



Sergio Moraes Rego Fagerlande

Programa de Pós-graduação em Urbanismo - PROURB-FAU-UFRJ

Tema: Turismo, Produção e consumo do lugar

sfagerlande@openlink.com.br

Casa de Papai Noel de Penedo / Pequena Finlândia: turismo e cenarização

Introdução

Esse trabalho é parte de pesquisa de tese de doutorado em urbanismo em andamento, que trata da construção da imagem de pequenas cidades turísticas onde o turismo é ligado a processos de cenarização e espetacularização, tendo Penedo, RJ, como um dos lugares em estudo.

A formação inicial de Penedo foi tema de minha dissertação de mestrado, em que foi estudada a sua criação como uma colônia utópica finlandesa em 1929. Ali existia inicialmente uma fazenda, onde foi implantado um projeto comunitário que durou até 1942 (FAGERLANDE, 2007). A partir desse momento tornou-se parte comum da estrutura urbana da cidade, tendo grande parte das suas terras loteadas, com a construção de ruas. Após o período inicial, em que sua economia era baseada em plantações, passou a desenvolver uma atividade turística importante.

Penedo é atualmente uma cidade turística, com ênfase na exploração não somente de sua natureza, mas também tem como atração sua origem como colônia finlandesa. Um dos principais elementos caracterizadores dessa imagem finlandesa é um *shopping* temático chamado Casa de Papai Noel de Penedo / Pequena Finlândia. Trata-se de um conjunto comercial que foi criado à moda da arquitetura tradicional finlandesa em 1998, e que inclui uma Casa de Papai Noel, visando reforçar a ligação existente entre essa figura mítica e a Finlândia, país onde existe um parque temático explorando esse assunto. Minha ligação com o tema não é somente acadêmica, tendo sido co-autor do projeto arquitetônico, junto com meu pai, descendente de finlandeses.

Dentro de uma pesquisa mais ampla sobre Penedo o trabalho busca mostrar a importância desse conjunto comercial para o lugar, sua influência para o desenvolvimento do turismo e das

mudanças urbanas que ali ocorreram, especialmente na reinvenção da imagem finlandesa do lugar e de como isso foi importante para o turismo e as mudanças urbanas locais.

A pesquisa vem buscando um entendimento da história local, através de documentos, relatos, material escrito, fotográfico, publicado em jornais e revistas, internet, além da observação dos lugares pesquisados. Parte do trabalho tem sido feita em campo, sendo estudados diversos aspectos físicos que fazem parte desse processo de construção de imagens, como análise de exemplares da arquitetura e de locais importantes para o estudo do processo urbano, além de outros aspectos da cultura local.

Para estudar a relação entre o turismo e a cidade, o trabalho trata a questão do olhar do turista, estudado por Urry (2007) em seu livro *O Olhar do Turista* como um de seus elementos mais importantes. A maneira como o turismo se baseia na visualidade, e de como ele considera o olhar do turista como o formador de toda a estrutura que cerca a atividade turística. Em outro livro, *Consuming Places*, Urry (1995) trata da questão do turismo e dos lugares de consumo, e de como o turismo está ligado às questões da cultura e do consumo nos dias de hoje. O livro mostra como os lugares ligados ao turismo se tornaram lugares de consumo e como o próprio turismo se tornou uma mercadoria, sendo objeto de consumo em grande escala. Ele também mostra como as atividades turísticas são ligadas às questões pós-modernas, principalmente pela relação do consumo visual e as representações que advém disso.

A idéia de imagem da cidade é bem trabalhada por Rob Shields (1991), que trata da questão da imagem do lugar, *place-image*, a partir da espacialização social, uma maneira de estudar a questão ao analisar a história dos lugares e de que maneira essa imagem passa a ser construída.

A questão da construção da imagem das cidades está ligada, sobretudo ao que fala Debord (2007). A espetacularização das cidades, e como vivemos numa sociedade em que as aparências são tão importantes, na qual a imagem é o que mais se sobressai. A partir dessa idéia de que vivemos em um mundo de imagens, onde tudo é um espetáculo, Debord e outros autores criticam não somente a sociedade, mas a mídia e a arquitetura que veio a seguir esses passos e todo o conceito de espetacularização. Diversos autores tratam desse tema, especialmente ligado às questões de representação, dentro do que nos fala Baudrillard (1991 p. 20). Seu estudo sobre a Disneylândia apresenta um olhar bastante crítico, em que fala que “*A Disneylândia é um modelo perfeito de todos os tipos de simulacros confundidos*”, e que também fala do conceito de hiperrealidade, ao tratar esse e outros parques temáticos. Outros autores como Sorkin (1992, p.206) tratam esse parque temático como uma utopia de

hiperrealidade, onde o mais importante é o consumo e não o lazer. Hiperrealidade é um termo utilizado por Eco (1986) para descrever locais onde os clientes mergulham em algo que parece a realidade, e onde eles acabam fazendo parte desse jogo entre ficção e o que é real. A questão da imagem e do significado delas na nossa sociedade foi bastante estudada pela semiótica, e o trabalho de Eco é importante para pensarmos a questão da autenticidade e da representação. Zukin (1991, p.222) também discute os parques temáticos da Disney, a partir de suas questões urbanas, e de como se buscou um modelo ideal de pequena cidade americana tradicional, aliada à fantasia e à imagem de harmonia social. Mas sua visão comporta a possibilidade de uso desses processos para a renovação urbana, ainda que com o cuidado de se pensar na comunidade que deveria participar do processo. Para se estudar as cidades turísticas um importante autor é MacCannel (1999), que trata de questões como a autenticidade encenada das atrações, o que ele chama de *staged authenticity*, e de como o turismo se tornou uma mercadoria de consumo, que ele chama de *commodification*, a representação, e a influência da mídia sobre isso.

A importância das atividades e dos novos lugares criados para essas atividades, desde *shopping centers* até regiões turísticas, é estudada por Castello (2007), que apresenta um olhar novo sobre o que ele chama de lugares da clonagem, tratando esses lugares de maneira bastante positiva, mostrando que eles são importantes para as cidades e seus habitantes, nesse momento chamado de pós-modernidade. Ele nos fala que a maneira como os lugares são criados, o *placemaking* e o *placemarketing* são importantes para entender o processo de cidades ligadas ao turismo.

A ideia de não se poder mais atrair turistas somente pelas características originais do lugar, como suas casas originais, por não serem bastante “atraentes” para o turismo, funciona da mesma maneira para suas atividades tradicionais. São atividades que tiveram que virar um objeto de consumo, com dia, hora e lugar determinado para serem divulgados e consumidos. O mesmo aconteceu com as comidas, que para serem apreciadas muitas vezes tiveram que ser adaptadas ao paladar dos turistas. Dessa maneira, vem a pergunta de porque algumas cidades desenvolvem essa atividade com sucesso e outras não. Isso tem diversas razões como explicação, desde suas bases históricas, geográficas e de natureza, e também do *marketing* das cidades que é realizado.

Ao estudar o turismo e a imagem das cidades se percebe que a arquitetura e o urbanismo são importantes elementos dentro desse processo, e de que isso envolve as atividades ligadas ao consumo, seja de produtos ou de imagens. Partindo dessa premissa, a relação com patrimônio e a tradição adquire especial importância, e influi de maneira decisiva ao se pensar sua ligação

com as cidades turísticas. Patrimônio não é somente algo físico, mas também a própria história dos lugares, suas tradições orais e imateriais, e o que é percebido por sua população como significativo. Tudo isso está ligado à questão da identidade do local, e também ao lado disso, aparece o que pode ser chamado de tradição. Ao se estudar essas cidades turísticas, não sendo elas exatamente cidades históricas no conceito mais tradicional do termo, a questão do patrimônio e das tradições vai muito mais ao sentido do que fala Hobsbawn (2006, p.9) sobre a invenção das tradições.

Por “tradição inventada” entende-se um conjunto de práticas normalmente reguladas por regras tácitas ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente; uma continuidade em relação ao passado.

Muitas vezes a cenarização proposta vai ao encontro das tradições locais, que são redescobertas ou inventadas em cima da história local. Antigos hábitos culturais, culinária, artesanato e outras tradições, que talvez tenham sido esquecidas, são revividas ou então novas relações são estabelecidas com o país de onde veio a população original da cidade, criando novas atrações para aqueles lugares.

História do início do turismo em Penedo

A colônia finlandesa de Penedo, criada em 1929, se manteve como uma colônia utópica durante o período de 1929 a 1942. Nesse período, ao lado de atividades agrícolas, se deu o início da produção de artesanato, e também a confecção de produtos como geléias e licores. Ao mesmo tempo as residências passaram a receber hóspedes a partir dos anos 1930, fazendo surgir as primeiras pensões, além do uso do antigo casarão sede da fazenda (FAGERLANDE, 1996). Com o final da comunidade utópica em 1942, a principal atividade do lugar passou a ser o turismo, e as antigas pensões foram sendo ampliadas e reformadas, tornando-se pequenos hotéis (FAGERLANDE, 2007).

Os hóspedes eram atraídos pela culinária finlandesa, com os pratos, pães e geléias, pela natureza do lugar, com rios e montanhas, pela sauna, que havia sido trazida para o Brasil pelos finlandeses e pelos bailes do Clube Finlândia aos sábados. Assim, a cultura finlandesa desempenhava papel importante para a atração de hóspedes. Não havia a necessidade de se estimular algo que era natural, a presença dos finlandeses e seus hábitos diários, como as

festas, as comidas e seu cotidiano, que por ser tão diferente do dia a dia dos brasileiros, era atraente naturalmente.



Figura 01: Baile no Clube Finlândia [195-]
 Fonte: Coleção do autor / Foto Martti Aaltonen



Figura 02: Artesanato de bucha [195-]

Com essa atividade tornando-se importante, surgiu também em Penedo um pequeno comércio de artesanato de produção local, com a produção de chapéus, chinelos e bolsas de bucha vegetal, tapeçarias, bordados e tecidos e velas artesanais produzidas por antigos moradores locais.

A partir dos anos 1970 teve início uma nova fase na região de Itatiaia, Mauá e Penedo, com o desenvolvimento turístico bastante estimulado pela conclusão da obra de duplicação da Via Dutra, em 1967. A divulgação dada pela mídia colaborou para esse desenvolvimento, lembrando o que fala Urry (2001) sobre a importância da divulgação em imprensa sobre a atividade turística e a formação da imagem dos lugares.



Figura 03: Grupo de danças, na Comemoração dos 50 anos da Colônia Fonte Manchete, 1979

A divulgação de Penedo teve um incremento com a realização das comemorações dos 50 anos de fundação da colônia, em 20 de janeiro de 1979, quando pode se perceber o início de um processo de mudanças no lugar. Os festejos tiveram ampla cobertura da mídia, mostrando a colônia, os antigos habitantes, o artesanato produzido e as danças típicas (HILDÉN, 1989). Para essas festas, as danças típicas, que sempre aconteciam no Clube Finlândia, tiveram um reforço com a apresentação de um grupo de danças institucionalizado na colônia, que havia se formado em 1974, todos usando as roupas tradicionais, chamados de vestes nacionais. Já não era mais um grupo voltado somente para a diversão, mas para se apresentar, como um *show* para turistas. As danças tradicionais, que sempre tiveram lugar na colônia desde o início, assim como as roupas nacionais, que todos os pioneiros trouxeram da Finlândia e usavam em festas, passaram a ter novo significado, com o grupo passando a ser uma nova atração turística em Penedo, presente em apresentações semanais no Clube. Essa foi uma das primeiras iniciativas no sentido de manter e resgatar as tradições finlandesas em Penedo, tendo como maior interesse o público externo, os turistas, seguindo tendência mundial nesse sentido, como fala Urry (2001), ao citar a indústria da tradição em diversos países europeus onde a manutenção de hábitos tradicionais é condicionada a seu consumo pelo público turístico.

A criação da Casa de Papai Noel e Pequena Finlândia

Durante os anos 1980 e 1990 os comerciantes, muitos deles descendentes de finlandeses, ou com laços muito fortes com a colônia e seus antigos moradores, sempre apoiavam as atividades do Clube, através da Associação de Hoteleiros de Penedo. As festas de Natal, ou melhor, o Pikkujoulu (Pequeno Natal), festa de comemoração do Advento, passaram a ter a participação não somente dos finlandeses, sendo apoiadas pela comunidade, com muitos deles usando trajes típicos.

Foi nesse momento que um grupo de hoteleiros e comerciantes locais buscou alternativas para o desenvolvimento turístico da colônia, surgindo a idéia de se construir uma filial da Casa de Papai Noel, que havia na Finlândia. Seria uma maneira de se criar um novo atrativo em Penedo, que os comerciantes achavam necessário para atrair os turistas (FAGERLANDE, S.M.R., 1999).

A idéia evoluiu para a criação de algo mais amplo, em que estivesse representada a cultura finlandesa. A idéia de uma imagem finlandesa, através de uma arquitetura vernacular daquele país se tornou objetivo do projeto, além da presença do Papai Noel. O conjunto, batizado de Pequena Finlândia e Casa de Papai Noel de Penedo, foi inaugurado em novembro de 1998, com a vinda da Finlândia de um Papai Noel, direto de sua casa naquele país. O evento, além da própria construção do conjunto, mexeu com a imagem de Penedo, confirmando o que Urry (2007, p.18) fala sobre a necessidade de se criar lugares que sejam contemplados através de devaneios e fantasias, diferentes de tudo que se esteja habituado a se conviver.

Os lugares são escolhidos para serem contemplados porque existe uma expectativa, sobretudo através dos devaneios e da fantasia, em relação a prazeres intensos, seja em escala diferente, seja envolvendo sentidos diferentes daqueles com que habitualmente nos deparamos. Tal expectativa é construída e mantida por uma variedade de práticas não-turísticas, tais como o cinema, a televisão, a literatura, as revistas, os discos, e os vídeos, que constroem e reforçam o olhar.



Figura 04: Casa de Papai Noel/Pequena Finlândia
Fonte: Foto do autor, 1998



Figura 05: Grupo de danças na praça da Casa do Papai Noel, na Comemoração dos 70 anos da Colônia
Fonte: Foto do autor, 1999

O empreendimento, com lojas de artesanato, restaurantes, cafés e um pequeno teatro, simula uma vila tradicional da Finlândia. A arquitetura, como num parque temático, seria indutora da imagem que se pretendia criar. Casas de alvenaria simulando casas de madeira, e as cores autênticas e copiadas de catálogos trazidos da Finlândia davam veracidade estética ao conjunto. Alguns detalhes, como cercas de madeira, além dos nomes das lojas, inicialmente todos com a obrigação de serem finlandeses, tornavam a imagem do conjunto mais original. Era incentivada a venda de produtos que tivessem ligação com a Finlândia, como artesanato e comidas. Os vendedores das lojas deveriam usar trajes que lembrassem as roupas tradicionais finlandesas, para dar maior veracidade à encenação.



Figura 06: Lago da Casa de Papai Noel/Pequena Finlândia
Finlândia – rua interna
Fonte: BRANDÃO (2001)

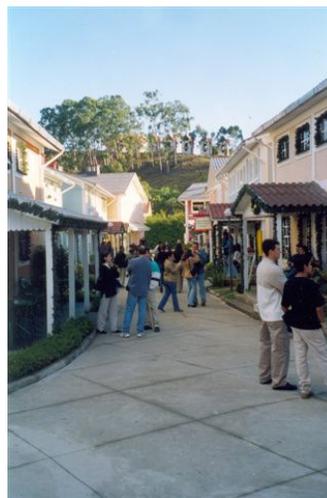


Figura 07: Pequena Finlândia
Fonte: Foto do autor, 1999

A presença de um lago, típico da Finlândia, separava a parte da pequena cidade fictícia, da parte onde seria a representação da floresta, lugar onde estava a Casa de Papai Noel, a sauna e a fábrica de brinquedos. Essas construções, também de alvenaria, foram recobertas de costaneiras de troncos de madeira, simulando as casas de troncos tradicionais da Finlândia (FAGERLANDE, S.M.R., 1999).

Apesar de estar ligada às tradições locais e finlandesas, a idéia de se ter uma Casa de Papai Noel, tradição inventada na própria Finlândia, e que foi aproveitada em benefício do turismo de Penedo, parece o que Hobsbawn (1997) fala acerca da maneira com que as tradições são criadas, e como as pessoas se apoderam delas. A imagem forte do “bom velhinho” seria um atrativo turístico para o lugar, e também mais um elemento ligando Penedo à Finlândia.



Figura 08: Interior da Casa de Papai Noel
Fonte: Foto do autor, 1999

O projeto, além de ligado à questão da tradição, ainda levanta a questão da autenticidade e de como se criar atrações “típicas”, com uma arquitetura não autêntica. Mac Cannell (1999) discute a questão da autenticidade, e de como os turistas querem ver algo que não seja necessariamente verdadeiro, mas que seja a chamada autenticidade encenada. Nesse caso, o que é verdadeiro ou o que é criado para parecer verdadeiro não seria importante, e sim como se dá o olhar do turista sobre o objeto.

A criação de um projeto como o da Casa de Papai Noel e Pequena Finlândia não é exatamente um parque temático, parecendo mais um *shopping* temático, mas mantém muitas semelhanças com um parque. Dessa maneira, a análise de Sorkin (1992) sobre espaços idealizados parece fazer sentido na análise do empreendimento de Penedo. A partir dos anos 1990 Penedo precisou criar novas atrações, dentro de um processo que autores como MacCannell (1999)

chama de autenticidade encenada, e que pode ser entendido dentro da chamada arquitetura do espetáculo (DEBORD, 2007). A tentativa de se fazer uma arquitetura finlandesa, mesmo como cópia de algo que nunca tinha existido ali, parece ser ligada a essa arquitetura de parques temáticos, se criando um cenário perfeito para se adequar à tradição revivida e manter as que permaneciam. Essa situação, como fala Amendola (2000), faz parte de um processo chamado por ele de cidade nova, que é a cidade pós-moderna, onde a realidade se mistura com a fantasia e a hiperrealidade. É o que ele chama de “a cidade midiática da hiperrealidade e do imaginário” (AMENDOLA, 2000, p.17). A possibilidade de que houvesse a permanência de certas tradições, como as danças no Clube Finlândia, de certos artesanatos como tapeçarias e doces somente foram possíveis com a cenarização realizada, que possibilitou uma grande divulgação em jornais, revistas e televisão, inclusive na Finlândia.

Mudanças urbanas – um novo centro

A construção da Casa de Papai Noel e Pequena Finlândia teve grande divulgação na mídia, com aumento do intercâmbio com a Finlândia, num resgate da antiga ligação com o país de origem dos primeiros habitantes de Penedo. Grande parte dos jornais fez reportagens para seus cadernos turísticos na inauguração em 1998 e outras mais tarde, especialmente quando se realizavam eventos ligados à tradição, como festivais de inverno e gastronômicos. Houve o incremento de atividades ligadas à cultura finlandesa, com a vinda de grupos de danças, artistas e mesmo a visita de políticos finlandeses a Penedo.

Com relação à questão urbana, acentuou-se um processo de desenvolvimento de um novo centro. Penedo não tinha uma concentração comercial definida, pois as lojas de artesanato e restaurantes estavam espalhadas, assim como os hotéis. Após a inauguração do novo conjunto, o eixo formado pelo cruzamento da Rua das Velas com a Avenida das Mangueiras se consolidou como o novo pólo central de Penedo. Ali já estavam o Sorvete Finlandês, a Pizzaria do Costa e o Restaurante do Fritz, tradicionais empreendimentos locais, e o surgimento de novos conjuntos comerciais, com novas lojas, vieram reforçar essa centralidade.

De qualquer maneira, a presença dos *shoppings centers* ainda que tenham trazido uma concentração a Penedo, não acabou com a rua. Ao contrário, fez surgir cada vez mais o comércio de rua, ao lado desses conjuntos comerciais, especialmente na principal via de Penedo, a Avenida das Mangueiras, com grande movimentação de pessoas.



Considerações finais

As cidades turísticas, mesmo de pequeno porte como Penedo, passaram a ter a necessidade de construir sua imagem, como um reflexo da sociedade pós-moderna em que vivemos. No caso de Penedo, mesmo sendo uma autêntica colônia finlandesa, esse processo se baseou não somente em festas, danças e gastronomia, mas, sobretudo em projetos arquitetônicos e urbanos privados, especialmente a Casa de Papai Noel e Pequena Finlândia.

A construção desse conjunto provocou uma mudança enorme no turismo e mesmo na forma urbana de Penedo. A imagem finlandesa do lugar foi reforçada, com a criação de uma atração para o lugar, onde os turistas podem tirar fotografias, a mídia pode ilustrar suas matérias, e as tradições finlandesas acabaram sendo reforçadas. Em sua praça de eventos um grupo de danças finlandesas tradicionais se apresenta semanalmente, com grande sucesso. Assim, o conjunto não se comporta somente como um lugar de consumo de produtos, mas um lugar de consumo de imagem, fundamental para uma cidade que depende do turismo, sua principal atividade.

Referências Bibliográficas

AMENDOLA, Giandomenico. *La ciudad postmoderna*. Madrid: Celeste Edicione, 2000.

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio d'Água Editores Ltda., 1991.

BRANDÃO, Ignácio de Loyola. *Dutra 50 anos: quatro séculos em cinco horas*. São Paulo: DBA Artes Gráficas, 2001.

CASTELLO, Lineu. *A percepção do lugar: repensando o conceito de lugar em arquitetura e urbanismo*. Porto Alegre: PROPAR-UFRGS, 2007.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. 9. reimpressão. Rio de Janeiro: Contraponto, 2007.

ECO, Umberto. *Travels in hyperreality*. San Diego: Harcourt, 1986.



FAGERLANDE, Alva Athos Francisco. *A aventura de Penedo: A Família Bertell*. Rio de Janeiro: s.n., 1996.

FAGERLANDE, Sergio Moraes Rego. Casa de Papai Noel / Pequena Finlândia. In *Penedo: Seminário um Penedo Finlandês / Suomalainen Penedo*. FAGERLANDE, Alva Athos Francisco. (org). Clube Finlândia. Penedo: s.n., 1999.

_____. *A utopia e a formação urbana de Penedo: A criação, em 1929, e o desenvolvimento de uma colônia utópica finlandesa no estado do Rio de Janeiro*. Dissertação de mestrado, Programa de Pós-Graduação em Urbanismo Proureb – FAU UFRJ, s.n., 2007.

_____. *Penedo: a Finnish utopian colony in the tropics*. Planning Perspectives - Revista do IPHS, International Planning History Society. Abingdon, UK, Routledge – Taylor and Francis Group, 2009. vol 24, n° 2, abril 2009, p. 39 - 253.

_____. Turismo e Imagem: a paisagem construída de Penedo RJ. In GAZZANEO, Luiz Manoel, AMORA, Ana Albano. *Ordem Desordem, Ordenamento – Urbanismo e Paisagem*. Rio de Janeiro: UFRJ/FAU/PROARQ, 2009, p.141/159.

HILDÉN, Eva. *A saga de Penedo: a história da Colônia Finlandesa no Brasil*. Rio de Janeiro: Fotografia Brasileira Ed, 1989.

HOBSBAWN, E. Introdução: a invenção das tradições. In HOBSBAWN, E.; RANGER, T.. *A invenção das tradições*. 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

MAC CANNELL, Dean. *The tourist: a new theory of the leisure class*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press. Ltd., 1999.

SHIELDS, Rob. *Places on the Margin: Alternative geographies of modernity*. London: New York: Routledge, 1992.

SORKIN, Michael. See you in Disneyland. In SORKIN, Michael. (editor). *Variations on a Theme Park: The new American city and the end of the public space*. New York: Hill and Wang, 1992.

URRY, John. *Consuming Places*. The International Library of Sociology. London; New York: Routledge, 1995.

_____. *O olhar do turista*. São Paulo: Editora Studio Nobel, 2007.



III COLÓQUIO [INTER] NACIONAL
Sobre o comércio e cidade: uma relação de origem

ZUKIN, Sharon. *Landscapes of power: From Detroit to Disney World*. Berkeley: University of California Press, 1991.