



PALACE

COPACABANA PALACE &
HOTEL DAS CATARATAS
MAGAZINE

1
PRIMAVERA // VERÃO 2012

DARIA WERBOWY
by MARIO TESTINO



SÃO PAULO Rua Haddock Lobo 1682 Tel 11 3062-1881. Shopping Iguatemi Tel 11 3031-4771. Shopping Cidade Jardim Tel 11 3552-4102
RIO DE JANEIRO Shopping Leblon Tel 21 2422-3757. BRASILIA Shopping Iguatemi Brasilia Tel 61 3468-5001

Ido Zegna

zegna.com



Os hóspedes preferem os
grandes hotéis. Os grandes
hotéis preferem Trussardi.



Jogo de cama Menardi em 100% algodão egípcio. Acabamento nobre em plissê e bordados.

A Linha Trussardi Hotelaria torna qualquer estada simplesmente inesquecível. São peças que acolhem, envolvem e dão um toque de sofisticação aos quartos dos melhores hotéis. Um detalhe da Trussardi que faz toda a diferença.



TRUSSARDI®

HOTELARIA

A marca dos grandes hotéis



www.benettiyachts.it

Class
BENETTI
RANGE

DELFINO 93' TRADITION 105' CLASSIC 121' CLASSIC SUPREME 132' CRYSTAL 140' VISION 145' VISION SUPREME 164'

IMAGINATION 47M. CUSTOM RANGE YACHT.

SÃO PAULO (11) 3878 6800 . GUARUJÁ . SÃO SEBASTIÃO . ILHABELA . UBATUBA . ESPÍRITO SANTO
RIO DE JANEIRO (21) 3505 6800 . FRADE . VEROLME . ANGRA DOS REIS . PARATY
FLORIANÓPOLIS (48) 3878 6800 . CURITIBA . BIGUAÇU . BAL CAMBORIÚ . PIÇARRAS . PORTO ALEGRE
SALVADOR (71) 3014 6800 . ARATU . RECIFE . JOÃO PESSOA . MIAMI (305) 722 7200

YACHTBRASIL
MOTORBOATS



Benetti
ITALIAN EXCELLENCE SINCE 1873



COME AND DISCOVER IN DESIGN AND LUXURY

Rio Exclusive propõe uma seleção de alta gama de propriedades para venda no Rio de Janeiro.

Dispomos da habitação ideal para o investimento que atendera exatamente suas expectativas.

Nossa equipe Multilingue e multi talento poderá vos assistir em todas as etapas da aquisição e da gestão do seu imóvel no Rio de Janeiro.

Rio Exclusive offers the best selection of high-end and luxury properties in Rio de Janeiro.

Here you will find the ideal accommodation that meets your exact requirements for your stay in the "Cidade Maravilhosa" whether it is for a long-term stay, or investment.

Our multilingual team can assist you in every step of your acquisition or management of property in Rio de Janeiro.

Rio Exclusive propose la meilleure sélection de propriétés haut-de-gamme sur Rio de Janeiro.

Vous trouverez le logement idéal pour votre séjour dans la "Cidade Maravilhosa" ou l'investissement qui répondra exactement à vos exigences.

Notre équipe multilingue et multi-talents pourra vous assister dans toutes les étapes de l'acquisition ou de la gestion d'un bien à Rio de Janeiro.



RioExclusive



LUXURY REAL ESTATE

www.rioexclusive.com

information@rioexclusive.com

(+55) 21 2137 9786 • (+55) 21 9350 5168



COPACABANA PALACE



Destinos Exclusivos no Brasil.



Hotel das Cataratas
foz do iguaçu



Foto: Wellington Nemeth

EDITORIAL

É com muita satisfação que apresento a primeira edição da revista *Palace Magazine*. Trata-se de uma revista semestral dedicada à publicação do universo da Orient-Express no Brasil e em outros importantes destinos ao redor do mundo. Propriedade do grupo Orient-Express desde 1989, o Copacabana Palace, ícone da hotelaria carioca e internacional, é sinônimo de beleza, bom gosto e exclusividade. É o resultado de nosso total comprometimento com o surpreendente, o raro, o especial, oferecendo um produto que fascina e conta história. O Hotel das Cataratas em Foz do Iguaçu, sob administração da Orient-Express desde 2007, nos dá a oportunidade de demonstrar que os conceitos de luxo e ecologia são complementares. Desenvolvemos um projeto no qual a consciência ecológica e o conforto absoluto estão associados. O hotel está localizado dentro do Parque Nacional do Iguaçu que é tombado pela UNESCO como Patrimônio Mundial Natural da Humanidade. Desejamos lhe oferecer a experiência de desfrutar deste verdadeiro paraíso, sem causar nenhum mal ao meio ambiente. A *Palace Magazine* será um espaço de bem-estar e requinte que trará em suas páginas os lançamentos, as tendências e o estilo de cada uma de nossas propriedades. Espero que tenham uma boa leitura.

We are pleased to present the first edition of Palace Magazine. This biannual magazine is devoted to publishing the world of Orient-Express in Brazil and in other major destinations around the world. Managed by the Orient-Express Group since 1989, the Copacabana Palace, a hotel icon of Rio and the world, is synonymous for charm, good taste and exclusivity. It is the result of our total commitment offering a product that amazes and fascinates and has a proud history with uniqueness and distinction. Hotel das Cataratas in Foz do Iguaçu, which has been run by Orient-Express since 2007 gives us the opportunity to show that the concepts of luxury and ecology are complementary. We developed a project where absolute comfort and environmental awareness are associated. The hotel is located in the Iguaçu National Park, which is listed by UNESCO as a World Natural Heritage of Humanity. We hope to offer you the experience of enjoying this paradise, without causing any harm to the environment. Palace Magazine is a publication conveying well-being and refinement which will feature releases, trends and style of each of our properties. I trust you will enjoy reading it.

Philip Carruthers
Diretor Superintendente, Orient-Express - Brasil
Regional Managing Director, Orient-Express - Brazil

16

NEWS

COPACABANA PALACE - HOTEL DAS CATARATAS
What's news

24

COPACABANA 88 ANOS

UM PALÁCIO EM COPACABANA
Copacabana 88 years - A Palace in Copacabana

30

SANTUÁRIO À VISTA

HOTEL DAS CATARATAS
Sanctuary in sight - Hotel das Cataras

36

MARIO TESTINO

"EU GOSTO DO GLAMOUR DEVIDO A SUA INACESSIBILIDADE"
Mario Testino : "i like glamour because of its inaccessibility"

44

PERFIL DE UM CARIOCA

RODRIGO SANTORO
Portrait of a Carioca - Rodrigo Santoro

52

HISTÓRIA DE SUCESSO

H. STERN
Success story - H. Stern

60

MODA

GUILHERME GUIMARÃES
Fashion - Guilherme Guimarães

66

GASTRONOMIA

RESTAURANTE CIPRIANI
Gastronomy - Restaurante Cipriani

70

DESTINOS ORIENT-EXPRESS

SICÍLIA, PARAÍSO EXUBERANTE
Orient-Express getaways - Sicily, exuberant paradise

78

CELEBRIDADES & EVENTOS

BAILE DO CARNAVAL, SHOW DO STEVE ROSS
Celebrities & Events - Carnival Ball & Show do Steeve Ross

90

RIO VISTO POR...

LORIN MAAZEL
Rio Seen By... Lorin Maazel



ADRIANA DEGREAS

made in Brasil

NEWS

COPACABANA PALACE

FELIZ 2012

O Réveillon de Copacabana é uma das maiores festas do mundo. Mais de um milhão de pessoas se reúnem na praia, todas vestidas de branco, para assistir ao tradicional show de fogos de artifício à meia-noite, que marca a chegada do ano novo. A festa do Copacabana Palace, nos salões Nobre, Golden e Frontais, na noite de 31 e dezembro, é uma das mais disputadas do Rio de Janeiro. Com bufê elaborado pelo chef executivo Francesco Carli, a comemoração inclui música ao vivo, Veuve Clicquot e tem cenário assinado por Daniel Cruz. Há ainda mais duas opções de celebração: jantar no Périgula, com DJ, e jantar no Cipriani, com menu criado pelo chef Nicola Finamore harmonizado com vinhos selecionados pelo sommelier e champanhe Taittinger.



Festa com vista privilegiada para uma das maiores celebrações do mundo: o Réveillon de Copacabana
Party with a privileged view of the greatest celebration of the world:
New Year's Eve in Copacabana

Happy 2012

New Year's Eve at the Copacabana Palace is one of the greatest parties in the world. More than a million people gather on the beach, all dressed in white to see the traditional firework show at midnight, which marks the arrival of the New Year. The celebration at the Copacabana Palace, in the lounges "Salão Nobre", "Salão Golden" and "Frontais", on the night of December 31st, is one of the most sought-after parties of Rio de Janeiro. With a buffet prepared by the executive chef Francesco Carli, the celebration includes live music, and Veuve Clicquot and it has its design signed by Daniel Cruz. There are still two other celebration options: dinner at Périgula with a DJ or dinner at Cipriani, with menu created by chef Nicola Finamore harmonized with wine selected by sommelier and Taittinger champagne.



GLAMOUR NO CARNAVAL

O Baile do Carnaval do Copacabana Palace é um marco no calendário do Rio de Janeiro. Idealizado por Zeka Marquez, ele ocorre aos sábados de Carnaval e recebe estrelas brasileiras e internacionais a cada edição. Glamoroso e divertidíssimo, o baile tem música ao vivo com marchinhas e sambas-enredo, cantados por Eliana Pittman, e bateria de escola de samba comanda por Haroldo Costa. Os convidados vestem black tie ou fantasia de luxo. Este ano, o tema é "As Rainhas", um tributo às mulheres que passaram pelo Copa e fizeram história, como Ava Gardner, Maria Callas, Carmen Mayrink Veiga, Ruth de Almeida Prado e Narcisa Tamborinduguy. Alternando tons de preto, branco e dourado, o décor, também assinado por Zeka, é neobarroco, repleto de tiaras e inspirado na abelha rainha.

Glamour at Carnival

The Carnival Party of the Copacabana Palace is a milestone on the calendar of Rio de Janeiro. Conceived by Zeka Marquez, it takes place on the Carnival Saturday and it receives Brazilian and international stars every year. Fun and glamorous, the party has live music and samba songs, sung by Eliana Pittman and the drums of the samba school by Haroldo Costa. Guests wear black tie or luxury costumes. This year's theme is "The Queens", a tribute to the women who have stayed at the Copa and made history, such as Ava Gardner, Maria Callas, Carmen Mayrink Veiga, Ruth de Almeida Prado and Narcisa Tamborinduguy. The décor, also signed by Zeka, is neo-baroque, alternating shades of black, white and gold, is full of tiaras and inspired by the queen bee.



Projeto do cenário do Baile de Carnaval do Copa de 2012
Project of the setting for the 2012 Carnival Party at the Copa

COPACABANA PALACE NA MODA

Copacabana Palace in fashion

Conhecida por fazer uma moda praia sofisticada, a estilista Adriana Degreas criou uma coleção inspirada no Copacabana Palace e no bairro onde ele se localiza. A estampa exclusiva tem duas variações e inclui desenhos que misturam a fachada do hotel - um marco na arquitetura do Rio de Janeiro - à Praia de Copacabana e aos versos da música *Copacabana*, de Braguinha. A designer, que já apresentou um desfile nos salões do Copa, desenhou 10 modelos, entre maiôs, caftans, sungas e biquínis. A linha está à venda na Signature, a loja do Copa, onde também é possível encontrar biquínis da Lenny e acessórios de Glorinha Paranaguá e Francesca Romana Diana.

Known by making sophisticated swimwear, the fashion designer Adriana Degreas created a collection inspired by the Copacabana Palace and the neighborhood where it is located. The exclusive pattern has two variations and includes designs which blend the facade of the hotel - a landmark in the architecture of Rio de Janeiro - with the Copacabana Beach and verses of the song "Copacabana" by Braguinha. The designer, who has already presented a fashion show in the Copa's lounges, designed 10 models of swimming suits, from one-piece, caftans, men's swimwear and bikinis. The collection is on sale at the Signature, the Copa's store, where you can also find bikinis from Lenny and accessories from Glorinha Paranaguá and Francesca Romana Diana.



Estilista cria estampa inspirada no Copa
Fashion designer creates pattern inspired by the Copacabana Palace



Aos domingos, a tradição é o brunch no Périgula, no Copa
The Sunday bruncher at the Périgula are a tradition at the Copa

TRADIÇÃO NO PÉRIGULA

O brunch do Copacabana Palace aos domingos é famoso não apenas entre os hóspedes, mas também entre os cariocas e visitantes da cidade. Começar o dia com o aconchegante e elaborado café da manhã de domingo no Périgula, com a vista espetacular da piscina do hotel de um lado e o mar de Copacabana do outro, é de tirar o fôlego. Uma das características do brunch, servido de 12h30 a 16h30, é a ampla seleção de frutos do mar frescos preparados pelo chef executivo Francesco Carli. Já aos sábados, como manda a tradição, o programa gastronômico é a feijoada, também no Périgula.

Tradition at the Périgula's

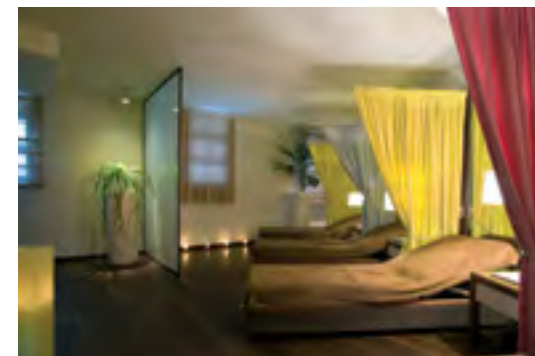
The brunch at the Copacabana Palace on Sundays is famous not only among its guests, but also among the locals and visitors to the city. Starting the day with the cozy and elaborate Sunday breakfast at the Périgula restaurant, with a spectacular view of the hotel pool on one side and the Copacabana sea on the other side, is just breathtaking. One of the characteristics of the brunch, served from 12:30pm to 4:30pm, is the wide selection of fresh seafood prepared by the executive chef Francesco Carli. As far as Saturdays are concerned, as the tradition says, the gastronomic feature is the "feijoada", also at the Périgula.

DAY SPA NO COPA

Fugir da rotina estressante do cotidiano e passar um dia inteirinho de relax é a proposta do Day Use Spa do Copacabana Palace. Além do tratamento corporal, que pode ser massagem sueca, shiatsu ou reflexologia, o programa inclui um agradável almoço no restaurante Périgula e, depois, uma tarde para descansar em um dos apartamentos do hotel. O cliente ainda pode usar a quadra de tênis, o serviço de praia e dar um mergulho na piscina do Copa, um espelho d'água semiolímpico onde a princesa Diana nadou quando visitou o Rio de Janeiro.

Day Spa at the Copa

Escaping from the stressful daily routine and spending an entire day of relaxation is the objective of the Day use Spa at the Copacabana Palace. Besides the body treatment, which can be Swedish massages, shiatsu or reflexology, the program includes a lovely lunch at the Périgula restaurant and later you can have an afternoon to rest in one of the hotel rooms. The client can still use the tennis court, the beach service and go for a dip in the hotel pool, a semi-Olympic reflex pool where Lady Di swam when she visited Rio de Janeiro.



Menu Um dia no Spa com almoço no Périgula, mergulho na piscina e descanso num dos quartos do Copa
A Day Use Menu at the spa with lunch at the Périgula restaurant, a dip in the pool and a rest in one of the guestrooms

NEWS

HOTEL DAS CATARATAS



Hotel das Cataratas é o único localizado dentro do Parque Nacional do Iguaçu
The Hotel das Cataratas, the only hotel located in the Iguazu National Park

RESPONSABILIDADE AMBIENTAL

O fato de ser o único hotel localizado dentro do Parque Nacional do Iguaçu é mais um motivo para que o Hotel das Cataratas esteja sempre voltado para a preservação da natureza. Não apenas por isso, a reformulação e restauração do hotel, que durou dois anos e recebeu investimentos de R\$ 64 milhões, foi desenvolvida com base na responsabilidade ambiental e na sustentabilidade. Como marco do comprometimento com o tema, o hotel recebeu as certificações ISO 14001 e SA 8000. Em todas as instalações é feita a coleta seletiva de lixo e, além disso, há controladores de energia elétrica e estação de tratamento de efluentes.

Environmental Responsibility

Being the only hotel located in the Iguazu National Park is one more reason for the Hotel das Cataratas to always be focusing on the preservation of nature. Despite this fact, the renovation and refurbishment of the hotel, which lasted two years and received investments of R \$64 million, was developed on the basis of environmental responsibility and sustainability. In light of this environmental commitment, the hotel received the ISO 14001 and SA 8000 certifications. In all installations, selective collection of garbage is carried-out, and there are even power supply controllers and a station for treatment of effluents.

POOL BAR CATARATAS

Um dos programas mais agradáveis do Hotel das Cataratas é relaxar depois dos passeios ecológicos, no Pool Bar, ao pôr do sol. Localizado ao lado das duas piscinas, uma delas com 310 metros quadrados e borda infinita, ele oferece carta de drinques, degustação de batidas tropicais, noisette de frutas e águas frutadas. Aos hóspedes que estiverem nas piscinas, aquecidas durante o inverno, o bar oferece mimos como toalhas úmidas geladas para refrescar, toalhas secas e protetor solar.

Cataratas Pool Bar

Relaxing at sunset by the Pool Bar after the ecological tours is of the most enjoyable things to do at the Hotel das Cataratas. Located next to the two pools, one of which has 310 square meters and an infinity edge, a drinks menu is available for tasting tropical shakes, fruit noisette and fruit water drinks. For the guests who are in the pools, which are incidentally heated during the winter season, the bar offers treats like humid iced towels to cool down, dry towels and even sunscreen.



Pool Bar: sosiego à beira da piscina
Pool Bar: resting by the pool

CATARATAS SPA

Inaugurado em 2010, o spa do Hotel das Cataratas tem um conceito holístico natural. Com 282 metros quadrados, o complexo de bem-estar recebeu investimentos de R\$ 515 mil e se localiza dentro do prédio principal com vista para os jardins. Composto por seis salas, o espaço ainda oferece um ambiente para casais e saunas a vapor separadas para atender homens e mulheres. O menu inclui 10 rituais, que ganham nomes inspirados na natureza, como massagem Cataratas, que relaxa mente e corpo, Essência da Amazônia, com óleos essenciais exóticos para recuperação profunda, e Esfoliação da Floresta. Há também tratamentos faciais, manicure e pedicure. Todos os produtos utilizados são da Natura, que trabalha com princípios ativos genuinamente brasileiros. O som ambiente é de fontes de água e de pássaros, mas se o hóspede desejar, pode fazer seus tratamentos ao som de seu próprio iPod.

Cataratas Spa

Opened in 2010, the Hotel das Cataratas spa has a natural holistic concept. Encompassing some 282 square meters, this complex of contentment has received investments of R \$515 thousand and is located inside the main building with views of the gardens. Comprised of six rooms, it has an area for couples and steam saunas for men and women. The menu includes 10 rituals, which derive their names inspired by nature, like Cataratas massage, which relaxes the mind and body, Essence of the Amazon, with essential exotic oils for deep cleansing, and Forest Exfoliation. There are also facial treatments, manicures and pedicures. Only products by “Natura” are used, a genuinely Brazilian (beauty brand). The sound of water fountains and birds play in the background but guests can listen to their own iPod while receiving treatments if so desired.



Spa do Hotel das Cataratas: massagem com seleção de música do cliente
Spa at the Hotel das Cataratas: massage with music selected by the client



Projeto Carnívoros pretende salvar a população de onças pintadas
The Carnivores Project wants to save the jaguar

PRESERVAÇÃO DA FAUNA

O Hotel das Cataratas, o único localizado dentro do Parque Nacional do Iguaçu, é parceiro de uma importante e respeitada ação voltada para a preservação da fauna local, o Projeto Carnívoros. Inspirado no trabalho do pesquisador brasileiro Peter Crawshaw, que atuou na região na década de 90, o programa se utiliza de análises geográficas para colaborar com a manutenção de espécies de animais silvestres na região, como onças pintadas e pardas, pumas, antas brasileiras e tamanduás-bandeira. O grupo Orient-Express, ao qual o hotel pertence, investiu R\$ 1.4 milhão no projeto. Foram instaladas 36 estações de monitoramento e 72 câmeras para ajudar a medir a população, com a técnica conhecida como marcação e recaptura.

Fauna Preservation

The Hotel das Cataratas, the only hotel located in the Iguazu National Park, partners in an important and respected group geared to protecting the local fauna, called the Carnivorous Project. Inspired by the work of the Brazilian researcher Peter Crawshaw, who worked in the region in the 90's, the program uses geographical analysis to cooperate with the care of species of wild animals in the region, such as jaguars and the like, pumas, the Brazilian tapir and anteaters. The Orient-Express group, which the hotel is part of, invested BRL 1.4 million in the project. Some 36 monitoring stations and 72 cameras were installed to measure the population, with the technique known as mark-and-recapture.

ARCO-ÍRIS LUNAR

Observar as Cataratas do Iguaçu é algo emocionante. Ver a abundância e a força da natureza de tão perto é sempre surpreendente. Se durante o dia a visão é assim tão singular e impactante, imagine durante uma noite de lua cheia, quando ocorre o fenômeno do arco-íris lunar. Pois esta é a proposta de um passeio exclusivo para os hóspedes do Hotel das Cataratas. Imperdível. O roteiro é feito nos primeiros quatro dias de lua cheia. Marque na agenda as próximas datas: de 10 a 13 de dezembro, de 9 a 12 de janeiro, de 7 a 10 de fevereiro, de 8 a 11 de março e de 6 a 9 de abril.



Arco-íris à noite: Passeio pelas Cataratas na lua cheia
Rainbow night: Tour of the Waterfalls by full moon

Lunar Rainbow

Seeing the Cataratas do Iguaçu is something exciting. To view the abundance of nature and its natural forces up so close is always amazing. If during the day the view is so striking, picture it on a moonlit night, when the phenomenon of the rainbow moon takes place. This is the idea for an exclusive tour for the guests of the Hotel das Cataratas. It's a must-see event. The plan is set for the first four days of the full moon. Set aside the following dates: December 10th to 13th, January 9th to 12th, February 7th to 10th, March 8th to 11th and April 6th to 9th.

AGENDA

MÚSICA CLÁSSICA NO MUNICIPAL

A temporada 2011 da Orquestra Sinfônica Brasileira (OSB) chega ao fim no dia 17 de dezembro. Até lá, os fãs de música clássica poderão assistir aos últimos concertos do ano, no Theatro Municipal do Rio de Janeiro, inaugurado em 1909 e considerado um dos mais importantes da América Latina. Entre as apresentações, as séries Ônix e Ametista, com regência do maestro Roberto Minczuk. A orquestra, que tem mais de 70 anos, executará um repertório que varia das trilhas sonoras de Ennio Morricone e Nino Rota a *Carmen*, de Bizet. E a temporada de 2012 promete. Para mais informações, procure o Concierge.

Classical Music in the Municipal Theater

The 2011 season of the Brazilian Symphony Orchestra (OSB) comes to an end on December 17th. Until then, classical music fans can see the final concerts of the year, in the Municipal Theater of Rio de Janeiro, opened in 1909 and considered one of the most important theaters in Latin America. Among the presentations, Onyx and Amethyst series, conducted by maestro Roberto Minczuk. The orchestra, playing for over 70 years, will perform a repertoire ranging from soundtracks of Ennio Morricone and Nino Rota to "Carmen" by Bizet. And the 2012 season promises to be a good one. For more information, contact the Concierge.

Orquestra Sinfônica Brasileira, sob a regência de Lorin Maazel, no Theatro Municipal. Foto de Murilo Tinoco
Brazilian Symphony Orchestra, conducted by Lorin Maazel, in the Municipal Theater. Photo by Murilo Tinoco



ALÉM DO ARCO-ÍRIS

Os musicais estão em alta na temporada teatral carioca. E a dupla Charles Möeller e Claudio Botelho, que já assinou 26 espetáculos, é uma das principais responsáveis por este boom. Os dois acabam de estrear *Judy Garland - o fim do arco-íris*, versão brasileira do texto do inglês Peter Quilter. Não se trata de uma biografia musical. Em cena, serão apresentados os bastidores da última turnê da atriz, em Londres. A adolescente que se tornou a artista mais rentável do mundo após o sucesso mundial com *O mágico de Oz*, aos 14 anos, enfrentou uma turbulenta vida pessoal, marcada por cinco casamentos fracassados, dietas à base de anfetaminas, exploração e instabilidade emocional. O espetáculo, que estreou no início de novembro, fica em cartaz até fevereiro, no Teatro Fashion Mall. No elenco, Claudia Netto, Gracindo Jr. e Igor Rickli, que posaram no Copacabana Palace para as fotos que ilustram o material de divulgação.

Onde: Teatro Fashion Mall – Estrada da Gávea 899, 2º piso, São Conrado



Claudia Netto interpreta Judy Garland no musical de Charles Möeller e Claudio. Foto de Robert Khenwick
Claudia Netto interpreta Judy Garland in the musical by Charles Möeller and Claudio. Photo by Robert Khenwick

Over the Rainbow

Musicals are “in” on the theater season in Rio. And the duo Charles Moeller and Claudio Botelho, who have already signed 26 shows, is one of the main people responsible for this boom. The two have just started the musical "Judy Garland - over the rainbow," the Brazilian version of the English text of Peter Quilter. This is not a musical biography. On the stage, backstage scenes from the last tour of the actress in London will be shown. The teenager, who became the world's most profitable artist after the worldwide success with "The Wizard of Oz", at age 14, faced a turbulent personal life, marked by five failed marriages, diets based on amphetamines, exploitation and emotional instability. The show, which started in early November, is on until February at the Fashion Mall Theatre. In the cast, Claudia Netto, Gracindo Jr. and Igor Rickli, posed at the Copacabana Palace for the photos that illustrate the promotion material.

Where: Teatro Fashion Mall – Estrada da Gávea 899, 2º piso, São Conrado

A CASA DA ARTE NO RIO

Situado no Alto Gávea, o Instituto Moreira Salles é certamente um dos centros culturais mais bonitos do Rio. A casa de estilo modernista, que soma três mil metros quadrados construídos e foi projetada pelo arquiteto Olavo Redig de Campos, pertenceu à tradicional família Moreira Salles e tem jardins e painéis assinados por Burle Marx. Desde 1992, quando foi fundado, o instituto recebe exposições, filmes, shows e palestras de escritores consagrados. Seu acervo abriga cerca de 550 mil fotografias, 100 mil músicas, uma pinacoteca com mais de três mil obras e uma biblioteca com 400 mil itens. Entre as coleções mantidas pelo IMS, estão as do fotógrafo francês Marc Ferrez e a do compositor Pixinguinha. Até o final de fevereiro, estarão em cartaz duas exposições de fotografia: *Fotopoesia*, do mexicano Manuel Alvarez Bravo, e *Thomaz Farkas: uma antologia pessoal*.

Onde: IMS – Rua Marquês de São Vicente 476, Gávea

The Art House in Rio

Located in “Alto da Gávea”, the Moreira Salles Institute (IMS) is certainly one of Rio's most beautiful cultural centers. The house with its modern style, which occupies three thousand square meters, was designed by architect Olavo Redig de Campos, and belonged to the traditional family called Moreira Salles and has gardens and panels signed by Burle Marx. Since 1992, when it was founded, the institute hosts exhibitions, films, concerts and lectures of devoted writers. Its collection has about 550 thousand photographs, 100 thousand songs, and an art gallery with over three thousand pieces and a library with 400 thousand books. Among the collections maintained by the IMS, are those of the French photographer Marc Ferrez and composer Pixinguinha. Until the end of February, two photo exhibitions will be displayed: "Fotopoesia", by the Mexican photographer, Manuel Alvarez Bravo, and "Thomaz Farkas: a personal anthology."

Where: IMS – Rua Marques de São Vicente 476, Gávea



Instituto Moreira Salles: exposições de arte e jardins de Burle Marx
Instituto Moreira Salles: art exhibitions and Burle Marx garden



Chico Buarque fará turnê de shows em janeiro no Rio
Chico Buarque will perform some shows in January in Rio

OS OLHOS AZUIS DA MPB

Considerado um dos maiores compositores do Brasil, Chico Buarque estreia em janeiro sua nova turnê no Rio de Janeiro. A volta aos palcos cariocas ocorre depois de cinco anos afastado, período em que publicou o premiado romance *Leite derramado*. O show estará em cartaz entre 5 e 29 de janeiro, na casa de espetáculos Vivo Rio, ao lado do Museu de Arte Moderna (MAM). No repertório, 28 canções, entre elas, dez de seu mais recente CD, *Chico*, que revela um compositor apaixonado depois de assumir o namoro com a cantora Thaís Gulin. O cenário, projetado por Helio Eichbauer com iluminação de Maneco Quinderé, será composto por três grandes reproduções sobre tecido: *A mulher nua*, desenho de Oscar Niemeyer, *O bloco carnavalesco* e *O circo*, ambos de Cândido Portinari.

Onde: Vivo Rio – Avenida Infante Dom Henrique 8, Parque do Flamengo

The blue eyes of the MPB

Considered one of the greatest composers of Brazil, Chico Buarque starts his new tour in Rio de Janeiro in January. He will be back on stage after a five year absence, during which he published the award-winning novel "Spilled Milk". His show will play from January 5th to 29th, at Vivo Rio concert hall, next to the Museum of Modern Art (MAM). In the repertoire, there are 28 songs, among which ten are from his latest CD, "Chico," which reveals a passionate composer after declaring his intimate relationship with the singer Thaís Gulin. The scenery, designed by Helio Eichbauer with illuminations by Maneco Quinderé, will consist of three big reproductions on fabric: "A mulher nua", drawing by Oscar Niemeyer, "O bloco carnavalesco" and "O circo," both by Candido Portinari.

Where: Vivo Rio – Avenida Infante Dom Henrique 8, Parque do Flamengo

ORGULHO NACIONAL

Palco de algumas das melhores exposições de artes plásticas exibidas no Rio de Janeiro nos últimos anos, o Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB) começa 2012 com o pé direito. Dia 13 de fevereiro, será inaugurada a mostra *Tarsila do Amaral - percurso afetivo*. Esta é a primeira individual sobre a artista depois de décadas de ausência nos museus da cidade. Com cerca de 60 obras que traduzem o imaginário da pintora, a exposição será uma rara oportunidade na cidade para conferir de perto o trabalho de Tarsila. No mesmo mês, o CCBB exhibe também a retrospectiva *Anticorpos*, sobre os Irmãos Campana. Mais de 200 obras narram o trabalho de Fernando e Humberto Campana, os designers brasileiros de maior sucesso internacional.

Onde: CCBB – Primeiro de Março 66, Centro



Colagem feita pelos irmãos Campana com a cadeira Vermelha para o CCBB
Collage made by the Campana brothers with the red chair for the CCBB

National pride

Scene of some of the best art exhibitions displayed in Rio de Janeiro in recent years, the Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB) starts 2012 on the right foot. On Feb.13th, the exhibition "Tarsila do Amaral - emotional journey" will be inaugurated. This is the first individual about the artist after decades of absence from the city's museums. With approximately 60 pieces that reflect the artist's imagination, the exhibition will be a rare opportunity in town to check the work of Tarsila closely. That same month, the CCBB also displays the retrospective "Anticorpos," on the Campana Brothers. More than 200 pieces narrate the work of Fernando and Humberto Campana, the greatest Brazilian designers of international success.

Where: CCBB – Primeiro de Março 66, Centro

ROTEIRO ART DÉCO

O Rio de Janeiro é a cidade que tem o maior acervo art déco do Brasil, com cerca de 300 construções. Mas é nos bairros de Copacabana e do Lido que estão reunidas algumas das joias arquitetônicas, mais precisamente cem delas. Alguns destes edifícios que exemplificam o estilo, que revolucionou a estética dos anos 30 e 40, entraram para uma espécie de guia criado pelo historiador Marcio Roiter. Em 2011, ele lançou o livro *Rio de Janeiro Art Déco*, uma edição bilingue com prefácio escrito pelo jornalista Joaquim Ferreira dos Santos e quarta capa assinada pelo escritor Ruy Castro. Na publicação, destacam-se pôsteres, capas de revistas, ilustrações, além de prédios e fachadas - entre eles, a coluna preta e mostarda do Edifício Petrônio de Magalhães, no Lido.

Onde: Edifício Petrônio - Rua Ronaldo de Carvalho 45 - Lido

Screenplay Art Deco

Rio de Janeiro is the city that has the largest collection of Art Deco in Brazil, with about 300 buildings. But it is in the neighborhoods of Copacabana and Lido where some of the architectural jewels are gathered, more precisely, one hundred. Some of these buildings that exemplify the style that revolutionized the aesthetics of the 30's and 40's entered a sort of guide created by the historian Marcio Roiter. In 2011, he released the book "Rio de Janeiro Art Deco," a bilingual edition with a preface written by journalist Joaquim Ferreira dos Santos and back cover signed by the writer Ruy Castro. In the publication, posters, magazine covers, illustrations, buildings and facades - including the black and mustard column of the Petrônio de Magalhães Building, in Lido - are highlighted.

Where: Edifício Petrônio - Rua Ronaldo de Carvalho 45-Lido



Portaria art déco do Edifício Petrônio de Almeida Magalhães, no Lido
Art Deco Column of the Building Petrônio de Almeida Magalhães, in Lido



Palco da nova MPB no Studio RJ, no Arpoador.
Foto de Jorge Biipo
RJ Studio hosts the new generation of Brazilian musicians
Photo by Jorge Biipo

NOVA GERAÇÃO DE CANTORES

Nos anos 80 e 90, o Rio de Janeiro teve uma casa de shows no Arpoador, o Jazzmania, que revelou alguns dos grandes nomes da música brasileira, como Marisa Monte. O espaço, que fechou as portas em 1994, acaba de ganhar novos donos, palcos, direção e décor. Em setembro, Ale Youssef e Maurizio Longobardi, do Studio SP, e os cariocas Plínio Profeta e Luis Antonio Cunha inauguraram o Studio RJ. Com a proposta de ser uma plataforma de lançamento da nova geração de músicos, a casa é inimista e fica no segundo andar do imóvel situado na esquina da Avenida Vieira Souto com Rainha Elizabeth. Além de shows, haverá, no verão, festas pós-praia aos domingos, a partir das 19h.

Onde: Studio RJ - Avenida Vieira Souto 110, 1 andar, Arpoador / Ipanema

New generation of singers

In the 80s and 90s, Rio de Janeiro had a concert hall in Arpoador, the Jazzmania, which revealed some of the greatest names of Brazilian music, like Marisa Monte. The place, which closed its doors in 1994, just got new owners, stages, director and décor. In September, Ale Youssef and Maurizio Longobardi, from Studio SP, and Plínio Profeta and Luis Antonio Cunha, both from Rio, opened Studio RJ. With the proposal to be a launching platform for the new generation of musicians, the house is on the second floor of the building located on the corner of Avenida Vieira Souto and Rainha Elizabeth. In addition to concerts, there will be in the summer, post-beach parties on Sundays, from 7pm on.

Where: Studio RJ - Avenida Vieira Souto 110, 1st floor, Arpoador / Ipanema

NICKY SILVER EM PALCOS CARIOCAS

Uma das principais atrizes brasileiras de sua geração, Mariana Ximenes volta ao teatro depois de nove anos afastada dos palcos. Estrela da TV e do cinema, ela estréia em janeiro, no Rio, a peça *Os altruístas*, do dramaturgo americano Nicky Silver. No espetáculo, do qual também é produtora, ela interpreta uma atriz famosa e completamente desequilibrada que comete um ato extremo após conviver e investir num grupo de jovens engajados em causas sociais. "A profissão da protagonista é a única semelhança dela comigo. Meu interesse em fazer a Sydney é por ela pertencer à fantástica galeria de mulheres do Nicky Silver", explica Mariana, que emendou uma série de personagens bem-sucedidos em novelas como *A Favorita* e *Passione* nos últimos anos. No elenco, estão também atores como Miguel Thiré e Jonathan Haagensen, que estrelou o filme *Cidade de Deus*.



A atriz Mariana Ximenes é protagonista e produtora da peça *Os altruístas*
The actress Mariana Ximenes is the protagonist and producer of the play "The Altruists"

Nicky Silver in Rio's stages

A leading Brazilian actress of her generation, Mariana Ximenes returns to the theater after nine years away from the stage. The film and TV star makes her debut in January in Rio with the play "The Altruists" by American playwright Nicky Silver. In the play, which she is also a producer, she portrays a famous and completely unbalanced actress who commits an extreme act after spending time and investing in a group of young people engaged in social causes. "The protagonist's profession is the only similarity I have with her. My interest is in performing Sydney is because she belongs to the great gallery of Nicky Silver's women," says Mariana, who has played a number of successful characters in soap operas like "A Favorita" and "Passione" in recent years. In the cast there are also actors like Miguel Thiré and Jonathan Haagensen, who starred in the movie "City of God."

TEMPORADA DE MODA

Em janeiro, começa a temporada de moda no Rio de Janeiro. Em pleno, e quantíssimo, verão, as modelos apresentam as coleções de inverno das grifes brasileiras. O Fashion Rio será realizado de 10 a 14 de janeiro, nos armazéns do Pier Mauá, região que virou a queridinha de produtores culturais da cidade depois que foi divulgado um plano de revitalização para a área. Cerca de 25 grifes apresentam nas passarelas as tendências para a estação de temperaturas mais baixas. Quase no mesmo período, entre os dias 10 e 13, acontecem os desfiles do Senac Rio Fashion Business - um dos salões de negócios mais importantes do país. O Copacabana Palace, aliás, é sempre cenário de apresentações badaladas nas semanas de moda da cidade. Nas mais recentes, os salões do hotel receberam grifes como Carlos Miele, Mara Mac, Victor Dzenk, Cavendish e Patricia Viera, que teve, na plateia, a presença do rolling stone Ronnie Wood.

Fashion Season

In January, the fashion season begins in Rio de Janeiro. In a full and very hot summer, the models show off the winter collections of Brazilian brands. The Fashion Week will be held from January 10th to 14th, in the warehouses of Pier Mauá, a region that has become the darling of cultural producers of the city after the revitalization plan for the area had been announced. Approximately 25 brands will take the catwalk and present trends for the season of lower temperatures. Almost in the same period, between the 10th and the 13th, the Senac Rio Fashion Business catwalks take place - one of the country's most important business lounges. The Copacabana Palace, by the way, is always a spot for vibrant shows in the fashion weeks of the city. In the most recent events, the lounges of the hotel received brands such as Carlos Miele, Mara Mac, Victor Dzenk, Cavendish and Patricia Viera, and the Rolling Stone Ronnie Wood was present in the audience.



HELENO NO COPA

A piscina, os salões e os quartos do Copacabana Palace serviram de cenário para um dos filmes mais aguardados do ano, que tem previsão de estreia para o início de 2012. Produzido e estrelado pelo ator Rodrigo Santoro, *Heleno* narra a história de glória e tragédia do jogador de futebol Heleno de Freitas, ídolo do Botafogo nos anos 40. O longa-metragem, dirigido por José Henrique Fonseca, é uma cinebiografia do craque-galã, que foi uma das primeiras celebridades do futebol brasileiro e era conhecido tanto pela elegância quanto pelo temperamento explosivo. Parte das cenas foram realizadas nas dependências do Copa, em abril de 2010. Para se preparar para o interpretar o personagem-título, Santoro se hospedou no hotel para vivenciar o ambiente onde o jogador chegou a morar.



Cena do filme *Heleno*, com Rodrigo Santoro e Alinne Moraes.
Foto de Fernanda Vazancello
Heleno de Freitas, who lived at the Copacabana Palace, is the title character of the film produced by Rodrigo Santoro
Photo by Fernanda Vazancello

Heleno in the Copa

The pool, the lounges and rooms at the Copacabana Palace served as the setting for one of the most anticipated films of the year, which is expected to be launched in early 2012. Produced and starred by the actor Rodrigo Santoro, "Heleno" tells the story of glory and tragedy of the soccer player Heleno de Freitas, idol of Botafogo in the 40's. The film, directed by José Henrique Fonseca, is a movie biography of the heartthrob, who was one of the first celebrities of Brazilian soccer and was known both for its elegance and his temper. Some of the scenes were shot on the premises of the Copacabana Hotel in April 2010. In order to prepare for performing the title character, Santoro stayed at the hotel to experience the environment where the player used to live.

Desfile da estilista Mara Mac no Copacabana Palace.
Fashion show of Mara Mac at the Copacabana palace.



UM PALÁCIO EM COPACABANA

O RIO DE JANEIRO NÃO SERIA O MESMO SEM O COPACABANA PALACE. INAUGURADO EM 1923, O HOTEL QUE AJUDOU A CONSTRUIR A FAMA DA PRAIA MAIS CARIOCA É MUITO MAIS QUE LUXO E GLAMOUR: É UM COMPÊNDIO DE MEMÓRIAS, HISTÓRIAS REVELADORAS E HÓSPEDES ILUSTRES

A Palace in Copacabana - Rio de Janeiro would not be the same if it weren't for Copacabana Palace. Inaugurated in 1923, the hotel helped create the fame of the most "carioca" beach, and it is a lot more than luxury and glamour: it is a compendium of memories, revealing stories and distinguished guests

POR GLYCIA EMRICH E MELISSA LENZ

Ninguém imaginaria, no início do século 20, que Copacabana, aquele bairro deserto, em que nem bondes passavam por perto, seria o cartão-postal do Rio de Janeiro e a casa do hotel mais exclusivo e sofisticado do país. As poucas casas de veraneio que ali existiam dividiam a paisagem com barcos de pescadores e uma imensidão de areia. Mas o Brasil se preparava para comemorar o centenário da Independência e precisava construir uma rede hoteleira para receber os possíveis chefes de estado, que deveriam desembarcar no país tropical, de acordo com as expectativas das autoridades nacionais.

Epitácio Pessoa, então presidente da República, saiu em busca de aliados com condições de erguer, na praia mais bonita da capital brasileira, o que ele desejava: "um hotel sem similar na América do Sul". Foi nas mãos de Octávio Guinle, dono do Hotel Palace, no Rio, e arrendatário do Hotel Esplanada, em São Paulo, que o grande Copacabana Palace se tornou realidade. "O projeto de Guinle era fazer um hotel que tivesse como base o jogo", conta em entrevista exclusiva o jornalista Ricardo Boechat, autor do livro *Copacabana Palace*, um hotel e sua história (Ed. DBA). Guinle exigiu autorização para incluir dentro do empreendimento um cassino, para viabilizar a obra financeiramente.

No one would image, at the beginning of the 20th century, that Copacabana, a deserted neighborhood, where not even trams would pass nearby, would turn out to be "Rio de Janeiro's postcard" and home of the most exclusive and sophisticated hotel in the country. The few vacation houses that used to be part of the scenery would share the landscape with fishing boats and a lot of sand. However, Brazil was starting to celebrate the centennial of its Independence and needed to build a network of hotels to receive the potential heads of state, who were going to disembark in the tropical country, according to the expectations of national authorities.

Epitácio Pessoa, the then President of Brazil, looked for some alliances who could afford building, on the most beautiful beach area of the Brazilian capital, what he had wished; "a unique hotel in South America". It was in the hands of Octávio Guinle, owner of the "Palace Hotel" in Rio, and lessee of "Esplanada Hotel", in São Paulo, that the great Copacabana Palace became reality. "Guinle's project was to build a hotel which has as its basis, "gambling", says journalist Ricardo Boechat, in an exclusive interview. Ricardo is the author of the book entitled "Copacabana Palace, um hotel e sua história" (Copacabana Palace, a hotel and its history) (Ed. DBA). Guinle required authorization to include a casino on its premises, so that they could make the hotel financially viable.

INAUGURAÇÃO

Inaugurado somente em 1923, um ano após o centenário, por conta de problemas na construção, o majestoso hotel teve projeto arquitetônico assinado pelo francês Joseph Gire, que se inspirou nas fachadas dos hotéis Negresco e Carlton da Côte d’Azur. Construído com cimento trazido da Alemanha, o Copacabana Palace respirava ares estrangeiros. Octávio trouxe da Europa, além do material de construção e dos operários, quase toda a equipe do mito gastronômico Auguste Escoffier, para garantir que os hóspedes desfrutassem dos melhores drinques e refeições do mundo.

Inauguration

Inaugurated only in 1923, one year after the centennial, because of construction problems, the majestic hotel had its architectural project signed by French Joseph Gire, who was inspired by the facades of the hotels Negresco and Carlton of the Côte d’Azur. Built with cement brought from Germany, Copacabana Palace was “breathing foreign air”. Octávio brought from Europe, besides the construction material and the builders, almost all the team from the gastronomic legend, Auguste Escoffier, to guarantee that its guests appreciated the best beverages and meals of the world.



HISTÓRIAS ILUSTRES

Logo nos primeiros anos, a fama do Copacabana Palace já começou a ser consagrada. Em 1925 o cientista alemão Albert Einstein foi homenageado em um almoço oferecido por Assis Chateaubriand. Em 1928 foi a vez de Alberto Santos Dumont passar uma temporada no hotel de quase um mês em reclusão. O abatimento se deu após assistir, do convés do transatlântico Cap Ancona, à trágica queda do hidroplano que lhe prestava homenagens de boas-vindas no mar. A tripulação era formada por um grupo de aeronautas e intelectuais, que resolveram sobrevoar o navio, como forma de deferência. Outra grande história de drama ocorrida no mesmo ano de 1928, em um dos quartos do hotel, foi o tiro que Washington Luís levou de uma amante francesa. Yvonne Martin, após uma briga com o presidente da República, invadiu o quarto de Washington e atirou contra o abdômen de Sua Excelência. Na época, a história foi protegida pela versão de que o presidente sofrera uma crise de apendicite. “Mas o grande período do Copa se dá nos anos 40, por conta da guerra que transformou a Europa e a Ásia em um inferno, junto com os Estados Unidos, que, embora fora do cenário de guerra, também estava envolvido no conflito. Então aqui foi possível conciliar glamour, diversão, clima agradável, ambiente sofisticado, referência musical, enfim, era um pouco o paraíso existente naquele período no mundo inteiro”, explica Boechat.

Grande parte dessa efervescência e reconhecimento glamoroso do hotel se deu por conta da abertura do Golden Room, a primeira grande casa de espetáculos de Copacabana, construída ali dentro. Por lá se apresentaram os grandes nomes do show business da Europa, Estados Unidos e América do Sul. Maurice Chevalier, Ella Fitzgerald, Gilbert Bécaud, Edith Piaf, Nat King Cole, Charles Aznavour, Tony Bennett, Ray Charles e até a grande Marlene Dietrich, que foi a protagonista de uma das histórias memoráveis do hotel. Em 1959, a estrela, aguardada por uma plateia fervorosa, pediu a Fery Wünsch, o então maître do hotel, que providenciasse um balde de champanhe lotado de areia. Vestida com um modelito longo e colante, que a impedia de descer os vinte degraus em direção ao banheiro, a diva não titubeou em transformar o recipiente com areia em um improvisado banheiro.

Com a transformação do bairro em referência cultural e ponto de passagem e estadia da alta sociedade carioca, viu-se surgir, em meados dos anos de 1940, o que o jornalista Ricardo Boechat chama em seu livro de Copacabana *way of life*. Aproveitando essa nova onda que assolava o bairro, além da enorme procura por quartos no hotel e o aumento na recusa de reservas por falta de acomodações, Octávio Guinle decidiu ampliar o Copacabana Palace. O Anexo, um prédio de onze andares que oferecia apartamentos com quarto e sala separados - e a possibilidade de hospedagem ou residência fixa -, foi palco de lendas, contos de amores proibidos, traições e encontros misteriosos em meio aos caminhos secretos entre o hotel e os apartamentos. Mas nem só as festas e extravagâncias marcaram a história do hotel. O restaurante Bife de Ouro, que na década de 90 foi substituído pelo renomado Cipriani, presenciou tramas políticas, acertos partidários e acordos governamentais.

Distinguished history

From its early years, the fame of Copacabana Palace had already started being celebrated. In 1925, the German scientist Albert Einstein was honored in a lunch offered by Assis Chateaubriand. In 1928, it was Alberto Santos Dumont who spent nearly a month in reclusion in the hotel. His sadness was due to the fact that he saw, from the deck of the transatlantic Cap Ancona, the tragic fall of the seaplane which was honoring his welcome to the sea. The crew was composed by a group of aeronauts and intellectuals, who decided to fly over the ship in a deference way. Another dramatic event that occurred in the same year of 1928, in one of the hotel rooms, was the shot that Washington Luís took from his French lover. Yvonne Martin after a fight with the President of Brazil broke into Washington’s room and shot the illustrious President in the abdomen. Back then, the story was concealed by the version that the President had an appendicitis crisis. “But the greatest period of the Copa was in the 40’s because of the war that changed Europe and Asia into hell, together with the United States, that, although they were out of the war scene, were involved in the conflict. So, here, it was possible to have glamour, fun, a pleasant atmosphere, a sophisticated environment, musical point, and all in all, it was the existing paradise of that period throughout the world,” explains Boechat.

A great part of this effervescence and glamorous recognition of the hotel happened due to the opening of the Golden Room, which was the first “show lounges” of Copacabana, built there. Many names of the “show business” of Europe, United States and South America performed there. Maurice Chevalier, Ella Fitzgerald, Gilbert Bécaud, Edith Piaf, Nat King Cole, Charles Aznavour, Tony Bennett, Ray Charles and even the great Marlene Dietrich, was the protagonist of one of the most memorable stories of the hotel. In 1959, the “star”, who was waiting for a cheerful audience, asked Fery Wünsch, back then the maître d’, to get a champagne bucket full of sand. Wearing a long and tight dress, which prevented her from climbing down the twenty steps to the bathroom, the diva didn’t worry and made that bucket of sand into an improvised bathroom.

As the neighborhood became a cultural focal point, a passing point and the lay day of the carioca high society, in the mid 40’s, we saw the beginning of the “Copacabana way of life”, as journalist Ricardo Boechat point out in his book. Through this new fad around the neighborhood, besides the huge demand for rooms in the hotel, and the increase of reservations denial due to lack of accommodations, Octávio Guinle decided to expand the Copacabana Palace. The “Anexo”, an eleven-story high building which offered apartments with bedroom and living-room separated - and the possibility of hospitality or fixed residence -, was the scene of tales, forbidden love stories, betrayals, and mysterious affairs in the midst of the secret pathway between the hotel and apartments.



Também foi frequentado por Orson Welles, hóspede ilustre e responsável por grande parte da fama internacional conquistada pelo Copacabana Palace. Após finalizar o consagrado *Cidadão Kane*, em 1941, Orson Welles desembarcou no país em janeiro de 1942 e permaneceu no hotel por oito meses. O filme *É Tudo Verdade*, todo rodado em solo nacional, fez parte do programa de relações públicas americano, para conquistar apoio, em plena Segunda Guerra Mundial.

Mas não foi com Orson Welles que Copacabana fez fama nas telas do cinema norte-americano. Quase dez anos antes da chegada do cineasta e apenas dez anos após a inauguração do hotel, em 1933, o Rio de Janeiro e o Copacabana Palace são retratados no filme *Voando para o Rio* (*Flying down to Rio*). A produção, rodada em uma réplica do Copacabana Palace montada nos estúdios RKO, entrou para a história por marcar a estreia da dupla Fred Astaire e Ginger Rogers. Mas após a morte de Octávio Guinle, que residia no hotel desde a sua inauguração, e com o *boom* do crescimento da rede hoteleira a partir dos anos 70, o hotel sofreu grandes baques econômicos. Em 1989, a viúva Mariazinha Guinle vendeu o controle acionário para a empresa Sea Containers, do empresário James Blair Sherwood, que investiu pesado em reformas e mudanças internas e externas na estrutura física e administrativa do hotel. Mas, mesmo após a diminuição no número de apartamentos e o aparecimento de concorrentes de peso, o Copacabana Palace continuou atraindo personagens ilustres e sendo ponto obrigatório de visita para quem passava - e ainda passa - na cidade carioca.

Nesses 88 anos de existência, o hotel - parte do grupo Orient-Express desde 1989 - passou por transformações significativas e precisou se reinventar. Mas não totalmente. “Como técnica hoteleira, sim. Mas sua capacidade de reinvenção está limitada por duas coisas. A primeira é física. Como patrimônio histórico, ele não pode ser alterado. Há projetos que consideram a hipótese de derrubar o Anexo, fazer uma lâmina maior, mas isso interferiria no visual dele. A segunda impossibilidade decorre do peso que ele representa. De quanto vale sua história e sua memória. E essa memória precisa daquelas paredes, daqueles pisos, de todo aquele ambiente”, conta o jornalista. Paredes que viram e ouviram fatos e histórias únicos. Que presenciaram momentos importantes para a história política do país e abrigaram pessoas ilustres, que se sentiam em casa.

It was not only however the parties and extravagance that made the history of the hotel. The “Bife de Ouro” restaurant, where in the 90’s were replaced by the renowned “Cipriani”, was also a part of many political stories, party agreements and governmental treaties. It was frequented by Orson Welles, a highly distinguished guest and responsible for a great part of the international fame acquired by the Copacabana Palace. After finalizing the well-known Citizen Kane, in 1941, Orson Welles arrived in the country in January 1942 and stayed at the hotel for eight months. The “É Tudo Verdade”, all shot nationally, was part of the American public relation program, to win support, during the World War II.

However, it was not because of Orson Welles that Copacabana became famous in the North-American film industry. Almost ten years before the moviemaker’s arrival and just ten years after the inauguration of the hotel in 1933, Rio de Janeiro and the Copacabana Palace are depicted in the film entitled “Voando para o Rio” (*Flying down to Rio*). The production, shot in a replica of the Copacabana Palace set in the RKO studios, made history by starring the duet Fred Astaire e Ginger Rogers.

But after Octávio Guinle’s death, who had actually stayed at the hotel since its inauguration, and with the boom of the hotel chains in the 70’s, the hotel had gone through a lot of financial problems. In 1989, the widow, Mariazinha Guinle, sold her shares to the Sea Containers Company, from businessman James Blair Sherwood, who invested substantially in renovations and refurbishments and changes in the internal, external, physical and administrative structure of the hotel. But even after the decrease of the number of apartments and the emergence of serious competitors, Copacabana Palace carried on attracting many esteemed people and being the obligatory stop for those who used to come and still come to the “carioca” city.

In these 88 years, the hotel - part of the Orient-Express Group since 1989 - has been through a lot of significant changes and it needed to be “reinvented”. Not totally though. As a hospitality technique it had been renovated although, its renovation has been limited to two things. The first thing is the physical structure. As a historical asset, it can’t be altered. There are projects, which consider the hypothesis of tearing the Annex down; to build a bigger one, but it wouldn’t interfere with its looks. The second impossibility lies in the value it represents, the price of its memory and history. And that memory needs those walls, those floors, that entire environment”, says the journalist. Walls that saw and heard unique stories and facts, walls that lived important moments for the political history of the country and hosted respected people, who felt at home.

PERENIDADE

Passar um dia no Copacabana Palace não é apenas ter uma noite luxuosa. É respirar memórias, histórias e toda a tradição de sofisticação. Onde mais é possível tomar um drinque à beira da piscina e imaginar que naquelas águas nadaram sozinhas por horas Janis Joplin e a princesa Diana na madrugada; desfrutar da mesma varanda em que Brigitte Bardot posou para uma sessão de fotos; olhar as sacadas que receberam Madonna e ouviram de pertinho os Rolling Stones cantarem? São todas essas histórias que fazem do Copacabana Palace um dos hotéis mais glamorosos e especiais do mundo. “Se você for ao Rio e ficar no Copa, é como ir à Paris e ficar no mesmo hotel em que se hospedava [Ernest] Hemingway. Um hotel que traz a memória e a tradição de sofisticação sem perder a qualidade é o mais cobiçado em qualquer lugar por adicionar algo muito valioso. Não é uma questão de moda, é uma questão de perenidade. E isso o Copacabana Palace tem como nenhum outro hotel no Brasil, e poucos têm no mundo”, o autor finaliza.

Perpetuity

Spending a day at the Copacabana Palace is not only having a night of luxury. It is breathing memories, stories and all the sophistication of tradition. Where else can one have a drink by the pool and imagine that in that water, both Janis Joplin and Lady Di had swum for hours in the wee-hours? Where else can one enjoy the same veranda in which Brigitte Bardot posed for a photo shoot; where can one look at the balconies that hosted Madonna and heard the Rolling Stones sing? All these stories make Copacabana Palace one of the most glamorous and special hotels of the world. “If you go to Rio and stay at the Copa, it is like going to Paris and staying at the same hotel that Ernest Hemingway used to stay. A hotel that brings the memory and tradition of sophistication without losing its quality is the most sought-after hotel anywhere because it adds something really valuable. It is a fashionable thing; it is a matter of perpetuity. And this, Copacabana Palace has, as no other hotel in the world does”, the author concludes.

Para saber mais sobre a história do Copacabana Palace:
For further information about the history of the Copacabana Palace:

Copacabana Palace: um hotel e sua história
Copacabana Palace: a hotel and its history
por/by Ricardo Boechat (DBA Editora)
O livro pode ser adquirido na Signature Boutique, localizada próxima ao lobby do hotel, e nas melhores livrarias.

The book can be purchased at the Signature Boutique, located near the hotel lobby, and in the best bookstores.



SANTUÁRIO À VISTA

MIRANTE DAS CATARATAS: CONHEÇA O HOTEL-CAMAROTE DE UMA DAS
MAIS EXUBERANTES REGIÕES DO BRASIL

Sanctuary in sight - *Waterfall Lookout Point: Take a closer look at the hotel, which has a privileged view of one of the most exuberant areas of Brazil*

POR MELISSA LENZ
FOTOS: DANIEL SNEGE, THONNY CHARLYE CANTALEANO E GENIUS LOCI

É na extremidade oeste do Paraná, onde o Rio Iguaçu separa Brasil e Argentina, que se encontra uma das maiores preciosidades da natureza brasileira. Por quase cinco quilômetros de extensão e formando um grande cânion, estão distribuídas 275 belíssimas cascatas, mundialmente conhecidas como as Cataratas do Iguaçu. É nesse cenário único, cercado pela última área extensa de Mata Atlântica do sul do país - o Parque Nacional do Iguaçu -, que está localizada uma das joias do renomado grupo Orient-Express: o Hotel das Cataratas.

Located in the western part of the state of Paraná, where the Iguazu River separates Brazil and Argentina, is one of the greatest treasures of Brazilian nature. For nearly five kilometers long and forming a large canyon, 275 breathtaking waterfalls have been gorgeously laid out, known worldwide as the Iguazu Falls. It is in this unique setting, surrounded by the last extensive area of Atlantic Forest of the south of the country - the Iguazu National Park - where one of the jewels of the renowned Orient-Express is located: The Hotel das Cataratas.





Única possibilidade de hospedagem dentro da reserva no lado brasileiro e com vista mais que privilegiada das maravilhosas quedas d'água, esse emblemático hotel promete proporcionar a seus hóspedes uma experiência única e exclusiva, em que conforto, requinte e esplendor natural se reúnem para apresentar o que há de melhor nessa que é uma das regiões-referência do Brasil, amplamente visitada por turistas do país e de todo o mundo.

Being the only accommodation within the reserve on the Brazilian side and overlooking the most privileged view of the marvelous waterfalls, this emblematic hotel promises to provide its guests a unique and exclusive experience, where comfort, luxury and natural splendor come together to show the best of this region, which is one of the landmarks of Brazil, widely visited by tourists from the country and around the world.



Com construção iniciada em 1939 e concluída apenas em 1958, devido a uma interrupção causada pela Segunda Guerra Mundial, o Hotel das Cataratas possui estilo arquitetônico colonial português do século 19, e o início de sua história foi marcado pela dificuldade de tornar-se amplamente conhecido, já que o acesso à região das Cataratas era realizado por uma estrutura primitiva, o que complicava a tranquila estada de hóspedes no local.

No entanto, com o passar do tempo, com o desenvolvimento da região de Foz do Iguaçu - distante 30 minutos de carro dali - e com os investimentos por parte de seus proprietários anteriores, o hotel ganhou renome internacional e firmou-se como um ícone de hospedagem para quem deseja aproveitar o que há de melhor nesse exuberante pedaço de natureza compartilhado por Brasil e Argentina. Com o aumento da frequência turística veio a expansão da estrutura hoteleira do Hotel das Cataratas.

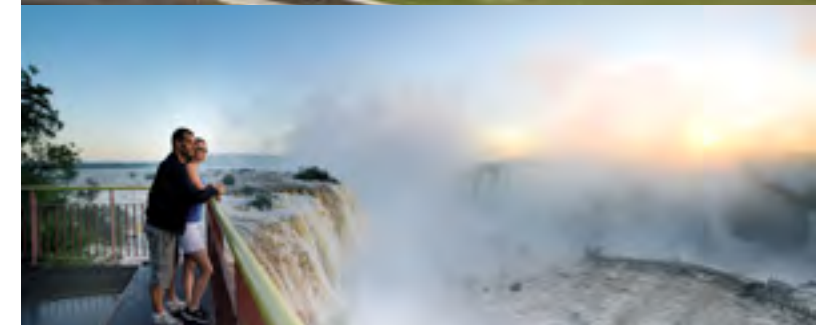
Em outubro de 2007, o hotel passou a fazer parte do grupo Orient-Express, que realizou um amplo e contínuo trabalho de reestruturação e manutenção de suas características originais - que têm mais de 50 anos de história -, fazendo com que seu estilo fosse acrescido de uma estrutura moderna e refinada, condizente com as necessidades de um público atual diferenciado. Suas confortáveis acomodações e agradáveis áreas públicas e o cenário onde está inserido fazem com que a estadia no Hotel das Cataratas seja inesquecível.

Além de piscinas, spa, jardins e uma estrutura completa de hospedagem de alto padrão, a gastronomia é outro grande destaque do hotel. Com uma deslumbrante vista para as Cataratas, o restaurante Itaipu oferece uma seleção do que há de melhor da culinária nacional e internacional, além de especialidades ecléticas da região do Iguaçu, que podem ser degustadas numa agradável varanda. Já o outro restaurante, Ipê Grill, oferece o café da manhã à beira da piscina, além de um típico churrasco gaúcho no jantar. Para o aperitivo, é possível apreciar, com música ao vivo, os melhores drinques no interior ou na varanda do Bar Tarobá.

Mas as belezas e os atrativos do hotel não estão apenas em seu interior. Ele oferece ao hóspede diversas opções de lazer e passeios pela região das Cataratas, que incluem rapel, rafting, safáris, trilhas, parque das aves, passeios de barco e helicóptero, visita noturna às Cataratas (semana da lua cheia) com eco-guia do hotel, além de diversas outras opções, que podem ser organizadas e personalizadas pela agência de viagens do hotel para satisfazer os mais diversos gostos - dos que desejam relaxar na piscina aos que desejam se aventurar pela mata.

Having been built in 1939 and completed only in 1958, due to the conflict of World War II, the Hotel das Cataratas has a Portuguese colonial architecture style from the 19th century, and its early history was marked by the difficulty of becoming well-known, since access to the Falls region was very primitive, which complicated the tranquil stay of the guests.

However, as time went by, the development of the Foz do Iguaçu region - a 30 minute-drive away - and the investment made by its previous owners, the hotel had gained international reputation and has established itself as an icon of accommodation for those wishing to enjoy the best of this exuberant piece of nature separated by Brazil and Argentina. With the increase of tourists, came the expansion of the infrastructure of the Hotel das Cataratas.



Independentemente da atividade escolhida, não restam dúvidas de que poder observar de perto tamanha riqueza natural encanta qualquer um. Declaradas Patrimônio Nacional da Humanidade pela UNESCO, as Cataratas do Iguaçu são responsáveis pela enorme variedade da fauna e flora locais, o que torna a região única. A vaporização de suas águas - além de formar um constante arco-íris - é responsável pela composição de uma natureza tropical exuberante, repleta de espécies de plantas raras e ameaçadas, de delicadas orquídeas a imponentes cedros. Ali, nesse paraíso da biodiversidade, ainda é possível encontrar a onça-pintada, o puma, o tamanduá-bandeira, o quati ou o jacaré, dentre outros animais, em seu habitat.

Para que essa marcante experiência de contato com a natureza possa continuar a ocorrer nos próximos muitos anos - e para que seja possível apreciar de perto um paraíso natural praticamente intocado -, o Hotel das Cataratas contribui para a preservação das riquezas do parque, e é responsável pelo financiamento do Projeto Carnívoros, cuja finalidade é tentar salvar a última população viável de onças-pintadas (*Panthera onca*).

—
Telefone: (55) 45 2102-7000
ou www.hoteldascataratas.com.br



In October 2007, the hotel became part of the Orient-Express group, which carried out an extensive and ongoing restructuring and maintenance of its original features, which had more than 50 years of history, making its style more modern and refined, consistent with the needs of a public with distinguished taste. Its comfortable accommodation and pleasant public areas built upon amazing landscape makes the stay at the Hotel das Cataratas unforgettable.

In addition to pools, spas, gardens and with a high standard of accommodation infrastructure, gastronomy is yet another highlight of the hotel. Affording stunning views of the Falls, the Itaipu restaurant offers a selection of the very best of national and international cuisine, plus an eclectic selection of specialties from the region of Iguaçu, which can be tasted with a pleasant scenic balcony view. The other restaurant of the hotel, called Ipê Grill, offers breakfast by the pool, and a typical gaúcho barbecue for dinner. Enjoy an appetizer listening to live music with a nice drink, indoors or on the balcony of Tarobá Bar.

But the beauty and attractiveness of the hotel is not only confined to indoors. The hotel offers guests a variety of entertainment and tours of the Falls area, including abseiling, rafting, safaris, trails, bird park, boat and helicopter tours, a guided evening tour through the Falls (during the full moon week) with the eco-guide of the hotel, and several other options that can be customized and organized by the hotel's travel agency to satisfy all ages and tastes - from those wishing to take it easy to those wishing to enjoy some adventure.

Regardless of the activity guests choose, it is clear that being able to observe such natural richness can delight anyone. Known as a National Heritage Site by UNESCO, the Iguaçu Falls encompass the huge variety of fauna and flora, which makes the region unique. The vaporization of the water - in addition to forming a constant rainbow - is responsible for the formation of the exuberant tropical nature, full of endangered rare plants, from delicate orchids to towering cedars. There, in that paradise of biodiversity, it is still possible to find the jaguar, the puma, the anteater, the coati or the alligator, amongst other animals, in their natural habitat.

In order to continue this remarkable experience of being in contact with nature for many years to come - and to make it possible to enjoy the close relationship of an almost untouched natural paradise - the Hotel das Cataratas contributes to the preservation of the richness of the park, and is responsible for financing the "Carnivore Project," whose aim is preserving the last viable population of jaguars (*Panthera onca*).







Para estampar a sua primeira capa, a *Palace Magazine* não poderia deixar de colocar uma foto melhor do que a foto feita pelo ícone Mario Testino. Um dos mais conceituados fotógrafos de moda do mundo, o artista nascido no Peru é o “Senhor do glamour.” Com uma carreira de mais de 30 anos, ele capturou em imagens, as maiores celebridades de nosso tempo, de Madonna a George Clooney e a finada Diana, Princesa de Gales - e, mais recente, o casal real inglês, Príncipe William e Kate Middleton para as suas fotos oficiais. Com a constante obsessão de fazer eles ficarem no seu melhor ângulo. “Ele me faz ficar mais sexy do que outras pessoas”, concorda Kate Moss, uma de suas modelos preferidas. Mas, Mario Testino está também, incontestavelmente ligado ao Rio, uma das suas cidades preferidas no planeta, a qual ele presta uma homenagem vibrante e sensual em seu livro de ensaios fotográficos mais vendidos *MaRio de Janeiro Testino* há dois anos atrás. Um livro que foi lançado com esplendor no hotel Copacabana Palace, o hotel que ele considera ser sua segunda casa quando está no Rio - e que fez um cenário perfeito para muitas de suas obras de arte aqui. Em março, o artista, que está morando em Londres, estará de volta ao Rio para abrir sua nova exposição, “*Todo o Nada*” (veja referência na página 42). A “*Palace Magazine*” está orgulhosa em publicar com exclusividade em suas páginas alguns ensaios desta exposição, junto com uma entrevista em que Mario Testino fala sobre sua vida atribulada como um dos fotógrafos de moda mais assediados, seu trabalho e seu amor pelo Rio.

To grace its very first cover, *Palace Magazine* could not have dreamed of a better picture than one made by the iconic Mario Testino. One of the worlds most highly regarded fashion photographers, the Peruvian-born artist is the master of glamour. Over his 30-year career, he has captured in images the greatest celebrities of our times, from Madonna to George Clooney and the late Diana, Princess of Wales - and, more recently, the English royal couple Prince William and Kate Middleton for their official pictures. Testino has a constant obsession to make his subjects look at their very best. “He makes me sexier than other people” concurs one of his favorite models, Kate Moss. But Mario Testino is also inextricably linked to Rio, one of his favorite cities on the planet, to which he paid a vibrant and sensual homage in a best-selling photography book - « *MaRio de Janeiro Testino* » - two years ago. A book that was launched with splendor at the Copacabana Palace, a hotel that he considers as his second home when in Rio - and which made a perfect setting for many of his artworks here. In March, the London-based artist will be back in Rio, to open his new exhibition, “*Todo o Nada*” (See box on p. 42). *Palace Magazine* is proud to publish in exclusivity a few pieces of this exhibition, along with an interview where Mario Testino speaks about his hectic life as one the most sough-after fashion photographers, his work and his love of Rio.



Foto: Ben Tietge

Palace Magazine: O que faz com que o Rio seja tão especial para você?

Mario Testino - Eu amo o sol e a praia, assim como a ideia de que, no verão, você pode simplesmente vestir seu traje de banho por baixo de sua roupa, porque você pode estar em uma festa e decidir que está muito quente e pular na piscina ou no mar. Eu sempre gostei da sensação de que a hora não significa nada. Aqui, você pode ir à praia no meio da noite que ninguém se importa. Além disso, os cariocas são pessoas muito bonitas, e estas visões de beleza constantemente te chamam a atenção. Como fotógrafo, isto tem sido muito bom para os meus ensaios, minhas ideias e minha inspiração. Além do mais, o Rio tem uma energia que eu não consigo descrever. Sinto esta energia, mesmo que eu não saia do quarto do hotel.

Palace Magazine: Você acha que o Rio e os cariocas mudaram com o passar dos anos?

Mario Testino - Eu acho que a mágica do Rio é que nada realmente mudou com o passar dos anos. A energia é constante. Tem a ver com o fato de que a cidade é tão determinada pela praia e natureza que estão ao redor, esta paisagem incrível que é constante.

Palace Magazine: Você recebeu o título de cidadão honorário do Rio. Isto significou muito para você?

Mario Testino - Muito mesmo. Foi como estar apaixonado por alguém há anos e este alguém finalmente dizer que também o ama. Foi uma das poucas vezes que chorei ao receber um prêmio.

Palace Magazine: Você passa a maior parte do tempo viajando. Qual é a sua cidade preferida do mundo?

Mario Testino - Difícil dizer, já que eu amo algumas. Cada uma pela sua própria qualidade, Rio, Lima, Berlin, Londres, Nova Iorque, Paris, Amsterdã... Eu passo a minha vida voando, ficando em média, cinco dias em cada lugar. Sinto-me mais rico porque isso me deu mais inspiração e feedback de mais culturas. Quanto mais você conhece algo, mais diversas são as suas experiências.

Palace Magazine: De onde você consegue suas inspirações, mais especificamente?

Mario Testino - De tudo. Eu saio e vejo coisas pois eu amo descobrir algo novo. De repente, você encontra inspiração. A inspiração pode vir de uma obra de arte, uma pessoa na rua... De qualquer coisa.

Palace Magazine: Você precisa ter bastante intimidade com a pessoa que você fotografa para fazer um bom trabalho?

Mario Testino - É importante quando você está fazendo um retrato! Isso traz algo da pessoa que você talvez não consiga obter sem aquela intimidade. Alguns fotógrafos tratam as modelos como uma tela incolor que você pinta, sem querer saber muito sobre elas. Não é meu

caso. Eu gosto de pessoas, e através das minhas fotografias eu quero mostrar as suas personalidades, e não somente a estética exterior. Eu consigo ser bem obcecado com a pessoa que estou fotografando. Pode-se fazer boas fotos sem ter esta intimidade, mas isto é um exercício diferente.

Palace Magazine: Qual é a fotografia mais marcante que você já fez até agora?

Mario Testino - Da Princesa Diana, pela sua relevância histórica. Um dos dias mais inesquecíveis de minha carreira foi quando a fotografei para a *Vanity Fair* em 1997. No dia do ensaio, eu disse a ela: “É muito difícil para mim lhe chamar de senhora, pois eu chamo a minha mãe de senhora. e você é mais jovem do que eu!” Ela simplesmente respondeu: “Me chame de Diana!” Foi estranho ter a oportunidade de sentar ao lado dela de uma forma tão íntima. Nós começamos a conversar e eu disse, “vamos fazer como se estivéssemos apenas conversando”, só nós dois, no sofá. E foi assim que eu comecei a fotografá-la.

Palace Magazine: Que celebridades do passado você gostaria de ter fotografado?

Mario Testino - Greta Garbo e Marlene Dietrich devido ao glamour da época, e Jackie Kennedy pelo seu status social.

Palace Magazine: Que sentimentos ou pensamentos você, idealmente, gostaria que as pessoas tivessem quando elas olham as suas fotos?

Mario Testino - Eu gosto da ideia de que uma foto proporcione alegria. Como no cinema, as comédias que proporcionam felicidade e descontração. Eu gosto quando você pode olhar para uma foto e não sentir o trabalho e estresse que foi posto quando foi feito, mas sim que tenha sido feito sem esforço algum.

Palace Magazine: Você conseguiria fazer fotos não glamorosas?

Mario Testino - Claro. Meu primeiro livro chama-se *Alguma Objeção?* não tem nada de glamour. Eu gosto de uma variedade de coisas, e o glamour é uma delas. Eu gosto do glamour devido a sua inacessibilidade. É difícil conseguir entrar naquele clube. É como um clube privado.

Palace Magazine: Como público, que tipo de fotografia você gosta?

Mario Testino - O meu tipo de fotografia preferido - a não ser fotografia de moda -, é o jornalismo, que, de certa forma, documenta algo que existe em um momento exato, que não existia em um momento anterior, e não existirá mais novamente. Isto tem influenciado muito o meu trabalho - eu geralmente tento fazer com que as minhas imagens pareçam como se elas apenas existissem, como se não houvesse nenhum esforço sobre elas.

Palace Magazine: Se você não fosse fotógrafo, que outra profissão você seria?

Mario Testino - Cantor. Eu gosto de estar no palco cantando.

Palace Magazine: Você se descreveria como um viajante internacional?

Mario Testino - Eu me descreveria como um viajante. Eu não vejo as pessoas como celebridades. Uma vez amigos, eu as considero apenas amigas, e a maioria de meus melhores amigos são os de infância.

Palace Magazine: O que faz o Copacabana Palace tão especial para você?

Mario Testino - Eu já fiquei lá tantas vezes nos últimos anos que sempre que eu vou ao Rio, eu me sinto muito familiarizado com o lugar e as pessoas. Eu já passei momentos inesquecíveis lá - eles fizeram uma festa incrível para mim em 2009 quando eu lancei o livro *MaRio de Janeiro Testino*. Tem uma história maravilhosa, mas é ainda um dos destinos mais importantes do Rio. E não esqueçam da Andrea Natal, a Gerente Geral, que faz tudo com uma impressionante atenção aos detalhes, é por isso que o hotel é o que é.



Foto: Jam Faulkner

Palace Magazine: What makes Rio so special to you?

Mario Testino - I love the sun and the beach, as well as the idea that, in the summer, you can just wear your swimwear underneath your clothes, because you can be at a party and decide it's too hot and just jump in a pool or in the sea. I've always liked the feeling of time not meaning anything. Here, you can go to the beach in the middle of the night and nobody cares. Also, Cariocas are very beautiful, and these sights of beauty constantly hit you. As a photographer, it has been really good for my castings, my ideas and my inspiration. Moreover, Rio has an energy that I cannot describe. I feel it, even if I don't leave the hotel room.

Palace Magazine: Do you think Rio and Cariocas have changed over the years?

Mario Testino - I think the magic of Rio is that it hasn't really changed over the years. The energy is constant. It has to do with the fact that the city is so determined by the beach and nature that surrounds it, this incredible landscape that is constant.

Palace Magazine: You received an honorary citizenship to Rio. Did it mean a lot to you?

Mario Testino - So much. It was like being in love with someone for years and they finally say they are too. It was one of the few times that I have cried when receiving an award.

Palace Magazine: You spend most of your time travelling. What is your favourite city in the world?

Mario Testino - Difficult to say, as I love a few. Each for its own quality, Rio, Lima, Berlin, London, New York, Paris, Amsterdam... I spend my life on an airplane, staying an average of five days in any one place. It has made me richer because it gives me a lot more inspirations and feedback from more cultures. The more you know, the more diverse your palettes of ideas to draw on are.

Palace Magazine: From what do you get your inspiration more specifically?

Mario Testino - From everything. I push myself to go out and see because I love to discover something new. All of a sudden, you find inspiration. Inspiration can come from a piece of art, a person in the street... from anything.

Palace Magazine: Do you need a great deal of intimacy with the person you photograph to do a good job?

Mario Testino - It is important when doing a portrait. It brings something of the person that one may not get without that intimacy. Some photographers treat models like a blank canvas that you paint on, without wanting to know anything about them. It is not my case. I like people, and through my pictures, I want to bring out their personality, not just their outside aesthetics. I can get quite obsessed with the person I photograph. One can do good pictures without that intimacy, but this is a different exercise.

"I USUALLY TRY TO MAKE MY IMAGES LOOK LIKE THEY JUST EXIST, LIKE NO EFFORT WAS PUT INTO THEM."

Palace Magazine: What is the most memorable picture you have made so far?

Mario Testino - Princess Diana, for its historic relevance. Photographing her for Vanity Fair in 1997 was one of the most unforgettable days of my career. On the shoot day, I said to her: "It's really difficult for me to call you Ma'am because I call my mother Ma'am and you're younger than me!" She simply replied: "Call me Diana!". It was odd to have the opportunity to be sitting next to her in very intimate way. We started chatting and I said let's do it as if we're just having a conversation, the two of us, on the sofa. And that's how I started photographing her.

Palace Magazine: What celebrities from the past would you have liked to photograph?

Mario Testino - Greta Garbo and Marlene Dietrich for the glamour of the period, and Jackie Kennedy for her social status.

Palace Magazine: What feelings or thoughts would you ideally want people to have when they look at your pictures?

Mario Testino - I like the idea of a picture giving enjoyment. Like in cinema, comedies that can bring happiness and relaxation. I like when you can look at a picture and not feel the work and stress that went into making it, but that it just feels effortless.

Palace Magazine: Could you make non-glamorous pictures?

Mario Testino - Of course. My first book is called Any Objections? It has nothing of glamour. I like a variety of things and glamour is one of them. I like glamour because of its inaccessibility. It's hard to get into that world. Like a private club.

Palace Magazine: As a spectator, what kind of photography do you like?

Mario Testino - My favorite type of photography - apart from fashion photography - is journalism, which in a way documents something that exists in a very precise moment, that didn't exist in a moment before and will not exist ever again. This has influenced my work a lot - I usually try to make my images look like they just exist, like no effort was put into them.

Palace Magazine: If you were not a photographer, what other profession would you imagine doing?

Mario Testino - A singer. I enjoy being on stage and singing.

Palace Magazine: Would you describe yourself as an International Jet-Setter?

Mario Testino - I would call myself a traveller. I don't see people as celebrities. Once they are friends, I consider them just that, and most of my best friends are childhood friends.

Palace Magazine: What makes the Copacabana Palace so special to you?

Mario Testino - I've stayed there so often over the years and whenever I visit Rio, I am so familiar with it and the people. I have had many amazing moments there; they hosted an incredible party for me in 2009 when I launched my book MaRio de Janeiro Testino. It has a wonderful history but it is still one of the most important destinations in Rio. And let's not forget Andrea Natal, the General Manager, who does everything with such amazing attention to detail, that is why the hotel is what it is.



TODO O NADA

Todo o Nada, mostrado pela primeira vez no prestigiado Museu Thyssen Bornemisza em Madri em 2010, e depois em Roma, reúne 54 fotografias que revelam os dois conceitos opostos do trabalho de Testino - moda e nudez. Estes conceitos estão presentes tanto nas suas melhores atividades como fotógrafo de moda, como em suas criações mais pessoais, incluindo várias fotografias não publicadas feitas especialmente para esta coleção. A exposição inclui fotografias às quais a modelo usa vestidos extravagantes, envolvida em um ambiente criado especificamente para o ensaio e caracterizado por um desejo deliberado pela teatralidade, bem como outros, os quais ela é vista sem roupas. *Todo o Nada* é um tributo à “mulher de Testino”, uma imagem icônica de mulher que ele definiu e redefiniu ao longo de sua carreira, a mulher que move a polos totalmente opostos.

Informações: www.mariotestino.com

Todo o Nada

Todo o Nada, first shown at the prestigious Museo Thyssen Bornemisza in Madrid in 2010 then in Roma, brings together 54 photographs that reveal the two opposing concepts to be found in Testino's work - fashion and the nude. These concepts are present both in his better known activities as a fashion photographer, as well as in his more personal creations, including a number of unpublished photographs specially taken for this collection of work. The exhibition includes photographs in which the model wears extravagant dresses, enveloped in a setting specifically created for the shot and characterized by a deliberate desire for theatricality, as well as others in which she is seen unclothed. *Todo o nada* is a tribute to “Testino's woman”, an iconic image of woman that he has defined and redefined over the course of his career, a woman who moves at totally opposing poles.

More information: www.mariotestino.com



MBA

Gestão em Hotelaria de Luxo®



Destinado a empresários e profissionais que têm interesse em desenvolver seus conhecimentos no mercado mundial de hotelaria de luxo. Com 8 turmas formadas no Hotel Fasano em São Paulo e Hotel Ritz em Paris.

Programa

O ambiente de negócios do Luxo
A hotelaria de Luxo
Inovação e Empreendedorismo
Desenvolvimento de Talentos® e Competências
Planejamento e Implantação Hoteleira
Projetos de Implantação em Hotelaria de Luxo
Marketing aplicado à Hotelaria de Luxo

Programa completo na secretaria da Escola.

Ipads personalizados pela artista Sônia Menna Barreto.

**Download vitalício das atualizações para Alumnis.*

Local das Aulas

Hotel Fasano São Paulo e Sofitel Luxury Hotel.

10ª Turma

Início 10 de março 2012
Turmas Anuais

Roberto Miranda
EDUCAÇÃO CORPORATIVA

Vagas Limitadas | Matrículas e Informações
Rua Eça de Queiroz, 187 - Vila Mariana - São Paulo
Informações e matrículas: (11) 5082.1128
ou acesse o site www.urm.com.br



PATRIMÔNIO CARIOCA

UM DOS ATORES BRASILEIROS MAIS BRILHANTES DA ATUALIDADE REVIVE
A DÉCADA DE 40 EM UM DOS MAIORES ÍCONES DA HISTÓRIA DO RIO DE JANEIRO

Rio heritage - *One of Brazil's most brilliant actors of our time revives
the 40s in one of the biggest icons in the history of Rio de Janeiro*

POR MELISSA LENZ - FOTOS "HELENO": DIVULGAÇÃO

Nascido em Petrópolis (RJ), Rodrigo Santoro, 36, vive na cidade do Rio desde os 17 anos e sente que está em casa. Com uma brilhante carreira no cinema nacional e internacional, o ator revela sua paixão pela capital fluminense, pelo futebol e pelo trabalho, e fala de seu percurso profissional como alguém experiente, que sabe - e muito - sobre o que está falando. Em 2012, Rodrigo estará de volta à telona com *Heleno*, filme em que interpretou Heleno de Freitas, famoso jogador de futebol da década de 40, e no qual teve sua primeira participação também na produção. Dirigido por José Henrique Fonseca, o novo longa teve sua pré-estreia mundial em setembro de 2011, no Festival de Toronto, e narra a atribulada trajetória de um esportista extremamente talentoso, que teve a carreira meteórica destruída por seu temperamento explosivo e por seu gênio difícil, com auge na década de 40 e declínio nos anos 50. Numa fotografia em preto e branco que relembra os anos 40, o diretor revive os clássicos de Hollywood, e é nessa ambientação que figura uma das maiores e mais célebres "personagens" do filme: o Copacabana Palace. Segundo o ator, o hotel foi fundamental para recriar o período retratado na produção. "O Copa é um pilar do patrimônio carioca dos anos 40", ele diz.

Born in Petrópolis (RJ), Rodrigo Santoro, 36, has been living in Rio since he was 17 and he feels at home. With an outstanding career in the national and international cinema, the actor reveals his passion for the state capital, soccer and work, and talks about his career as someone experienced, who knows - a lot - about what he's talking. In 2012, Rodrigo will be back to the silver screen with the movie called "Heleno", in which he plays the role of Heleno de Freitas, a famous soccer player of the 40s, and with this movie he also had his first introduction as a producer. Directed by José Henrique Fonseca, the new film had its world premiere in September 2011, at the Toronto Film Festival and portrays the troubled trajectory of an extremely talented athlete, who had a meteoric career destroyed by his temper and his difficult mood, with his peak in the 40's and decline in the 50's. In a black and white photograph, reminiscent of the 40's, the director revives the Hollywood classics, and it is in this setting where one of the biggest and most famous "characters" of the film is highlighted: the Copacabana Palace. According to the actor, the hotel was essential in recreating the period portrayed in the film. "The Copa is a pillar of the carioca landmark of the 40's", he says.



Por que o Copacabana Palace foi escolhido como cenário para *Heleno*?

Rodrigo Santoro - Conforme fomos realizando entrevistas e apurando fatos para a realização desse filme, descobrimos que Heleno viveu no Copacabana Palace durante bastante tempo, assim como fizeram muitos artistas de cinema e personalidades na década de 40. Ele era um personagem daquela época, considerado um “príncipe da sociedade carioca”, mesmo não tendo nascido no Rio (o jogador nasceu no interior de Minas Gerais). Heleno frequentava muito o hotel. A piscina, por exemplo, era como um escritório para ele, que até mesmo deixava seu Cadillac na garagem do hotel. Por isso o Copacabana Palace foi mais que um cenário, virou praticamente um personagem, e eu até falo seu nome no filme.

Como foi filmar no Copacabana Palace?

Rodrigo - A gerente, Andrea Natal, me ajudou muito, foi fundamental. Além de ter conseguido agenda para filmarmos no hotel, o que é muito complicado, ela me disponibilizou uns 3 ou 4 dias ali, para que eu frequentasse bastante o ambiente, e tivesse contato com o cotidiano das muitas pessoas que trabalham lá, que são como uma família. Esse convívio me permitiu captar bem aquela atmosfera, de um lugar que parece perdido no tempo, que mistura conforto com muita elegância. E acredito que isso foi muito bem retratado no filme. Foi um intenso trabalho de pesquisa.

Você já viveu outros momentos no hotel antes das gravações?

Rodrigo - Muitos dos fotógrafos estrangeiros que vêm fotografar no Rio ficam no Copa. Então, por exemplo, estive lá quando fui fotografar com Mario Testino (fevereiro de 2011), em um especial da Kate Moss. Mas fiquei hospedado no hotel várias vezes, já passei um réveillon lá, frequentei a piscina, tive vários encontros relacionados a cinema, muitas coisas aconteceram ali. Mas o momento das gravações do filme foi uma experiência mais intensa. Passei a conhecer o mecanismo interno do hotel e foi muito interessante andar pelos corredores e observar tudo de perto.

E qual é sua relação com o Rio de Janeiro?

Rodrigo - Ah, eu adoro o Rio... É engraçado, porque eu sou de Petrópolis, que é uma cidade pequena, bem menor. Mas moro no Rio desde os 17 anos, quase metade da minha vida... E logo no começo, quando cheguei aqui, lembro de não ter estranhado o fato de ser uma cidade maior e mais movimentada. Lembro da sensação de estar sendo acolhido, de me sentir em casa, e por isso eu me considero um carioca. E já morei em Copacabana, na Gávea, em Botafogo, em vários lugares.

E o que você acha mais fascinante na vida carioca?

Rodrigo - O Rio é uma cidade instigante: você acorda e sente o convite para ir à rua. E o clima é muito agradável - apesar de calor demais às vezes ser complicado, tem a praia aqui. Essa cidade tem algo que vai além de sua geografia, de sua natureza exuberante... Além do verde por todos os lados, do mar, há uma magia aqui, uma combinação de natureza com cidade, uma atmosfera relaxante e acolhedora. Mas também há o outro lado do Rio, que é toda a violência. E isso torna essa cidade ainda mais intrigante, que tem tudo pra ser um grande paraíso, mas que tem uma história um pouco diferente.

Como foi a experiência de interpretar Heleno, um jogador de futebol?

Rodrigo - Foi um processo bastante intenso. Trabalhei com o preparador de elenco Sergio Penna, tentamos recriar, construir e dar forma a esse homem, que é um mito. Então, muita pesquisa foi feita sobre esse personagem de ar dramático, mas que ao mesmo tempo desperta muito carinho. Foi necessária muita preparação para recriar sua história trágica, já que ele foi vítima de uma sífilis avançada, e essa é uma doença devoradora, que destrói o corpo e o cérebro. Heleno fez parte de uma geração que não deixou muitos registros, mas entrevistamos muita gente, descobrimos fatos do arco da velha. Ele era um cara que aprontava, mas que era um grande jogador, que teve uma carreira meteórica de grande importância para a história do futebol brasileiro, assim como outros que vieram depois dele, como Garrincha, Pelé e Tostão. Enfim, esse complexo projeto durou cinco anos, e foi viável graças ao nosso “padrinho”, o Eike Batista.



E você se interessa por futebol? Torce para algum time?

Rodrigo - Sim, sempre gostei de futebol. Jogo toda semana, é sagrado. Qualquer bolinha de papel é motivo pra uma embaixadinha, em qualquer lugar que eu esteja. E com muito orgulho anuncio que meu time é o Vasco!

Why was the Copacabana Palace chosen as the setting for “Heleno”?

Rodrigo Santoro - As we were conducting interviews and investigating facts for making this film, we found out that Heleno lived at the Copacabana Palace for a long time, as did many artists and film personalities in the 40's. He was a character of that time, considered a "Prince of Rio's society," even not having been born in Rio (the player was born in Minas Gerais). Heleno frequented the hotel a lot. The pool, for example, was like an office for him and he even left his Cadillac in the garage of the hotel. Therefore, the Copacabana Palace was more than a scenario, it practically became a character, and I even mention it in the film.

How was filming at the Copacabana Palace?

Rodrigo - The manager, Andrea Natal, helped me a lot, her help was essential. Besides having allowed us to shoot at the hotel, which is very complicated, she allowed me to stay 3 to 4 days there, so that I could get familiar with the environment, I could have contact with the routine of many people who work there, who are like a family. This time there allowed me to capture that atmosphere, a place that seems lost in time, which combines comfort with elegance. And I think that was very well depicted in the film. It was an intense research work.

Did you stay other times at the hotel before the shooting?

Rodrigo - Many of the foreign photographers who come to shoot in Rio stay in the Copa Hotel. So, for example, I was there when I was shooting with Mario Testino (February 2011), in a special event with Kate Moss. But I've stayed at this hotel several times, I've already spent a New Year's Eve there, went to the pool, I had several meetings related to cinema, many things happened there. But the moment of shooting the film was a more intense experience. I got to know how the hotel works and it was very interesting to walk in the halls and see it up close.

And what is your relationship with Rio de Janeiro?

Rodrigo - Oh, I love Rio... It's funny, because I'm from Petrópolis, a small town, a lot smaller. But I've been living in Rio since I was 17, almost half of my life... And early on, when I first came here, I remember that I didn't find it strange the fact that Rio is a bigger and busier city. I remember the feeling of being welcomed, of feeling at home, so I consider myself a carioca. And I have lived in Copacabana, in Gávea, in Botafogo, in several places.

And what do you find most fascinating about life in Rio?

Rodrigo - Rio is an exciting city: you wake up and feel the urge to go outdoors. And the weather is very pleasant - although too much heat sometimes can be tricky, but the beach is here. This city has something that goes beyond its geography, its exuberant nature... In addition to the greenery on all sides, the sea, there is a magic here, a combination of nature with the city, a relaxed and friendly atmosphere. But there is another side of Rio, which is all the violence. And that makes this city even more intriguing; it has everything to be a great haven, but it is a slightly different story.

What was the experience of playing the role of Heleno, a soccer player, like?

Rodrigo - It was a pretty intense process. I worked with the cast coach Sergio Penna, we tried to recreate, build and shape this man who is a myth. So a lot of research has been done on this character of dramatic flair, but at the same time, awakens a lot of affection. It took a lot of preparation to recreate his tragic story, since he was a victim of advanced syphilis, and that is a devastating disease that destroys the body and brain. Heleno was part of a generation that did not leave many records, but we interviewed many people, we found a lot of old and important facts. He was a mischievous guy, but he was a great player who had a meteoric career of great importance for the history of Brazilian soccer, as well as others who came after him, like Garrincha, Pelé and Tostão. Thus, this complex project lasted five years, and it was viable thanks to our "godfather", Eike Batista.

And are you interested in soccer? Do you follow any team?

Rodrigo - Yes, I've always liked soccer. I play every week, it is a must. Any ball of paper is a reason to kick it about, wherever I am. And I proudly state that my team is Vasco!





1/



2/



6/

LUXURY SHOPPING PARA ELE

FOR HIM

1/ Montblanc: Pasta em couro de Cervo - Document Case
2/ Montblanc: Caneta tinteiro Meisterstück - Pen 3/ Carolina Herrera: Jaqueta esporte - Blazer 4/ Tiffany: Coleção 1837 colar - Necklace 5/ Christian Louboutin: Platters Flat Sapato - Shoes 6/ Montblanc: Star relógio - Watch



3/



5/

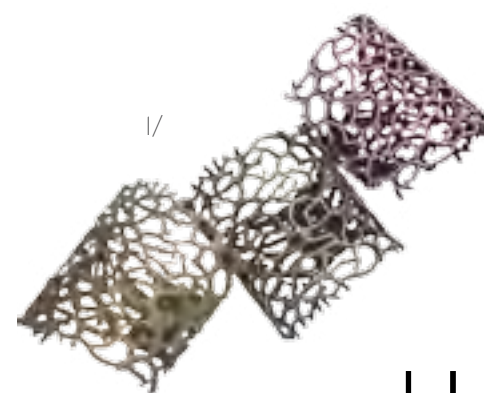


4/

SELEÇÃO DO SIGNATURE BOUTIQUES

As Signature Boutiques do Copacabana Palace e do Hotel das Cataratas estão localizadas próximo ao lobby dos hotéis. Oferecem os produtos com a marca Copacabana Palace, de carteiras e porta-cartões de couro a camisas temáticas. Também está disponível para venda uma variada gama de produtos de luxo, incluindo os últimos lançamentos da moda praia, óculos escuros e joias.

Calçadeira / Shoehorn: R\$ 45,00



1/



2/

LUXURY SHOPPING PARA ELA

FOR HER

1/ Marzio Fiorini : Coleção Corallium - Treasure Bracelet 2/ Tiffany: Lock em formato de coração - Lock 3/ Carolina Herrera: Bolsa Telmo - Bag 4/ Christian Louboutin: Chalumo Sapato - Shoes 5/ Montblanc: Etoile Secrète anel - Ring 6/ Montblanc : Profile Lady Elegance relógio - Watch



6/



3/



5/



4/

SELECTION OF THE SIGNATURE BOUTIQUES

The Copacabana Palace and Hotel das Cataratas Signature Boutiques are located on the Ground Floor of the hotels. They offer Copacabana Palace branded household and leather goods. A range of luxury products including the latest in swimwear trends, sunglasses and jewelry is also available.

Sandália Hotel / Flip-flop: R\$ 45,00





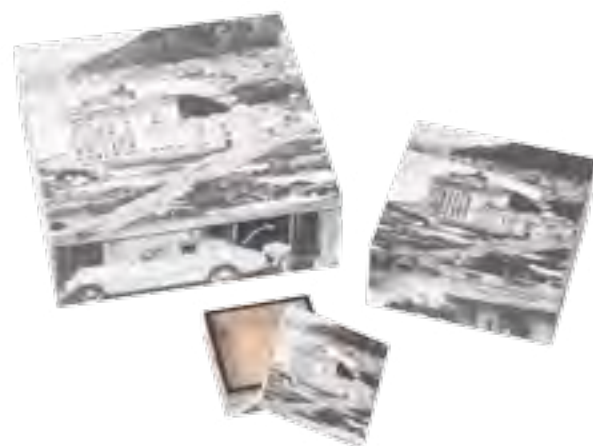
LUXURY SHOPPING PARA ELAS

FOR THEM

1/ Louis Vuitton: Chaveiro USB - USB Key Holder 2/ Tiffany: Atlas Etiqueta de Bagagem - Luggage Tag 3/ Tiffany: Cartas de Baralho - playing cards 4/ Volevatch: Versailles Torneira - Faucet 5/ Louis Vuitton: Mala de Viagem Pégase Damier - Suitcase

SELEÇÃO DO SIGNATURE BOUTIQUES / SELECTION OF THE SIGNATURE BOUTIQUES

Copacabana Palace Caixas / Copacabana Palace Boxes:
P / S : R\$ 50,00 - M / M : R\$ 80,00 - G / L : R\$ 180,00



EAU PARFUMÉE AU THÉ VERT É A PRIMEIRA FRAGÂNCIA PARA HOMENS E MULHERES ASSINADA PELA BVLGARI. CRIADA DA RICA CULTURA DO CHÁ, COMBINADA COM EXCLUSIVAS NOTAS MEDITERRÂNEAS DE PIMENTA E BERGAMOTA ITALIANA, EAU PARFUMÉE AU THÉ VERT OFERECE UMA EXCLUSIVA E SUAVE FRAGRÂNCIA.

UMA EXPRESSÃO VITAL DA MAIS PURA ELEGÂNCIA, ELA DESPERTA E RENOVA OS SENTIDOS. COM EAU PARFUMÉE AU THÉ VERT, BVLGARI CONVIDA OS HOSPEDES À UMA EXPERIÊNCIA DE SENSações DE UM IMEDIATO BEM-ESTAR ATRAVÉS DE GESTOS E RITUAIS SIMPLES TODOS OS DIAS.

A The Guest Collection é uma luxuosa linha de produtos para banho que transporta o hóspede através da incomparável experiência Bulgari. Desenvolvida com o excepcional savoir-faire em perfumes da Bulgari, a fragrância da linha The Guest Collection, seus produtos de banho e itens essenciais estão disponíveis somente nos hotéis mais exclusivos.

EAU PARFUMÉE AU THÉ VERT IS BVLGARI'S VERY FIRST EAU DE COLOGNE FOR MEN AND WOMEN. BORN FROM THE RICH CULTURE OF TEA, COMBINED WITH THE DISTINCTIVELY MEDITERRANEAN NOTES OF PEPPER AND ITALIAN BERGAMOT, EAU PARFUMÉE AU THÉ VERT IMPARTS A DISTINCT, FRESH FRAGRANCE.

A VITAL EXPRESSION OF REFINED ELEGANCE, IT AWAKENS AND REFRESHES THE SENSES. WITH EAU PARFUMÉE AU THÉ VERT, BVLGARI INVITES GUESTS TO EXPERIENCE SENSATIONS OF PURE AND IMMEDIATE WELL-BEING THROUGH SIMPLE, EVERYDAY GESTURES AND RITUALS.

The Guest Collection is a luxury range of Bulgari amenity products that introduces the discerning traveler to the incomparable Bulgari experience. Developed with Bulgari Parfum's exceptional savoir-faire, The Guest Collection's fragrance, bath and special product lines are available only in the most exclusive hotels.

BVLGARI

WWW.BVLGARI.COM



A JOIA DA INSPIRAÇÃO

COM 65 ANOS DE VIDA, A JOALHERIA H.STERN, POR VALORIZAR PEDRAS PRECIOSAS COM UM DESIGN CRIATIVO E REQUINTADO, É RESPONSÁVEL POR DESENVOLVER JOIAS LUXUOSAS QUE SÃO VERDADEIROS OBJETOS DE DESEJO - PRESENTES NO BRASIL E EM DIVERSAS PARTES DO MUNDO. O EMBAIXADOR DA MARCA, CHRISTIAN HALLOT, CONTA UM POUCO DESSA HISTÓRIA, QUE NASCEU NO RIO DE JANEIRO EM 1945.

The jewel of inspiration - *The H.Stern jewelry store, 65 years of existence, because it values precious stones with a creative and refined design, is responsible for developing luxurious jewelry which are real objects of desire - present in Brazil and in several parts of the world. The ambassador of the brand, Christian Hallot, tells us a little about this story, which started in Rio de Janeiro in 1945.*

POR CAMILA DOURADO

Christian Hallot chegou à H.Stern com 19 anos de idade. Começou como relações públicas e fez carreira. Passou por diferentes departamentos da empresa, foi supervisor comercial nos Estados Unidos e México, e, desde 2003, ganhou o status de embaixador da marca, justamente por seu profundo conhecimento sobre a H.Stern e a arte que é criada por ela. Hoje, com 33 anos de empresa, Christian ministra palestras, pelo mundo, sobre o processo de criação da joalheria, a história da joia

e da arte, apresenta o universo da alta-relojoaria, entre outras coisas que a marca oferece. Uma marca que preza pela elegância e criatividade do design de suas joias, sempre inspiradas em diferentes formas de arte, unindo valor histórico e cultural aos seus objetos de criação. Por essas características, a H.Stern se tornou a maior joalheria do Brasil e da América Latina, abrindo espaço para ganhar o mundo, com seus produtos bem elaborados que são verdadeiras riquezas.

Christian Hallot started at H.Stern at the age of 19. His career started in public relations and it took off. He worked in a number of the company's departments, he was a commercial supervisor in the USA and Mexico and since 2003, he has held the title of ambassador of H.Stern, specially because of his deep knowledge about H.Stern and the art it has. Today, working for H.Stern for 33 years, Christian gives lectures around the world, about the process of creating the jewelry store, the history of

jewelry and art, he also presents the concept of high-fashion jewelry, among other things in which the brand offers. A brand that strives for elegance and creativity of design in its jewelry, always inspired in different forms of art, joining historic and cultural value to its objects of creation. Based on these features, H.Stern has become the biggest jewelry store in Brazil and Latin America, creating room for conquering the world with its well-established products which are real gems.





A H.STERN EXISTE HÁ 65 ANOS. É A MAIOR JOALHERIA DO PAÍS E DA AMÉRICA LATINA. A QUE VOCÊ ATRIBUI ESSE SUCESSO DA MARCA?

Sem dúvida nenhuma é a forma muito profissional com a qual nós trabalhamos, e nós temos legados importantes. Um deles é o deixado por Hans Stern (1922-2007), o fundador da empresa. Ele era um jovem visionário que chegou ao Brasil um pouco antes de se iniciar a Segunda Guerra Mundial, em 1939, com 16 anos de idade. Começou a trabalhar muito jovem como datilógrafo em uma empresa de mineração. Por essa empresa, passou a viajar para o interior de Minas Gerais, onde teve acesso a pedras preciosas, que, na época, eram cortadas de uma forma muito rudimentar. Ao trazer algumas pedras para o Rio de Janeiro, e vendê-las para os amigos de seus pais, decidiu fazer negócio em cima delas.

Foi então que, em 1945, Hans Stern abriu uma loja na Gonçalves Dias, no Rio de Janeiro. Como ele se preocupava com a perfeição da lapidação de suas pedras, trouxe alguns lapidários de fora, sobretudo da Alemanha, onde tinha excelentes profissionais da área. A ideia era que esses lapidários estrangeiros treinassem os brasileiros para que trabalhassem melhor. Essa preocupação com a qualidade é um dos principais legados, porque ele desejava que as pedras fossem bem cortadas, com simetrias perfeitas

A LOJA ERA PERTO DO CAIS DO PORTO, NO QUE ISSO CONTRIBUIU PARA O CRESCIMENTO DA H.STERN?

Os primeiros clientes eram pessoas que vinham visitar o Brasil, que geralmente paravam no Cais do Porto. Elas tinham um acesso muito rápido à H.Stern, que também tinha acabado de abrir a sua loja na Avenida Rio Branco. Era interessante porque ali embarcavam e desembarcavam os melhores clientes, e o Brasil tinha pedras preciosas por um preço acessível. Mas as pessoas queriam usar essas pedras no navio. Foi então que começaram a ser feitos os primeiros anéis e brincos, mas de uma forma muito simples. Sem muita complexidade, porque era algo para ser usado e vendido de forma rápida.

Em seguida, a H.Stern começou a trabalhar a parte de ourivesaria, usando a pedra preciosa como ponto de partida para desenvolver a joia. O desenho passou a ser feito em torno da pedra. Por essa característica, a empresa cresceu, e filiais foram abertas na América Latina, onde os navios paravam antes de chegar ao Rio de Janeiro. Uma ação de marketing que possibilitava que as pessoas conhecessem a H.Stern antes mesmo de chegar à nossa matriz.



H.STERN HAS BEEN AROUND FOR 65 YEARS. IT IS THE LARGEST JEWELER IN BRAZIL AND LATIN AMERICA. WHAT DO YOU ATTRIBUTE THE SUCCESS OF THE BRAND TO?

It is without doubt due to the very professional way we work, and we have an important legacy. One of them is the one left by Hans Stern (1922-2007), founder of the company. He was a visionary man who came to Brazil a little before World War II broke out, in 1939, at the age of 16. He started to work very young as a typist in a mining company. With that company, he started traveling to the countryside of Minas Gerais, where he had access to precious stones, which, back then, were cut in a very rudimentary way. Upon bringing some stones to Rio de Janeiro, he sold them to his parents' friends and decided to do business with them.

So, in 1945, Hans Stern opened a store on Gonçalves Dias, in Rio de Janeiro. As he was concerned about the perfection of the cut of his gems, he brought some professional stone cutters from overseas, specially from Germany, where there were renowned for their excellent workmanship. The idea was that these foreign workers would train the Brazilian workers to become better professionals. This concern with quality is one of the main legacies, because he wanted the gems to be well-cut, with perfect symmetry.

THE STORE WAS NEAR THE HARBOR; HOW DID THIS INFLUENCE IN THE GROWTH OF H.STERN?

The first clients were people who came to visit Brazil, who generally stopped at the harbor. They had fast access to H.Stern, which had also just opened its store on Rio Branco Avenue. It was interesting because the best clients would embark and disembark there, and the fact that Brazil had precious stones for a reasonable price. However, people wanted to wear these stones sailing onboard. That was when the first rings and earrings started to be produced but in a very simple manner and without a lot of complexity because it was something to be worn and sold in a quick way.

Soon, H.Stern started to work on goldsmith, using the precious stones as a starting point to develop the jewelry. The design started to be made around the stone. Based on this feature that the company grew, and branches were opened in Latin America, where the ships docked before arriving in Rio de Janeiro. A marketing strategy that made people know H.Stern even before reaching our headquarters.



Eva Longoria



A H.STERN ESTÁ PRESENTE EM QUANTOS PAÍSES?

Temos lojas próprias em 12 países, mas temos representantes em quase 35. Somados, são quase 300 pontos de vendas espalhados pelo mundo, dos quais 150 são lojas próprias. Os demais são representantes que vendem o nosso produto em lojas multimarcas.

O QUE É PRODUZIDO PARA O BRASIL É O MESMO QUE É FEITO PARA O MUNDO?

Em 1993, Roberto Stern entrou na empresa. Era um momento em que as coisas mudavam muito no mundo todo, principalmente a comunicação. Foi a época da Internet, que entrou com muita força. As pessoas passaram a ficar mais atualizadas e houve uma mudança grande de conceito de joalheria. Antes, a joia era guardada, como uma reserva de valor. Ela ficava a maior parte do tempo no cofre e raramente era usada. Como essas mudanças, a mulher passou a usar mais a joia, como parte de seu estilo. Ela passou a maximizar o uso, a querer variedades e diferentes combinações. O crescimento da mulher no mercado de trabalho também contribuiu para que ela tivesse maior poder de decisão de compra. Com todas essas transformações, a H.Stern começou a repensar a sua imagem. E Roberto Stern, com uma cabeça muito aberta, viu que a marca precisava criar peças que fossem usadas no mundo inteiro. A H.Stern não tem uma característica tipicamente brasileira, ela tem uma característica internacional. A arte é internacional. O gosto é internacional. O que se usa em Nova York pode ser usado nas Filipinas, na Argentina... em qualquer canto do mundo. O gosto, pela comunicação rápida, proporcionada pela Internet, se tornou uma unidade.

IN HOW MANY COUNTRIES DOES H.STERN HAVE STORES?

We have our own stores in twelve counties but we have representatives in almost 35 countries. Together, there are almost 300 sales outlets around the world, from which, 150 are our own stores. The others are representatives who sell our product in multi-brand stores.

IS THE PRODUCT MADE FOR BRAZIL THE SAME THAT IS PRODUCED FOR THE REST OF THE WORLD?

In 1993, Roberto Stern started working in the company. It was a time when things were changing a lot all over the world, primarily communication. It was a time of the Internet, which started developing fast. People got more informed and there was a great change in the concept of jewelry. 64 Before, the jewelry was kept as an asset of value. It used to be kept in vaults and it was rarely worn. With these changes, women started wearing more jewelry, as part of their style. Women started maximizing the jewelry and they wanted more variety and different combinations. The woman's growth in the labor market also contributed for them to have more power over buying decisions. H.Stern started to rethink its image due to all these changes. And Roberto Stern, being very open-minded, realized that he needed to create gems, which could be worn all over the world. H.Stern does not have a typically Brazilian characteristic, but rather, an international one. Art is integrated. Taste is international. What is worn in New York can be worn in the Philippines, in Argentina... in any nook-and-cranny of the world. The taste, provided by accessible communication over the Internet has become a uniting one.



AS PEDRAS SÃO BRASILEIRAS?

A maioria é brasileira. Existem algumas poucas exceções, como rubi e safira, mas as demais são todas encontradas aqui. E o principal foco de pedras é a região que engloba Minas Gerais, Goiás e Sul da Bahia.

COMO A H.STERN CHEGOU AO SEU DNA, MARCADO PELO DESIGN DAS JOIAS?

Quando a pedra preciosa era foco da joalheria, não existia uma peça que tivesse uma identidade da marca. Mas, em 1995, que foi justamente um momento de evolução da H.Stern, começou a existir um design próprio, que carrega o nosso DNA. Foi então que o design passou a ser muito mais marcante e atemporal. Por isso, existem algumas peças icônicas da H.Stern, como o colar de 3 metros de comprimento, que é extremamente versátil. É um colar de três voltas, que pode se transformar em uma pulseira ou em um cinto, por exemplo. Outra peça que marca a H.Stern é a pulseira chamada Rua das Pedras, inspirada na Rua das Pedras em Búzios. Ela tem um design muito característico. Quem a vê sabe que é H.Stern. A coleção Pedras Roladas, que foi toda chancelada pela Costanza Pascolato, é vendida há mais de 10 anos e continuará sendo vendida por 10, 15 anos. A ideia é transformar a joia em um desenho que seja atemporal, e não de modismo.

ARE THE GEMS BRAZILIAN?

Most of them are Brazilian. There are few exceptions, such as rubies and sapphires, but the others are all found here. And the main places where the stones can be found are in the region that encompasses Minas Gerais, Goiás and the south of Bahia.

HOW DID H.STERN ACHIEVE ITS DNA, MARKED BY THE JEWELRY DESIGN?

When the precious stone was the main focus of the jewelry store, there was no piece that had an identity of the brand. However, in 1995 was the moment of evolution for H.Stern, which started to have its own design that carries our DNA. It was then that the design started being more highlighted and timeless. That's why there are some iconic pieces of H.Stern, as the 3 meter long necklace, which is extremely versatile. It's a 3 turn necklace that can be transformed into a bracelet or in a belt, for instance. Another piece that is signifies H.Stern is the bracelet called "Rua das Pedras", inspired by the Rua das Pedras in Búzios ("stone street"). It has a very distinguished design. Whoever sees it can recognize it's a H.Stern product. The "Pedras Roladas collection", which was all endorsed by Costanza Pascolato, has been sold for over 10 years and will be sold for 10-15 years more. The idea is to transform a jewel in a design, which is timeless and not in "fad".



Catherine Zeta Jones

SE INSPIRAR EM ARTISTAS, COMO CATHERINE DENEUVE, PARA UMA COLEÇÃO EM 1984, E EM PERSONALIDADES, COMO A COSTANZA PASCOLATO, FOI UM PIONEIRISMO DA MARCA...

Exatamente. Você imagina que joalheria é algo que já se faz há mais de cinco mil anos. Há milhares de joalheiros e só existem quatro joias: o brinco, o anel, o colar e a pulseira. Quantas joias já foram feitas? E quantas vezes as pessoas já olharam para uma joia para se inspirar para fazer algo novamente? Nós não queríamos isso. Não queríamos copiar. Partimos, então, para um outro lado. Foi uma decisão do Roberto Stern. Ele queria desafiar nossos designers a procurar em outras artes, em outros personagens, fontes de inspiração para a nossa arte joalheira.

Começou com a Catherine Deneuve, que nos deu uma série de informações sobre joias, sobre o que as mulheres estavam usando naquela época. Tivemos a Costanza Pascolato, que, entre outras coisas, nos passou informações sobre a alta-costura. Então, conceitos novos foram trazidos por outras artes que não eram joalheria e fez com que a gente tivesse coragem de desenhar além. Outros exemplos São o Grupo Corpo, Oscar Niemeyer, Carlinhos Brown, Irmãos Campana... são pessoas que nos trouxeram conceitos de criação que fez com que nós desenhassemos algo que tem estética, beleza e, ao mesmo tempo, uma história para contar.



BEING INSPIRED IN ACTRESSES LIKE CATHERINE DENEUVE, FOR A COLLECTION IN 1984, AND IN PERSONALITIES LIKE COSTANZA, WAS A PIONEERING ASPECT OF THE BRAND...

Exactly. You take it for granted that creating jewelry is something that has been done for over five thousand years. There are millions of jewelers and there are only four jewels: the earrings, the ring, the necklace and the bracelet. How many pieces of jewelry have been created? And how many times have people looked at one piece of jewelry to get inspired to make something again. We did not want that. We did not want to copy anything. We went the other way. It was Roberto Stern's decision. He wanted to challenge our designers to look for other forms of art, in other characters, other sources of inspiration for our jewelry art.

It began with Catherine Deneuve, who gave us a lot of information about jewels, about what women were wearing back then. There was also Costanza Pascolato, who, among other things, gave us information about the fashion couture. So, these new concepts were brought by other forms of art, which weren't jewelry and they made us have courage to design beyond. Other examples are "Grupo Corpo", "Oscar Niemeyer", "Carlinhos Brown", "Irmãos Campana"... these are people who brought concepts of creation that made us design something which has aesthetic beauty, and, at the same time, a story to tell.



victordzenk

Anibal de Mendonça, 171 - Ipanema - Rio
21 2259-2224



COLIÇÃO GG

GUILHERME GUIMARÃES É UMA LENDA VIVA DA COSTURA NACIONAL. EM SEUS DOIS ATELIÊS (UM NO RIO E OUTRO EM SÃO PAULO), GUARDA A RECEITA CERTA PARA MANTER A ELEGÂNCIA DAS MULHERES - UMA FÓRMULA QUE NASCEU NOS ANOS 60, ATRAVESSOU GERAÇÕES E QUE PERMANECE BRILHANTE ATÉ OS DIAS DE HOJE

GG Collection - *Guilherme Guimarães is a living legend of Brazilian fashion. In his two studios (one in Rio and the other in São Paulo), he keeps the right mix for mainting the elegance of women - a formula that started in the 60's, crossing generations and remains outstanding until today*

POR CAMILA DOURADO, EM COLABORAÇÃO COM MILENE CARDOSO

GUILHERME GUIMARÃES começou cedo, aos 17 anos de idade. Com 18, já tinha o seu ateliê e, aos 19, lançou-se ao mundo da moda ao se apresentar na sala da casa de seus pais, no bairro de Copacabana (RJ). Pouco tempo depois, com apenas 20 anos de idade - e pouquíssimo de carreira - o estilista já fez seu primeiro desfile internacional - no Hotel Gotham, em Nova York. Essa aparição levou seu nome para as páginas do *New York Times* e o fez conhecer Loretta Scanell, que, na época, era diretora da *Town & Country*, revista badaladíssima do momento. Não demorou a fechar o Hotel Waldorf Astoria (NY) para realizar o seu segundo desfile, “em benefício de Boys and Girls of Italy”, como explica. Levou à passarela a bela condessa italiana Benedetta Barzini, modelo de enorme sucesso. Eram os anos 60.

Nos 70 e 80, a grife GG já estava firmada, e foi nesse período que Guilherme Guimarães passou a apresentar suas coleções no Golden Room, do Copacabana Palace. Além dos desfiles, vestiu Tônia Carrero na peça *Constantina*, fez o guarda-roupa de Rosita Thomas Lopes para *Desde os Tempos de Eva* - que usava mais de 30 vestidos em cena -, fez o figurino de Nathalia Timberg para *Flor de Cactus*, entre outras assinaturas. Essas eram peças apresentadas no Teatro Copacabana Palace. “Dá para imaginar como o Copa vive dentro de mim?”, pergunta o estilista - um dos maiores nomes da alta-costura do país.

Mas a história não acaba aí. “Hoje em dia, a maior parte das minhas noivas se casam no Copacabana Palace”, diz.

Entre seus trabalhos, vale citar também que Guilherme vestiu Danuza Leão no filme *Terra em Transe*, de Glauber Rocha, fez o guarda-roupa da embaixatriz Lúcia Flecha de Lima e apresentou suas coleções nos famosos desfiles da Rhodia. Nomes como Carmen Mayrink Veiga, Cristiane Neves da Rocha, Beth Serpa, entre outros, fazem parte da lista luxuosa de clientes que vestem GG. O currículo é imenso.

Conheça um pouco mais sobre a forma de pensar de Guilherme Guimarães e suas ideias sobre a moda atual, e relembre momentos de sua história. Uma história que se confunde com a do Copacabana Palace. “Dei-me conta de que passei a minha vida inteira no Copa”, diz ao final da entrevista, que você acompanha a seguir.

GUILHERME GUIMARÃES started his career when he was very young at the age of 17. When he was 18, he already had owned his own studios and at the age of 19, he started in the fashion world presenting his collection in the living room of his parents' house in Copacabana neighborhood (RJ). Sometime later, at the age of 20 - and just starting his career -, the fashion designer has already completed his first international fashion show - at the Gotham Hotel in New York. This fact made him appear in the pages of the “New York Times”, where he met Loretta Scanell, who, back then, was the director of “Town and Country”, a well-known magazine back then. He further explains, the Hotel Waldorf Astoria (NY) hosted his second fashion show “in benefit of Boys and Girls of Italy”. He took the beautiful Italian Countess Benedetta Barzini to the catwalk. She was a successful model. Those were the 60's.

In the 70's and 80's, the GG brand was already established and it was in that period that Guilherme started to present his collections in the Golden room of the Copacabana Palace. Besides the shows, he dressed Tônia Carrero in the play called “Constantina”; he was in charge of the wardrobe of Rosita Thomas Lopes in “Desde os Tempos de Eva” - who wore more than 30 outfits on state

-, he was also responsible for the wardrobe of Nathalia Timberg in “Flor de Cactus”, among other labels. These were plays, which were performed at the Copacabana Palace Theater. “Can you imagine what the Copa means to me”?, asks the fashion designer - one of the greatest names in fashion of the country. But it does not stop there. “Nowadays, most of my brides get married at the Copacabana Palace”, he says.

Among his work, we have to cite that Guilherme also fitted Danuza Leão in the movie “Terra em Transe” by Glauber Rocha; he was also in charge of the outfit of the Ambadress Lúcia Flecha de Lima, and he presented his collections in the famous Rhodia fashion shows. Names such as Carmen Mayrink Veiga, Cristiane Neves da Rocha, Beth Serpa, among others, are part of the luxurious list of clients who wear GG. The resume is immense.

Get to know more about Guilherme Guimarães' way of thinking and his ideas on current fashion and recall moments of his story. A story that gets entwined with Copacabana Palace's history. “I've realized I've spent my entire life at the Copa”, he states at the end of this interview.

Você vive no eixo Rio-São Paulo, mas não é carioca nem paulista. Conte um pouco sobre como se estabeleceu nessas cidades.

Moro na ponte aérea! Às vezes, ao acordar e olhar a decoração, é quando percebo se estou no meu apartamento de São Paulo ou no do Rio de Janeiro. Mas nasci em Pelotas, Rio Grande do Sul, perto do Uruguai. Fui para o Rio de Janeiro ainda criança, onde passei minha infância, juventude e maturidade. E, como tenho um senso fantástico do futuro, quando percebi que Brizola passaria mais quatro anos no governo, arrumei as malas, vendi minha casa da Barra e comprei um apartamento em São Paulo. A essas alturas já não tinha mais carioca no Rio. Era uma época em que o Rio havia perdido o encanto. Fui morar em Nova York também, onde fiquei por oito anos. Quando voltei, fui para São Paulo para trabalhar para Christian Dior. Reproduzimos toda a coleção Dior para o Brasil, desde roupas de cama, passando por prêt-à-porter masculino, lingerie, enfim, por toda a linha. Nessa época, eu vivia na ponte aérea São Paulo-Paris. Era um trabalho muito duro, mas fascinante. Era muito agradável trabalhar na Dior sob a batuta do mestre Marc Bohan. Nessa Época, Dior mantinha a tradição e a elegância.

E hoje em dia, como é a sua rotina?

Acordo às 6h da manhã e vejo onde será o local de trabalho, que pode ser no Rio, em São Paulo, Porto Alegre, Brasília... Quando íamos realizar as provas da embaixatriz Lúcia Flecha de Lima (Brasília), geralmente eram dois dias. Faço casamentos no Pará, em Porto Alegre, em Brasília, etc. Todos esses lugares fazem parte da minha rotina. No começo dos anos 90, já no governo Collor, saí da Dior e, como sempre fiz - e faço - tudo ao contrário daquilo que o governo manda, quando a Zélia Cardoso de Mello disse que não era para mexer na poupança, fiz exatamente o contrário: tirei meu dinheiro de lá imediatamente e abri meu ateliê em São Paulo. Nessa época (em que o dinheiro da poupança dos brasileiros foi confiscado), muitos tiveram infarto, outros ficaram sem um tostão. Graças a Deus, eu estou sempre na contramão.



Guilherme Guimarães ao lado de Cristiana Neve da Rocha (à esquerda) e Odile Marinho (centro) - duas de suas musas - em evento no Copacabana Palace, no final dos anos 70. Ambos estão usando vestidos da coleção de Guilherme Guimarães.
Guilherme Guimarães with Cristiana Neve da Rocha (on the left) and Odile Marinho (at the center) - two of his muses - during an event at the Copacabana Palace, at the end of the 70's. Both wear dresses designed by Guilherme Guimarães.

Você tem mais de 50 anos de carreira e é um nome que representa a era de ouro da alta-costura no país. Como você mantém isso vivo até os dias de hoje?

Isso foi feito com muito trabalho, dedicação, amor e, sobretudo, com a palavra mágica: disciplina. As pessoas querem ser estilistas, porém não têm noção do preço disso. Por exemplo: é preciso acordar cedo, abdicar de festas, jantares, recepções, porque o trabalho exige disciplina total. Brilhar tem seu preço, além do talento, claro. Não adianta ser gênio e acordar ao meio-dia. Ficar nas boates até as 5h da manhã. Ser estilista é um sacerdócio. A vida não é só o glamour que as pessoas pensam. Eu sempre quis aprender. Sempre me cerquei de pessoas mais velhas, para aprender tudo o que eu queria. Os jovens hoje acham que nasceram sabendo tudo. O resultado é o que você vê por aí. Os nomes surgem, a imprensa transforma-os em celebridades e dois anos depois ninguém sabe onde estão ou o que estão fazendo. Eu comecei com 17 anos de idade. Aos 18, montei o atelier. Com 20, fiz meu primeiro desfile em Nova York, com direito a entrevista no New York Times. Aos 25, fui contratado pela Rhodia para fazer parte do elenco de costureiros da época, Como Dener, José Ronaldo, José Nunes, Rui e estrangeiros como Bill Blass, Valentino, Chanel, Cardin, etc. Givenchy tem uma frase que adoro: “Um costureiro bom se conhece pelas clientes que tem”. É a mais pura verdade. E o fenômeno que se passa comigo atualmente, poucos costureiros no mundo tiveram o privilégio de viver. Eu costuro para três ou quatro gerações. Por exemplo, hoje termino o vestido de noiva de Mariana Nascimento Brito, neta de Leda Nascimento Brito e filha de Isabel, de quem também fiz o vestido de noiva. Leda foi uma das minhas clientes mais queridas. Minha clientela de jovens é incrível, mas o mais incrível é pegar duas, três gerações. Isso é raro no mundo.

Com tantas mudanças no mundo da moda, como você consegue manter seu nome?

Simplesmente porque eu não mudo.

Como é a sua relação com o Rio de Janeiro e com o Copacabana Palace?

O Rio, para mim, é o Copacabana Palace. Foi no Copa que vivi e cresci. Foi onde aprendi a nadar com Maria Lenk. Com aquela praia na frente e a piscina do Hotel. Papos com Ibrahim Sued - que estava lá todos os dias, com Murilinho de Almeida, Danuza Leão, Odile Rubirosa, entre outros. Enfim, era o ponto alto das manhãs no Rio de Janeiro. Depois, com a abertura das coleções, desfilava todo ano no Golden Room uma coleção de 120 modelos. A mesa principal e cativa era de D. Mariazinha Guinle, dona do hotel e minha fiel cliente. Era ela que comandava a tradicional sociedade do Rio de Janeiro. O Copa era minha casa. Às vezes, ia para lá para passar os finais de semana. Eu, inclusive, desenhei os uniformes das recepcionistas. Não posso me esquecer de todos os empregados, Camilo, da portaria, e Vicente, que vivia fardado de brim cáqui e quepe na cabeça. Ele era uma espécie de mascote do Copa. Renault era o mais elegante cabeleireiro da época. Fica no primeiro andar. Era ele quem cuidava das mulheres mais elegantes do Rio. Juntos, criávamos os cabelos das minhas coleções. São muitas histórias.



Concorde montado no palco do Golden Room, no Copacabana Palace, para desfile da Coleção Guilherme Guimarães.
A Concorde was set up on the stage of the Copacabana Palace's Golden Room for the fashion show of Guilherme Guimarães.

Qual o papel que a roupa sob medida tem hoje na moda?

As mulheres estão cansadas de pagar fortunas pelos seus vestidos e frequentar festas nas quais encontram três ou mais com o mesmo figurino. Isso é decepcionante. O ideal é encontrar o estilista certo, de quem você goste. Isso é mais fácil do que qualquer mulher pode imaginar... Elas sempre encontram o estilista certo, o marido rico e a casa dos sonhos.

Considerando que você acompanha a moda há décadas, acha que as mulheres de hoje se vestem bem?

As mulheres brasileiras geralmente chamam a atenção em qualquer salão do mundo onde vão. Mas a preocupação em ser sexy atrapalha muito. Isso é coisa do passado. Hoje isso fica mais para a noite do Oscar. Se você gosta de se vestir assim, cuidado: em vez de sexy pode acabar ficando brega.

Que mulheres você considera chiques?

Passaram e passam por esse ateliê as mulheres mais chiques do Brasil e talvez do mundo. Carmen Mayrink Veiga, que é minha cliente e amiga há 40 anos, por exemplo, é *hors-concours* em tudo. Ela tem um estilo só dela. Uma personalidade inigualável. Entende de moda como ninguém. Tem o requinte das cabeças

coroadas do mundo e, além disso, é uma amiga única. Atenção, meninas que querem aprender a ser chiques: não se esqueçam da educação, da pontualidade, de falar um bom francês e um bom inglês. É melhor frequentar menos academias de ginástica e aprender mais idiomas. Para ser chique é preciso ser inteligente e ter certa dose de cultura. Um papo inteligente e divertido é fundamental. Elisinha Moreira Salles foi também uma das mulheres mais chiques do mundo. Ela estava perfeita a qualquer hora do dia ou da noite. A embaixatriz Lúcia Flecha de Lima brilhava sempre nas recepções em Brasília, Londres, Roma ou Washington, sempre vestida por mim. Não posso citar todas, mas sempre cito Cristiane Neves da Rocha, que é um exemplo de elegância atual: tem horror a roupas sexy, transparências, decotes e, quando aparece, sempre faz um sucesso incrível com seu estilo Audrey Hepburn.

Como você vê a moda brasileira?

O presidente da Chambre, da alta-costura da França, sempre diz: “Moda que é moda é internacional e ponto final”.

E os estilistas da atualidade?

Hoje todo mundo quer ser estilista. Sempre dou o seguinte conselho: se você tem o talento da Lenny Niemeyer, que tudo o que cria é chique e lindo, então siga a profissão. Caso contrário, vai perder dinheiro e tempo.

You live between Rio and São Paulo but you’re neither from Rio nor from São Paulo. Tell us a little bit about how you settled in these cities.

I live in the shuttle air service (Rio-São Paulo-Rio)! Sometimes, when I wake up and look at the decoration around, is when I realize I am in my apartment in São Paulo or Rio de Janeiro. However, I was born in Pelotas, Rio Grande do Sul, near Uruguay. I moved to Rio de Janeiro when I was a child, where I spent my childhood, teenage-hood and adulthood. And, as I have a fantastic sense of the future, I realized that Brizola would spend four more years in office, I packed up, sold my house in Barra (Rio), and bought my apartment in São Paulo. At that time, there weren’t any cariocas in Rio anymore. It was a time when Rio had lost its charm. I moved to New York, where I stayed for eight years. When I came back, I went to São Paulo to work for Christian Dior. We recreated all the Dior collection to Brazil, from bed linen to men’s prêt-à-porter, lingerie, and the works. Back then, I was always flying between São Paulo and Paris. It was hard work but it was fascinating. It was very pleasing to work in Dior managed by the expert, Marc Bohan. At that time, Dior kept the tradition and elegance.

What is your routine like today?

I wake up at 6am and see where my place of work will be, which can be in Rio, São Paulo, Porto Alegre, Brasília... When I used to see the fit of the clothes of Ambassador Lúcia Flecha de Lima (in Brasília), it would usually take two days. I do weddings in Pará, in Porto Alegre, in Brasília, etc... All of these places are part of my routine. In the beginning of the 90’s, when Collar was in office,

I left Dior and as I’ve always done - and as I usually do - everything opposed to what the government says; when Zélia Cardoso de Mello said that we, Brazilians, should not withdraw money (from our savings account), I did exactly the opposite: I withdrew my money immediately and opened my studio in São Paulo. At that time, (when the money from the Brazilian people had been confiscated), many had heart attacks, others ended up penniless. Thank god I’m always the contrarian.

You’ve been working for over fifty years and your name represents the golden era of the country’s fashion. How do you keep this alive up to now?

That is achieved through a lot of hard work, dedication, love and above all, with the magic word: discipline. People want to be fashion stylists, although they have no idea about the sacrifice of that. For example: one has to get up early, not go to parties, dinners, etc... because the job requires total discipline. If you want to “shine”, it has its price, - besides talent, of course. You can’t be a genius and wake up at noon. You can’t stay in nightclubs until 5am. Being a stylist is like priesthood. Life is not just the glamour that people think it is. I’ve always wanted to learn. I was always surrounded by older people to learn everything I wanted. The younger generation today thinks they were born knowing everything. The result is what you see around. The names gain prominence, the media transforms them into celebrities and two years later, nobody knows where they are or what they’re doing. I started my career when I was 17. When I was 18, I set up the studio. At the age of 20, I made my first fashion show in New York and with the right of an interview at the “New York Times”. When I was 25, I was hired by Rhodia to be part of the stylists of that time, like Dener, José Ronaldo, José Nunes, Rui and foreigners like Bill Blass, Valentino, Chanel, Cardin, etc. Givenchy has a phrase that I love: “A good stylist is known by the clients he has”. It is the absolute truth. And what has been happening to me these days, few stylists in the world had the privilege of living. I make clothes for three of four generations. For example, today I finished the wedding gown of Mariana Nascimento Brito, granddaughter of Leda Nascimento Brito and daughter of Isabel, whose wedding gown I also made. Leda was one of my dearest clients. My clients of the young generation are amazing, but the most amazing thing is to get two, three generations. This is rare in the world.

How can you keep your name despite all the changes in the fashion world?

Simply because I don’t change.

How is your relationship with Rio de Janeiro and the Copacabana Palace?

Rio, for me is the Copacabana Palace. It was at the Copa that I grew up and lived. It was where I learned how to swim with Maria Lenk. With that beach in front and the hotel pool. And chatting with Ibrahim Sued - who used to be there every day, with Murilinho de Almeida, Danuza Leão, Odile Rubirosa, among others. All in all, it was the high point of the mornings in Rio de Janeiro. Later, with the launching of the collections, 120 models would show on the catwalk of the Golden Room every year. The main table was of D. Mariazinha Guinle, the owner of the hotel and my loyal client. She was the one in charge of Rio’s society. Copa was my home. Sometimes I would go there to spend weekends. I even designed the receptionists’ uniforms. I can’t forget to mention all of the employees, Camilo, doorman, and Vicente, who was always wearing his khaki brim uniform and a cap. He was a kind of mascot of Copa. Renault was the most elegant hairdresser of that time. It was on the first floor. It was him who took care of the most elegant women in

“BEING A STYLIST IS LIKE PRIESTHOOD.”

Rio. Both of us, together, would create the hair dos of my collections. There are lots of stories.

Which role does the tailor-made clothing have in fashion today?

Women are tired of paying fortunes for their dresses and going to parties where they see three of four women wearing the same outfit. This is disappointing. Ideally, finding the right fashion designer whom you like is the best thing. It is easier than any woman can imagine... They always find the right fashion designer, the rich husband and their dream house.

Considering the fact that you’ve been following fashion for decades, do you think that woman today dress well?

Brazilian woman usually draw people’s attention wherever they go in the world. But because they want to be sexy, it interferes a lot. This is something from the past. Today, this worry about being sexy is more for the night of the Oscar’s. If you like dressing this way, be careful: instead of being sexy, you will end up being tacky.

Which women do you consider chic?

The most chic women in Brazil have come and are still coming to this studio and perhaps the most elegant ones in the world. Carmen Mayrink Veiga, who has been my client and friend for forty years, for example, is “hors-concours” in everything. She has the elegance of the crowned heads of the world and besides this, she is a unique friend. Attention: girls who want to learn to be chic: don’t forget about politeness, punctuality, speaking good French and English. It is better to learn more foreign languages than going to health clubs all the time. In order to be chic, you need to be intelligent and have a certain dose of culture. An intelligent and fun talk is essential. Elisinha Moreira Salles was also one of the most elegant women of the world. She was always perfect, day and night. The Ambassador Lúcia Flecha de Lima was always stunning in parties in Brasília, London, Rome or Washington; she was always wearing the clothes I designed. I can’t cite here all of them, but I always mention Cristiane Neves da Rocha., who is an example of the modern elegance: she hates sexy, see-through clothes, low necklines and when she appears in public, she makes a statement with her Audrey Hepburn style.

How do you see Brazilian fashion?

The president of Chambre of the couture in France, always says: “fashion that is fashion, is international and full stop.”

And what about today’s fashion designers?

Today everyone wants to be a fashion designer. I always give the same advice: if you have Lenny Niemeyer’s talent, who creates everything, which is chic and beautiful, so follow the profession. If not, you will waste your time and money.



Jantar no Copa com a Maria Eudoxia Gualberto, a hostess número 1 do Brasil na década de 70, Ibrahim Sued e Guilherme Guimarães. Dinner at the Copa with Maria Eudoxia Gualberto, the number 1 hostess in Brazil in the 70's, Ibrahim Sued and Guilherme Guimarães.

PERFUME ITALIANO

REFERÊNCIA GASTRONÔMICA DO RIO DE JANEIRO,
RESTAURANTE CIPRIANI É REDECORADO PELO FRANCÊS
MICHEL JOUANNET E GANHA NOVO MENU E MESA DO CHEF

Italian Perfume - Cipriani restaurant, a gastronomy reference in Rio de Janeiro, is redecorated by the French, Michel Jouannet, and receives a new menu and chef's table

POR MARINA CARVALHO - FOTOS: SERGIO PAGANO E MARCO RODRIGUES

O restaurante Cipriani, do Copacabana Palace, trocou de roupa. Está com um décor mais leve, iluminado e com um toque do charme italiano de Veneza. Assinado pelo arquiteto francês Michel Jouannet, o ambiente passou por dois meses de reforma em 2011 e ganhou novas cores, estofados, lustres e louças. Luminárias numeradas de Murano feitas à mão pontuam o salão, agora arrematado por cortinas brancas que emolduram os janelões e integram o espaço à piscina, umas das mais belas do Rio de Janeiro.

Cipriani restaurant, in Copacabana Palace, has a new look with a lighter, brighter décor and a touch of Venetian Italian charm. Signed by the French architect Michel Jouannet, the restaurant has gone through two months of renovations in 2011 sporting new colors, upholstery, lamps and china. Handmade Murano sconces highlight the ambience, now complemented with white curtains, which adorn the large windows that integrate the dining room and pool, one of the most beautiful in Rio de Janeiro.

Lustres de vidro Scheherazade Fortvny, produzidos em Veneza, e carpete com motivos do Renascimento italiano
Scheherazade Fortvny ilk chandeliers, produced in Venice, and carpet motifs of the Italian Renaissance





Foi a primeira vez, em 17 anos de funcionamento, que o premiado Cipriani, uma das principais referências gastronômicas da cidade, fechou as portas. Responsável por outras reformas no próprio hotel e pela completa reformulação e restauração do Hotel das Cataratas, que também pertence ao grupo Orient-Express, o arquiteto francês optou por repaginar o restaurante de modo a ampliar o diálogo entre o clássico e o contemporâneo, uma das principais características de seus trabalhos, e aproximar o décor ainda mais do conceito da cozinha italiana. Jouannet tem o dom de traçar um delicado paralelo entre o passado e o presente, sem descaracterizar o ambiente.

"De um modo geral, preservamos a arquitetura. As mudanças estão nos elementos que deixam o Cipriani mais suave e mais italiano", explica Jouannet, que conhece bem Veneza, cidade para a qual viajou durante 11 anos. "Eu ia para lá de dois em dois meses para cuidar do projeto do Hotel Cipriani, na Ilha de Giudecca."

No salão, destacam-se, os lustres Scheherazade Fortuny, produzidos com exclusividade pela Venetia Studium. Com inspiração no Oriente e em forma de pagode invertido, eles reúnem a delicadeza da seda, em três camadas, suspensas por cordas decoradas com contas de vidro de Murano. A iluminação, aliás, é um dos pontos altos do projeto. Nas colunas e em cantinhos estratégicos, foram instalados candelabros e luminárias produzidos por mestres vidraceiros de Murano e desenhados por Jouannet especialmente para o Cipriani. O ambiente ganhou vida com os tons magenta, bege e cinza claro do novo carpete, com motivos que remetem ao Renascimento. Nas paredes, há uma aquarela de William Turner e uma reprodução autorizada de uma paisagem urbana de Veneza de Canaletto. Entre uma e outra tela, espelhos com molduras de madeira em tons de prata aproximam o ambiente ainda mais das referências italianas usadas pelo arquiteto, uma vez que foram produzidos pela Casa d'Arte Paoletti, situada em Florença.

"Os espelhos contribuem para a iluminação do salão assim como as cortinas brancas, que são flexíveis, delicadas e permitem uma transparência confortável para a entrada de luz. Este modelo, no qual o tecido desce pela janela, são típicos da Itália, facilmente encontrados no norte do país e também na Praça São Marcos, em Veneza", explica Jouannet.



Michel Jouannet desenhou luminárias exclusivas para o restaurante
Michel Jouannet created an exclusive lighting for the restaurant

It was the first time in 17 years of operation, the award-winning Cipriani, one of the main gastronomic references of the city, closed its doors. The French architect, responsible for other renovations in the same hotel and for the complete refurbishment of the Hotel das Cataratas, which is also part of the Orient-Express, chose to rebrand the restaurant in order to broaden the communication between the classic and contemporary styles, one of the main features of his work. He also tried to style the décor to the concept of Italian cuisine. Jouannet has the gift of drawing a delicate parallel between the past and the present, without spoiling the environment.

"In general, we preserve the architecture. The changes are in the elements that make the Cipriani softer and Italian - explains Jouannet, who knows Venice well, a city where he has traveled to for 11 years. - I used to go there every two months to take care of the design of the Hotel Cipriani on the island of Giudecca."

In the dining room, the Scheherazade Fortuny chandeliers, made exclusively by Venetia Studium, are stunning. Inspired in the Orient and in an inverted pagoda shape, they gather the delicate silk in three layers, suspended by decorated cords with Murano glass beads. The lighting, in fact, is one of the highlights of the project. In columns and in strategic corners, chandeliers and lighting fixtures were installed produced by master glaziers in Murano and designed by Jouannet especially for Cipriani. The ambience came to life with the magenta, beige and light gray tones of the new carpet, with images that refer to the Renaissance. On the walls there is watercolor by William Turner and an authorized reproduction of an urban landscape of Venice by Canaletto. Between one and another screen, mirrors with wooden frames in silver tones convey the environment even more of the references used by the Italian architect, since they were produced by the Casa d'Arte Paoletti, located in Florence.

"The mirrors contribute to the lighting of the dining room as well as the white curtains, which are flexible, delicate and allow a comfortable transparency for the light to enter. This model, in which the fabric goes down the window, is typical of Italy, easily found in the north and also in St. Mark's Square in Venice " - explains Jouannet.



Cortinas brancas típicas da Itália permitem a paisagem da luz e integram o salão do restaurante à piscina do hotel
Italy's typical white curtains allow light to pass through and integrate the restaurant to the hotel pool



Novidade no menu, a entrada de carpaccio com burrata foi criada pelo chef Nicola Finamore
New on the menu, the carpaccio appetizer with burrata was created by chef Nicola Finamore



Meia do chef: menu especial e harmonizado com vista privilegiada para a cozinha
Chef's Table: Special menu and harmonized with a privileged view of the kitchen

Mas as mudanças foram além da decoração. As louças com detalhes em rosa foram substituídas por outras brancas da marca alemã Rosenthal. E o menu foi inteiramente reformulado pelo chef italiano Nicola Finamore, que manteve alguns pratos clássicos do Cipriani, como o talharim verde gratinado com presunto e o nhoque de berinjela ao molho de tomate e manjerição. Entre as novidades, polenta de grão branco cremosa com camarão perfumado ao limão siciliano e coentro, filé-mignon ao vinho Amarone e molho zabaione com medalhão de batata crocante ao bacon e espaguete alla chitarra com molho de cordeiro e pecorino romano, receita da família de Finamore.

Pois é exatamente na cozinha que se encontra uma das joias do novo Cipriani: a mesa do chef. Jouannet instalou um espaço exclusivo, com seis lugares, que permite uma experiência especial para os clientes, de onde eles podem ver Finamore e sua equipe em cena. Neste ambiente, é possível degustar um menu harmonizado com quantos pratos o apetite permitir. Com pastilhas negras e prateadas, seguindo o tom do prata e do inox de elementos da cozinha, a mesa foi instalada em frente à bancada de finalização, de onde se pode observar o trabalho preciso do chef em cada prato.

Salão e bar renovado, menu cheio de novidades e exclusiva mesa do chef na cozinha. Tudo nos trinques. À noite, o Cipriani ficou ainda mais charmoso com a nova iluminação. Mas de dia, há um presente especial para os clientes. Com os janelões em evidência com as novas cortinas é possível observar do restaurante a piscina, o Pêrgula e, ao fundo, o mar de Copacabana. Há companhia melhor?

But the changes went beyond the decor. The tableware in pink details has been replaced by white German Rosenthal tableware. And the menu has been completely redesigned by Italian chef Nicola Finamore, who kept some of the classic Cipriani dishes such as the green tagiarini gratin with ham and the eggplant gnocchi with tomato sauce and basil. Among the new dishes, creamy white corn polenta with Sicilian lemon-scented shrimp and coriander, filet mignon marinated in Amarone wine and sabayon sauce with crispy potato medallions with bacon and alla chitarra spaghetti with lamb sauce and Pecorino Romano, a Finamore family recipe.

It is exactly in the cuisine that one of the jewels of the new Cipriani is: the chef's table. Jouannet installed a unique space, with six seats, which allows a special experience for clients, where they can see Finamore and his team in action. In this environment, one can savor a harmonized menu with as many courses as one's appetite can handle. The table was installed in front of the finishing bench, with black and silver tablets, matching with the silver and the tone of stainless steel utensils of the kitchen, where you can watch the work of the chef preparing each dish.

Renovated lounge and bar, menu full of new dishes and exclusive chef's table in the kitchen. Everything is perfect. At night, Cipriani is even more charming with the new lighting. But it is during the day that clients are rewarded: With the large windows and new curtains, one can see the pool from the restaurant, the Pergola and, in the background, the Copacabana beach and sea. Is there any better company than that?

SICÍLIA, PARAÍSO EXUBERANTE

FAZ PARTE DO DESEJO DE QUALQUER TURISTA PODER VIAJAR E DESFRUTAR DOS ENCANTOS DAS PAISAGENS NATURAIS AO REDOR DO MUNDO. E, QUANDO ELAS SÃO COROADAS COM A OUSADIA E O REQUINTE DAS CRIAÇÕES HUMANAS, A VIAGEM TORNA-SE INESQUECÍVEL

Sicily, exuberant paradise - *It is part of any tourist's desire to travel and enjoy the charms of natural landscapes around the world. But when they are crowned with the boldness and refinement of human creation, the journey becomes unforgettable*

POR MELISSA LENZ

Uma das regiões mais belas e visitadas da Itália, repleta de heranças gregas, romanas, bizantinas, mouras e muitas outras, a Sicília possui riqueza e diversidade inigualáveis. Marcada pela presença de diferentes civilizações ao longo dos séculos, esse território da Itália está privilegiadamente localizado entre os mares Mediterrâneo, Jônico e Tirreno, o que lhe rendeu uma miscelânea exótica e ampla no que diz respeito a cultura, tradição e culinária, além de ampla variedade de estilos arquitetônicos e artísticos. Sua paisagem natural deslumbrante valoriza ainda mais as riquezas da fascinante região, que tem como grandes atrativos a água cristalina e a paisagem vulcânica, da qual o Monte Etna é símbolo. É nesse cenário peculiar, que encontram-se dois dos ícones do grupo Orient-Express: o Villa Sant'Andrea e o Grand Hotel Timeo que, junto à exuberância local, oferecem ao visitante o que há de mais sofisticado em hotelaria.

One of the most beautiful and visited regions of Italy, full of Greek, Roman, Byzantine, Moorish and many other heritages, Sicily is a region of unparalleled richness and diversity. Marked by the presence of different civilizations over centuries, this region of Italy has a privileged location between the Mediterranean, the Ionian and Tyrrhenian seas, which gave it an exotic and wide diversity as far as culture, tradition and cuisine go, besides the great variety of architectural styles and art. Its stunning natural landscape valorizes the fascinating richness of the region even more, with crystal clear water and volcanic landscape, the iconic Mount Etna, as big attractions. It is in this exclusive landscape, Sicily, where two of the Orient-Express chain icons can be found: the Villa Sant'Andrea and the Grand Hotel Timeo, which together with the local luxuries offer visitors the latest sophistication in hospitality.





VILLA SANT'ANDREA

Construído em 1830 por uma família aristocrática, o Villa Sant'Andrea agrega todo o charme de uma hospedagem sofisticada, com estilo residencial e acolhedor, exclusivo também por sua diferenciada localização na encosta. A poucos minutos do centro da comuna de Taormina - repleta de atrações para aqueles que desejam desfrutar do que há de melhor em cultura, gastronomia e compras - os hóspedes do Sant'Andrea podem também aproveitar os encantos de uma praia privada na baía de Mazzarò, com toda a estrutura de luxo proporcionada pelo hotel. Não faltam opções para que o visitante aproveite ao máximo o clima marítimo, já que, além da praia, o hotel oferece uma deliciosa piscina com vista para o mar e um passeio de barco exclusivo, para explorar a riqueza da região. Um moderno *fitness center* também faz parte das atrações locais para quem quer aproveitar ao máximo a estadia, e no *wellness center*, localizado nos jardins subtropicais, é possível relaxar e cuidar do corpo e da mente, com massagens, tratamentos e imersões especiais, realizadas com essências sicilianas e mediterrâneas.

Em um lugar com tantos atrativos, não seria diferente com a gastronomia. Localizado num terraço panorâmico com uma vista deslumbrante da baía de Mazzarò e da costa da Calábria, o Restaurante Oliviero apresenta uma atmosfera elegante e refinada, onde o hóspede pode degustar seus famosos pratos de frutos do mar e da culinária mediterrânea tradicional, que leva toques inovadores e criativos. O menu é elaborado com ingredientes locais de alta qualidade e sazonais, e, durante o verão, apresenta opções leves e frescas. Os pratos são harmonizados com vinhos selecionados, com destaque para os de produção regional e nacional.

Built in 1830 by an aristocratic family, the Villa Sant'Andrea combines all the charm of sophisticated accommodation, with a cozy and welcoming style, along with its unique location. A few minutes from downtown Taormina - full of attractions for those wanting to enjoy the very best in culture, cuisine and shopping - Sant'Andrea guests can also enjoy the privilege of a private beach in the bay of Mazzarò, with all the luxurious amenities provided by the hotel. There are many options for the

visitor to make the most of the maritime climate, since, besides the beach, the hotel also offers a delightful swimming pool overlooking the sea and an exclusive boat trip to explore the richness of the region. A modern fitness center is also part of the local attractions for those who want to make the most of their stay, and in the wellness center, located in subtropical gardens, one can relax and take care of your body and mind, with massages, treatments and special immersions, prepared with Sicilian and Mediterranean essences.

In a place with so many attractions, gastronomy plays an important role. Located on a panoramic terrace with breathtaking views of the bay of Mazzarò and the coast of Calabria, the Oliviero Restaurant has an elegant and refined atmosphere, where guests can taste the famous dishes of seafood and traditional Mediterranean cuisine, prepared with an innovative and creative touch. The menu consists of high quality, seasonal local ingredients, with light and fresh options available during summer. Meals are complemented with selected wines, especially those produced locally and nationally.

www.hotelvillasantandrea.com



GRAND HOTEL TIMEO

Explorando outro grande atrativo da Sicília, que em sua parte leste é composta por montes rochosos, está o Grand Hotel Timeo, localizado em uma das mais glamorosas paisagens da Itália.

Primeiro a ser construído na Taormina, esse cinco estrelas é um ícone da hotelaria local, e está situado em um dos pontos mais estratégicos da região, com vista para o Teatro Grego, para o Monte Etna e para o mar.

Não é à toa que o local é frequentado há anos por hóspedes célebres dos quatro cantos do mundo, que foram atraídos pela paisagem, culinária e requinte do Timeo e seus famosos e ensolarados terraços. Suas refinadas suítes evocam o marcante estilo barroco, e o hóspede tem a opção de ficar na Villa Flora, que apresenta um estilo mais intimista e residencial, e está a apenas 50 metros da construção principal do hotel. Por meio de um sistema de transporte complementar, o Timeo oferece ao hóspede a possibilidade de também desfrutar da praia privada da baía de Mazzarò. Um passeio de barco pela bela região, mediante reserva, um *wellness center* e o atendimento diferenciado são outras exclusividades dedicadas aos hóspedes.

Com um panorama único e uma ambientação mágica, o restaurante do Timeo é um espetáculo à parte. O melhor da cozinha siciliana e mediterrânea pode ser apreciado enquanto se observa o Monte Etna e a baía. Harmonizado com os melhores vinhos de produção local, como o Nero d'Avola, e elaborado com os melhores ingredientes encontrados na região, o menu promete proporcionar ao visitante uma experiência gastronômica inesquecível.

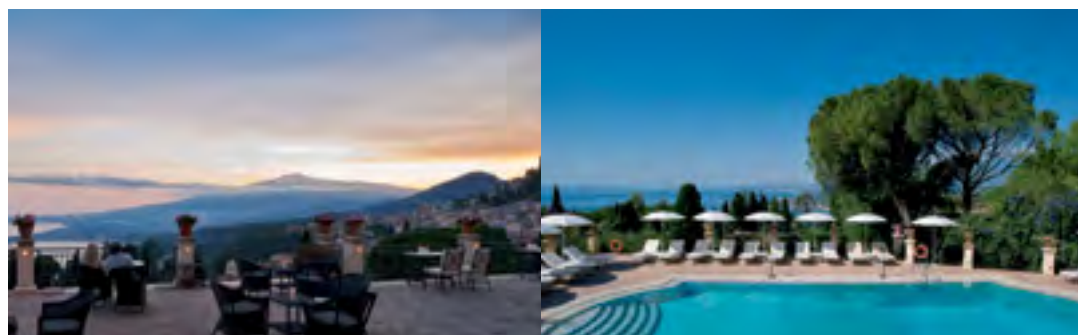
Exploring another great attraction of Sicily, in the eastern part of the Island composed of rocky hills, is the Grand Hotel Timeo, located in one of the most dazzling landscapes of Italy.

First to be built in Taormina, this hotel is an icon of local hospitality and is situated in one of the most strategic points in the region, overlooking the Greek Theatre, Mount Etna and the sea. No wonder the region has been visited by famous guests from all over the world for years, attracted by the scenery, cuisine and refinement of the Timeo and its famous sunny terraces. Its refined suites evoke the striking baroque style, and the guest has the option of staying at the Villa Flora, which has a more intimate, residential style, and is just 50 meters from the main hotel complex.

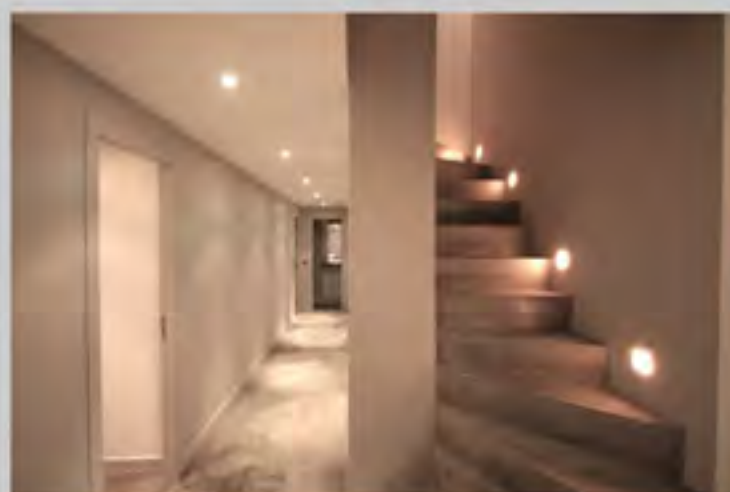
The Timeo offers guests the opportunity to also enjoy the private beach of Mazzarò Bay. A boat ride through the beautiful region, made by reservation, a wellness center, and the distinguished service, are some exclusive options dedicated for guests.

Having a spectacular panoramic view and a magical atmosphere, the Timeo's Restaurant is fantastic. The best of Sicilian and Mediterranean cuisine can be enjoyed while gazing out to the bay and Mount Etna. Harmonized with the best locally produced wines, such as Nero d'Avola, and prepared with the finest ingredients found in the region, the menu promises to offer visitors an unforgettable dining experience.

www.grandhoteltimeo.com



RAAR
design



Quando RAridade encontra ARquitetura. Quando ARte encontra design.

Porque uma atmosfera só pode ser criada com talento, porque arquitetura sempre foi o trabalho de artistas, vivencie a experiência RAAR-design.

Nascida há 7 anos em Paris, RAAR-design se encantou pelo Brasil e atravessou o Atlântico trazendo o *savoir faire* europeu para combiná-lo com o melhor do estilo brasileiro.

RAAR-design convida você a descobrir como podemos ajuda-lo a transformar qualquer ambiente, de sua casa ou seu escritório, com idéias originais e conselhos sob medida.

When RArety meets Architecture. When ARt meets design.

Because an atmosphere can only be created with talent, because architecture has always been work of artists, get into the RAAR-design experience.

Born 7 years ago in Paris, RAAR-design fell in love with Brazil and decided to cross the Atlantic ocean to bring our european *savoir-faire* and combine it with the best of brazilian style.

RAAR-design invites you to discover how we can help you to transform your house, your apartment or just your living room with original ideas and customized advice.

info@raar-design.com

www.raar-design.com

+ 55 (21) 7629-7134



1/ GERARD BUTLER E ANDREA NATAL, FOTO: PAULO JABUR - 2/ CLAUDIA FIALHO E ROBERTO PANIZZA - 3/ BETH PINTO GUIMARÃES, FOTO: VERA DONATO
4/ ZEKA MARQUEZ E LUIZA BRUNET, FOTO: VERA DONATO



1/ BETH LAGARDÈRE E VINCENT CASSEL, FOTO: PAULO JABUR - 2/ FRANCESCO CARLI, FOTO: VERA DONATO - 3/ AMBIENTE, FOTO: PAULO JABUR
4/ NICETTE BRUNO E PAULO GOULART, FOTO: PAULO JABUR



1/ PHILIP CARRUTHERS E GUILHERMINA GUINLE, FOTO: PAULO JABUR - 2/ GLÓRIA MARIA, FOTO: MURILLO TINOCO - 3/ MARTHA ROCHA, FOTO: MURILLO TINOCO
4/ JULIANA PAES E QUINCY JONES, FOTO: CRISTINA GRANATO

Baile de Carnaval do Copacabana Palace

Realizado tradicionalmente aos sábados de Carnaval, o baile do Copa já contou com presenças marcantes desde seu início. O hotel, inaugurado em agosto de 1923, abriu suas portas para o primeiro baile de Carnaval em 1924. Jayne Mansfield, em 1959, causou sensação ao deixar cair seu bustiê. Brigitte Bardot foi uma das atrações em 1964. Este baile comemorava o quarto centenário do Rio, com decoração de Júlio Senna em sete salões – representando as ruas do Rio Antigo. Cento e oitenta músicos se revezaram sem interrupção neste baile. No júri, além de Bardot, Porfírio Rubirosa e Elza Martinelli. Em 67, o júri foi presidido por Gina Lollobrigida. Mas o Baile do Copa teve outras presenças memoráveis, entre as quais: Mary Pickford, Joan Fontaine, Rhonda Fleming, Walter Pidgeon, Lana Turner, Ann Miller, Zsa Zsa Gabor, Kim Novak, Janet Leigh, Romy Schneider, Veruskha, Glenn Ford, Errol Flynn. Em 1973, o baile do Copa deixou de ser realizado pelo Copacabana Palace. Alguns eventos de mesmo porte foram realizados por terceiros neste período, mas sua reedição só foi oficial 20 anos depois, quando a nova direção percebeu a necessidade de recriar um luxuoso baile. Este teria que ser à altura das melhores tradições do Carnaval do Rio e honrando a nobre história do próprio hotel.



Carnival Ball at the Copacabana Palace

Traditionally held on Carnival Saturday, the ball at the Copa has hosted distinguished guests since its introduction. The hotel, inaugurated in August 1923, opened its doors to the first Carnival ball in 1924. In 1959, Jayne Mansfield caused a sensation by removing her bustier. Brigitte Bardot was one of the attractions in 1964. This ball celebrated the fourth centenary of Rio, decorated by Julio Senna in seven ballrooms- representing the streets of Old Rio. One hundred and eighty

musicians took turns performing in this ball. In the panel of judges, besides Bardot, there were Porfírio Rubirosa and Elza Martinelli. In 67, the panel of judges was chaired by Gina Lollobrigida. But the Ball at the Copa had other memorable appearances, including: Mary Pickford, Joan Fontaine, Rhonda Fleming, Walter Pidgeon, Lana Turner, Ann Miller, Zsa Zsa Gabor, Kim Novak, Janet Leigh, Romy Schneider, Veruskha, Glenn Ford

Errol Flynn. In 1973, the ball at the Copa was no longer hosted by the Copacabana Palace. Some events of the same stature were accomplished by third parties in this period, but its official re-launch was only 20 years later under new management when the need to recreate a luxurious ball was envisaged. This would be equal to the best traditions of the Carnival in Rio and honoring the noble history of the hotel.

1/ HILDEGARD ANGEL E FRANCIS BOGOSSIAN - 2/ WOLF MAIA E MARÍLIA GABRIELA - FOTOS: MURILLO TINOCO



1/ STEVE ROSS E CLAUDIO BOTELHO - 2/ STEVE ROSS - 3/ CLAUDIO BOTELHO, CHARLES MOELLER, RENÉ HAGUENAUER E MARIA CLARA GUEIROS - FOTOS: PAULO JABUR



1/ VERA TOSTES E BEATRIZ SEGALL - 2/ MILA MOREIRA E ZAU OLIVIERI - 3/ KATIA E ARNALDO DANENBERG - FOTOS: PAULO JABUR

Steve Ross no Bar do Copa

Na minitemporada que Steve Ross fez no Bar do Copa, em agosto 2011, o cantor e pianista apresentou o show “Night and day – Songs of Deco and Romance”, com músicas de Cole Porter, Ira e George Gershwin e Irving Berlin. Ele usou um smoking que pertenceu a Noël Coward. O cantor já foi eleito o melhor crooner e instrumentista pela Associação de Cabarés de Manhattan.

Steve Ross at Bar do Copa

In the short series of concerts performed by Steve Ross at Bar do Copa, on August 2011, the singer/pianist performed the concert “Night and day – Songs of Deco and Romance”, with songs by Cole Porter, Ira and George Gershwin and Irving Berlin. He used a tuxedo that belonged to Noël Coward. The singer has already been chosen as the best crooner and instrumentalist by the Manhattan Association of Cabarets & Clubs.



Jantar italiano no Cipriani

O Copacabana Palace comemorou o dia internacional da cozinha italiana, evento promovido por chefes italianos em todo mundo há quatro anos. Francesco Carli, Chef executivo do hotel, organizou a etapa brasileira que ocorreu em duas oportunidades, a primeira com o concurso para eleger o melhor pesto alla genovese, prato oficial da festa, e a segunda com o jantar para convidados assinado por Carli, com menu degustação com cinco etapas, composto de receitas tradicionais da Itália.



Italian Dinner at Cipriani

Copacabana Palace celebrated the International Day of Italian Cuisines, an event initiated four years ago and promoted by Italian chefs from worldwide. Francesco Carli, Executive Chef of the hotel, was the responsible for the Brazilian stage that occurred in two occasions; the first with the contest to appoint the best pesto alla genovese, official dish of the event, and the second with the dinner for guests assigned by Carli, with tasting menu in five stages, composed by Italian traditional recipes.



Almoço do fechamento do Cipriani

Um almoço especial foi organizado pelo chef Francesco Carli para comemorar o fechamento do Cipriani. O restaurante do Copacabana Palace foi fechado por dois meses para mudanças na decoração e no cardápio – pela primeira vez em 17 anos de funcionamento. Referência da alta gastronomia da Itália no Rio de Janeiro e vencedor de inúmeros prêmios de gastronomia, o Cipriani se tornou mais italiano do que nunca.

Cipriani Closing Lunch

A special lunch was arranged by the chef Francesco Carli to mark the closing of Cipriani. The Copacabana Palace's restaurant was closed for two months in order to receive changes in its design and menu – for the first time in 17 years of operation. Reference in the Italian haute cuisine in Rio de Janeiro and winner of several food awards, Cipriani has become more Italian than ever.



1/ STEPHEN GAN, RODRIGO SANTORO E MARIO TESTINO - 2/ CLAUDIA FIALHO COM O ROBERTO PANIZZA - 3/ CARLA CAMURATI E JOÃO JARDIM
4/ KEN HOM - 5/ MARY E ZUENIR VENTURA - FOTOS: VERA DONATO

1/ ANDREA NATAL E EQUIPE DO CIPRIANI - 2/ JOSIMAR MELO, LUCIANA FRÔES, RODOLPHO GARCIA, DANUZIA BARBARA E RENATO MACHADO
3/ MARIO COHEN E ADRIANA MATTOSO - FOTOS: PAULO JABUR

VOLEVATCH GUARDIÃ DA TRADIÇÃO

UMA EMPRESA FRANCESA PRESERVANDO O ANTIGO
CONHECIMENTO DA FABRICAÇÃO DE TORNEIRAS ARTÍSTICAS

Volevatch, a guardian of tradition - *A French company preserving
the old knowledge of manufacturing artistic faucets*

POR PHILIPPE BRUNET



O banheiro tem sua marca de luxo: Volevatch. Fundada em 1975, a empresa francesa é uma das últimas empresas de fabricação de torneiras decorativas. Ela opera de acordo com antigas habilidades, em que as dobras, soldas, o polimento e a escultura são feitos à mão, de forma que cada item da marca Volevatch seja produzido manualmente no estilo de um verdadeiro trabalho artístico em uma pequena fábrica no norte da França, que tem sido o lar da fabricação de torneiras desde o século 16.

O resultado: objetos preciosos e sofisticados, verdadeiros itens de colecionadores absolutamente únicos e adaptáveis aos aspectos peculiares de qualquer banheiro, além de poderem ser feitos sob medida de acordo com a criatividade dos mais exigentes clientes. Itens excepcionais, moldados com os mais preciosos materiais - bronze, cobre, ouro, mármore, ébano, cristal... - utilizando técnicas tradicionais da pura tradição francesa.

The bathroom has its luxury brand: Volevatch. Founded in 1975, the French company is one of the last manufacturing companies producing decorative faucets. It operates according to old skills, in which the hinges, welding, polishing and sculpturing are hand-made, so that each item of the Volevatch brand is produced manually in the style of a real artistic piece of work in a small factory in the north of France, where it has been the home of faucet manufacturing since the 16th century.

The outcome: sophisticated and precious objects, real items of collectors who are absolute unique and adaptable to the peculiar aspects of any bathroom, besides the fact that they can be custom made according to the creativity of the most demanding clients. Exceptional items molded with the most precious materials - bronze, copper, gold, marble, ebony, crystal... - using traditional techniques of pure French tradition.



Coleções Carpe, Bitrot e Venailler
Carpe, Bitrot and Venailler collections

50 ANOS DE PAIXÃO

Nas origens da empresa, Serge Volevatch, um apaixonado pelos antigos modelos de banheiras e torneiras de cobre: restaurador de banheiros durante 15 anos, Serge trabalhava na época para uma base de clientes estetas entre os quais estava o famoso bailarino Rudolf Nureyev, que um dia encomendou a ele um banheiro completamente feito com peças do século 19. O boca a boca tomou conta do resto. Isso deu início à sua crescente reputação, que o impulsionou a ir além da simples restauração e a criar os seus próprios modelos com base nos melhores especialistas em vidro em bronze da França.

Trinta e cinco anos mais tarde, quando era ainda uma empresa familiar - seu filho e nora juntaram-se ao empreendimento - e trabalhando na mais pura tradição, a Volevatch pôde se desenvolver de forma harmônica e conquistar uma clientela entre a elite da França, Europa, Oriente Médio e Estados Unidos. Indústrias líderes no mercado, celebridades, realezas e outros estetas do mundo todo que buscam raridade e perfeição procuram por ele quando querem transformar seus banheiros em lugares exclusivamente excepcionais.

Essa realidade rendeu a ele numerosos prêmios, incluindo o prestigiado prêmio Crafts. As maiores marcas, da Guerlain à Tiffany's, associam sua imagem aos seus trabalhos, homenageando sua excelência e criatividade.

50 years of passion

In the origin of the company, Serge Volevatch, passionate for old models of bathtubs and copper faucets: renovating bathrooms for 15 years, Serge used to work for clients like the famous ballet dancer Rudolf Nureyev, who, one day, ordered a bathroom made with pieces from the 19th century. The word of mouth took care of the rest. This started his growing reputation, which made him go beyond simple restoration and create his own models based on the best specialists of bronze glass in France.

Thirty five years later, when it was still a family owned company - his son and daughter-in-law joined the company - and working in the most pure tradition, Volevatch could develop itself in a harmonious way and get elite clientele in France, Europe, the Middle East and the United States. Industries which were market leaders, celebrities, royalties and other segments of the world that look for rarity and perfection, look for him when they want to change their bathrooms in exceptionally exclusive places.

This reality awarded him several awards, including the prestigious Crafts award. The biggest brands, from Guerlain to Tiffany's, associate his image to his work, honoring his excellence and creativity.

AS COLEÇÕES

Uma nova linha pode levar até cinco anos de preparação. O desenho é a primeira etapa da pesquisa do projeto. Quando os desenhos estão prontos, o próprio Serge Volevatch realiza o protótipo em sua oficina particular para testar o material, a funcionalidade e a aparência. Após a produção do segundo protótipo, a linha está pronta para ser produzida e fabricada em sua fábrica em Picardia, um dos históricos berços hidráulicos da França dos últimos cinco séculos.

Atualmente a Volevatch oferece oito coleções diferentes de acessórios para banheiros, cada um correspondendo a um universo específico. Por exemplo, a coleção "Carpe/Lyre", que combina tons de preto e cromagem, revive os padrões do século 19, com todas as suas figuras arredondadas, enquanto a Coleção Art Déco se distingue por suas linhas limpas e características gráficas modernas dos anos 30. Com elegância e luxo remanescentes dos lendários palácios europeus, a coleção "Grand Hotel" combina de forma audaciosa metal, cristal de rocha, quartzo rosa ou ébano.

Quanto à edição limitada numerada "Versailles", feita em suave bronze esculpido à mão e cristais incorporados, ela invoca a exuberância do castelo de Versalhes e a grandeza do reinado do Luís XIV, o "Rei-Sol". Finalmente, não podemos deixar de mencionar a icônica coleção "Jonas shower", inspirada pelas instalações de spa do século 19. Com sua beleza fascinante, esse chuveiro escultural oferece uma experiência sensorial única no coração de um balé ininterrupto de suaves jatos. Paralelamente, a Volevatch oferece uma série de acessórios para banheiros, de toalheiros aquecidos e saboneteiras a luminárias, telas e paredes para duchas.

The collections

A new line can take up to five years of preparation. The design is the first stage of the project research. When the design are ready, Serge Volevatch himself makes the prototype in his private workshop to test the material, the functionality and the appearance. After the production of the second prototype, the line is ready to be produced and manufactured in his factory in Picardy, one of the historic faucet industry cradles of France in the last five centuries.

Nowadays, Volevatch offers eight different collections of accessories for bathrooms, each one corresponding to a specific universe. For example, the "Carpe/Lyre" collection, which combines shades of black and chromium, revives the patterns of the 19th century, with all its circular shapes, while the Art Deco Collection distinguishes itself by clean lines and modern graphic characteristics of the 30's. With elegance and luxury renaissance of the legendary European Palaces, the "Grand Hotel" collection combines from an audacious way, metal, rock crystal, pink quartz or ebony.

As far as the numbered limited edition "Versailles", made in bronze suave sculpted by hand and incorporated crystals, it invokes the exuberance of the Versailles castle to the greatness of Louis XIV's reign, the "Sun King". Finally, we can't avoid mentioning the iconic collection "Jonas shower", inspired by the facilities of the spa of the 19th century. With its fascinating beauty, this sculptural shower offers a unique sensorial experience in the heart of an uninterrupted ballet of suave jets.

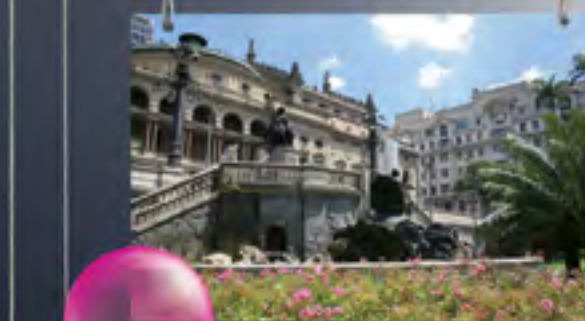
Parallel to that, Volevatch offers a series of bathroom accessories, from heated towel rails and soap dishes to light fittings, screens and wall for showers.

Para mais informações, visite: www.volevatch.com, ligue (21) 3005-4030 ou envie um email para volevatch@comfw.com.br
For more information, visit: www.volevatch.com, call (21) 3005-4030 or send a email to volevatch@comfw.com.br

Coleção por medida e Chuveiro Jonas
Customized collection and Jonas shower

SÃO PAULO TEM MUITO PARA
OFERECER A VOCÊ.
PRINCIPALMENTE ENTRE O CHECK-IN
E O CHECK-OUT DO HOTEL.

Fotos: Caio Pimenta, Jose Cordero, Jefferson Pancieri e Alexandre Diniz.



Quando você visita uma cidade que tem muito a oferecer, o bem mais precioso é o tempo. São Paulo é uma dessas viagens que, se você não gerenciar o seu tempo, acaba não conhecendo uma cidade que se reinventa todos os dias. Deixar de visitar shoppings e ruas cheios de marcas famosas é perder a oportunidade de ver por que o quinto mais importante evento de moda do mundo – o São Paulo Fashion Week – recebe o nome da cidade. Não visitar uma de suas mundialmente famosas cozinhas e culinárias é abrir mão de saborear três dos cem melhores restaurantes do mundo e tomar um café tipicamente brasileiro. De hotéis e spas, tudo em São Paulo é sofisticado. Porém, assim como São Paulo tem um lugar para tudo o que você procura, é bom que você tenha tempo para aproveitar.

São Paulo
turismo.
www.spturis.com


PREFEITURA DE
SÃO PAULO

CIDADEDESAOPAULO.COM
CONSULTE SEU AGENTE DE VIAGENS.

LORIN MAAZEL

« O RIO É A CIDADE MAIS EXTRAORDINÁRIA DO MUNDO »

Lorin Maazel - *"Rio is the most extraordinary city in the world"*

POR PHILIPPE BRUNET - FOTOS: MARCO RODRIGUES E MURILLO TINOCO

Lorin Maazel é um dos maestros mais estimados do seu tempo. Nascido nos arredores de Paris em 1930, este filho de músicos judeus americanos foi uma criança-prodígio. Sendo regente de orquestra e atuando em público em Nova Iorque desde os 9 anos de idade, ele foi chamado a trabalhar ao lado do grande Toscanini para dirigir a Orquestra Sinfônica da NBC desde 1941. Foi o início de uma carreira excepcional de mais de meio século, na direção de alguns dos conjuntos mais prestigiosos do planeta. Incansável, Lorin Maazel vai assumir no ano que vem, aos 82 anos, a direção de uma das cinco mais importantes orquestras mundiais: a Filarmônica de Munique. Encontramos com ele em agosto passado, queimado do sol e descontraído, no Copacabana Palace, onde morou durante um mês para realizar uma grande estreia no Brasil: a interpretação integral das sinfonias de Beethoven. No dia seguinte ao seu último concerto no Teatro Municipal do Rio de Janeiro, o legendário maestro nos conta, num francês impecável, a sua paixão pelo Brasil e pelo Rio.

Lorin Maazel is one of the most esteemed conductors of his time. Born near Paris in 1930, the son of Jewish American musicians was a prodigy child. As an orchestra conductor acting in public in New York since the age of 9, he had been called to work together with the great Toscanini to conduct the NBC Symphony Orchestra since 1941. It was the beginning of an exceptional career of over half a century, being in charge of some of the most prestigious bands in the world. Lorin Maazel will take over next year, at age 82, the direction of one of the top five orchestras: the Munich Philharmonic. We met him last August, suntanned and relaxed at the Copacabana Palace, where he lived for a month to make a grand debut in Brazil: the complete interpretation of the Beethoven symphonies. The day after his last concert at the Teatro Municipal of Rio de Janeiro, the legendary conductor told us, in impeccable French, his passion for Brazil and Rio.





Palace Magazine: Como é que o senhor viveu essa experiência inédita dirigindo a Orquestra Sinfônica Brasileira?

Lorin Maazel: Foi para mim um prazer trabalhar com essa orquestra de primeira grandeza, que estava à altura do desafio. Fiquei impressionado com a receptividade do público e com a excelente qualidade dos músicos.

Palace Magazine: O Brasil é talvez o país do mundo mais impregnado de música. O senhor sente isso quando dirige uma orquestra composta por músicos brasileiros?

Lorin Maazel: Este país tem um amor especial pela música, que não é formal como pode ser, por exemplo, na Europa, mas é de uma grande espontaneidade e emoção: é um amor visceral. Sente-se que há uma grande paixão pela música, tanto da parte dos instrumentistas como do público. E para mim, como músico, a paixão é essencial. O amor com que a Orquestra Sinfônica Brasileira se jogou literalmente de cabeça nessas obras me tocou muito e me incentivou a dar o melhor de mim mesmo. Esse entusiasmo foi extremamente contagiante para mim, como maestro.

Palace Magazine: O senhor conhece bem o Rio de Janeiro, onde já, por várias vezes, dirigiu várias orquestras. O que acha desta cidade, como alguém que percorre o mundo todo há várias décadas?

Lorin Maazel: Para mim, o Rio é a cidade mais extraordinária do mundo. Muitas cidades no mundo estão situadas em paisagens notáveis, mas há aqui uma beleza totalmente singular e quase inexplicável. Mas a atração do Rio deve-se igualmente à sua população: pessoas tão simpáticas e agradáveis. Para um estrangeiro, é um prazer incrível. Vou me lembrar para sempre desse mês que passei aqui. E espero reviver esta experiência, porque voltar aqui é sempre uma grande alegria.

Palace Magazine: A mistura de raças que existe no Brasil é algo que o toca particularmente?

Lorin Maazel: Ela dá um exemplo benéfico e positivo, mostrando ao resto do mundo que os seres humanos, qualquer que seja cor da sua pele, podem conviver tranquilamente, de forma natural e cívica, sem preconceito - como fazemos no campo da música, onde as barreiras não existem.

Palace Magazine: O Copacabana Palace, onde o senhor acaba de passar um mês, é indissociável da cidade do Rio...

Lorin Maazel: Quando recebi o convite para vir para cá, pensei logo: espero que me hospedem no Copacabana Palace! É um hotel único no mundo: o panorama, a proximidade da praia, a piscina, o ambiente histórico, a sua cozinha e o seu serviço impecáveis... E tudo numa atmosfera muito amigável que sempre me encanta!

Palace Magazine: How did you live this new experience of conducting the Brazilian Symphony Orchestra?

Lorin Maazel: It was a pleasure working with this orchestra of highest quality, which was up to the challenge. I was impressed with the receptiveness of the public and the excellent quality of the musicians.

Palace Magazine: Brazil is perhaps the country that is most immersed in music. Do you feel this when conducting an orchestra composed of Brazilian musicians?

Lorin Maazel: This country has a special love for music, which is not as formal as, for example, in Europe, but it has great spontaneity and emotion, it is a visceral love. We feel that there is a great passion for music, both from musicians and the public. And for me, as a musician, passion is essential. The love with which the Brazilian Symphony Orchestra literally threw itself head over heels in these pieces of work touched me and encouraged me to give the best of myself. This enthusiasm was very contagious for me, as a conductor.

Palace Magazine: You've been to Rio de Janeiro before, where you have already conducted several orchestras. What do you think of this city, as someone who has been traveling the world for decades?

Lorin Maazel: For me, Rio is the world's most extraordinary city. Many cities worldwide are located in striking landscapes, but here there is a totally unique and almost inexplicable beauty for a foreigner. But the attraction of Rio has to do with its population: people are friendly and gracious. For a foreigner, it is an incredible pleasure. I'll remember this month I spent here forever. And I hope to relive this experience, because coming back here is always a great joy.

Palace Magazine: Is the mixture of ethnicities in Brazil something that particularly touches you?

Lorin Maazel: They give such a beneficial and positive example, showing the world that human beings, whatever their skin color, can live peacefully in a natural and civic way, without prejudice - as we do in the music field, where barriers do not exist.

Palace Magazine: The Copacabana Palace, where you've just spent a month, is inseparable from Rio ...

Lorin Maazel: When I received the invitation to come here, I immediately thought: I hope I can stay at the Copacabana Palace! It is a unique hotel in the world: the landscape, its proximity to the beach, the pool, the historic environment, its cuisine and its impeccable service and everything in a very friendly atmosphere that always enchants me!



ISABELA
CAPETO

Cada criação é como uma obra de arte cheia de significados, revelados às vezes no forro do bolso ou até mesmo num botão. Assim é a roupa de Isabela Capeto. Uma das mais reconhecidas estilistas brasileiras, ela faz uma moda artesanal, romântica e urbana, que começa sua história no Rio de Janeiro e conquista o mundo. Formada pela Accademia di Moda de Florença, Isabela partiu de um pequeno ateliê, criado em 2003, e rapidamente quebrou fronteiras, levando sua moda aos EUA, França, Itália, Inglaterra e Japão, entre outros países. As coleções dispensam tendências e bordados, aplicações em patchwork, tecidos reaproveitados, recortes e truques de tingimento fazem a diferença. Instalada numa charmosa loja no Leblon, a estilista acaba de lançar uma linha home, a Casa Capeto, e trabalha também sua marca inconfundível em parcerias com ONGs e instituições sociais, que geram negócios de sucesso por meio da extensão de produtos para novos públicos.

Each creation is a work of art with full of meaning, sometimes revealed even in the lining of the pocket or a button. So is the dress of Isabela Capeto. One of the most renowned Brazilian designers, she makes an artisanal fashion, romantic and urban history that begins in Rio de Janeiro and conquers the world. Formed by the Accademia di Moda in Florence, Isabela came from a small studio, established in 2003, and quickly broke boundaries, taking her fashion to the U.S., France, Italy, England and Japan, among others. The collections doesn't follow trends, is rich with embroidery, patchwork applications, recycled fabrics, cuts and dyeing tricks that makes the difference. In a charming store in Leblon, the designer has just launched a home line, the House Capeto. Isabela also works in partnership with Non-Governmental Organizations and social institutions which she creates business success through the range of products to new audiences.

Rua Dias Ferreira, 217A - Leblon - Rio de Janeiro - Tel: (21) 2540-5232
www.isabelacapeto.com.br

EXPEDIENTE



Palace Magazine é uma publicação semestral do Copacabana Palace e Hotel das Cataratas.

COMITÊ EDITORIAL COLABORADORES	Claudia Fialho, Celso Valle, Andrea Natal Gabriela Gurgel, Bruna Mariath
DIRETOR EDITORIAL COLABORADORES	Philippe Brunet - philippe@comfw.fr Melissa Lenz, Marina Carvalho, Glycia Emrich, Camila Dourado, Milene Cardoso, Fabio Garcia
FOTOS	Daria Werbowy (capa) por Mario Testino Philip Carruthers por Wellington Nemeth Hotel das Cataratas por Daniel Snege, Thonny Charlye, Cantaleano e Genius Loci Rodrigo Santoro por Larry Busacca/Getty Images Lorin Maazel por Marco Rodrigues e Murillo Tinoco
DIRETOR OPERACIONAL COLABORADORES	Mardem Lima - mardem@comfw.com.br Adriana Neme, Daniele Costa
PUBLICIDADE REPRESENTANTES	21 3005 4030, 11 2626 8048, publicidade@comfw.com.br Rio de Janeiro: GSB Mídia, 21 2223 3299, rafael@gsbmídia.com.br São Paulo: Letramidia, 11 3853 0606, letramidia@letramidia.com.br
DIRETOR DE ARTE DESIGNER	Alain Etcheverry (Ynfluence Paris) Franck Chevassus (Ynfluence Paris)
TRATAMENTO DE IMAGEM	www.ynfluence.com ynfluence
GTP, IMPRESSÃO E ACABAMENTO	www.ipsis.com.br ipsis gráfica e editora
TIRAGEM	10.000 exemplares
DISTRIBUIÇÃO	Copacabana Palace, Hotel das Cataratas e mailing exclusivo
ADVERTISING SALES REPRESENTATIVES	BRAZIL: Com Forward Marketing, Brazil, +55 21 8116 4838 publicidade@comfw.com.br EUROPE: Com Forward, Paris, France, +33 6 6236 3628 advertising@comfw.fr USA: US Media Consulting, 1 (305) 722-5505, 1 (305) 798-8778 marcos@usmediaconsulting.com

HOTELS

	COPACABANA PALACE Avenida Atlântica 1702, Rio de Janeiro, CEP 22021-001, Brasil Tel: +55 21 2548 7070, USA: 800 237 1236 (Toll-Free), UK: 0845 077 2222 Email: reservas@copacabanapalace.com.br www.copacabanapalace.com.br
	HOTEL DAS CATARATAS Parque Nacional do Iguaçu, Paraná, Brasil Tel: +55 45 2102 7000, USA: 800 837 9051 (Toll-free) Email: reservas@hoteldascataratas.com www.hoteldascataratas.com.br

PUBLISHER

	COM FORWARD MARKETING LTDA. CNPJ: 12.336.694/0001-11 Rua Visconde de Pirajá, n 580, Sala 403 - 22410-902 - Rio de Janeiro - RJ - Brasil www.comforward.com.br info@comfw.com.br - +55 21 3005 4030
--	--

A Com Forward é pioneira ao trazer para o Brasil a publicação de revistas customizadas para hotéis. Com equipes em Paris, Rio de Janeiro e São Paulo, conta com profissionais experientes em hotelaria, comunicação e jornalismo.

	MISTO Papel produzido a partir de fontes responsáveis FSC® C011095	Este selo representa a garantia do manejo florestal responsável e mostra o comprometimento do Copacabana Palace, Hotel das Cataratas e da Com Forward com as questões ambientais.
--	---	---

A Com Forward não garante que promessas divulgadas como publicidade serão cumpridas. Está proibida a venda parcial ou integral desta revista ou do seu conteúdo.

Consuma com estilo, não em excesso.



Veuve Clicquot

www.veuve-clicquot.com



Dior