplo, é a Universidade que mais recebe Brazucas (graduação, pós-graduação e/ou intercâmbio cultural) na Costa Oeste Americana. Algumas escolas de Inglês

também recebem anualmente um bom número de estudantes brasileiros. Na época do verão entre Junho e Setembro, por exemplo, pode-se notar muita gente jovem falando português nas praias de Ocean Beach (OB), Pacific Beach (PB), e Wind Sea em La Jolla.

Aqui nesse artigo citamos apenas alguns poucos nomes, entre Brasileiros e "gringos" amantes da cultura do Brasil, e que fizeram parte da disseminação da cultura do nosso país na cidade de San Diego. Entre tantos nomes citamos ainda a Luiza Marques e Mazinho, Ruy Diniz, Humberto Branco, Marcelo Pereira, Adley Soares e Carmem Catalanis. Com a paixão pelo Brasil nos seus corações, todos esses brasileiros (e gringos "Brazucas"), de uma forma ou de outra, ajudaram na divulgação da terra da Bossa Nova na cidade de San Diego. ■





**TOP MOST
RECOMMENDED
RESTAURANT IN
SAN DIEGO !!**

All meats are roasted over a mesquite flame that preserves tenderness and gives a taste unmatched by any other. Filet Mignon, Top Sirloin, 40 different salads, side dishes and more...

Sunday through Thursday
11:00 am to 10:00 pm

Friday and Saturday
11:00 am to 11:00 pm

Opens 7 days a week

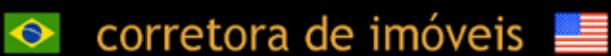
Gaslamp Quarter
939 Fourth Avenue
San Diego, CA 92101

619 - 702 - 8464

**Ajudando brasileiros
a comprar, vender e investir
no mercado imobiliário
em San Diego.**



Priscilla conhece San Diego



Ligue (858)361-5582
www.PriscillaFonyat.com

M
**MIDDLETON
& ASSOCIATES**
REAL ESTATE
DRE#01853835



Close Up San Diego

Brazilian Day San Diego

The Brazilian Day San Diego was held in the heart of "PB" on Garnet St. last Sept 8 and is one of the biggest Brazilian Events to express the Brazilian Culture in the West Coast.



The regular San Diego Close Up page will be back in our next issue Nov 20/Dec with photos of our good friend and longtime Soul Brasil contributor Victor Gutierrez.

Same Owner of "Acai Boutique"

Brazilian Acai

THE FIRST AUTHENTIC
BRAZILIAN COFFEE SHOP IN SD

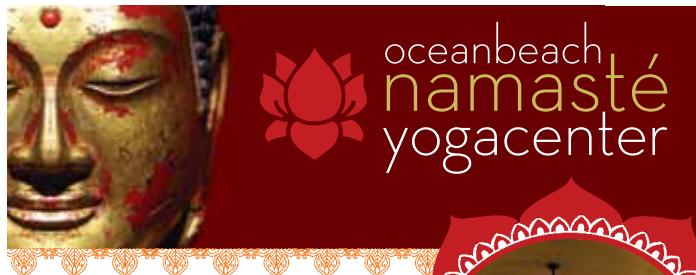
- * Acai Bowls
- * Natural Juices
- * Cheese Breads
- * Guaranas
- * Empadinha
- * Brazilian Coffee
- * Sandwiches



"TOGETHER FOR BETTER SERVE YOU!"

4680 Cass St. Pacific Beach / SD - 92109 - (858) 255-8747

www.acaibrazilianmarket.com/



ONE WEEK FREE
unlimited yoga classes

Special offer for first time students (San Diego residents only).

Check out our new retail space!
We are now carrying yoga accessories and clothing.

Namasté Yoga Center **Teacher Training** starting this Fall!



- 30 yoga classes per week
- AcroYoga
- Hip Hop Yoga
- Kirtan
- Special Events
- Workshops

4893 Voltaire Street #B San Diego, CA 92107 619 523 1203 www.obnamasteyoga.com



(619) 795-9657

1252 3rd Ave.
San Diego
CA 92101

Join us on Facebook

Brasileiro

Stroganoff • Milanesa Parm • Feijoada
Prato Brasileiro • Moqueca

The Best
Choice for
Brazilian
Students...
Bom,
Gostoso e
Barato!

Edna Smith

Consertos de
Roupas Em Geral /
SD Area

“Clothing
Alterations”

(858) 384-2076

Hair by
Swazy Brazil

**Brazilian
Straightening
Treatment**
Short Hair \$100
Long Hair \$150

Maxi Hair Salon

3904 Convoy St. # 113
San Diego (619)316-9925

 **racy**

ELEMENTS SPA

INTERNATIONAL HAIR DESIGN
SKIN • NAILS • MASSAGE • BOUTIQUE

“Top-of-the-line professionals, relaxed environment with an international flair.”

1259 Morena Blvd
San Diego, Ca 92110
(619) 275 2119
GracyElementsSpa.com




**“Come and Feel
Like Your in Brazil”**

- Live Brazilian Music on Weekend.
- Live Games in High Definition... including Brazilian Soccer.
- The Best of Brazilian Cuisine including Traditional Brazilian Appetizers like Coxinha, Kibe and Pastel de Feira.

www.brazilbythebay.com – (619)692-1410
3770 Hancock St. Suite G, San Diego, CA 92107



Hours of Operation:
Mon – Thurs: 11am to 8:30pm
Fri & Sat: 11am to 9pm
Sunday: 12pm to 6pm

Since 1983

- Dine in a Casual Tropical Ambiance
- Banquet & Catering Available
- Find Brazilian Products in our Market!



1235 Morena Blvd, San Diego, CA – 92110
Rest (619)275-4114 - Banquet (619)276-4624
www.andresrestaurantsd.com



Latin Chef

Brazilian & Peruvian Cuisine



The Best of Brazilian & Peruvian...
Homemade style food...
Offering affordable prices...
in the heart of Pacific Beach.

1142 Garnet Ave. San Diego, CA 92109

(858) 270-8810



Brazilian Day in Los Angeles

Photos
by Claudia Passos



Sat Sept 8th, 2012, the annual Brazilian Day in L.A this year had joint forces with the Long Beach Summer Brazilian Street Carnaval produced by Sambala Samba School and did bring Art, Music, Dance, Food and Brazilian Products/Services to the public in general. It is held since the first event in 2005 at the LaBrea Tar Pits (LACMA) – www.braziliandayla.org.

* Check over 150 photos in our Facebook Page.



ELASSAR INSURANCE SERVICES

**Need Insurance?
Need Good Rates?**

**We can help you!
English, Portuguese or Spanish**

*** Car * Motorcycle
* Home * Business**

Friendly Service - Call Fernanda or Gloria

*** Fazemos Carteiras Internacionais de Motorista**

10826 Venice Blvd # 108A Culver City, CA, 90232

(310) 237-1107

EISINSURANCE@GMAIL.COM

RC Business Services

**The Income
Tax Specialist**

CONSULAR SERVICES

- Emissão e Renovação de Passaporte;
- *Issue and Renewal of Passport;*
- Legalização de Documentos;
- *Document Legalization;*
- Vistos;
- *Visa;*
- Procurações;
- *Power of Attorney;*
- Qualquer outro Serviço Consular;
- *Any other Consulate Service.*

FINANCIERO

- Imposto de Renda (USA e Brazil);
- *Income Tax (USA and Brazil);*
- Abertura de Empresa;
- *Opening a Business;*
- Bookkeeping e Payroll.

OUTROS SERVIÇOS

- Traduções Certificadas;
- *Certified Translations;*
- Transferência de Dinheiro para e do Brasil;
- *Money Transfer to and from Brazil;*
- Homologação de Divórcio no Brasil;
- *Divorce Recording in Brazil;*
- Reconhecimento de Firma;
- *Notary Public Services.*

**8484 Wilshire Blvd. #745
Beverly Hills - CA 90211**

***Phone (323) 651-2185 - *Fax (323) 651-2730**

***E-mail: rcbusiness@sbcglobal.net**

***Site: www.rcbusiness-services.com**

No matter how handy you are with heat-styling tools, no one can get your strands as smooth as a stylist, and the Brasilian Blow Dry Bar will whip your mop into a polished coif in no time...

Get your Hair as:

***Free Drink Included!
*Snacks \$4**

- Straight and easy
- Straight, voluminess body
- Fun bouncy curls
- Wild & messy curls
- Wavy and loose



**For Only:
\$30 (Adults)
\$24 (Kids)**

8969 Sunset Blvd., W. Hollywood, CA 90069

www.brasilianblowdry.com

**To Book Call (310)858-8136
Organic & Natural
Brazilian Products Available**



“Going to College”

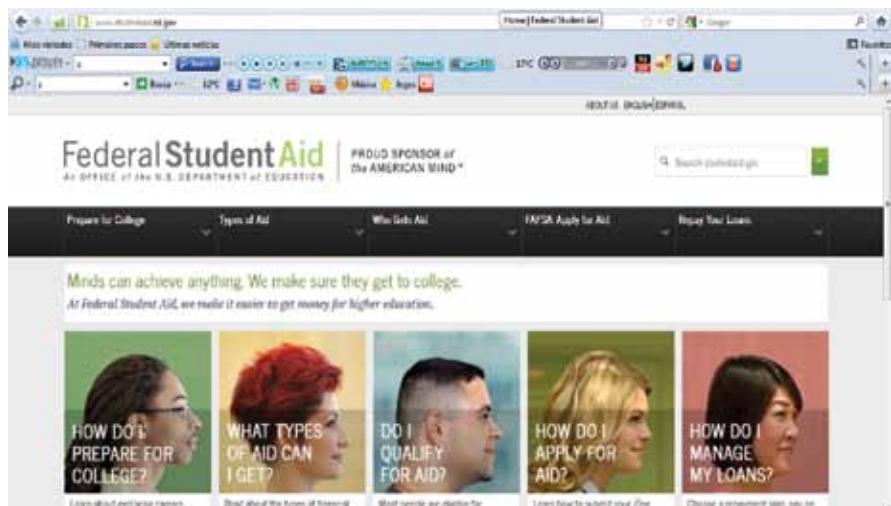
O Complexo Processo de Ir a Uma Universidade nos EUA

Lindenberg Junior

O processo de entrar em uma Universidade nos EUA é bastante diferente do processo no Brasil e posso dizer, é bem mais complicado nos passos a seguir, principalmente se o estudante tiver que optar por financiar os seus estudos. A media de gastos anuais para se graduar em uma Universidade nos EUA esta em torno de US\$35 a US\$40 mil anuais e esta dividida em partes como “tution” (ensino), “housing” (dormitórios), “food” (alimentação) e “books” (livros).

Sendo Brasileiro e tendo chegado aos EUA já depois de ter me formado em jornalismo em Recife, nunca tive que passar por esse processo. Mas vivendo a mais de vinte anos em Los Angeles e com um filho americano, fui absorvendo a cultura. Esse não (2012), como o meu filho Giovanni passando para o ultimo ano de High School (Senior Year), tive que junto com minha esposa, de correr atrás na busca das melhores informações para processo de ingresso na Universidade, incluindo o tema de financiamento e bolsa de estudos.

Uma das coisas que não concordo no que diz respeito a esse processo de “Going to College” é o fato do estudante, quando esta por entrar na Universidade, dar preferência a estudar longe de casa, da cidade que os viu crescer, dos pais e dos próprios amigos. Nos vários livros que já li e websites que já visitei não encontrei nada que dissesse que um garoto de 17 ou 18 anos tenha que ir a uma Universidade a 1000 milhas de sua casa e com gastos extras adicionais a que isto implica. Um comportamento americano que foi se passando de geração a geração. Uma tática usada para facilitar “novas experiências” além



da prioridade número um de “estudar”? Bem, se você vive nos EUA e já teve filho (a) passando por esse processo, dever saber o que eu estou falando.

Por tradição, os pais americanos começam esse processo de busca de informações, visita a Universidades, etc., quando o filho (a) ainda esta no ano Junior de High School (terceiro ano). Mas existem aqueles que já começam quando o filho é “Sophomore” (segundo ano) ou ate mesmo “Freshman” (primeiro ano). No meu ponto de visto, no começo do ano ultimo ano de HS, funciona bem, mas é preciso dedicação e tempo no caminho de ajudar o seu filho e o seu bolso.

Para melhorar as chances de se conseguir subsídios e bolsas de estudos para cursos superiores nos EUA, a regra básica inicial é começar o processo cedo e aplicar onde exista menos competição. Para os alunos residentes nos EUA e em High School (ou já em “college”),

esse processo deve acontecer no máximo ate o fim da primavera nos EUA, em meados de abril e antes do ano letivo que começa geralmente em agosto ou setembro.

Para ler esse interessante artigo de mais de 1200 palavras na íntegra, visite o nosso website www.soulbrasil.com. O artigo esta publicado em nossa pagina inicial (homepage), e inclui os melhores links sobre o tema, além de conclusões de relevância depois de uma minuciosa pesquisa. ■



BRAZILIAN ACCENT

PORtUGUESE LANGUAGE AGENCY



- Accent Reduction in Portuguese & English Via Skype
- CA Certified Interpreting & Translation in Court, Commercial & Immigration Cases

CAROLYN QUINTELLA
M.A. in linguistics, UFRJ

Call: (925) 324-1026
www.brazilianaccent.com

Portuguese Lessons

Have fun learning the language & culture of Brazil w/ Monica.

COASTAL SAGE

School of Botanical & cultural studies.

3685 Voltaire St. | San Diego
(619) 223-5229

Falamos Português.



Credentialed English teacher offering 1-on-1 and small group ESL lessons
All assessments and materials provided

Contact Christina Rezende for rates & hours
p. 650-464-8077 email: costaglio@gmail.com
www.myknowledgetree.com

"If you or someone you know is facing financial distress...
understands that there are options available".



Vladimir Bellemo, REALTOR®

"You'll be glad you chose Vlad!"

Falo Português

DRE Lic.#01200312



1021 W. Bastanchury Rd., Suite 140
Fullerton, CA 92833-2248

(714) 932-5335 - Cell
C21Vlad@aol.com - E-Mail
www.HomesByVlad.net - Web Site



"Foreclosure & Short Sales Specialist"



Primeiro Encontro da Comunidade Brasileira da Jurisdição de Los Angeles

O Conselho de Cidadãos, que se encontra mensalmente na sala de reunião do Consulado Geral de Los Angeles, e que é formado por alguns membros das comunidades Brasileira de Los Angeles e San Diego, estará no mês de Novembro organizando um encontro aberto ao público em ambas as cidades.

Em San Diego, será no dia 3/11 na sala de treinamento do Keller Williams Realty – 12780 High Bluff #130 em San Diego / Entrada pela parte Norte do prédio. Em Los Angeles, acontece no dia 10/11 e será na sala de reunião do Consulado Geral do Brasil em Los Angeles – 8484 Wilshire Blvd (terceiro andar) em Beverly Hills. O horário

em ambos os locais, será das 9:30am as 12:00pm. Entre os temas a serem abordados esta:

- DUI – como reagir no contato com os policiais; seus direitos e obrigações.
- Violência Doméstica: Consequências legais; seus direitos como vítima; instituições de apoio.

Os temas serão ministrados por especialistas nos respectivos assuntos e haverá um espaço para a apresentação de projetos para a comunidade relacionados aos temas. O espaço é limitado, por favor, inscreva-se através do email: conselhoLA@yahoo.com.

Para as mulheres que sofrem ou querem se prevenir contra abusos de violência doméstica, existe um Kit Contra a Violência Doméstica disponível no website da Soul Brasil magazine – www.soulbrasil.com. Um guia interessante em arquivo PDF e que pode ser facilmente baixado. ■



Uma Realização: Conselho de Cidadãos

Get it for Free!

From Our “Self Developing” Digital Catalog



* “Be Psychic Course”...

Unlash your latent psychic abilities! **Page 6...**

* “Secrets of Real Hypnosis”...

Find out how to influence anyone! **Page 8...**

* “Master Blueprints”... Think & Grow Rich Book in a new mini course... **Page 14...**

* “Stop Smoking Now”... Quit smoking, even if you think you don’t want to! **Page 14...**

WWW.SOULBRASIL.COM/FREE-GIVEAWAY



Our Customers Knows What We Offer...
And Recommend Us!



ALEX MEAT MARKET
CARNICERIA ARGENTINA

Diversos Produtos Brasileiros
e Latino Americanos

Frigorifico, Padaria e Mercado
Preços Super Competitivos!!!



11740 Victory Blvd. N.Hollywood, CA
(818)762-9977 - (818)506-9772



El Mambi Super Market

"Visítenos y Vera lo que Ahorra"

*Productos Espanoles y Latinos en General

*Produtos Brasileiros * Vinos Finos y Licores

*Moderna Carniceria con Cortes al Gusto

Lunes a Sábado: 8am-8pm / Dom: 9am-6pm

328 E. Chevy Chase Dr. Glendale, CA 91205



(818)246-6016



* Preços Imbatíveis

* Frigorífico

* Padaria

* Cerveja e Vinho

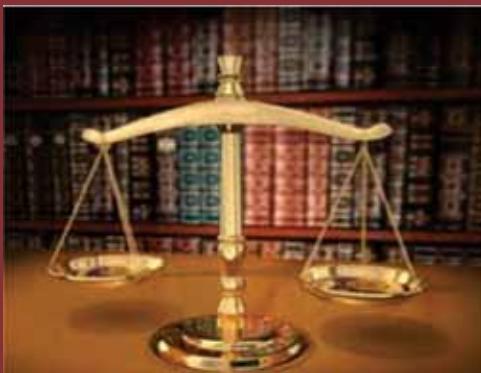
* Produtos Sul-Americanos

11742 Central Ave. Chino - CA 91710

(818)628-8215

ACIDENTES?

Ligue Para o Escritório do
Advogado Roberto Weinstein



- Automóveis
- Motocicletas
- Bicicletas
- Pedestres
- Aviões
- Caminhões
- Comerciais

- Navios
- Morte Culposa
- Mordidas de cão
- Acidentes Fatais
- Quedas
- Acidentes de Trabalho

Serviços 24 horas por dia/ 7 dias da semana

Encontraremos com você em casa ou no hospital...

Lutaremos para você receber a máxima compensação!

CONSULTA GRÁTIS!

\$\$ Milhões\$\$ de dólares já foram pagos aos nossos clientes!!

**LIGUE JÁ! (310) 709-6601 / PORTUGUÊS
(818) 888-5567 or (310) 277-7762 / ENGLISH**



Ampla Variedade de Produtos Brasileiros!



Miss Brasil-USA Las Vegas

Lindenberg Junior

Um Pouco Sobre a Miss 2011 Ellen Alves & o Próximo Evento de 2012

Ela nasceu no dia 31 de Dezembro, um dos dias mais festivos e alegres do Brasil em consequência do clima de "Ano Novo & Vida Nova" que quase todo brasileiro adota. Talvez por isso, essa Pernambucana, que passou a sua infância na Bahia e sua juventude no Estado do Rio, seja tão espontânea, alegre e carismática.

No Rio, Ellen Alves morou na pequena e simpática cidade de Maricá, na região dos lagos. Ali terminou os seus estudos secundários e fez um curso profissionalizante de desenho artístico. Logo depois de receber o seu diploma, passou a lecionar dando aulas para crianças e adolescentes com capacidades especiais. Com o seu espírito de "boa samaritana", Ellen sempre se interessou em ajudar os mais necessitados e de ser prestativa para a sua comunidade. Com apenas 17 anos, a Pernambucana passou a ser exemplo quando foi escolhida para representar os jovens como a "garota comunidade" na cidade de Maricá.

Em seguida, particularmente pela sua simpatia e personalidade somado a sua beleza natural, foi convidada por uma agencia do Rio de Janeiro para ser modelo e desfilar em passarelas, ate que cinco anos mais tarde, conheceu a Jonathas Coelho, um baiano que foi visitar Maricá e que já morava em Santa Ana (CA) por vários anos. Ellen se apaixonou, casou no Rio, e logo depois desembarcava no aeroporto de L.A para residir em Riverside em 2005. Com a sua paixão pela dança e "ginga" brasileira, logo passou a ensinar um pouco de samba as novas amigas. Não demorou em Ellen começar a dançar profissionalmente como bailarina de samba em alguns eventos na região de Riverside e Palms

Springs. Ellen ainda viveu um ano em Phoenix no Arizona, ate se mudar com seu esposo para Vegas no começo de 2010.

"Estou super agradecida com a acolhida da comunidade de Las Vegas. Aqui é muito quente e não tem praia por perto, mas a cidade tem boa infraestrutura, é alegre e bem eclética" diz Ellen. Em fevereiro de 2011 ela foi convidada para uma festa da Fundação Brasileira D. Pedro II onde teve a oportunidade de conhecer a presidente Sonia Rivelli. Em seguida foi escolhida por unanimidade pelo conselho da Fundação para representar Las Vegas no Miss Brasil-USA 2011, na versão nacional em New Jersey.

Mais recentemente, a simpática Ellen criou o seu próprio grupo de Samba "Vegas Rio Samba Brasil" e em maio de 2012 fez parte da primeira participação brasileira no primeiro "Carnaval Internacional" de rua no centro de Las Vegas,

uma iniciativa de um grupo de Bolivianos e no qual conta com "alas" de vários países Latino-Americanos. Pela sua desenvoltura e personalidade, foi à coordenadora da parte do Brasil no Carnaval Internacional desse respectivo ano e foi convidada para fazer parte da organização do Miss Brasil-USA Las Vegas 2012 que acontece nesse mês de Novembro, no Sábado 03, as 8pm no Yolies Restaurante.

"Sinto-me lisonjeada de poder fazer parte da organização do Miss Brasil-USA Las Vegas assim como da Fundação Brasileira Pedro II. Ser parte de uma organização que incentiva os valores familiares e dar suporte aos nossos jovens que chegam aos EUA dispostos a uma vida melhor, de superação, e em busca de um futuro melhor, só pode ser um enorme prazer", complementa Ellen. ■

* Para mais informações sobre o Miss Brasil-USA Las Vegas 2012: Ligue (702)494-9493 ou (702)247-9028 – eMail: missbrasilusanevada@yahoo.com





*Brazilian Wax

*Photofacials *Lazer Hair Removal

*Chemical Peels *Botox *Body Treatments

(702)889-6292 – (702)762-3333 (Cel)
5875 South Rainbow #201, Las Vegas, NV 89118

Cabeleireira & Maquiladora

- * Experiência
- * Inspiração
- * Inovação

Faço/Hablo-Speak

Geuzane Castro
(702)525-6953

Rincón de Buenos Aires Deli & Restaurant

Lo Mejor de

 Argentina

en Las Vegas

(702)257-3331/2

5300 W. Spring Mtn. #117
Las Vegas, NV 89102



 **HUE DENTAL**
LUIZ DOS SANTOS, DMD

Luis dos Santos, DMD
"O seu Dentista Brasileiro em Vegas"

\$40 Cupom

Exame – Digital Raio-X – Limpeza

*Primeira Visita / Sem Doença "Periodontal"

1350 S. Jones Blvd. #140, Las Vegas, NV 89102
(702)870-6161

Advogada de Imigração

Law Offices of Gisela Ambrosio
Ligue Para uma Consulta Grátis:
(310)736-4076 – (310) 923-0733

www.giseleambrosiolaw.com

Do You Need Printing? Quality Job & Competitive Rates!

*** 1000 Biz Cards \$49**

*** 5000 Postcards \$189**

1000 Full Page Flyer \$159

*** 5000 Brochures \$329**

Falamos Português!

(818) 508-8753 | www.kisuccess.com/printing



"WHAT HAPPENS IN BRAZIL WE BRING TO VEGAS"

- *Money Transfer * Translation
- * Notary Public
- *Fine Brazilian Merchandise
- *Airplane Tickets
- E muito mais...

2585 Flamingo Rd. Ste. 14, Las Vegas, NV 89121
(702)878-7007 – WWW.BRAZILINVEGAS.COM



bocadobrasillv@gmail.com



Dinner in – Take Out – Delivery



Visit us... for the Best of Brazilian
"Homemade" food
and Brazilian "Style" Pizzas.

(702) 655-9999

4825 S. Fort Apache Rd. Suite H
Las Vegas, NV 89147
Northwest Corner of Tropicana & Fort Apache



www.bocadobrasil-lv.com

Discount Optical

"Extensa Variedade de Óculos com Preços Imbatíveis"
Confira Vários e Legítimos Testemunhos no Yelp

Complete Eye Glasses

Single Vision **\$39.95**

Bifocal **\$59.95**

Progressive Lenses **\$89.95**

Single Vision made while you wait!

(818)902.1919

6800 Balboa Blvd #G,
Van Nuys, CA 91406,
Los Angeles Area



AUTO INSURANCE SPECIAL

AS LOW AS
\$19 PER MONTH
RATES BASED ON ZIP CODE AND DMV RECORDS

WE ISSUE INTERNATIONAL DRIVER LIC.

HEALTH INSURANCE

Affirmative
Insurance & Financial Svcs

Servicing The Community Since 1998!!!

HEALTHY
FAMILIES

Residential Life • Health Commercial
Auto Insurance
Healthy Families
Financial Services
Liability • Disability

Two Locations to Better Serve You!

5624 Lankershim Blvd.

North Hollywood, CA 91601 Los Angeles, CA 90006

Phone: (818) 997-7879

Phone: (213) 351-9511

Fax: (818) 997-7844

Fax: (213) 351-9586

www.getais.com

Lic # 0E55990

We Bring Brazil For You!

Party www.partybrazil.com
Call (818) 468-6474 | Email: party-brazil@hotmail.com

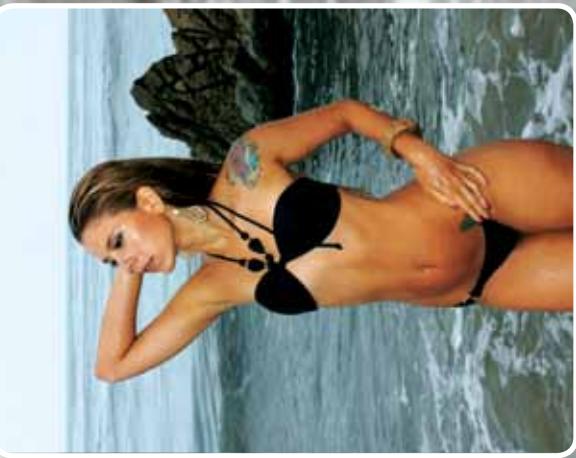
Brazil

Just give
ONE CALL
and you
GET IT ALL!!!

- Afro-Brazilian Performance
- Feather Samba Dancers
- Dj or Live Music (Single, Duo, Trio or Full Ensemble)
- Bartender and Brazilian Chef



INFO: (818) 468.6474 - WWW.PARTYBRAZIL.COM



Luciana Dídini



Soul in Shape

Born: Rio de Janeiro, Brazil

Living Now: Santa Barbara, CA

Weight: 121 pounds

Height: 5'7"

Sign: Libra

Color Preferences: Green and Yellow

Food Preferences: Moqueca, Cheese Bread and Banana Tart...all Brazilian Food.

Hobby: Cooking, Yoga and spend time w/ my dogs.

Sport/Fitness: Dance (Samba, Afro-Brazilian and Zumba), Surf and Skating.

Music Style: Bossa Nova & Samba

Career: Modeling and Acting

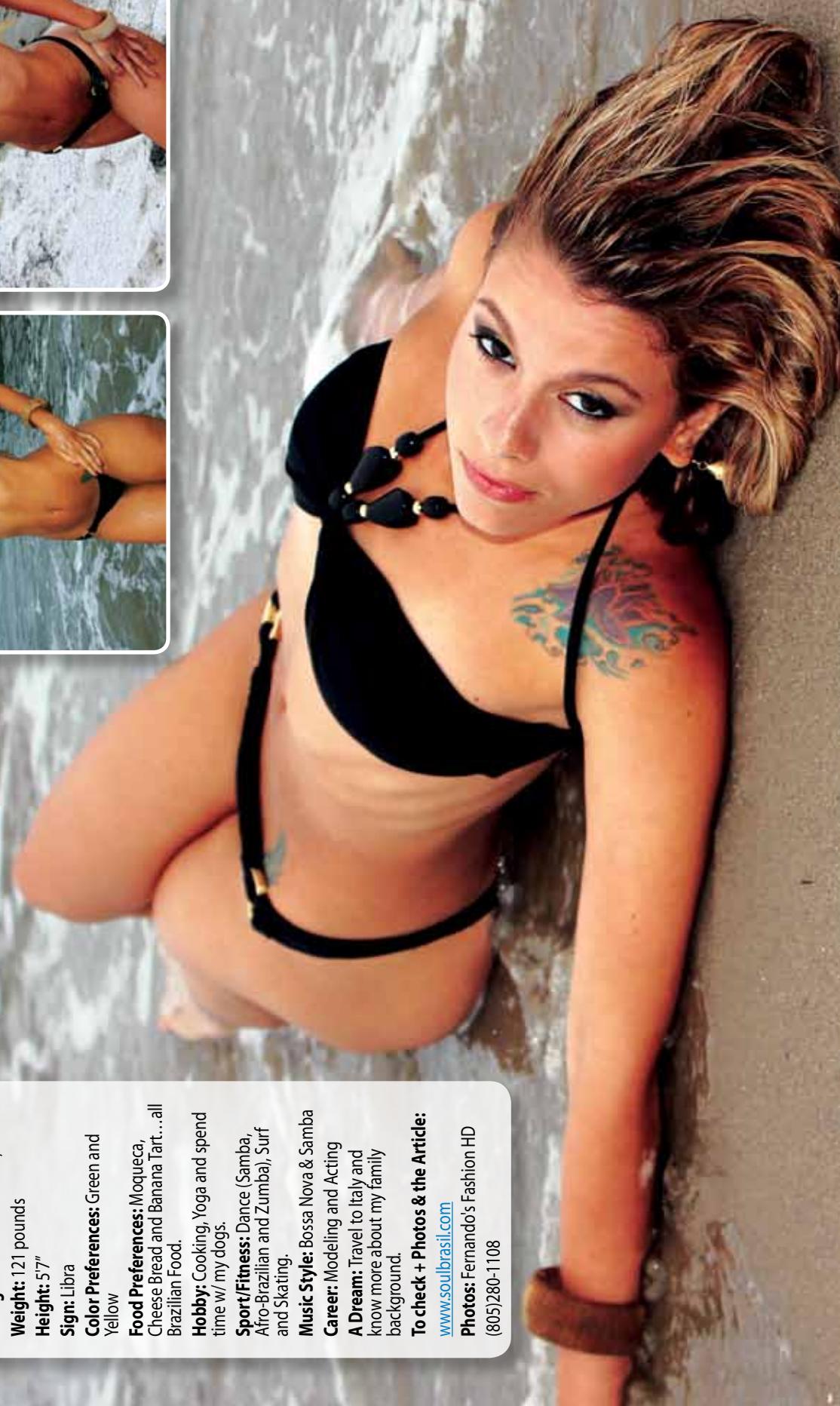
A Dream: Travel to Italy and know more about my family background.

To check + Photos & the Article:

www.soulbrasili.com

Photos: Fernando's Fashion HD

(805)280-1108



Como Atrair Mais Clientes “Locais”

É incrível ainda perceber que muitos donos de pequenos negócios estabelecidos localmente ainda estejam usando APENAS velhos formatos tradicionais de marketing para atrair novos clientes e aumentar o fluxo de caixa de suas pequenas empresas. Quando menciono sobre “apenas velhos formatos”, quero dizer que hoje em dia se necessita ADICIONAR algo fundamental... para **ATRAIR NOVOS CLIENTES QUE ESTÃO LOCALIZADOS NA PRÓPRIA VIZINHANÇA DA EMPRESA LOCAL.**

Estou falando em “OPTIMIZAR AS INFORMAÇÕES DO SEU NEGÓCIO LOCAL NO UNIVERSO ONLINE” através de motores de busca locais e diretórios locais, e inclusive uma otimização para aparelhos móveis como os smartphones.

Um Fato Consumado em 2011: 25% das pesquisas de busca online através do Google, Bing e Yahoo foram para encontrar empresas locais. Por exemplo, o consumidor fulano de tal que vive no Zip Code X e que busca por Classes de Brazilian Jiu-Jitsu no mesmo Zip Code X – ou nas redondezas do seu local de residência ou trabalho. Com esse fato constatado, podemos dizer que nos dias de hoje seria de suma importância se ADICIONAR o que se chama de **LOCAL SEARCH OPTIMIZATION** a qualquer iniciativa de plano de marketing... isso se VOCÊ TEM INTERESSE NESSE CRESCENTE NUMERO DE PESSOAS EM BUSCA POR PEQUENAS EMPRESAS LOCAIS ATRAVÉS DA WEB.

Atualização dos Nossos Conhecimentos: O que se chamava de Google Places ate algumas semanas atrás passou a ser agora "Google + Local". E um dos maiores benefícios é que o "Google + Local" tem o potencial de

se expandir através de alguns dos importantes canais de mídia social. Mas além do Google + Local, existem outras importantes Ferramentas de Busca Local, e além das Ferramentas de Busca Local, existe também importantes diretórios de negócios “local” – entre uma das vantagens dessa otimização seria a inclusão de mapas, imagens, vídeos, citações, backlinks (a URL do seu website se você tiver um) e inclusive conteúdo informativo sobre um produto ou serviço específico.

Tarefa Entediante: Além da necessidade de você ter um bom conhecimento sobre o assunto, a otimização e execução dessa tarefa é entediante e pode levar várias horas (ou dias) do seu precioso tempo.

Felizmente Para Você: Existe um atalho... a conveniência de poder utilizar os nossos serviços de **LOCAL SEARCH ENGINE OPTIMIZATION** por um valor que não vai pesar no seu orçamento... e assim melhorar a visibilidade da sua empresa “local” nas buscas através da web – e com foco na comunidade de potenciais clientes locais. *Não necessita ter um website.



NÓS TEMOS A EXPERIÊNCIA DE MARKETING & COMUNICAÇÃO.
NÓS TEMOS UM PACOTE EFETIVO POR APENAS \$189
*** RENOVAÇÃO ANUAL OPCIONAL.**

www.kisuccess.com/local-seo