



Artefatos midiáticos e pedagogias culturais: uma discussão sobre os arbitrários culturais do jornal *O Tibagi* (1948-1954)

Ana Flávia Braun Vieira* e Oriomar Skalinski Junior

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Praça Santos Andrade, 01, 84010-330, Ponta Grossa, Paraná, Brasil. *Autor para correspondência. E-mail: anaf.braun@gmail.com

RESUMO. Artefatos midiáticos desempenham um importante papel educativo ao construir e difundir representações que atuam na constituição do *habitus* do público. No caso dos jornais, os arbitrários culturais presentes em suas publicações possuem a capacidade de influenciar a constituição identitária e subjetiva de seus leitores. Dado seu potencial educativo, é fundamental compreender como a relação entre jornalismo e educação tem se constituído em diferentes tempos históricos e sociais. Nesse sentido, este trabalho teve como objetivo identificar as características da pedagogia cultural praticada por *O Tibagi* na cidade-empresa de Monte Alegre - PR, observando seus aspectos elementares, posição no espaço social e formas culturais arbitrárias valorizadas pelo jornal. Para tanto, foram analisadas as edições comemorativas do jornal entre os anos de 1948 e 1954, com destaque para os expedientes e colaboradores, anunciantes e temáticas recorrentes de publicação. Com base no referencial teórico de Pierre Bourdieu, a análise das fontes evidenciou que as publicações comemorativas de *O Tibagi* foram marcadas pela predominância de anúncios e conteúdo literário, enquanto outras expressões culturais e temas eram preteridos - formando seus leitores tanto pelo que comunicava explicitamente, quanto pelos silenciamentos em suas publicações. Ao omitir temas sensíveis, como segurança e questões trabalhistas, o jornal difundiu uma visão idealizada de Monte Alegre, promovendo uma pedagogia cultural que favoreceu a lógica empresarial e contribuiu para a manutenção da 'harmonia' local. A pesquisa sobre *O Tibagi* demonstra que jornais atuam como agentes pedagógicos, influenciando *habitus* e disposições ao selecionar, destacar ou omitir conteúdos.

Palavras chave: pedagogia cultural; educação; jornalismo; arbitrário cultural; Monte Alegre.

Media artifacts and cultural pedagogies: a discussion on the cultural arbitrariness of the newspaper *O Tibagi* (1948-1954)

ABSTRACT. Media artifacts play an important educational role by constructing and disseminating representations that act in the constitution of their public's *habitus*. In the case of newspapers, the cultural arbitrariness present in their publications has the capacity to influence the identity and subjective constitution of their readers. Given their educational potential, it is essential to understand how the relationship between journalism and education has been constituted in different historical and social times. In this sense, this study aimed to identify the characteristics of the cultural pedagogy practiced by *O Tibagi* in the company town of Monte Alegre - PR, observing its elementary aspects, position in the social space and arbitrary cultural forms valued by the newspaper. To this end, the commemorative editions of the newspaper between 1948 and 1954 were analyzed, with an emphasis on the editorial team and collaborators, advertisers and recurring themes of the publication. Based on Pierre Bourdieu's theoretical framework, the analysis of the sources showed that *O Tibagi's* commemorative publications were marked by the predominance of advertisements and literary content, while other cultural expressions and themes were overlooked - forming its readers both through what it communicated explicitly and through the silences in its publications. By omitting sensitive topics, such as security and labor issues, the newspaper disseminated an idealized vision of Monte Alegre, promoting a cultural pedagogy that favored business logic and contributed to the maintenance of local 'harmony'. The research on *O Tibagi* demonstrates that newspapers act as pedagogical agents, influencing *habitus* and dispositions by selecting, highlighting or omitting content.

Keywords: cultural pedagogy; education; journalism; cultural arbitrariness; Monte Alegre.

Artefactos mediáticos y Pedagogías culturales: una discusión sobre la arbitrariedad cultural del periódico *O Tibagi* (1948-1954)

RESUMEN. Los artefactos mediáticos desempeñan un importante papel educativo al construir y difundir representaciones que actúan en la constitución del *habitus* del público. En el caso de los periódicos, los factores culturales presentes en sus publicaciones tienen la capacidad de influir en la identidad y

constitución subjetiva de sus lectores. Dado su potencial educativo, resulta fundamental comprender cómo se ha constituido la relación entre periodismo y educación en diferentes momentos históricos y sociales. En este sentido, este trabajo tuvo como objetivo identificar las características de la pedagogía cultural practicada por *O Tibağı* en la ciudad de Monte Alegre - PR, observando sus aspectos elementales, posición en el espacio social y formas culturales arbitrarias valoradas por el periódico. Para ello, se analizaron ediciones conmemorativas del periódico entre 1948 y 1954, destacando los archivos y colaboradores, anunciantes y temas recurrentes de publicación. A partir del marco teórico de Pierre Bourdieu, el análisis de las fuentes mostró que las publicaciones que conmemoran *O Tibağı* estuvieron marcadas por el predominio de anuncios y contenidos literarios, mientras que otras expresiones y temas culturales fueron descuidados, formando a sus lectores tanto a través de lo que comunicaban explícitamente como por los silencios en sus publicaciones. Al omitir temas sensibles, como la seguridad y las cuestiones laborales, el periódico difundió una visión idealizada de Monte Alegre, promoviendo una pedagogía cultural que favorecía la lógica empresarial y contribuía a mantener la 'armonía' local. La investigación sobre *O Tibağı* demuestra que los periódicos actúan como agentes pedagógicos, influyendo en los *habitus* y disposiciones a la hora de seleccionar, resaltar u omitir contenidos.

Palavras chave: pedagogía cultural; educación; periodismo; arbitraje cultural; Monte Alegre.

Received on September 30, 2024.

Accepted on November 4, 2024.

Published in October 28, 2025.

Introdução

Em sequência às experiências iniciais no círculo familiar e social mais próximos, a escola é uma das instituições centrais na transmissão dos saberes socialmente reconhecidos para a formação humana. Esses processos de aprendizagem resultam no desenvolvimento de um *habitus*, definido por Bourdieu (2003, p. 57, grifo do autor) como “[...] um sistema de disposições duráveis e transponíveis [...]”, desenvolvido com base em experiências pregressas, que funciona a cada nova situação como “[...] uma ‘matriz de percepções, apreciações e ações’ e torna possível cumprir tarefas infinitamente diferenciadas graças à transferência analógica de esquemas [...]” adquiridos anteriormente. Isso significa dizer que a forma como os seres humanos interpretam o mundo e nele atuam depende daquilo que aprendem ao longo da vida. Assim, essa competência prática, desenvolvida na e para a ação, segue em transformação após a vida escolar e inclui processos de aprendizagem mediados por artefatos culturais (Andrade & Costa, 2015).

Para além das pedagogias desenvolvidas em âmbito escolar, Costa e Andrade (2015) afirmam que qualquer dispositivo cultural que transmita atitudes e valores pode ser entendido como uma ‘pedagogia cultural’ – isso porque o cinema, a literatura, a moda, a música e os jornais impressos, entre outros, possuem forte influência no “[...] processo de composição de subjetividades e identidades” (Prates, 2008, p. 111). Por meio desses artefatos culturais, são ensinados certos conhecimentos e comportamentos, buscando orientar a vida em sociedade segundo os saberes que colocam em circulação. Para Fischer (1997, p. 61), nesse processo, a mídia aparece não só “[...] como veiculadora, mas também como produtora de saberes e formas especializadas de comunicar e de produzir sujeitos, assumindo desse jeito uma função nitidamente pedagógica”. Ao criar padrões e apresentar modelos desejáveis, os artefatos midiáticos contribuem para a educação e a produção de sujeitos de um “[...] certo tipo” (Wortmann et al., 2015, p. 38). Nessa acepção, este artigo compreende os jornais como espaço de aprendizagem e de referência cultural para seus leitores.

Essas aprendizagens e referências culturais, entretanto, não podem ser vistas como neutras ou desprovidas de intencionalidade. Existem processos de seleção de conteúdo que constroem uma representação específica da realidade, pautada pelos princípios de visão e divisão adotados pelo grupo social que controla ou participa da produção do jornal, conforme destacado por Bourdieu (1997). O que se oferece ao leitor não é um relato dos eventos exatamente como aconteceram; antes, trata-se de uma interpretação particular, que, ao longo de uma exposição prolongada, vai sendo incorporada pelos leitores, como se fosse a forma válida de interpretar o mundo ao seu redor. Essa produção de significados e símbolos culturais configura-se como um arbitrário cultural, tornando universal uma leitura de mundo que é particular. Disso depreende-se que os diferentes conteúdos ensinados por meio dos jornais estão, com frequência, ligados à busca pela imposição aos leitores do padrão cultural dominante.

Nesse sentido, buscando compreender como os agentes interpretam o mundo e constituem suas identidades, influenciados pelas estruturas de poder, econômicas e simbólicas, pesquisadores das Ciências Humanas e Sociais precisam atentar para as complexas relações existentes entre os artefatos midiáticos, a

educação e os arbitrários culturais que caracterizam as pedagogias culturais por eles praticadas. Para tanto, de acordo com Bourdieu (2011a, p. 15), a fim de “[...] capturar a lógica mais profunda do mundo social [...]”, faz-se necessário explorar “[...] uma realidade empírica, historicamente situada e datada [...]” – uma vez que a investigação detalhada de uma realidade concreta pode auxiliar na compreensão de questões mais amplas. Assim, visando a entender os processos educativos mediados pelos jornais, este trabalho tomou *O Tibagi* como caso exemplar para discutir o impacto do jornalismo na constituição do *habitus* de seus leitores.

Na década de 1950, na cidade-empresa de Monte Alegre¹ – pertencente à fábrica de papel e celulose da Klabin – *O Tibagi* era o único jornal produzido localmente. Tendo como diretor-fundador Horácio Klabin, o semanário era livre de restrições econômicas: o papel para sua confecção era produzido na empresa da família; seus anunciantes eram os principais fornecedores da fábrica; e sua renda era destinada à assistência social local (Vieira, 2015). Em contrapartida, questões políticas interferiam em sua confecção, pois, construída com o apoio do presidente Getúlio Vargas, a fábrica e Monte Alegre foram concebidas como modelo para o país (Couto, 2017), e tiveram seu desenvolvimento alinhado aos preceitos político-pedagógicos do governo, que incluiu a formação do ‘novo trabalhador’². Para tornar esse plano realidade, *O Tibagi* foi fundamental. Das publicações anticomunistas (*O Tibagi*, 1954a), aos avisos sobre o abate dos cães que fossem encontrados soltos pelas ruas da cidade (*O Tibagi*, 1949b), diversas foram as escolhas editoriais que buscavam ensinar aos leitores uma visão sobre como o mundo funcionava e como os leitores deveriam se portar nele.

Considerando o isolamento geográfico de Monte Alegre, localizada a aproximadamente 245 km da capital Curitiba, o jornal prestou um papel fundamental na formação de disposições na população local, posto que era uma das únicas fontes de informação sobre o que acontecia dentro e além dos limites da cidade. Diante de sua destacada importância na organização do mundo social local, este trabalho teve como objetivo identificar as características da pedagogia cultural praticada por *O Tibagi* na cidade-empresa de Monte Alegre. Para tanto, foram analisadas as edições comemorativas do jornal entre os anos de 1948 e 1954³, com destaque para os expedientes e colaboradores, anunciantes e temáticas recorrentes de publicação. Com base nesse conjunto documental e no referencial teórico de Pierre Bourdieu, inicialmente foram apresentadas as características elementares do periódico em relação ao seu espaço social de circulação e ao campo jornalístico; em seguida, foi descrita sua forma de organização interna; e, por fim, foram analisados os principais temas abordados no jornal, que representam os arbitrários presentes na pedagogia cultural praticada por *O Tibagi*.

A opção pelo estudo de caso tem pressupostos em Bourdieu (2012, p. 68). Para o autor, “[...] mergulhando na particularidade de um caso particular [...]”, é possível “[...] descobrir nele alguma coisa de essencial”. Nesse sentido, para além dos achados empíricos próprios do contexto investigado, a análise deste periódico específico evidenciou a complexidade das relações entre educação e jornalismo, destacando o papel das pedagogias culturais e arbitrários culturais – apontando para o silenciamento que também contribui para a educação do público leitor e o desenvolvimento de certas disposições. Com base no percurso teórico-metodológico aqui adotado, espera-se estimular o desenvolvimento de outros estudos na área da Educação que busquem compreender as dinâmicas da prática jornalística e seu papel educativo, bem como sua influência na produção de sujeitos e identidades sociais por meio de pedagogias culturais.

***O Tibagi* em Monte Alegre e no campo jornalístico**

Fruto de interesses comuns entre o presidente Getúlio Vargas, o interventor do Paraná e empresários da família Klabin⁴, as negociações para a construção de uma fábrica de papel e celulose e de uma cidade-empresa em Monte Alegre – PR iniciaram a partir de 1934⁵. Relacionado às ações do Estado Novo para a modernização

¹ Atual município de Telêmaco Borba – PR. Até 1964, a localidade pertencia ao município de Tibagi – PR. Em 1950, a população da cidade-empresa ultrapassava 12 mil habitantes (Carvalho, 2006).

² Segundo Correia (1997), a formação de trabalhadores alinhados à lógica de produção urbano-industrial era essencial para uma trajetória pacífica do país rumo ao nomeado progresso. Entre as ações realizadas com esse intuito estava a posituação do ato de trabalhar, ancorada em questões morais e cívicas. Para Lenharo (1986, p. 87), “A ação pedagógica do trabalho é a garantia da perfeição moral do ser humano; por seu concurso desenvolvem-se regras de convívio e relações de fraternidade dos homens entre si”. Nesse sentido, no contexto de Monte Alegre, a Klabin era compreendida como “[...] uma escola ativa. Uma escola de trabalho” (Fernandes, 1974, p. 125).

³ Recorte temporal correspondente à primeira edição de *O Tibagi*, publicada em 23 de novembro de 1948, e ao fim das relações políticas entre Klabin e Vargas, com o falecimento do então presidente em 1954. A opção pela primeira edição e as especiais de aniversário tem relação com o conceito de ‘lugar de memória’, proposto por Pierre Nora (1993). Tais edições, marcadas pela celebração de acontecimentos considerados significativos pela equipe editorial, funcionam como marcos da identidade coletiva, cristalizando memórias a partir dos arbitrários que colocou em circulação.

⁴ Para mais a respeito ver Margallo (2008, 2013).

⁵ Piquet (1998, p. 4, grifo da autora) definiu cidade-empresa como “[...] uma ‘minicidade’, na qual um conjunto de equipamentos comunitários incluindo habitações, edifícios de pequeno comércio, escola, hospital e áreas de lazer pertencem a uma companhia e onde é exercido controle sobre a entrada e a saída de pessoas, configurando um núcleo urbano ‘fechado’”. Trata-se de um espaço concebido de forma a otimizar a produtividade na fábrica, que constitui a principal razão de sua existência.

do Brasil, tal projeto estimulava a ocupação e o desenvolvimento urbano-industrial do interior do país e estava ligado às políticas de substituição de importações. De acordo com Couto (2017, p. 228), por representar um “[...] casamento de interesses público e privado [...]”, o investimento ganhou conotação de ação exemplar e tornou-se “[...] prioridade quase obsessiva de Getúlio”. Considerada uma referência para o país, a cidade apresentava diversos atrativos – o que contribuiu para a manutenção dos técnicos graduados e suas famílias, oriundos de mais de 30 países estrangeiros (Fernandes, 1974; Marcovitch, 2005). Aos trabalhadores acorridos dos sítios e cidades vizinhas, Monte Alegre representava um novo padrão de vida: os salários eram pagos regularmente; moradias com água encanada e energia elétrica eram oferecidas a preços módicos; havia oferta de escola para os filhos e assistência médica para toda a família (Vieira, 2015, 2020). No entanto, havia também contrapartidas.

Uma vez que este tipo de organização urbana estava voltado à fixação e ao controle do trabalhador, tendo a produtividade como questão central, as principais esferas da vida eram atravessadas por ações promovidas pela empresa, de acordo com seus interesses políticos, administrativos e econômicos (Correia, 1997). Nesse “[...] meio ambiente construído [...]” (Piquet, 1998, p. 14), a partir de 1948, a produção de bens simbólicos foi mediada por *O Tibagi*. De circulação semanal, o jornal se apresentava como ‘Cem por cento à serviço da coletividade’ (O Tibagi, 1948a, p. 1). Livre de pressões de caráter econômico, a renda do periódico era destinada para o ‘bem da população’ e usada para a melhoria das condições de vida em Monte Alegre: “[...] pela simples aquisição d’um exemplar o leitor estará prestando um serviço anônimo de filantropia, serviço esse que reverte em benefício próprio” (O Tibagi, 1948b, p. 1)⁶. Fundado e dirigido por Horácio Klabin – que até 1952 atuou como diretor-administrativo da localidade –, o periódico era “[...] fruto do entusiasmo de uma equipe heterogênea, dum senhor de indústria idealista, dum médico polonês, duma professora brasileira, dum advogado poeta, duns jornalistas amadores de coração” (O Tibagi, 1949a, p. 2). Apresentava-se como “[...] porta-voz da cidade-papel, mensageiro de suas notícias, documentário fiel de sua vida e registrador de sua história” (Fernandes, 1956, p. 2).

Segundo Vieira (2015, p. 72), entre as funções construídas pelo jornal e atribuídas a si próprio, é possível destacar: “[...] elevar o nível cultural das gentes; [...] irradiar a luz da civilidade nos sertões; [...] noticiar, atacar e defender, bem como ensinar, instruir; [...] ser uma instituição que esclarece e a comunidade consulta para saber, elogiar e julgar”. Como é possível observar no excerto, havia na perspectiva editorial do semanário forte caráter pedagógico. Ao mesmo tempo, a orientação dada por Horácio Klabin excluía o sensacionalismo e, por essa razão, não apresentava página policial (Fernandes, 1974). Tais características indicam que os conteúdos veiculados em *O Tibagi* apresentavam uma versão da realidade atravessada por interesses políticos, econômicos e administrativos daqueles que representava. Diante de tais arbitrários, é fundamental refletir sobre qual tipo de pedagogia o jornalismo pratica e em benefício de quais interesses (Freire-Bezerra, 2020).

Devido ao isolamento geográfico da cidade-empresa, o jornal prestou um papel fundamental na representação de uma dada realidade aos seus leitores – sobretudo porque era uma das únicas fontes de informação sobre os acontecimentos de Monte Alegre e além. Nas palavras de Fernandes (1974, p. 126), o acesso ao periódico “[...] constituiu, para a grande maioria dos operários alfabetizados, a primeira leitura regular desde que deixaram os bancos da escola primária”⁷. Sobre a importância do jornal na cidade-empresa, uma professora aposentada relatou em entrevista:

As pessoas liam pra valer o jornal, filha... Porque o jornal *O Tibagi*, pra nós, foi uma novidade muito grande. E ficamos sabendo quanta coisa pelo jornal *O Tibagi*, né? As professoras, principalmente. Ia para nós um monte lá, cada uma pegava um e na hora do recreio todo mundo com o jornal *O Tibagi* na mão. Aí comentava... Quanta coisa nós aproveitamos assim, por exemplo, reportagem, pra passar para as crianças, né? Através d’*O Tibagi*. Eu lia ele inteiro. Gostava de tudo, porque tudo que estava ali para nós era novidade, né? (Martins, 2014)⁸.

Este relato permite compreender que os arbitrários culturais que circulavam no jornal não contribuíram apenas para a formação de disposições em seus leitores, serviram também como recurso didático na educação formal. Assim, os bens simbólicos mediados por *O Tibagi* constituíram-se como programas de percepção – fundamentados na autoridade do discurso jornalístico. De acordo com Barbosa (2007), dos anos 1950 em

⁶ Com base no fragmento a seguir, acredita-se que *O Tibagi* era distribuído gratuitamente àqueles que trabalhavam na fábrica: “[...] [o jornal] fazia parte do povo. Saía debaixo do braço de cada operário, quando este voltava da Fábrica, onde o recebia, para casa: era lido diante da mesa do almoço, no alpendre do quintal, na área da frente, entre os amigos. Companheiro do trabalhador, levava-lhe semanalmente, todas as notícias interessantes, num esforço de informá-lo e distraí-lo” (O Tibagi, 1959, p. 2). Aqueles que não possuíam uma ligação direta com a Klabin poderiam adquirir exemplares mediante compra.

⁷ De acordo com Willer (1997), nos anos 1940, a taxa geral de analfabetismo em Monte Alegre chegava a 30%. A título de comparação, o percentual nacional de analfabetos no mesmo período era de aproximadamente 66% da população (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2022).

⁸ Esta entrevista faz parte da pesquisa ‘Para além do papel: análise do discurso fundador da história, memória e identidade da cidade de Telêmaco Borba’, aprovada em 2014 pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Estadual de Ponta Grossa, sob o número 31378914.7.0000.0105.

diante, os jornais passaram a ser reconhecidos como o espaço legítimo para a produção de discursos sobre o social. No entanto, os conteúdos que veiculavam não eram a realidade dos fenômenos, mas representações enviesadas por elementos próprios do campo jornalístico em intersecção com questões mais amplas⁹.

O campo jornalístico é “[...] um microcosmo que tem leis próprias e que é definido por sua posição no mundo global e pelas atrações e repulsões que sofre da parte dos outros microcosmos” (Bourdieu, 1997, p. 55). Na visão de Bourdieu (1997, p. 55): “Dizer que ele [...] tem sua própria lei, significa dizer que o que nele se passa não pode ser compreendido de maneira direta a partir de fatores externos”. Sua autonomia advém do monopólio da difusão da informação em grande escala, posto que “[...] podem impor ao conjunto da sociedade seus princípios de visão de mundo, sua problemática, seu ponto de vista” (Bourdieu, 1997, p. 66). Ainda assim, o campo jornalístico sofre restrições de ordem política e econômica – que interferem nas decisões sobre o que se deve ou não noticiar e como fazê-lo. Tais pressões fazem parte do conjunto de pressupostos e crenças partilhadas no campo e acabam por compor o “[...] princípio de seleção que os jornalistas operam na realidade social” (Bourdieu, 1997, p. 67). Essas restrições não ditas e naturalizadas no campo referem-se aos princípios de visão e divisão comuns compartilhados entre aqueles que interferem na produção do jornal.

Em qualquer disputa simbólica, os campos com maior capacidade de mobilização e de impor uma visão de mundo tendem a obter maior êxito. Isso ocorre porque, como observou Bourdieu (2011b, p. 203), “[...] se o princípio de divisão que eu proponho é reconhecido por todos, se meu *nomos* (direção, governo) se torna universal, se todo mundo vê o mundo como eu vejo, eu terei atrás de mim toda a força das pessoas que compartilham minha visão”. Nesses termos, a legitimidade de *O Tibagi* residia justamente na capacidade de mobilizar a adesão de seus leitores às suas narrativas. Esse processo pode ser compreendido à luz das análises de Hey (2008, p. 224), que entende a dominação simbólica como algo que se reproduz “[...] no reconhecimento e no desconhecimento da arbitrariedade que a institui e pela legitimação de uma forma de ver o mundo social”.

Tendo a linguagem, e de modo mais geral as representações, uma “[...] eficácia propriamente simbólica de construção da realidade”, que estrutura a “[...] percepção que os agentes têm do mundo social, a nomeação contribui para constituir a estrutura desse mundo, de uma maneira tanto mais profunda quanto mais amplamente reconhecida” (Bourdieu, 2022, p. 81). Para Bourdieu (2022, p. 81), todo agente social anseia o “[...] poder de nomear e constituir o mundo nomeando-o”. No caso do jornalismo, seus atos de instituição da realidade estão fundamentados na construção do ideal de objetividade e neutralidade. Tais princípios procuram “[...] despilar a linguagem de elementos opinativos [...]”, construindo, paulatinamente, “[...] a noção de linguagem jornalística neutra, elevada à condição de ciência, afinada com o mito da isenção, da neutralidade e da prestação de serviços” (Barbosa, 2007, p. 97). Tal mítica foi fundamental “[...] para dar ao campo lugar autônomo e reconhecido, construindo o jornalismo como a única atividade capaz de decifrar o mundo para o leitor” (Barbosa, 2007, p. 150). Revestida com aura de fidelidade aos fatos, a credibilidade conferida às narrativas dos jornais formava e cristalizava representações sobre o mundo social.

Ainda que não seja possível falar de um campo jornalístico em Monte Alegre – visto que *O Tibagi* era o único jornal da cidade-empresa –, é possível ponderar sobre sua relação com a imprensa nacional/estadual. Destaca-se o bom relacionamento entre os Klabin e o jornalista Assis Chateaubriand, que repetidas vezes visitou a cidade-empresa (Fernandes, 1974). Nas palavras da redatora social do semanário,

Como Horácio Klabin diretor-fundador de ‘O Tibagi’, tem boas relações entre proprietários de grandes jornais de Rio e São Paulo, consegue clichês dos fatos mais atuais. ‘O Tibagi’ torna-se ilustrado, com fotografias de acontecimentos internacionais, com a série em quadrinhos dos bonecos ‘Acácio’ e ‘Margarida’, com os desenhos das ‘Curiosidades’ de Apla, com as Crônicas de Hél, Leo Portela e Al Neto. Doutra parte, os redatores Monte-alegrenses contribuem com as palavras cruzadas e charadas, os cursos de português e literatura, as seções femininas, as crônicas locais e a colaboração de escritores do Paraná e de outros Estados, o que monte-alegrense costuma ler e gostar (Fernandes, 1974, p. 127, grifos da autora).

Além do indicado por Hellê Vellozo Fernandes, figuravam entre os conteúdos publicados matérias da Agência Nacional e de agências internacionais. Ademais, *O Tibagi* tinha correspondentes espalhados por diversas localidades. Seus agentes enviavam as últimas notícias de Arapoti, Assaí, Castro, Curitiba, Itararé, Jaguariaíva, Lagoa, Ortigueira, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Tibagi e Ventania (*O Tibagi*, 1951b, p. 25).

⁹ Para Bourdieu (2012), campo é um espaço de relações onde os agentes, posicionados segundo seus capitais, disputam entre si para determinar o que pertence ou não àquela realidade social. Tais espaços estruturados possuem relações de poder e *habitus* próprios que passam a fazer parte dos esquemas de percepção, interpretação e ação de seus agentes. Por configurar práticas e representações, a forma como os campos atuam no espaço social contribui para a constituição de uma percepção da realidade. Os campos possuem níveis de autonomia e influência distintos e sua força na elaboração, imposição e legitimação de uma visão sobre o social decorre de seu reconhecimento nesse papel.

Características elementares de *O Tibagi*

Para trabalhar com fontes jornalísticas e produzir conhecimento em História da Educação a partir delas, existe uma série de procedimentos. De acordo com Luca (2005), faz-se necessário: localizar as publicações na história da imprensa; atentar para as características de ordem material; assenhorar-se da forma de organização interna do conteúdo; caracterizar o material iconográfico presente; identificar o grupo responsável pela publicação; identificar os principais colaboradores; identificar o grupo a que se destinava; e, por fim, analisar todo o material de acordo com a problemática escolhida. Seguindo as orientações metodológicas de Luca (2005), para identificar as características da pedagogia cultural praticada por *O Tibagi*, o jornal será inicialmente situado na história da imprensa e, em seguida, serão apresentadas suas características elementares.

Na prática jornalística dos anos 1950, os ideais de neutralidade e objetividade foram fundamentais para a autonomização do campo jornalístico em relação ao literário, sobretudo porque contribuiu para a autoconstrução da legitimidade da própria profissão. Pautado nesses ideais, o jornalismo apresentou-se como meio capaz de interpretar e representar o mundo para o leitor (Barbosa, 2007). Assim, se desde o início de seu desenvolvimento no Brasil a imprensa já gozava de prestígio, da década de 1950 em diante: “O discurso jornalístico se reveste da aura de fidelidade aos fatos, o que lhe confere considerável poder simbólico” (Barbosa, 2007, p. 151). Com isso, os jornais passaram a ser reconhecidos como o espaço legítimo da produção de representações sobre o social. Ao mesmo tempo, a noção de neutralidade – que buscava despir o discurso de seus elementos opinativos alimentando o mito da isenção – contribuía para que os conteúdos veiculados nos jornais não fossem tidos como uma versão possível da realidade, um arbitrário cultural, mas compreendidos como a única forma de interpretação de mundo possível. Foi nesse contexto que *O Tibagi* se desenvolveu e construiu seu espaço de atuação.

Em consonância com as discussões no campo jornalístico sobre sua autonomização, no jornal de Monte Alegre foram recorrentes as publicações versando sobre a importância da imprensa na vida social. Já na primeira edição de *O Tibagi*, datada de 23 de novembro de 1948, encontra-se o seguinte sobre a imprensa: é de conhecimento geral “[...] o papel que ela representa na cultura d’um povo, sendo um dos veículos máximos de seu progresso, ao ponto de podermos verificar o grau de civilização de um país pela proporção existente entre o número de jornais nele publicados” (*O Tibagi*, 1948a, p. 1). Na edição comemorativa de 1949, seguiram estabelecendo seu papel e espaço de atuação:

Noticiando, atacando e defendendo, ‘o jornal tem a grande finalidade de ensinar, de instruir’ e de fazer conhecidos a terra e o povo que serve. O jornal é uma necessidade. Para quem escreve, um dos mais belos meios de dar asas ao pensamento; para o leitor, ‘uma escola de utilidade indispensável’ (Marenda, 1949, p. 1, grifo nosso).

Ao tratar da importância da imprensa em geral, *O Tibagi* falava também sobre si. Destacava-se como mediador dos problemas locais, buscando ensinar por meio de suas publicações disposições adequadas às expectativas do grupo representado no jornal. Além de Horácio Klabin como diretor-fundador, o corpo editorial do jornal contava ainda com Cacildo Batista Arpelau como sub-diretor, João Marenda como redator-chefe e Hellê Vellozo Fernandes como redatora social, além dos redatores esportivos.

É importante destacar como o poder simbólico desse corpo editorial (Figura 1) contribuiu para posicionar *O Tibagi* como enunciador da realidade local. Nascido em Tibagi, Arpelau era um conhecido político do município – chegando ao cargo de prefeito na década de 1960 (*O Tibagi*, 1957); Marenda escrevia para o Jornal do Paraná quando foi convidado por Horácio Klabin para trabalhar como encarregado da tipografia; oriunda da elite letrada curitibana e residente em Monte Alegre, Fernandes era famosa por seus livros e desde os 15 anos atuava em destacados jornais curitibanos. Tais capitais foram importantes para o desenvolvimento do jornal, mas, possivelmente, foi o poder simbólico de Horácio Klabin e as estratégias que adotou que contribuíram para posicionar *O Tibagi* como mediador das questões locais.

Horácio Klabin chegou à cidade-empresa em 1947 para atuar como diretor administrativo dos negócios da família, e logo tornou-se reconhecido em Monte Alegre por ter realizado um conjunto de inovações em prol da comunidade local: “A primeira coisa que ele pensou foi que o operário não tinha distrações, então ele fez o Clube Atlético Monte Alegre [...]. Aí depois ele achou que para complementar o esporte tinha que ter alguma coisa mais intelectual, então ele fundou *O Tibagi*” (Centro de Memória Klabin, 1993, p. 10). Além de ser gratuitamente distribuído aos trabalhadores da fábrica, os exemplares vendidos tinham a renda revertida à assistência social local – estabelecendo uma relação de gratidão entre suas iniciativas e a comunidade (Vieira, 2015). Tais ações foram possíveis pelo acesso facilitado ao papel para imprensa e pelas baixas restrições econômicas sofridas pelo jornal.



Figura 1. O primeiro aniversário de 'O Tibagi'. Equipe de colaboradores – edição comemorativa de 1 ano¹⁰.

Fonte: O Tibagi (1949a).

De acordo com Bourdieu (1997, p. 102), quanto “[...] mais sujeito às exigências do mercado (dos leitores e dos anunciantes) [...]”, maiores as limitações que tendem a homogeneizar o fazer jornalístico. No caso de *O Tibagi*, ainda que tivesse anunciantes, esses eram os principais fornecedores da Klabin – sendo eles próprios os maiores interessados na manutenção do bom relacionamento com o diretor do jornal. A maior parte deles eram importadores e distribuidores de produtos diversos, desde aveia e margarina até carros e graxa. Nas publicações, felicitavam o jornal pelo transcurso de mais um ano, e alguns aproveitavam o ensejo para fazer propaganda do serviço prestado, informando telefone para contato e endereço.

Ainda que o fazer jornalístico de *O Tibagi* sofresse poucas restrições de ordem econômica por parte de seus anunciantes, é possível inferir a existência de vantagens simbólicas frutos da relação do periódico e esses comerciantes/empresários. Havia interesse de legitimação mútua, convertendo o capital de um na legitimação do outro e vice-versa. Ao todo, nas edições aqui analisadas, foram contabilizados 488 felicitações/anúncios, sendo alguns repetidos. Aproximadamente 20% dos anúncios remetiam a negócios situados em Monte Alegre. A maior parte era de investimentos com sede em Curitiba (55%), sendo o percentual restante formado por outras cidades do Paraná e do Brasil. Entre os anunciantes mais recorrentes, é possível citar Café Belmont (8 vezes), Indústrias Alimentícias Abagge Ltda. (8 vezes), Alfaiataria Paulista (7 vezes) e Vinho Creosotado (6 vezes). Para *O Tibagi*, o elevado número de publicidade demonstrava seu prestígio: “[...] a parte de anúncios diz bem, por si só, do conceito em que é tido O TIBAGI, não só em Monte Alegre como no Estado inteiro, e, mesmo, em muitas partes do Brasil” (O Tibagi, 1954b, p. 1)¹¹.

Nas edições regulares, era comum que circulasse em 6 páginas, assim configuradas: na capa trazia informações internacionais, estaduais e avisos da Klabin; na página 2, encontrava-se a coluna social (por vezes nomeada *Página feminina*), onde eram publicados eventos locais, crônicas, excertos de livros e poesias, além de alguma dica sobre beleza, gastronomia e/ou maternagem; a página 3 apresentava maior conteúdo publicitário; a página 4 era mista com conteúdo de agências internacionais, nacionais e escritores locais; o mesmo acontecia na página 5, acrescida da Crônica da Cidade; por fim, na página 6, encontrava-se a página esportiva, a preferida dos operários (Fernandes, 1974). Essa caracterização oscilou ao longo do recorte temporal. Por se tratar de uma empresa jornalística cuja existência não dependia diretamente de anunciantes, sua periodicidade oscilava e as matérias eram alocadas visando melhor diagramação – e não necessariamente a constância de conteúdos nas mesmas páginas.

Conforme apontou Fernandes (O Tibagi, 1951a, p. 2), a linha editorial do jornal buscava proporcionar aos leitores um misto de jornal e revista:

¹⁰ Sentados da esquerda para a direita: Germano Molke, gerente; Cacildo B. Arpelau, sub-diretor; Greta Rödelheimer Fuchs, colaboradora; dr. Horácio Klabin, diretor; Hellê V. Fernandes, redatora social; J. Marenda, redator-chefe; Juarez T. Oliveira, redator esportivo. Em pé na mesma ordem, os auxiliares: Junior Hugo Rios, Daniel van der Broock, Manoel Saldanha, Alcebiades L. de Oliveira, Izaías R. de Carvalho, Hamilton Santos, Jorge Santos e Avelino dos Santos (O Tibagi, 1949a).

¹¹ Nas citações, o nome do jornal aparece da forma como foi grafado no original.

Como semanário, O TIBAGI não pode ter o caráter sensacionalista dos diários, que em cada vinte e quatro horas selecionam as ocorrências e as transmitem com atualidade. Temos que desempenhar a dupla função de noticiário e revista, com assuntos do momento e da semana. Não podemos remontar os fatos passados e forçados a diminuir a parte noticiosa, procuramos satisfazer o leitor com uma leitura variada.

Nas edições regulares de *O Tibagi*, em comparação aos jornais da capital, como o *Diário do Paraná*, existiam poucas ilustrações: havia uma ou duas por página, sendo a maioria oriundas de clichês externos. Imagens criadas no próprio jornal apareciam em sua maioria na página esportiva, ilustrando os craques do time local. Já nas edições comemorativas, que chegavam até 52 páginas, as ilustrações eram mais frequentes, atreladas à propaganda dos diversos anunciantes – seguindo o padrão de poucas ilustrações para os conteúdos produzidos localmente¹². Em tais edições, havia menor espaço para temas internacionais, posto que dava destaque para a história do desenvolvimento local e era reservado grande espaço para literatura.

Resultados e discussões: as pedagogias culturais de O Tibagi

Sendo a permanência em Monte Alegre condicionada à vinculação à indústria ou aos serviços relacionados à manutenção da cidade-empresa (Willer, 1997), a vida na localidade estava atrelada à submissão às regras industriais. Ainda que houvesse algum nível de resistência, conforme Bourdieu (1997, p. 78) apontou em seus estudos, “[...] os homens e as mulheres têm sua responsabilidade, mas que eles ou elas são em grande parte definidos em suas possibilidades e suas impossibilidades pela estrutura na qual estão situados e pela posição que ocupam nessa estrutura”. Sobretudo os trabalhadores que acumulavam baixos capitais – o que dificultava o acesso às informações do mundo exterior –, estavam sujeitos ao monopólio da informação exercido por *O Tibagi*. Esta exclusividade na informação da população local contribuiu na formação identitária e subjetiva dos montealegrenses.

Considerando que “[...] qualquer instância pedagógica que desencadeie essas ações dos sujeitos sobre eles mesmos integra dispositivos pedagógicos [...]”, os jornais ensinam por meio das representações que veiculam e os resultados desse processo apresentam implicações “[...] tanto nas formas como as pessoas pensam e agem sobre si mesmas e sobre o mundo que as cerca, como nas escolhas que fazem e na maneira como organizam suas vidas” (Wortmann et al., 2015, p. 37). Ao fornecer modelos e modos de ser, estes são feitos a partir de um conjunto de interesses específicos. Por meio do conteúdo (arbitrário) publicado, os periódicos buscam educar, regular condutas e subjetividades. “É por meio dos significados produzidos pela representação que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos” (Woodward, 2007, p.17 apud Costa & Andrade, 2015, p. 852), nesses termos, a partir do que se publicou ou se deixou de publicar nos jornais, os leitores de *O Tibagi* aprenderam e internalizaram certas inclinações e preferências.

A seleção dos temas, sobretudo em edições especiais de aniversário, construiu uma representação da realidade segundo princípios arbitrários, próprios dos princípios de visão e divisão do grupo responsável pelo jornal. A análise das publicações permitiu identificar as características da pedagogia cultural praticada por *O Tibagi* em Monte Alegre. Considerando as edições de lançamento e de aniversário do periódico, entre os anos de 1948 e 1954, foram contabilizados 230 textos assinados, entre notícias, crônicas, reportagens, excertos de livros e poesias. Para a problematização, estas foram reunidas em categorias estabelecidas a partir do critério ‘temáticas mais recorrentes’ e demonstram a valorização de certas formas culturais arbitrárias pelo jornal. São elas: humor (3), papéis sociais (4), Tibagi (4), esportes (5), Klabin (5), *O Tibagi* (10), questões nacionais (10), Monte Alegre (16), cultura e entretenimento (16), notícias e atualidades (24), história, literatura e poesia (135).

Em relação ao ‘humor’, *O Tibagi* publicou, em três edições especiais, piadas do ‘Amigo da Onça’, possivelmente autor de Monte Alegre – quiçá alguém do próprio jornal sob pseudônimo. Em uma das pequenas histórias cômicas que contou, referiu-se à localidade de Lagoa, também pertencente à Klabin. Noutra nomeou o dr. da piada de Paulo, mesmo nome do médico local. Apesar das referências e/ou coincidências, a maior parte das anedotas tem como cenário paisagens estrangeiras, como Estados Unidos. Sobre esse tipo de publicação, mesmo nas edições semanais, não havia espaço próprio para a publicação de piadas. Pela observação da diagramação, na maior parte das vezes em que foram publicadas, as piadas parecem ter sido utilizadas para preencher um espaço, adequando a diagramação da página.

Na categoria ‘papéis sociais’, as edições comemorativas tiveram 4 matérias assinadas voltadas aos assuntos ditos ‘femininos’. Colunas fixas nas edições semanais, como ‘Já conhecia esse prato?’ e ‘Que sabe dos homens

¹² A cada ano as edições especiais se tornaram mais robustas: 1948 = 6 páginas; 1949 = 10 páginas; 1950 = 28 páginas; 1951 = 40 páginas; 1952 = 52 páginas; 1953 = 48 páginas; 1954 = 52 páginas. Quanto maior o número de páginas, maior era a quantidade de anunciantes e espaço destinado à literatura/poesia. É importante destacar que a publicação de aniversário do jornal era uma das poucas edições no mês de novembro e, em alguns casos, a única.

e das mulheres', apareceram uma única vez cada nas publicações especiais de aniversário. O *Tibagi* publicou ainda 'Quando a mulher pega no volante' e 'A idade das mulheres'. É interessante notar que os quatro textos classificados nessa categoria são de autores estrangeiros divulgados por meio de agências de notícias. Especificamente sobre 'Que sabe dos homens e das mulheres', nessas publicações eram abordados comportamentos observados nas classes médias e altas da sociedade, reforçando o papel do homem provedor e da mulher responsável pela educação dos filhos (Mello, 2020).

Notícias e reportagens assinadas sobre o município sede de Monte Alegre, inclusas na categoria *Tibagi*, foram referidas 4 vezes nas edições analisadas. Sobre essas, nota-se que as histórias envolvendo a cidadezinha ressaltam aquilo que lhe é pitoresco, peculiar – a exemplo de 'Pedro Pinheiro – Um Herói', que apresentou a história de um garimpeiro destemido que salvou inúmeras vidas, além de ter retirado das águas do rio Tibagi quase duas dezenas de cadáveres. Acredita-se que o jornal usava a antiga cidade Tibagi como referência comparativa à jovem Monte Alegre, que rapidamente cresceu e trouxe 'progresso' àquelas paragens. De acordo com Vieira (2015), tal estratégia permitia chamar a atenção para o desenvolvimento local, bem como atrair mão de obra e investidores.

Os esportes eram febre em Monte Alegre. Diante do escasso número de atividades possíveis – dada a rotina de trabalho e isolamento geográfico, além de privações financeiras de muitos residentes –, o esporte era bastante valorizado. Segundo relatos de época, assistir ao futebol era uma das atividades mais divertidas para se fazer na cidade-empresa (Vieira, 2020). Como havia uma redatoria própria para assuntos esportivos, poucas foram as matérias assinadas publicadas na temática. No recorte temporal desta pesquisa, 4 textos versaram sobre o futebol local (sua história, suas vitórias e derrotas) e outro tratou do futebol brasileiro na França. A ênfase nas atividades locais tem relação com o investimento de Horácio Klabin na profissionalização do time do Clube Atlético Monte Alegre, que disputou muitos campeonatos contra times da região no estádio que recebeu o nome de seu patrono (Vieira, 2020).

A Klabin também fez uso do espaço do jornal para se comunicar com a população. Além de edital de trabalho, reportagem sobre a fabricação de papel e homenagem recebida por um 'poeta matuto' local, aproveitou o espaço para comunicar seus investimentos na cantina escolar do Grupo Escolar Manoel Ribas e a oferta de lanche pela assistência social. Por fim, em 'Um pouco de filosofia do trabalho (Carta a um bom amigo)', Karl Zappert, um dos diretores da fábrica, se dirigiu aos funcionários da Klabin aconselhando-os a como agir em situações delicadas em vez de pedir demissão. Após uma série de exemplos e conselhos, orientou:

Continue trabalhando com afinco e interesse, como sempre o fez assim procedendo, você e a nossa indústria e com ela, toda a nação progredirá, dando margem a que cada filho da nossa terra melhore suas condições de vida. Continuemos, pois, trabalhando para o bem-estar de todos (Zappert, 1953, p. 5).

Nesse texto, Zappert mobilizou uma série de arbitrários sobre a contribuição dos montealegrense, enquanto trabalhadores da Klabin, para o progresso da nação. É possível perceber também o incentivo dado à melhoria das condições de vida do empregado, encorajando-o a trabalhar mais e melhor. Acredita-se que a publicação de textos como este – assinados por pessoas de relevo dentro da administração fabril – se configuraram como estratégias para a diminuição da evasão dos trabalhadores do local e/ou redução dos questionamentos sobre a gestão da fábrica e da cidade. Como no período a mão de obra era escassa, a Klabin representava "[...] uma escola ativa. Uma escola de trabalho" (Fernandes, 1974, p. 125). Por formar seus quadros no decorrer das atividades desempenhadas, era interessante que os funcionários desejassem permanecer em Monte Alegre, favorecendo a produção fabril.

A cada ano, *O Tibagi* se valia de sua edição comemorativa de aniversário para reforçar seu poder de representar a realidade à população de Monte Alegre. Entre as publicações assinadas, foram identificadas 10 referências ao jornal – escritas, principalmente, por editores e residentes locais. Felicitando a existência do periódico, os conteúdos elogiosos perpassaram temas como: a criação do jornal como iniciativa que melhorou o nível cultural da comunidade; comentários sobre as realizações do periódico ao longo dos anos, como a cobertura de eventos importantes e a promoção da cultura e do desenvolvimento local; entre outros. De acordo com Vieira (2015, p. 92), havia a necessidade de reiterar tais discursos por motivos estratégicos, uma vez que: "[...] o fluxo de pessoas na localidade variava conforme as necessidades da empresa, entrando e saindo de Monte Alegre pessoas contratadas e demitidas da Klabin [...]", dessa forma, fazia-se necessário reforçar o papel do jornal na memória dos que ali já estavam, "[...] bem como disseminá-lo aos novos trabalhadores da região". Assim, *O Tibagi* era apresentado como "[...] uma tradição entre os montealegrense [...]" e "[...] indispensável nos lares de nossa Cidade" (*O Tibagi*, 1949a, p. 1).

Algumas das ‘questões nacionais’ apareceram nas publicações especiais de *O Tibagi*. Além da presença de temas como alimentação, economia e educação, os textos sobre saúde e medicina foram os mais frequentes e consistiam em recomendações médicas sobre os cuidados sanitários durante o verão, especialmente com as crianças. Como uma espécie de continuidade das práticas higienistas das décadas anteriores, os discursos médicos publicados nos periódicos refletiam não apenas preocupações de ordem sanitária, mas também questões sociais e econômicas que permeavam a sociedade da época. Nesses textos, os médicos enfatizaram a saúde como um elemento central para o desenvolvimento nacional – a despeito da carente infraestrutura de algumas localidades de Monte Alegre¹³.

Os textos inclusos na categoria ‘Monte Alegre’ abordam aspectos próprios do desenvolvimento (passado e presente) local. Entre as 16 publicações, as mais frequentes e extensas são aquelas de autoria de Karl Zappert, diretor da fábrica que, por seis edições especiais, contou e recontou a história do surgimento local, enfatizando os feitos da Klabin para a promoção da civilização nos ‘sertões do Tibagi’. Para além da história do desenvolvimento industrial da fábrica, Marenfis (pseudônimo de João Marenda) identificou problemas e apontou soluções em sua *Crônica da Cidade*, publicada por 5 vezes no recorte aqui adotado. Para Vieira (2020, p. 199), o teor pedagógico dos escritos de Marenfis “[...] mobilizaram um conjunto de saberes e mediarão as experiências possíveis na cidade-empresa [...]”, interferindo nas relações sociais locais. Fosse por seu passado glorioso ou por seu presente em transformação, Monte Alegre foi considerada por Borell du Vernay ‘Um marco luminoso na estrada’, e os demais textos corroboraram em reminiscências nesse sentido.

No que diz respeito à categoria ‘cultura e entretenimento’, foram publicadas ao longo das edições especiais 2 tirinhas humorísticas, relato de viagem, informações sobre a igreja católica local, curiosidades e ‘Lugares – Cousas e gente do Paraná, uma página de Marenfis’. Figuram entre as curiosidades um texto de Paulo Rios Fernandes sobre a história do xadrez. Além desta publicação, não foram identificadas outras publicações do médico, mesmo nas edições semanais – o que sugere que o jornal *O Tibagi* publicava textos de ocasião, possivelmente decorrentes de relações pessoais ou de proximidade entre colaboradores e a equipe editorial.

Entre as ‘notícias e atualidades’, textos sobre política internacional foram os mais frequentes e abordaram as ações de Eisenhower, a greve dos estivadores e a imigração de americanos para Paris, entre outros. Ademais, foram tratados assuntos relacionados ao nacionalismo e patriotismo, relações internacionais e diplomacia, ajuda humanitária e cooperação internacional, bem como aspectos da cultura e da sociedade. Em sua maioria, tais conteúdos foram escritos por estrangeiros, intermediados por agências de notícias internacionais. Entre eles, é possível destacar matéria oriunda de Washington, tratando sobre a progressiva abolição dos preconceitos raciais entre estudantes nos Estados Unidos.

Por fim, resta problematizar a intensa presença de *história, literatura e poesia* no jornal. Entre os colaboradores mais frequentes, é possível destacar grandes nomes da literatura no Paraná, tais como Rodrigo Junior (5), Valfrido Piloto (4) e Helena Kolody (3). O bom relacionamento de Hellê Vellozo Fernandes com instituições como a Academia de Letras José de Alencar, a Academia Feminina Espírito Santense de Letras, a Academia Literária Feminina do Rio Grande do Sul, a Academia Paranaense de Letras, a Ala Feminina da Casa Juvenal Galeno, o Centro Cultural Euclides da Cunha e o Centro de Letras do Paraná colaborou para que 96 autores diferentes fossem publicados nas edições de *O Tibagi* aqui analisadas – entre excertos de obras já publicadas e textos inéditos para o jornal¹⁴. Acerca dessas colaborações, Fernandes (1958, p. 1) escreveu:

[...] podemos afirmar que fizemos o que pudemos, não só dado nossa colaboração irrestrita como publicando nas páginas de ‘O Tibagi’ trabalhos dos maiores prosadores e poetas do Paraná e do Brasil. Um dos nossos fins foi sempre divulgar nossa literatura, a par do trabalho de noticiário social local. Este era indispensável; aquele, o mais importante. Não nos limitamos a resenhas do movimento literário brasileiro, desde os tempos do Brasil colônia, mas procuramos os trabalhos dos contemporâneos, a fim de oferecer aos leitores algo da literatura atual. Ano a ano, produzamos melhor matéria, maior contribuição e maior aperfeiçoamento. Com esse espírito, nessa diretriz [...].

A divulgação frequente de literatura e de poesia em meio às notícias tem relação com o público ao qual era dedicado. Ainda que circulasse para além de Monte Alegre, em cidades onde a Klabin possuía representantes, o jornal era predominantemente voltado à comunidade local. Avisos sobre missas, batizados, jogos de futebol, eventos sociais nos clubes e informes da Klabin eram recorrentes, contribuindo para o ordenamento local. Ademais, ainda que a cidade-empresa fosse hierarquizada socialmente de acordo com a relação com a Klabin,

¹³ De acordo com um dos médicos locais, Paulo Rios Fernandes, “Harmonia não era como Harmonia de hoje que a gente vê bonitinha, Harmonia tinha uns acampamentos horrorosos, era muito pobre, qualquer pessoa pegava lá uns pedaços de tábuas e fazia lá uma casinha, que não era casa, era lá um ranchinho, então o problema habitacional estava muito difícil” (Centro de Memória Klabin, 1993, p. 10). Em meados da década de 1940, a malária foi um sério problema a ser enfrentado dentro e além dos limites de Monte Alegre.

¹⁴ Na edição de 1953, aparece um agradecimento especial a Rodrigo Junior por ter juntado contribuições de vários literatos, organizado e remetido ao jornal *O Tibagi*.

o jornal servia às diferentes classes sob propósitos distintos: as camadas mais altas poderiam entreter-se e elevar sua cultura mesmo estando distante geograficamente dos grandes centros, ao passo que aos trabalhadores não especializados serviu, sobretudo, à alfabetização (Centro de Memória Klabin, 1993).

A divulgação recorrente de literatura e poesia em *O Tibagi* é a materialização de um arbitrário cultural – já que tantos outros conteúdos deixaram de ser veiculados no jornal em detrimento dessa escolha editorial. Ao privilegiar a publicação de conteúdo literário, reforçava-se uma narrativa cultural voltada para a elite, legitimando a visão de mundo das classes mais altas e invisibilizando questões mais urgentes para os trabalhadores e a comunidade local. Pensando com Bourdieu (1997, p. 23), entende-se que este tipo de conteúdo literário interessa “[...] a todos sem ter consequências e porque poupa tempo, tempo que poderia ser empregado em dizer outra coisa”. Ou seja, o espaço ocupado por textos literários evitava discussões mais críticas sobre as condições sociais e econômicas da cidade-empresa, silenciando conteúdos que poderiam tocar nas hierarquias locais. Assim, a pedagogia cultural mobilizada por *O Tibagi*, ao mesmo tempo que divulgou representações sobre papéis de gênero e história local – para citar apenas dois exemplos –, promoveu um tipo de distinção social, oferecendo entretenimento e elevação cultural para as camadas mais altas, ao passo que limitava o acesso dos trabalhadores a informações que poderiam lhes ser mais relevantes.

Conforme apontado por Bourdieu (1997, p. 23-24), em seus estudos sobre os meios de comunicação, ao privilegiar certos temas e abordagens, certos tipos de informação, o jornal deixava de ser empregado para dizer outras coisas: “[...] afastam-se as informações pertinentes que deveria possuir o cidadão para exercer seus direitos democráticos”. No caso de *O Tibagi*, ao se apresentar como um veículo de promoção cultural, afirmando ser seu propósito o de “[...] cooperar com as expressões mais altas da cultura e divulga-las” (Fernandes, 1962, p. 2), buscava dissimular sua função na manutenção da ordem social local ao mesmo tempo que não destinava espaço de publicação às tensões da cidade – a exemplo da ausência de página policial. O silenciamento de outras narrativas, sobretudo aquelas mais relacionadas ao cotidiano operário, representou uma forma de controle simbólico que favoreceu as elites, pois contribuiu para a manutenção das hierarquias locais. Tal pedagogia cultural expressou representações alinhadas aos interesses da classe dominante local, que, por meio do conteúdo (arbitrário) publicado em *O Tibagi*, educou e regulou condutas e subjetividades para a manutenção do *status* de Monte Alegre como exemplo nacional de desenvolvimento urbano-industrial.

Considerações finais

Para além das práticas escolares institucionalizadas, os processos de aprendizagem estendem-se por toda a vida. Esses saberes e disposições passam a compor o *habitus* dos agentes, que se posicionarão no mundo social e atuarão nele a partir desses referenciais. Depois da escola, “[...] as ‘pedagogias culturais’ praticadas ‘por’ artefatos midiáticos são, certamente, poderosos modos de educar, de formar sujeitos sob medida para as sociedades capitalistas contemporâneas” (Costa & Andrade, 2015, p. 856, grifo dos autores). Funcionando como base para a produção de identidades e subjetividades, artefatos culturais como os jornais são responsáveis pela produção e circulação de um conjunto de representações que influencia a forma como seus leitores olham para o mundo, interpretam esse mundo e atuam nele. Na busca por ‘conformar’ os sujeitos, as publicações podem ter efeitos muito diversos: “Se as imagens produzem uma pedagogia, uma forma de ensinar as coisas do mundo, pode-se dizer que produzem, também, conceitos ou pré-conceitos sobre diversos aspectos sociais” (Matos & Lopes, 2008, p. 68).

O jornalismo, ao legitimar a cultura do grupo que representa, institui um arbitrário cultural: perspectivas particulares são transformadas em universais – por vezes, sem que os leitores percebam que estão sendo expostos a discursos carregados de princípios que não lhes são próprios. Nesse sentido, estudar o papel dos jornais na construção de representações que disseminaram valores e modos de ser é fundamental para compreender os arbitrários que constituíram a vida social em dado espaço e tempo histórico. Neste estudo, a interpretação das fontes evidenciou que as publicações comemorativas de *O Tibagi* se caracterizaram pela predominância marcante de anúncios em relação ao conteúdo informativo. Acerca das publicações assinadas, a abundância de conteúdo literário, embora enunciada como uma missão de elevar a cultura local, foi aqui interpretada como um arbitrário, pois selecionava e destacava determinadas expressões culturais em detrimento de outras – além de ocupar espaços que poderiam ser utilizados para abordar questões críticas da comunidade local.

A presença de conteúdos oriundos de agências internacionais revelou aspectos das representações que se queria colocar em circulação em Monte Alegre. Os papéis sociais esperados, sobretudo das mulheres, eram os da elite, sendo o homem o provedor da esposa e mãe dedicada. Ainda que as publicações assinadas sobre

esse assunto fossem de contextos internacionais, trazendo um discurso supostamente ‘externo’, somente foi publicado por condizer com os valores e expectativas da classe representada pelo jornal. Quando assuntos nacionais foram abordados, enfatizaram questões relacionadas à saúde, evidenciando preocupações sociais e econômicas presentes na gestão de Monte Alegre. Tais publicações ensinaram, entre outras coisas, comportamentos necessários para afastar “[...] o flagelo do verão” (Marcola, 1951, p. 9).

Visto que, em uma análise relacional, nenhuma cultura pode ser considerada superior ou inferior a outra, ao longo das publicações, o semanário legitimou as práticas das classes dominantes, produzindo uma cultura ‘legítima’ que era aprendida pelos leitores no decorrer da exposição àqueles conteúdos. Como exemplo, é possível citar a narrativa sobre a história local, que destacou as contribuições da Klabin para seu desenvolvimento e corroborou a imagem benevolente da empresa em Monte Alegre – reforçando o capital simbólico que legitimou *O Tibagi* como enunciador da realidade local. Essa estratégia de afirmação mútua, ao lado da gratuidade da distribuição do jornal e de ações assistenciais realizadas na cidade-empresa, contribuiu para o desenvolvimento do sentimento de gratidão em relação aos Klabin (Vieira, 2015). Sendo a permanência na localidade condicionada ao trabalho e o jornal propriedade de um Klabin, incorporar as disposições ali ensinadas era fundamental para bem viver na cidade-empresa, quiçá galgar uma melhor posição na hierarquia da fábrica.

Uma vez que a prática jornalística é configurada por disposições inerentes ao campo, enviesadas por tensões do contexto mais amplo, as escolhas editoriais e o destaque dado a certas notícias em detrimento de outras e a linguagem utilizada foram formas de *O Tibagi* construir representações e difundir arbitrários culturais. No entanto, para além da ênfase na cultura letrada, a pedagogia cultural exercida pelo jornal de Horácio Klabin também esteve presente em seus silenciamentos, em seus não-ditos. A ausência de página policial e a ênfase em amenidades desviou os trabalhadores de assuntos importantes que poderiam ter sido abordados – mas que não foram por não fazerem parte das expectativas do grupo dominante para o local.

Nesse sentido, informações sobre a segurança de Monte Alegre, temas relacionados ao movimento dos trabalhadores ou à pobreza em algumas localidades da cidade-empresa não foram sequer mencionados. Esse recorte da realidade apresentou Monte Alegre como um pequeno paraíso onde havia emprego e maior qualidade de vida. Com o decorrer das edições, entende-se que essa visão de mundo específica foi sendo incorporada pelos leitores – que, potencialmente, passaram a identificar-se com essa versão dominante por conceberem-na como a única possível, visto a limitação de acesso a outras fontes de informação. Assim, compreende-se que uma das estratégias para a ‘Harmonia’¹⁵ de Monte Alegre foi a pedagogia cultural praticada pelo jornal, que, por meio de sua ação educativa, contribuiu para a incorporação de discursos e de práticas favoráveis à lógica empresarial.

Com base na análise realizada, os achados de pesquisa referente ao caso de *O Tibagi* em Monte Alegre permitem conclusões que podem ser ampliadas à análise crítica da relação entre jornalismo e educação. São elas: 1) o *habitus* de um agente guarda relações com as aprendizagens realizadas ao longo da vida; nesse processo, os jornais são artefatos culturais que atuam como dispositivos pedagógicos – não apenas transmitindo informações, mas exercendo um papel educativo ao fornecer modelos de conduta e modos de ser que influenciam diretamente como as pessoas percebem a si mesmas e ao mundo ao seu redor; 2) a posição de um jornal no espaço social altera sua autonomia, sendo fundamental compreender essa posição para avaliar as características de sua pedagogia cultural; 3) para compreender a produção dos arbitrários que constituem tal pedagogia é necessário identificar os processos de seleção e destaque de certos conteúdos em detrimento de outros; e 4) além daquilo que é explicitamente comunicado, o jornalismo pode também exercer um papel pedagógico por meio da omissão de assuntos importantes ao público leitor.

Analisar criticamente o papel dos jornais como dispositivos pedagógicos permite compreender como a imprensa contribui para a criação e para a reprodução de representações (arbitrários culturais) que moldam subjetividades e legitimam determinadas visões de mundo. A pedagogia cultural empreendia pelos periódicos, como evidenciado no caso de *O Tibagi*, aponta para a complexidade da educação mediada por este tipo de artefato – já que tanto o que é dito quanto o que é silenciado desempenha importante papel na informação e formação de disposições do público leitor. Esse processo, ancorado em relações de poder e interesses específicos, evidencia a importância de estudos do campo da Educação que se dediquem às dinâmicas educacionais subjacentes às práticas jornalísticas, ampliando a compreensão sobre os efeitos pedagógicos dos jornais e sua influência na produção de representações e de identidades ao longo da história.

¹⁵ Título fixo das crônicas de Lauro Nery em *O Tibagi*. Sobre a escolha do nome (que também faz referência ao primeiro núcleo urbano local), publicou: “Bem traduz o nome desta cidade de trabalhadores, com a finalidade das aspirações sociais, na mentalidade da hora presente: harmonia entre empregadores e empregados e vice-versa, para uma produção mais eficiente, na contribuição da riqueza coletiva. Harmonia é cooperação e compreensão de todos na consecução de um fim” (Nery, 1948, p. 1).

Referências

- Andrade, P. D., & Costa, M. V. (2015). Usos e possibilidades do conceito de pedagogias culturais nas pesquisas em estudos culturais em educação. *Textura*, 17(34), 48-63.
<http://www.periodicos.ulbra.br/index.php/txra/article/viewFile/1501/1140>
- Barbosa, M. (2007). *História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000*. Mauad X.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão*. Zahar.
- Bourdieu, P. (2003) Esboço de uma teoria da prática. In R. Ortiz, *A sociologia de Pierre Bourdieu* (pp. 39-72). Olho d'Água.
- Bourdieu, P. (2011a). Espaço social e espaço simbólico. In P. Bourdieu. *Razões práticas: sobre a teoria da ação* (pp. 13-38). Papirus.
- Bourdieu, P. (2011b). O campo político. *Revista Brasileira de Ciência Política*, 5, 193-216.
<https://doi.org/10.1590/S0103-33522011000100008>
- Bourdieu, P. (2012). *O poder simbólico*. Bertrand Brasil.
- Bourdieu, P. (2022). *A economia das trocas linguísticas*. Edusp.
- Carvalho, D. R. (2006). *Telêmaco Borba o município: história política da capital do papel e da madeira*. [s.n.]. Centro de Memória Klabin. (1993, agosto 29). *Transcrição de entrevista de Hellê Vellozo Fernandes e Paulo Rios Fernandes*. Curitiba.
- Correia, T. B. (1997). *A socialização das cidades empresariais e o desmonte dos requisitos urbanos na vida fabril: tendências recentes no sul do Brasil*. In Anais do 49º Congresso Internacional del Americanistas (ICA). Quito, Ecuador. <https://www.equiponaya.com.ar/congresos/contenido/49CAI/Correia.htm>
- Costa, M. V., & Andrade, P. D. (2015). Na produtiva confluência entre educação e comunicação, as pedagogias culturais contemporâneas. *Perspectiva*, 33(2), 843-862. <https://doi.org/10.5007/2175-795X.2015v33n2p843>
- Couto, R. C. (2017). *A saga da família Klabin-Lafer*. Chermont.
- Fernandes, H. V. (1956, novembro 23). Aqui estamos. *O Tibagi*. n. 396, Caderno 1, p. 2.
- Fernandes, H. V. (1958, novembro 30). Apresentação. *O Tibagi*. n. 491, Caderno 2, p. 1.
- Fernandes, H. V. (1962, dezembro 15). Homenagem. *O Tibagi*. n. 682, Caderno 2, p. 2.
- Fernandes, H. V. (1974). *Monte Alegre, Cidade Papel*. Símbolo S.A. Indústrias Gráficas.
- Fischer, R. M. B. (1997). O estatuto pedagógico da mídia: questões de análise. *Educação & Realidade*, 22(22), 59-80. <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71363/40517>
- Freire-Bezerra, J. (2020). O diálogo potente no jornalismo: pensando a interatividade em seu viés pedagógico. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 7(13), 99-117.
<https://doi.org/10.24137/raeic.7.13.5>
- Hey, A. P. (2008). Fronteira viva: o campo acadêmico e o campo político no Brasil. In M. L. N. Azevedo (Org.), *Políticas públicas e educação: debates contemporâneos* (pp. 217-229). Eduem.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2022). *Censo 2022: Taxa de analfabetismo cai de 9,6% para 7,0% em 12 anos, mas desigualdades persistem*. <https://encurtador.com.br/GK6q4>
- Lenharo, A. (1986). *Sacralização da política*. Papirus.
- Luca, T. R. (2005). História dos, nos e por meio dos periódicos. In C. B. Pinsky (Org.), *Fontes históricas* (pp. 111-153). Contexto.
- Marcola, E. (1951, novembro 23). Crônica Médica – O flagelo do verão – Disenteria bacilar nas crianças. *O Tibagi*, n. 154, Caderno 1, p. 9.
- Marcovitch, J. (2005). *Pioneiros e empreendedores: a saga do desenvolvimento no Brasil*. Universidade de São Paulo.
- Marenda, J. (1949, novembro 23). Um ano vencido! *O Tibagi*, n. 52, Caderno1, p. 1.
- Margalho, M. G. (2008). *Klabin: os empresários, a empresa e as estratégias de construção da hegemonia (1930-1951)* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal Fluminense, Niterói].
- Margalho, M. G. (2013). Indústrias Klabin do Paraná de Celulose: a sociogênese do projeto político-empresarial (1930-1940). *Revista História & Perspectivas*, 26(48), 99-126.
<https://seer.ufu.br/index.php/historiaperspectivas/article/view/23319>

- Martins, V. A. (2014, março 17). *Entrevista oral concedida a Ana Flávia Braun Vieira*. Telêmaco Borba.
- Matos, A. A., & Lopes, M. F. (2008). Corpo e gênero: uma análise da revista TRIP Para Mulher. *Revista Estudos Feministas*, 16(01), 61-76. <https://www.scielo.br/j/ref/a/J3Z5m3CyYBTnY3Kz7696L9K/?format=pdf&lang=pt>
- Mello, A. R. (2020). “Que sabe dos homens e das mulheres”: o ensino de História a partir da representação de gênero na coluna do jornal *O Tibagi* (1948-1950) [Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual de Ponta Grossa].
- Nery, L. (1948, novembro 23). Harmonia. *O Tibagi*, n. 1, p. 1.
- Nora, P. (1993). Entre memória e história: a problemática dos lugares. *Projeto História*, 10, 7-28.
- O Tibagi. (1948a, novembro 23). *Cem por Cento, a Serviço da Coletividade*. n. 1, p. 1.
- O Tibagi. (1948b, novembro 23). *Nossa apresentação*. n. 1, p. 1.
- O Tibagi. (1949a, novembro 23). *Primeiro Aniversário de “O Tibagi”*. n. 52, Caderno 1, p. 1.
- O Tibagi. (1949b, setembro 20). *Crônica da Cidade*. n. 43, Caderno 1, p. 3.
- O Tibagi. (1951a, novembro 23). *O TIBAGI – um ano a mais*. n. 154, Caderno 1, p. 1.
- O Tibagi. (1951b, novembro 23). *São nossos agentes-correspondentes*. n. 154, Caderno 1, p. 25.
- O Tibagi. (1954a, maio 6). *A China detém 32 jornalistas, missionário e estudantes*. n. 271, p. 1.
- O Tibagi. (1954b, novembro 23). *23 de novembro de 1948 – 23 de novembro de 1954*. n. 203, Caderno 1, p. 1.
- O Tibagi. (1957, novembro 23). *Nossa Homenagem a Tibagi – Cacildo Batista de Arpelau*. n. 445, Caderno 2, p. 1.
- O Tibagi. (1959, dezembro 23). *1948-1959*. n. 540, Caderno 1, p. 2.
- Piquet, R. (1998). *Cidade-empresa. Presença na paisagem urbana brasileira*. Jorge Zahar.
- Prates, C. J. (2008). *O Complexo W.I.T.C.H. acionando a magia para formar garotinhas nas redes do consumo* [Dissertação de Mestrado, Universidade Luterana do Brasil].
- Vieira, A. F. B. (2015). *Análise do discurso fundador de Telêmaco Borba no jornal O Tibagi (1948-1964)* [Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual de Ponta Grossa].
- Vieira, A. F. B. (2020). *Jornalismo e a duração dos processos civilizadores: análise da adequação comportamental e da formação de uma segunda natureza em Monte Alegre – PR (1942-1964)* [Tese de Doutorado, Universidade Estadual de Ponta Grossa].
- Willer, M. R. (1997). *Harmonia: uma utopia urbana para o trabalho* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Paraná].
- Wortmann, M. L. C., Costa, M. V., & Silveira, R. M. H. (2015). Sobre a emergência e a expansão dos Estudos Culturais em educação no Brasil. *Educação*, 38(01), 32-48. <https://doi.org/10.15448/1981-2582.2015.1.18441>
- Zappert, K. (1953, novembro 23). Um pouco de filosofia do trabalho (Carta a um bom amigo). *O Tibagi*, n. 250, Caderno 3, p. 5.

INFORMAÇÕES SOBRE OS AUTORES

Ana Flávia Braun Vieira: Doutora em Ciências Sociais Aplicadas e doutoranda em Educação pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. Professora dos Departamentos de Educação e História (titar “e História”) na mesma instituição. Membro do grupo de pesquisa “História, intelectuais e educação no Brasil e no contexto internacional”.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7644-2986>

E-mail: anaf.braun@gmail.com

Oriomar Skalinski Junior: Doutor em Educação pela Universidade Estadual de Maringá. Professor do Departamento de Educação e do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Coordenador do grupo de estudos “História, intelectuais e educação no Brasil e no contexto internacional”.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2660-6839>

E-mail: jrskalinski@yahoo.com.br

NOTA:

Ana Flávia Braun Vieira e Oriomar Skalinski Junior foram responsáveis pela concepção, análise e interpretação dos dados; redação e revisão crítica do conteúdo do manuscrito e ainda, aprovação da versão final a ser publicada.

Editor associado responsável:

Terezinha Oliveira (UEM)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9841-7378>

E-mail: teleoliv@gmail.com

Rodadas de avaliação:

Dois convites; dois pareceres recebidos

Revisor de normalização:

Adriana Curti Cantadori de Camargo

Disponibilidade de dados:

Não se aplica.