

Mídia e desenvolvimento regional: a constituição discursiva de Campina Grande como pólo tecnológico

Media and regional development: the discourse constitution
of Campina Grande city as a technological pole

Antonio Roberto Faustino da Costa¹, Frederico Antonio Almeida de Oliveira²

RESUMO

Este trabalho analisa como se dá a constituição discursiva de Campina Grande (PB), como pólo tecnológico, junto à mídia regional. Parte da preocupação de que a comunicação pública da ciência e, em particular, o jornalismo científico precisam ser qualificados, com base numa razão e ação comunicativa. Examinando o texto jornalístico à luz da análise de discurso de orientação francesa, este trabalho evidencia que, historicamente, a tendência, não apenas da imprensa regional, como também nacional e estrangeira, é de reforçar e legitimar a idéia de modernidade das classes dominantes locais. O trabalho conclui que o discurso que exalta Campina Grande como cidade high tech reitera o mito e a própria ideologia do progresso.

PALAVRAS-CHAVE: Imprensa e desenvolvimento; mídia regional; discurso jornalístico.

ABSTRACT

The present paper analyses how the discursive constitution of Campina Grande-PB as a technology in relation to the regional media. It starts from the concern that both public communication of science and scientific journalism in particular need to be qualified, based on communicative reason and action. Examining the journalistic text in the light of French discourse analysis, this study demonstrates that, historically, not only the regional press but also the national and foreign ones tend to strengthen and legitimize the idea of modernity of local ruling classes. It also concludes that the discourse praising Campina Grande as a high tech city reiterates the myth and the ideology of progress.

KEY-WORDS: Press and development; regional media; journalistic discourse.

¹ Doutor em Educação, membro do Grupo de Pesquisa Comunicação, Cultura e Desenvolvimento, e professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (DECOM/UEPB). E-mail: robertofcosta@uol.com.br

² Jornalista, especialista em Marketing e membro do Grupo de Pesquisa Comunicação, Cultura e Desenvolvimento (DECOM/UEPB). E-mail: midiapb@ibest.com.br

INTRODUÇÃO

A preocupação essencial deste artigo reside na análise do papel da mídia na constituição de um discurso sobre Campina Grande (PB) como pólo tecnológico. Discurso este que, ao mesmo tempo, ignora as efetivas repercussões da produção acadêmico-científica no enfrentamento de uma realidade subdesenvolvida, na qual se insere a maioria da população. Parte-se do pressuposto, portanto, de que a imprensa local constitui o espaço onde ocorre, em grande parte, a construção, reforço e legitimação da ideologia da cidade *high tech*.

Compreende-se, dessa forma, que a construção da sociabilidade contemporânea é marcada pelo discurso midiático que se interpõe como “prática mediadora” da vida sócio-política e cultural, não apenas retratando como também (re)configurando a realidade (RONDELLI, 1996).

Os discursos presentes na mídia, ao refletirem em parte (nem tudo está na mídia) o movimento das idéias, podem permitir que se perceba os sentidos discursivos. Na medida em que operam os seus discursos, os meios passam a compor ou recompor os elementos significativos da cotidianidade, essencialmente discursiva. Constituem-se (os meios), por isso, num lugar essencial para compreender a vida cotidiana, bem como as questões que envolvem alguns dos principais temas científicos (HEBERLÊ; SAPPER, 2005, p.1).

Para analisar esse processo discursivo, lança-se mão da análise de discurso (AD) de orientação francesa, que articula três importantes regiões do conhecimento – materialismo histórico, lingüística e teoria do discurso (PÊCHEUX; FUCHS, 1990). Em síntese, cabe à AD aprofundar radicalmente a relação complexa entre “o campo da língua (suscetível de ser estudada pela lingüística em sua forma plena) e o campo da sociedade apreendida pela história (nos termos das relações de força e de dominação ideológica)” (GADET, 1990, p. 8). Importante é que a AD concebe todo enunciado – elemento fundamental à linguagem e ao discurso jornalístico – como acontecimento discursivo por excelência que tanto se relaciona quanto pode gerar um novo acontecimento, inclusive, de ordem não discursiva (PÊCHEUX, 1988, 1990).

O interesse em discutir a presença da ciência, da tecnologia e da inovação (C&T&I) na mídia regional surgiu das observações realizadas junto aos jornais de Campina Grande, especialmente sobre as pesquisas e suas aplicações, oriundas das universidades públicas e dos institutos de pesquisa sediados na referida cidade. Contribuíram, nesse sentido, também, as reflexões desenvolvidas junto

ao Grupo de Pesquisa Comunicação, Cultura e Desenvolvimento do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), sobretudo aquelas que se voltam para a área da comunicação pública e do jornalismo em C&T&I, donde resulta o projeto de pesquisa “O discurso da mídia regional sobre Campina Grande como pólo tecnológico”, ao qual está vinculado o presente estudo.

CIÊNCIA, MÍDIA E SOCIEDADE

No século XVII, quando ocorrem as invenções do telescópio e do microscópio, a ciência deixa de ser uma atividade de cunho filosófico e praticada por amadores para começar a se transformar em força produtiva e se articular com os interesses gerais do capitalismo. Nesse período, passa a se constituir, em alguns países da Europa, ícone da idéia de progresso, ao mesmo tempo em que a atividade de imprensa ganha impulso. Desde então, o desenvolvimento da ciência e dos aparatos tecnológicos, fundamentais ao desenvolvimento econômico, despertam interesse e justificam porque a divulgação científica utiliza-se largamente dos meios de comunicação para alcançar públicos heterogêneos e amplos.

A mídia impressa e, logo depois, as demais mídias começam a se preocupar com a divulgação da ciência, particularmente, por meio do jornalismo científico. Sua importância é tão forte que alguns autores chegam a afirmar a inexistência da ciência que não é divulgada, já que é nesse processo que ela recebe respaldo social (VESSURI, 2002). Apesar de sempre ter caminhado *pari passu* a ciência, a imprensa convive, entretanto, com conflitos que marcam a relação entre cientistas e jornalistas, destacando-se as diferentes temporalidades e contextos que regulam a produção de ambos os discursos (HEBERLÊ; SAPPER, 2005).

Ocorre conflito, também, entre a visibilidade demandada pelo processo de comunicação e a privacidade da ciência para garantir à sua produção o critério de originalidade, credibilidade e veracidade. Apesar de a ciência e a imprensa perseguirem a verdade, na mídia ela se apresenta como sendo transitória, enquanto na ciência é buscada dentro de uma perspectiva histórica e temporalizada, engendrada pela sistematização, verificação e comprovação dos dados.

Não se pode perder de vista, além disso, que a mídia funciona regulada pelo modo de produção capitalista que valoriza o produto-informação em função da capacidade de apresentar características originais em termos de troca. O desinteresse da imprensa, muitas vezes, pela cobertura científica foi

imputado aos investimentos elevados e, por outro lado, ao farto material disponibilizado a baixo custo pelas agências de notícia (MORAIS, 2004a).

Pesquisa promovida, recentemente, pelo Ministério da Ciência e Tecnologia, em parceria com a Academia Brasileira de Ciências, constatou que um percentual entre 14% e 60% dos brasileiros possui muito interesse por temas ligados à C&T e entre 27% e 40% costumam informar-se sobre temas ligados à área. Apesar disso, pouco mais da metade da população considera que a mídia noticia satisfatoriamente os avanços científico-tecnológicos (BRASIL, 2007).

A questão colocada em pauta, já advertia Moraes (2004b), “é como qualificar e ampliar a participação da ciência e da tecnologia na mídia - uma tarefa que, deve ser encarada com urgência pelas universidades, centros de pesquisa e agências de fomento”. Faz-se oportuno, certamente, acrescentar o próprio Estado. Não deixa de ser racional acompanhar o pensamento de Cádima (2005) que, ao enfatizar o papel dos “media regionais” para o desenvolvimento, acaba sugerindo sua importância ainda mais complexa do ponto de vista da C&T&I:

O contributo que o Estado possa dar a este sector, numa perspectiva de investimento dinâmico, potenciando a qualidade dos projetos jornalísticos e o crescimento dos seus públicos, contribuindo para a correção das lógicas de distribuição, circulação, enfim, para renovadas estratégias de gestão e de marketing, é, no fundo, um importante contributo para o desenvolvimento do país, designadamente nas regiões do interior e mesmo nos limites e periferias das grandes zonas urbanas.

Qualificar e ampliar a participação da C&T&I na mídia, contudo, parece tarefa insubstituível e indispensável à sociedade, mediante uma intervenção, no mínimo, de inspiração habermasiana que aposta na sobrevivência de uma ética discursiva no âmbito da ciência (FREITAG, 2003). Afinal de contas, assim como uma ação comunicativa (HABERMAS, 1989) torna-se essencial à comunicação pública e democratização do conhecimento científico, a socialização deste até as últimas conseqüências não apenas engendra uma razão instrumental, mas também pode assumir a condição *sine qua non* de uma razão comunicativa. Se uma sociedade organizada com base na ação comunicativa tende a apresentar “um alto nível de racionalidade, representando também maior avanço social” (MELO NETO, 2003, p. 61), acredita-se que o seu desenvolvimento pode ser potencializado ainda mais à medida que faça parte dessa ação o conhecimento científico.

DISCURSO SOBRE O DISCURSO

Desde meados do século XX, Campina Grande vem se qualificando como um pólo de educação e de serviços, com a decadência de outras atividades econômicas que foram decisivas para o seu desenvolvimento. Hoje, a cidade comporta universidades públicas e faculdades privadas, escolas técnicas, a Fundação Parque Tecnológico da Paraíba, o Instituto Nacional do Semi-Árido e a Embrapa Algodão, uma das unidades mais importantes da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária.

Os resultados da produção em C&T&I dessas instituições têm se refletido na mídia, ao longo das últimas décadas, em discursos que buscam caracterizar a cidade como pólo de produção científica e tecnológica. Veículos da imprensa nacional e internacional vão destacar o papel da cidade no cenário da pesquisa e desenvolvimento em nível mundial, principalmente, na área de tecnologia da informação e de softwares.

As reportagens ganham ampla divulgação na imprensa local, inclusive servindo de fonte de inspiração para peças publicitárias governamentais e abrindo caminho para um discurso oficial destinado a fortalecer e legitimar a mesma idéia. Exemplos nesse sentido são as edições de todo 11 de outubro nos jornais locais, data em que se comemora o aniversário de emancipação política da cidade. Mediante cadernos ou matérias especiais, os periódicos atualizam recorrentemente a idéia de Campina Grande como centro de excelência no interior do Nordeste. Mas o reforço dessa “vocação inata” não acontece apenas durante os períodos comemorativos.

Em 1967 quando o campus II da UFPB (atual UFCG) recebia o primeiro computador de grande porte do Nordeste e um dos primeiros do Brasil – um mainframe da IBM de U\$ 500 mil –, começava-se a desenhar um novo cenário para a área tecnológica local que culminaria com um novo ciclo de desenvolvimento, desta vez na área de computação. Passados 34 anos, Campina Grande está entre as nove maiores cidades tecnológicas do mundo, segundo a revista americana Newsweek, atraindo para o seu pólo tecnológico empresas multinacionais, além de voltar a se reposicionar num outro setor que já foi o seu forte: o algodão. Só que desta vez colorido (CAMPINA, 2003).

O texto acima teria sido publicado, originalmente, em janeiro de 2003, pelo jornal local *Diário da Borborema (DB)*, que, ao lado do *Jornal da Paraíba*, tem uma identificação muito forte com a cidade. Logo no título, compensan-

do inclusive a alusão a sua inserção num cenário subdesenvolvido (“Paraíba”/ Nordeste), Campina é transformada praticamente em uma indústria, ícone da sociedade capitalista, por sinal, em sua versão pós-moderna – “Campina Grande, Paraíba: fábrica de software”. No subtítulo, a idéia de pólo é retomada duplamente: “Conhecida como cidade inventiva devido às iniciativas no turismo de eventos como a Micarande e o Maior São João do Mundo, ela agora se posiciona fortemente na cultura de desenvolvimento científico-tecnológico”.

Índices dessa cultura atravessam a reportagem do *DB* do início ao fim. Uma tessitura que é pontuada, especialmente, por intertítulos que resumem a idéia de pólo como resultado de parcerias exemplares (“Consórcio PBTech”; “O CCT e o Parque Tecnológico impulsionam desenvolvimento”; “Pólo Tecnológico atrai multinacionais”), assim como de um empreendimento inovador (“A moda e a tecnologia do algodão colorido”) e de pleno sucesso (“Prêmios”). Não por acaso, o texto carrega em números, cifras, projeções e comparações que, em momento algum não sendo contrastados, dão a dimensão de um centro de produção altamente avançado e inigualável na região: “principal economia do interior do Nordeste”; “320 docentes, sendo 160 doutores e 160 mestres e mais 110 laboratórios”; “40% da mão-de-obra especializada da área de tecnologia”; “64 empresas de tecnologia da informação, que faturam em torno de R\$ 27 milhões por ano”; “dominam, respectivamente, em torno de 70% dos mercados em que atuam”; “O primeiro teste do Consórcio do PBTech será uma das maiores feiras de tecnologia do mundo, a Cebit, em Hannover, na Alemanha”; “As 11 empresas estarão no evento mostrando o que o Estado produz, e especialmente Campina Grande”.

Como se o texto fosse construído, basicamente, a partir de palavras-chave e paráfrases, o discurso do pólo tecnológico vai gradativa e incisivamente sendo constituído. Chama a atenção, num primeiro momento, a recorrência por parte do *DB* a enunciados e sequências discursivas que, a despeito do linguajar técnico, insistem em objetivar e maximizar uma vocação: “setor de tecnologia”; “novos empreendimentos na área”; “softwares”; “empresas de tecnologia”; “desenvolvimento de um software chamado Conferência Web”; “ambiente virtual para a realização de entrevistas coletivas ou reuniões online”; “setor de tecnologia da informação”; “empreendimentos tecnológicos”; “produtos de informática”; “iniciação tecnológica”; “desenvolvimento tecnológico”; “teste eletrônico para testar cartuchos de impressoras”; “área de telecomunicações”; “parceria técnico-científica”; “novas tecnologias”; “desenvolvimento de hardware e software”; “grids computacionais”; “computadores do laboratório de graduação”; “tecnologia do algodão colorido”.

A incidência do discurso sobre Campina como pólo tecnológico ganha mais sentido, ainda, à medida que é inserida numa formação discursiva de ordem institucional. Como salienta Pêcheux (1988, p.145), vão exercer papel destacado aí os aparelhos ideológicos de Estado (AIE), principais responsáveis pela materialização da ideologia dominante. “É pelo estabelecimento dos AIE, aonde esta ideologia é realizada e se realiza, que ela se torna dominante” (ALTHUSSER, 1992, p. 106).

Além de a própria mídia representar um lugar privilegiado de reprodução dessa ideologia, o discurso jornalístico acaba constituindo por excelência um discurso institucional e, às vezes até, oficial de AIE: “A pesquisa de ponta entre o Parque e o CCT da UFCG também se reproduz em setores altamente especializados”. Instaurando a redundância ou a presença de paráfrase numa mesma frase, “pesquisa de ponta” e “setores altamente especializados” tendem transformar o enunciado em um acontecimento altamente discursivo.

Como se fosse indispensável ao texto jornalístico, a um só tempo, apoiar-se e referenciar instâncias de base tecnológica, uma série de instituições públicas, estatais e privadas são, portanto, insistentemente evocadas: “na UFCG em cursos do Centro de Ciências e Tecnologia como Engenharia Elétrica, Ciência da Computação, Desenho Industrial e outras áreas afins”; “DSC - Depto. de Sistemas e Computação”; “Laboratório de Interface Homem-Máquina (LIHM)”; “ambientes como o Poligene e o Parque Tecnológico”; “Núcleo Softex”; “Projeto Genesis (Geração de Novos Empreendimentos em Software, Informação e Serviços) da Softex”; “Incubadora Tecnológica de Campina Grande”; “Associação Nacional de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas (Anprotec)”; “Apex (Agência de Promoções de Exportação)”; “Consórcio Naturalfashion”; “Prêmio Fundação Banco do Brasil de Tecnologia Social”; “Engebit”; “Pacto4 Tecnologia”; “Light Infocon e Apel Tecnologia”; “New Ink Tecnologia”.

Não bastassem as diversas recorrências a organizações locais e nacionais, o *DB* faz questão de invocar o nome de “empresas multinacionais como Honda, Motorola, Coca-Cola e Alumar”. Símbolos do capitalismo globalizado, elas referendam um modelo de excelência mundial que jamais poderia ficar de fora do discurso: “A referência do pólo tecnológico de Campina Grande se reflete nas empresas multinacionais que estão se instalando ou firmando parcerias na cidade. Northel, HP e Motorola são algumas destas empresas”. A propósito, lingüisticamente, “algumas” reflete uma mera exemplificação; discursivamente, porém, assume incomensurável dimensão, ganhando o sentido de *muitas* que pode representar, em última instância, um número indefinido e crescente de multinacionais.

A ordem do discurso (FOUCAULT, 2004) em torno do pólo tecnológico, finalmente, é instituída por uma (inter) discursividade de tendência burocrática e autoritária. Por um lado, soma-se a uma enunciação institucional o discurso direto e indireto de burocratas (WEBER, 1963; 1994), ou mais precisamente, de uma tecnoestrutura estatal e empresarial (GALBRAITH, 1985) que exerce o papel ativo não só de pontuar lingüística ou esteticamente o texto, mas sobretudo reforçar e legitimar a idéia dominante. “A nossa tecnologia está sendo bem aceita no mercado e a tendência é crescermos mais [...] estamos negociando com uma multinacional, que está presente em mais de 20 países’, entusiasma-se [...] um dos quatro sócios-diretores da Pacto4”; “Assim poderemos mostrar a diversidade de produtos da área de tecnologia da informação que a cidade domina’, destaca [...], diretor de Marketing da Light Infocon”; “O CCT tem um papel significativo no desenvolvimento tecnológico na cidade, no estado e na região Nordeste [...] massa crítica de pesquisadores altamente qualificados existentes no centro que permite a realização de pesquisas de ponta [...]’, enfatiza o diretor do CCT”.

Não se contenta o *DB*, contudo, em evocar um discurso autorizado, desde especialistas e empresários até gestores públicos, como ilustra bem a seguinte seqüência: “Segundo a presidente do consórcio Naturalfashion, [...], a fibra do algodão colorido desenvolvida no estado é considerada a melhor do mundo, fazendo o diferencial”. Assim como a fala atribuída àquela gestora (“é considerada”) remete a outro sujeito, uma autoridade indeterminada, melhor dizendo, o sujeito universal da ideologia (ALTHUSSER, 1992), precede aquela afirmação, submete e prevalece sobre o conjunto do texto jornalístico um discurso pretensamente autoritário.

Emblemáticos, nesse sentido, são os seguintes enunciados: “Campina Grande é a única cidade do mundo a trabalhar com produção industrial de produtos e artefatos de algodão colorido”; “Outros países trabalham com algodão colorido, mas apenas de forma artesanal por não ter uma fibra tão resistente quanto a desenvolvida pela Embrapa”. A incidência da conjunção “mas” parece traduzir bem um discurso que não carrega polissemia nem tampouco deixa margens a qualquer polêmica, sugerindo ser fruto de um agente que pretende, exclusiva e estrategicamente, impor a verdade (ORLANDI, 1996).

Interessante é que, no mesmo mês de janeiro de 2003, a reportagem do *Diário de Borborema* é republicada no jornal da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC). Uma instância que, por natureza, deveria colocar em xeque verdades estabelecidas, motivada aparentemente por interesses de “ordem jornalística” acaba reproduzindo na íntegra o texto do *DB*. Num primei-

ro momento, tende a contribuir o *Jornal da Ciência (JC)* para inserir o discurso do pólo tecnológico de Campina em uma nova situação de enunciação, capaz de gerar outros acontecimentos, tanto discursivos quanto não discursivos.

Num segundo momento, o *JC* garante não apenas ampla circularidade a esse discurso, mas acima de tudo imputa a credibilidade que lhe resta, haja vista a representatividade da SBPC perante a comunidade científica nacional e internacional. O que prevalece, enfim, é o reforço de um discurso sob a própria égide da espetacularização da notícia: “Campina Grande, Paraíba: fábrica de software” (CAMPINA, 2003).

Pesa nessa direção, provavelmente, a destacada referência do *DB* à “revista americana *Newsweek*”. De fato, em abril de 2001, *Newsweek* lança uma série de reportagens intitulada sugestivamente de “*Next frontiers*”, abordando os impactos das inovações tecnológicas na vida da sociedade contemporânea (NEXT, 2001). Naquela edição, a revista elege nove cidades que, construindo suas economias com base em empenho e inovação, representam um novo padrão tecnológico em todo o mundo. Cinco delas localizam-se nos Estados Unidos, duas na Europa (Barcelona, na Espanha e Cote d’Azur, na França), uma na Ásia (Suzhou, na China) e, a última, no Brasil, neste caso, Campina Grande, eleita a cidade *high tech* da América Latina.

Sob o título de “A nova marca das cidades tecnológicas”, a primeira reportagem enfatiza que, a despeito dos fracassos da nova economia, as nove cidades transformaram-se em destacados agentes na era da informação. Campina encontra-se entre as quatro primeiras cidades *high tech* relacionadas na matéria, logo em seguida às norte-americanas Oakland, Omaha e Tulsa.

Em meio ao semi-árido do Nordeste brasileiro, reside um oásis. Meio século atrás, os comerciantes de Campina Grande importaram máquinas de beneficiar algodão que ajudaram a construir um centro líder na fabricação de têxteis. Agora, a cidade hospeda 50 empresas produtoras de software. Campina Grande define o padrão da indústria tecnológica brasileira. A chave disso tudo é a Universidade Federal da Paraíba. Em 1967, pesquisadores paraibanos resolveram comprar um computador IBM por 500 mil dólares, criando uma tradição na área de computação que atrai estudantes de toda a América Latina. Em 1984, a Paraíba ganhou um Parque Tecnológico que gerou 60 empresas, produtoras desde sites a portais na internet. Entre aquelas nascidas em fundos de quintal, inclui-se a Light Infocon que fabrica software para a polícia rastrear narcotrafican-

tes. Os talentos locais também chamaram a atenção da gigante Coteminas, a mais sofisticada fábrica de tecidos da América Latina. A tecnologia é responsável por quase 20 por cento dos 650 milhões de dólares da economia local e por uma renda média anual de 2.500 dólares, o dobro do Nordeste. A tecnologia compensa, mesmo no meio do nada (A NEW, 2001, tradução nossa).

Dois meses depois, *Newsweek* volta a acentuar o potencial tecnológico de Campina Grande. Sob o título de *"From the desert"*, como sugerindo que naquela remota cidade localizada entre a zona da mata e o semi-árido se tira leite de pedra, uma pequena mas destacada nota dá ênfase a Apel, a Indústria de Aplicações Eletrônicas que passou a fornecer hardware e software a quase 60% das estações de metrô urbano no Brasil. Originária da UFPB, assegura a revista, a "Apel constitui uma estrela entre as 50 ou mais empresas locais de alta tecnologia. Ela prova o que se pode fazer com pouco capital intelectual" (FROM, 2001, tradução nossa).

Em junho de 2003, como se cinco meses após reatualizasse o discurso do *DB/JC*, *Newsweek* retoma a ênfase sobre Campina Grande como pólo tecnológico. Desta feita, a cidade é mencionada em meio à reportagem *"Free for all"* que aborda como o software livre está transformado a tecnologia nos países em desenvolvimento, destacando-se a África do Sul, China, Índia e Brasil. Em poucas palavras, ao se referir à empresa fabricante de bases de dados Light-Infocon, a revista norte-americana sintetiza todo um discurso sobre a cidade: *"Campina Grande, Brazil's Silicon Valley"* (FREE, 2003).

Melhor traduzindo: em um único enunciado, *Newsweek* eleva Campina à altura do Vale do Silício (não por acaso, a região dos Estados Unidos que se tornou famosa no mundo da eletrônica e da informática) e transforma a cidade no "Vale do Silício brasileiro". A revista (re)inaugura, assim, um acontecimento cujas repercussões (e, por extensão, circularidade) não devem se restringir, apenas e tão somente, ao discursivo. Além do mais, se o discurso da *Newsweek* apresenta-se apologético, o que esperar da mídia nacional e, de modo especial, da imprensa regional, sensivelmente atravessada e propensa a se constituir em câmara de eco da ideologia dominante em nível local?!

DE ONDE VEM ESSA IDÉIA

Observação ainda que exploratória ajuda a perceber que a idéia de Campina Grande como Vale do Silício é reforçada e legitimada pelo discurso jorna-

lístico, desde bem antes dos anos 2000, só que através de outros enunciados (travestidos, por sua vez, em paráfrases, metáforas, metonímias e outras tantas figuras de linguagem). Em sua edição de número 53, de fevereiro de 1992, a revista *Superinteressante* publica matéria cujo título sugestivo, ao tempo em que alude ao moderno e ao tradicional, exalta o potencial campinense para a inovação, representada pela informática – “Computadores arreitados”. Sem deixar, praticamente, qualquer inferência a um leitor acostumado a associar Campina ao “Maior São João do Mundo” (outro signo forte de sua identidade discursiva), logo no subtítulo a revista eleva a cidade a centro de excelência, inserido no processo de emergência da globalização: “Encravado no interior da Paraíba, o pólo tecnológico de Campina Grande tira as boas idéias das prateleiras universitárias e as transforma em empresas e produtos de exportação” (COMPUTADORES, 1992).

Ao longo da matéria, a idéia de pólo vai sendo reforçada, através de estratégias discursivas que visam imprimir ao texto um mesmo efeito de sentido. Começa pelo lide que, retomando o dilema entre o tradicional (que tende representar o atraso: “pacatas ruas”, “cidade do interior da Paraíba”, “terra do forró”, “São João”, “Parque do Povo e o popular forró-dromo”) e o moderno (por sua vez, sinônimo de avanço: “o padrão de vida ali é comparável ao das regiões mais prósperas do país”; “um novo perfil começa a ser traçado para a cidade”; “novo retrato”), salienta que “uma característica muito diferente” da civilização ali chegou – “a tecnologia”. Símbolo emblemático desta é o “Museu Vivo da Ciência e Tecnologia, uma exposição permanente dos produtos industriais da cidade”.

No restante do texto, esses ícones vão ganhando, basicamente, novas configurações. Por um lado, reacende-se no imaginário um “status” que elevou Campina à cidade excepcional: “segunda maior praça algodoeira mundial”; “primeira bolsa de mercadorias das regiões Norte e Nordeste do Brasil”; “com a criação da Atecel Associação Técnico-Científica Ernesto Luís de Oliveira surgia pela primeira vez no Nordeste brasileiro uma entidade para centralizar as consultorias prestadas pelos professores universitários à sociedade”; “computador IBM o primeiro das regiões Norte e Nordeste”; “primeiros produtos de software nacionais para ambientes Unix”; “ali é fabricada mais da metade dos equipamentos de áudio instalados nas emissoras de rádio brasileiras”.

Por outro lado, confunde-se Campina com o que há de mais avançado na cidade, desde a “Escola Politécnica”, a “Universidade Regional do Nordeste”, a “Universidade Estadual” até o “campus II da Universidade Federal da Paraíba”, ou seja: “Como se fosse um oásis no meio do deserto, Campina Grande

é um importante centro universitário para o interior nordestino". Em suma, os "dados" (leia-se, contra fatos não há argumentos) só fazem atestar a "real vocação da cidade para o desenvolvimento de produtos de base tecnológica": "A criação da Fundação Parque Tecnológico da Paraíba, ao final de 1984, foi o suporte que faltava para a transformação da cidade em um verdadeiro pólo tecnológico"; "Presentes em mercados altamente competitivos e exigentes, principalmente Estados Unidos e Canadá, seus produtos concretizam a imagem da região como geradora de tecnologia". Conclusão: "É assim que funciona Campina Grande: de qualquer quintal pode nascer tecnologia".

Como se não bastasse o "próprio" discurso jornalístico, essa conclusão é referendada, sempre que necessário, pela fala autorizada. São pesquisadores, empresários e burocratas que acentuam diretamente as grandezas da cidade: "Essa efígie de fabricante de produtos de base tecnológica está intimamente ligada à curiosa história da cidade de Campina Grande"; "Com nossa atual estrutura, poderíamos estar baseados em qualquer cidade do Brasil, mas estamos aqui por causa da proximidade com o centro formador de mão-de-obra e porque impera o sossego". Noutros momentos, atribui-se-lhes um posicionamento comprometido com o social: "Com ares messiânicos, [...] pensa em ajudar a resolver o eterno problema da seca: o povo nordestino tem água, mas não bebe". *Superinteressante* é que, em momento algum da matéria, esse "povo" é consultado. Parece até ser, superintensamente, calado.

A reiteração de enunciados como "praça algodoeira", "primeira bolsa de mercadorias do Norte-Nordeste", "primeiro computador IBM da região" e "oásis no meio do deserto", no fundo, revela a incidência junto à mídia, seja local, nacional ou até internacional, de um discurso fundador responsável pela construção e reconstrução de Campina Grande como pólo tecnológico. Conforme Orlandi (1993), os discursos fundadores exercem a função de referência básica na constituição do imaginário social, tornando-se de fundamental importância evidenciar como eles se estabilizam nessa memória. Não por acaso, vestígios nessa direção vão ser encontrados entre os anos 1950 e 1960, inclusive, no mesmo jornal *Diário da Borborema*.

Conforme Silva e Montenegro (2007), desde a sua fundação em 1957 até pelo menos 1961, o *DB* exalta em editoriais a idéia de Campina como centro avançado. Motiva esse discurso, justamente, a sua Escola Politécnica, criada em 1952 e que simboliza toda uma vocação da cidade para o desenvolvimento, virtude que a distingue e a coloca à frente da própria capital do Estado, João Pessoa. Além de formar engenheiros, a Politécnica representa exemplo de perfeição e excelência a ser seguido pela comunidade em geral.

O discurso jornalístico, concluem aqueles autores,

dependendo da forma em que foi escrito e absorvido pelos que leram, faz com que determinadas idéias se alojem no inconsciente, ganhando espaço e significação que pode sobreviver na memória de um povo por longo período, como é o caso de, já na década de 50, Campina Grande passar a ser vista como uma cidade científica e tecnologicamente desenvolvida, idéia do século passado que ainda está bastante presente no nosso dia-a-dia, fazendo com que a cidade receba o título de pólo tecnológico (SILVA; MONTENEGRO, 2007, p.4).

Silva e Barbosa (2007), por sua vez, acrescentam que, entre 1961 e 1962, o *DB* continua a representar Campina Grande como potência. Provoca esse discurso, desta feita, o prenúncio da implantação do primeiro canal de televisão na cidade e no Estado, antes mesmo de sua instalação em João Pessoa e noutros capitais. Alguns anos depois, a TV Borborema (pertencente aos Diários Associados, a mesma cadeia do *DB*) será implantada por obra e graça não só de Assis Chateaubriand, bem como de um grupo de “empreendedores” locais que representa o desejo de todos os campinenses e mesmo paraibanos em exaltar seu “novo símbolo tecnológico”.

Mediante o discurso jornalístico, concluem os autores, a cidade é pensada a partir da idéia de modernidade de sua elite, portanto, de uma ideologia dominante que acaba determinando (graças à incidência do interdiscurso) a memória coletiva. “A implantação da primeira emissora de TV foi vista como mais um símbolo do progresso e de realização no imaginário urbano, seria a legitimação de uma Campina Grande moderna” (SILVA; BARBOSA, 2007, p.5). Restaria às classes populares por isso mesmo, elogiar o *DB*, apresentarem-se “solidárias com o empreendimento”, emprestando um “legítimo toque popular” e “maior alegria” aos eventos realizados para festejar a chegada da *TV Borborema*.

Como a opacidade é imanente ao funcionamento discursivo, na verdade o que falta à mídia sinalizar é aquilo que interessa permanecer obscurecido, ao longo do tempo e do espaço: o discurso que exalta Campina Grande como pólo tecnológico converge na direção de reiterar o mito e, por extensão, a ideologia do progresso (DUPAS, 2006). De acordo ainda com Dupas (2007, p.89), o progresso não passa de “um mito renovado por um aparato ideológico interessado em nos convencer que a história tem um destino certo — e glorioso — que dependeria mais da omissão embevecida das multidões do que da sua vigorosa ação e da crítica de seus intelectuais.” Manter uma visão

crítica diante disso, adverte o mesmo autor, é ser capaz de reconhecer no progresso a condição de discurso hegemônico.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se que o discurso midiático sobre Campina Grande como pólo tecnológico retoma e atualiza a visão de que os avanços científicos traduzem o progresso da sociedade onde são gerados. Como afirmaria Cesarino (2006, p.213), a força do discurso do progresso e o estabelecimento dos fatos consumados são determinantes na composição da idéia de cidade *high tech*. Esse discurso, por assim dizer, articula “visões essencialmente utilitaristas da ciência e da tecnologia, vinculadas a um modelo linear de desenvolvimento (quanto mais ciência, mais tecnologia, mais desenvolvimento econômico e mais bem-estar social)” (RAMOS, 2006).

Mesmo que a produção científica e tecnológica situe-se no discurso da mídia caracterizando a cidade como pólo, a presença dessa produção é retratada de forma generalista, descontextualizada e sensacionalista diante da sua (anunciada) potencialidade. Trata-se, num primeiro momento, de um discurso que se reporta a outro discurso, às vezes até, de natureza jornalística (quando não, propagandística ou publicitária), em sua essência já atravessado por traços de fragmentação, reducionismo e espetacularização da realidade.

Como a retórica midiática tem base, normalmente, no discurso outro (social) que é incorporado/apropriado pela imprensa, significa que o discurso jornalístico é de segunda, terceira ou quarta ordem. Notadamente porque o discurso outro, cujos indícios são representados, essencialmente, pelas falas das fontes de informação autorizadas (jornalismo declaratório), marca a produção jornalística em geral. Sinal de que o caso não se apresenta isolado é a constatação de Ramos (2006) de que, ao invés de enfatizar implicações morais e éticas, o discurso do “Jornal Nacional” da *Rede Globo* resulta em uma estratégia retórica que tanto espetaculariza a C&T que acaba ocultando os jogos políticos e as relações de poder aí envolvidas.

REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos de Estado**: nota sobre os aparelhos ideológicos de Estado. 6. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1992.

A NEW brand of tech cities. **Newsweek**, Nova York-Estados Unidos, 30 abr. 2001. Disponível em: <<http://www.newsweek.com/id/79904/output/print>>. Acesso em: 14 jul. 2008.

BRASIL. Ministério da Ciência e Tecnologia. Secretaria de Ciência e Tecnologia para Inclusão Social. Departamento de Popularização e Difusão da Ciência e Tecnologia. **Percepção pública da ciência e tecnologia**. Brasília, 2007. Disponível em: <<http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/50877.html>>. Acesso em: 16 jun. 2008.

CÁDIMA, F. Rui. Os media regionais e o desenvolvimento. **Irreal TV**, Portugal, 3 maio 2005. Disponível em: <<http://irrealtv.blogspot.com/2005/05/os-media-regionais-e-o-desenvolvimento.html>>. Acesso em: 18 jul. 2008.

CAMPINA Grande, Paraíba: fábrica de software. **Jornal da Ciência**, São Paulo, 14 jan. 2003. Disponível em: <<http://www.jornaldaciencia.org.br/Detail.jsp?id=7202>>. Acesso em: 20 abr. 2008.

CESARINO, Letícia Maria Costa da Nóbrega. **Acendendo as luzes da ciência para iluminar o caminho do progresso**: ensaio de antropologia simétrica da Lei de Biossegurança brasileira. Brasília, 2006. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Brasília.

COMPUTADORES arretados. **Superinteressante**, São Paulo, n.53, fev. 1992. Disponível em: <http://super.abril.com.br/superarquivo/1992/conteudo_112933.shtml>. Acesso em: 10 maio 2008.

DUPAS, Gilberto. O mito do progresso. **Novos Estudos CEBRAP**, São Paulo, n.77, p.73-89, mar. 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/nec/n77/a05n77.pdf>>. Acesso em: 23 jul. 2008.

DUPAS, Gilberto. **O mito do progresso**: ou progresso como ideologia. São Paulo: Ed. Unesp, 2006.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 11.ed. São Paulo: Loyola, 2004.

FREE for all. **Newsweek**, Nova York-Estados Unidos, 30 jun. 2003. Disponível em: <<http://www.newsweek.com/id/59728/output/print>>. Acesso em: 14 jul. 2008.

FREITAG, Barbara. **A questão da moralidade**: da razão prática de Kant à ética discursiva de Habermas. Brasília: SOS-Imprensa/UnB, 2003.

FROM the desert. **Newsweek**, Nova York-Estados Unidos, 18 jun. 2001. Disponível em: <<http://www.newsweek.com/id/79076/output/print>>. Acesso em: 14 jul. 2008.

GADET, Françoise. Prefácio. In: _____; HAK, Tony (Orgs.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas-SP: Ed. Unicamp, 1990. p.7-11.

GALBRAITH, John Kenneth. **O Novo Estado Industrial**. 2.ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

HABERMAS, Jürgen. **Consciência moral e agir comunicativo**. 2.ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.

HEBERLÊ, Antonio Luiz Oliveira; SAPPER, Sady Macedo. Identidades e diferenças entre ciência e mídia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., Rio de Janeiro. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1801-1.pdf>>. Acesso em: 15 maio 2008.

MELO NETO, José Francisco de. **Diálogo em educação**. João Pessoa, 2003.

MORAIS, Cidoval. Tendências atuais do Jornalismo Científico (I). **Paraibaonline**, 20 maio 2004a. Disponível em: <<http://www.paraibaonline.com.br/cidovalmora1.htm>>. Acesso em: 17 abr. 2008.

_____. Tendências atuais do Jornalismo Científico (II). **Paraibaonline**, 20 maio 2004b. Disponível em: <<http://www.paraibaonline.com.br/cidovalmora2.htm>>. Acesso em: 17 abr. 2008.

NEXT frontiers. **Newsweek**, Nova York-Estados Unidos, 30 abr. 2001. Disponível em: <<http://www.newsweek.com/id/79903/output/print>>. Acesso em: 14 jul. 2008.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **A linguagem e seu funcionamento**: as formas do discurso. 4.ed. Campinas, SP: Pontes, 1996.

ORLANDI, Eni Puccinelli. Prefácio. In:_____ (Org.). **Discurso fundador**: a formação do país e a construção da identidade nacional. Campinas-SP: Pontes, 1993. p.7-9.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Campinas-SP: Pontes, 1990.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas-SP: Ed. Unicamp, 1988.

PÊCHEUX, Michel; FUCHS, Catherine. A propósito da Análise Automática do Discurso: atualização e perspectivas (1975). In: GADET, Françoise; HAK, Tony (Orgs.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas-SP: Ed. Unicamp, 1990. p.163-252.

RAMOS, Mariana Brasil. **Discursos sobre ciência & tecnologia no *Jornal Nacional***. Florianópolis, 2006. Dissertação (Mestrado em Educação Científica e Tecnológica) – Universidade Federal de Santa Catarina.

RONDELLI, Maria Elizabeth. Sociabilidade, espaço público e comunicação. In: FAUSTO NETO, Antônio; PINTO, Milton José (Orgs.). **O indivíduo e as mídias**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996. p.112-122.

SILVA, Fábio Ronaldo da; MONTENEGRO, Rosilene Dias. A Escola Politécnica de Campina Grande pelo Diário da Borborema: uma análise de discurso. **Bocc**, Portugal, 2007. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-fabio-escola-politecnica-campina-grande.pdf>>. Acesso em: 3 jul. 2008.

SILVA, Sílvia Tavares da; BARBOSA, Antônio Clarindo de Sousa. A chegada da TV em Campina Grande: um olhar sobre os discursos do Diário da Borborema. In: COLÓQUIO DE HISTÓRIA DA UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO, 1., Recife. **Anais Eletrônicos...** Recife: UFRPE, 2007. Disponível em: <<http://www.pgh.ufrpe.br/brasilportugal/anais/8b/Silvia%20Tavares%20da%20Silva.pdf>>. Acesso em: 20 jul. 2008.

VESSURI, Hebe. Ciencia, tecnología y desarrollo: una experiencia de apropiación social del conocimiento. **Interciência**, Caracas, v. 27, n. 2, p.88-92, feb. 2002.

WEBER, Max. Burocracia. In:_____. **Ensaio de sociologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1963. p.229-282.

WEBER, Max. **Economia e sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. 3.ed. Brasília: UnB, 1994. v.1.