

O presente estudo integra a pesquisa “Comunicação, cultura e poder: a triangulação ‘iniciativa privada – poder público – comunidade’”, em desenvolvimento na Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação - UFRGS e que tem como principal objetivo compreender e explicar, sob a perspectiva da comunicação, como se atualizam relações de poder nessa triangulação. Como primeiro objeto de observação, essa pesquisa estuda o sistema “empresa Tramontina C. B. S/A–Prefeitura Municipal de Carlos Barbosa–Comunidade de C. B.”. Articulado a essa pesquisa, este trabalho (que é parte do projeto de pesquisa de iniciação científica que tem como objetivo verificar como a empresa Tramontina C. B. é apresentada pela mídia local e estadual) objetiva identificar o espaço destinado à empresa e analisar como ela é (re)apresentada por quatro jornais, sendo dois locais – Contexto e Carlos Barbosa – e dois estaduais – Zero Hora e Correio do Povo. A metodologia empregada consiste em pesquisa documental para a identificação, coleta e organização do objeto de estudo e, na sequência, análise de discurso (dentre os autores empregados estão Eni Orlandi e Milton J. Pinto) para verificar, a partir das marcas de linguagem presentes nas formações discursivas, como a empresa foi (re)apresentada pelos referidos jornais. A análise considera todos os jornais publicados pelos quatro veículos no ano de 2008. Foram selecionados todos os textos jornalísticos que fizeram alguma referência à empresa Tramontina nesse período, num total de 89 textos, sendo 07 no jornal Carlos Barbosa, 14 no Contexto, 25 no Correio do Povo e 43 no Zero Hora. Em pesquisa exploratória, a análise de discurso tende a revelar que a empresa, além de oferecer produtos de qualidade, é apresentada pelos jornais como empresa com responsabilidade social, apoiadora de ações/eventos culturais e esportivos, e preocupada com os grandes problemas ambientais.