

Quem Influencia Quem? Em busca de causalidades entre contexto político e sistemas de mídia¹²

Juliano Mendonça Domingues-da-Silva³
Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

Este artigo trata da relação entre contexto político e sistemas de mídia. Mais especificamente, ele procura investigar causalidade entre essas duas dimensões, de modo a permitir inferências a partir do seguinte questionamento: o quanto o contexto político molda sistemas de mídia – e vice-versa? Inspirado no modelo explicativo de Porto (2012) intitulado *A political context model of media transformation*, o estudo cujos resultados são apresentados neste artigo analisou a relação entre barreiras ao fenômeno *media opening* e qualidade da democracia. Testes de regressão linear simples confirmaram a hipótese de trabalho segundo a qual variáveis relativas ao contexto político exercem maior influência sobre o sistema de mídia do que o inverso.

PALAVRAS-CHAVE: *media opening*; mídia e democracia; qualidade da democracia.

INTRODUÇÃO

O presente artigo investiga a relação entre contexto político e sistemas de mídia em perspectiva comparada do tipo “muitos casos” – ou *large n* (HALLIN; MANCINI, 2004). Toma-se como pano de fundo o debate sobre *media opening*, processo por meio do qual a mídia apresenta, gradualmente, maior grau de diversidade de pontos de vista e de independência (LAWSON, 2002). Isso se refletiria em maior *accountability* e participação social, de modo que quanto mais democrático um país, maior seu nível de *media opening*, o qual, por sua vez, influenciaria as instituições democráticas em um ciclo virtuoso (PORTO, 2012).

A literatura identifica as seguintes barreiras a esse processo: (a) violência contra jornalistas empenhados na defesa do Estado de Direito; (b) leis e políticas autoritárias hostis ao jornalismo investigativo; (c) oligopólio das empresas de TV; (d) irregularidade em termos de normas relativas ao jornalismo profissional; (e) alcance limitado da mídia impressa, radiodifusores comunitários e novas tecnologias da comunicação (HUGHES;

¹ Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Este artigo apresenta parte dos resultados preliminares de pesquisa financiada pela Comissão Fulbright (*Junior Faculty Award*), desenvolvida no Departamento de Comunicação da Tulane University (EUA), instituição na qual o autor desempenhou a atividade de *visiting faculty* em 2018, sob supervisão do Professor Mauro Porto. O autor agradece à Comissão Fulbright, à Universidade de Tulane e ao professor Porto.

³ Doutor e mestre em Ciência Política (UFPE), é jornalista e cientista social, professor e coordenador do Programa de Pós-graduação em Indústrias Criativas da Universidade Católica de Pernambuco.
juliano.domingues@unicap.br/domingues.juliano@gmail.com

LAWSON, 2005). O debate conceitual pressupõe que essas condições são reforçadas por contextos políticos compostos por instituições democraticamente frágeis, as quais, por sua vez, influenciam o sistema de mídia, em um ciclo vicioso (PORTO, 2012).

Embora reconheça amplamente a influência mútua entre contexto político e sistema de mídia, a literatura da área não se arrisca a identificar o quanto uma dimensão impacta a outra em termos de causalidade. Este artigo se propõe a preencher essa lacuna, a partir do seguinte problema de pesquisa: como se dá a dinâmica de interação causal entre barreiras ao *media opening* e contexto político? Em outras palavras, pergunta-se: o quanto o contexto político modela o sistema de mídia – e vice-versa? Como hipótese central a ser testada, afirma-se: o impacto de variáveis relativas ao contexto político exerce maior influência sobre sistemas de mídia do que o inverso, com destaque para a concentração de mercado midiático.

Para operacionalizar esse debate conceitual, recorreu-se ao banco de dados *The Quality of Government Institute* (QoG), da Universidade de Gotemburgo (TEORELL *et al.*, 2018). Nele, foi identificada a variável (V1) influência econômica sobre a mídia (*Freedom House*, n = 194), a qual demonstra aderência à dimensão relativa ao sistema de mídia. No mesmo banco de dados, foram identificadas as variáveis relativas à dimensão do contexto político: (V4) voz e *accountability* (*The World Bank Group*, n = 194), e (V5) democracia institucionalizada (*Polity IV*, n = 163). Isso permitiu a realização de testes de regressão linear simples – $f(V1)=V2$; $f(V4)=V1$; $f(V1)=V5$; $f(V5)=V1$ –, a partir do *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS), versão 20, de modo a identificar influência entre essas variáveis.

Esses procedimentos tiveram como objetivo produzir inferências causais a partir de dados observacionais, em um contexto de primazia do método e de rigor dos modelos de análise (KING; KEOHANE; VERBA, 1994). Os resultados confirmaram a hipótese central: identifica-se um maior impacto do contexto político sobre sistemas de mídia do que o inverso.

TEORIA E MÉTODOS

Mídia e qualidade da democracia

A investigação aqui desenvolvida vai ao encontro da crítica de Lawson (2002) e de Porto (2012) em relação aos modelos que ignoram a relevância do papel da mídia quando do debate sobre qualidade da democracia. Segue-se também a linha de Porto (2012) com relação ao entendimento sobre o que vem a ser “democratização” e o quanto

a mídia pode ou não contribuir com esse processo: assume-se “democratização” como o fortalecimento dos mecanismos de representação política e de *accountability*.

A forma como mercados de comunicação se estruturam e operam está associada diretamente ao debate sobre democracia, especialmente nas chamadas democracias emergentes (HADLAND, 2015). Investigar estrutura de mercado em comunicação é não apenas investigar qualidade da democracia (WARD, 2005), mas sobretudo seu impacto em termos de *accountability*. Smith e Tambini (2012) ao analisar o cenário de mídia nos EUA, Alemanha e Holanda, por exemplo, concluem que múltiplas fontes de informação não apenas reduzem o nível de desinformação como também o risco de abuso de poder. Nessa mesma linha, Cooper (2003) ressalta o quanto a concentração de poder midiático se reflete em capacidade de empresas influenciarem processos decisórios governamentais.

Ao mesmo tempo, a ação regulatória do Estado, fruto da interação estratégica entre governos e demais atores presentes à arena de disputa por recursos, desempenha papel fundamental no processo de modelagem de sistemas de mídia (DOMINGUES-DA-SILVA; ZAVERUCHA, 2015). Em outras palavras, reformas em sistemas de mídia, cujas consequências podem gerar incentivos a uma mídia mais ou menos independente e livre, estão associadas a impactos no desenvolvimento da democracia (PRICE *et al.*, 2002). Assim, países mais democráticos seriam, também, aqueles com maior diversidade em termos de meios de comunicação (DOMINGUES-DA-SILVA; ZAVERUCHA; FIGUEIREDO FILHO; ROCHA, 2015; DOMINGUES-DA-SILVA; BARROS, 2014; BAKER, 2006). Por outro lado, a concentração desse setor nas mãos de poucos proprietários, seja por meio de monopólio governamental ou de oligopólio empresarial (DJANKOV *et al.*, 2001) representaria um prejuízo ao funcionamento de regimes democráticos (BAKER, 2006; BUCKLEY, 2008; SILVA; ZAVERUCHA; FIGUEIREDO FILHO; ROCHA, 2015).

Hughes e Lawson (2005), ao tratar especificamente sobre a América Latina, identificam o que seriam cinco barreiras ao processo de *media opening* – conceito abordado mais detidamente no tópico seguinte. São eles: (a) violência contra jornalistas empenhados na defesa do Estado de Direito; (b) leis e políticas autoritárias hostis ao jornalismo investigativo; (c) oligopólio das empresas de TV, meio dominante na região; (d) irregularidade em termos de normas relativas ao jornalismo profissional; (e) alcance limitado da mídia impressa, radiodifusores comunitários e novas tecnologias da comunicação. A presente pesquisa ressalta a barreira relacionada à variável (c) por

entender que esta se trata de uma espécie de *proxy* dos obstáculos ao *media opening*. Defende-se que ela não apenas congrega as demais barreiras listadas por Hughes e Lawson (2005), como também as antecede enquanto causa necessária, porém insuficiente (MAHONEY, 2008).

A concentração de mídia é parte do processo histórico tanto do desenvolvimento dos meios de comunicação quanto da discussão em torno deles (RICE, 2007). O debate sobre concentração tem origem nos EUA, onde a mídia é historicamente controlada por empresas privadas. Isso ocorre no fim dos anos 1970 e início dos anos 1980 (COMPAINE; GOMERY, 2000; BAGDIKIAN, 2004). É também nos anos 1970 que a área *communications policy* emerge como subcampo da grande área *policy analysis* (GARCIA; SURLLES, 2007). O campo de debate sobre diversidade de mídia também está consolidado na Europa, embora esse processo seja ainda mais recente do que observado nos EUA. Robustas evidências dão conta de que o mercado no continente tende à concentração, com destaque para o mercado de TV (CMPF, 2013).

Estudos sobre diversidade/concentração podem ser classificados a partir de três dimensões: conteúdo, estrutura e infraestrutura (NAPOLI, 2006). Investigações relacionadas à influência de políticas de comunicação sobre competitividade de mercado e padrões de propriedade de mídia costumam ser enquadradas como estudos estruturais. Por se debruçar sobre estrutura de mercado de mídia a partir desses elementos, o presente trabalho de investigação se classifica dessa forma, a partir da expressão *economic-and-legally-grounded analyses* (NAPOLI, 2006), em um contexto relacionado ao fenômeno do *media opening*.

Media opening

O debate acerca da relação entre mídia e qualidade da democracia pressupõe a busca por evidência relacionadas à consolidação ou não de um sistema de mídia mais ou menos democrático. Nesse contexto, está inserido o debate em torno da expressão *media opening*, a qual se baseia em duas dimensões: representatividade e independência.

O fenômeno *media opening* é conceituado como um processo fruto da democratização da sociedade por meio do qual a mídia de massa se torna mais representativa da diversidade de pontos de vista e mais independente de controle oficial (LAWSON, 2002, p. 3)⁴. Democratização e *media opening* devem ser interpretados,

⁴ Do original em inglês: “*Media opening – the process by which mass media become more representative of societal viewpoints and more independent of official control – is thus merely a by-product of democratization*” (LAWSON, 2002, p. 3).

portanto, como processos que interagem e se reforçam mutuamente. Algumas condições necessárias, porém não suficientes, contribuem com o processo de emergência de uma mídia mais independente e diversificada. São elas: liberalismo político, competição comercial entre empresas de mídia, normas jornalísticas e (menos frequentemente) novas tecnologias. Essas condições se refletiriam em sistemas de mídia mais representativos em termos sociais, com espaço importante para jornalismo cívico e efetiva fiscalização dos governantes (LAWSON, 2002; HUGHES; LAWSON, 2005; HUGHES, 2006; PORTO, 2012).

A hipótese central do conceito de *media opening* reside na seguinte relação positiva: quanto mais aberto, mais representativo e independente de governantes tende a ser um sistema de mídia. Nesse linha, Porto (2012) sugere um modelo segundo o qual regimes democráticos inclusivos estão associados a sistema de mídia abertos por meio de uma espécie de “círculo virtuoso”. Sistemas abertos de mídia levariam a um aprimoramento de mecanismos de *accountability*⁵ (vertical, social e simbólico) que, por sua vez, tenderiam a reforçar a representação política e, conseqüentemente, a abertura de mídia.

Em democracias representativas restritas, por outro lado, um “círculo vicioso” seria estabelecido. Nesse caso, sistemas de mídia fechados comprometeriam mecanismos de *accountability*, o que se refletiria em baixa representatividade e, com isso, em menos incentivos à abertura. Ao elaborar seu modelo intitulado *A political context model of media transformation*, Porto enfatiza variáveis referente à relação entre Estado e sociedade civil como fundamentais em sua análise. A presente pesquisa foi fortemente inspirada por esse modelo, de modo que o caminho por ela percorrido pretendeu testar empiricamente, com base em ferramentas da estatística, o que ele prevê.

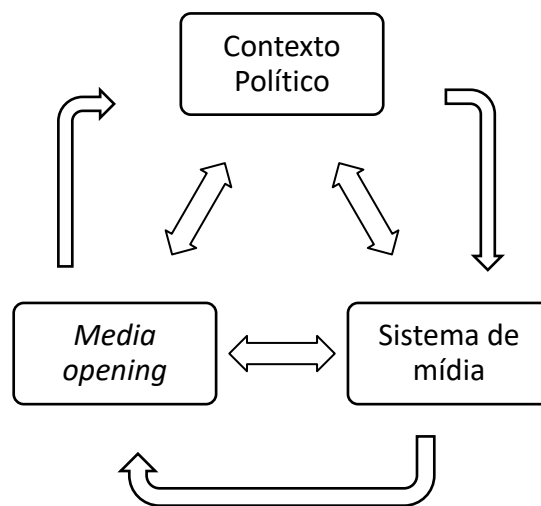
Entretanto, foram feitas adaptações consideradas relevantes. O citado modelo classifica como “outras variáveis” três elementos considerados centrais para a presente investigação. São eles: (1) configuração das políticas de mídia; (2) tipo do mercado de mídia; e (3) orientação política e comercial dos proprietários de mídia. O autor não ignora a relevância dessas variáveis no processo de modelagem das conexões entre mídia e sistema político, tanto que as analisa em sua obra a partir de uma perspectiva do tipo *within-case analysis* (LANDMAN, 2017). No entanto, elas se encontram posicionadas no

⁵ Em suas próprias palavras, Porto (2012) investiga as conexões entre mudanças no sistema de mídia e democratização “by placing the media in the sphere of *accountability politics*, or the ‘arena of conflict over whether and how those in power are held publicity responsible for their decisions’ (Fox, 2007, pp. 1-2)”.

modelo como variáveis secundárias, condicionadas por dimensões relativas ao contexto político próprias do debate sobre democracia representativa. Porto (2012) classifica esses três elementos como *links* que conectam mídia e contexto político.

Na presente investigação, entretanto, essas variáveis são tomadas como centrais, uma vez que as mesmas são entendidas como condicionantes aos incentivos ou barreiras a processos de *media opening*. A investigação aqui desenvolvida parte do princípio de que essas variáveis não seriam secundárias, porque estão diretamente relacionadas à estrutura de mercado de mídia altamente concentrada observada não apenas no Brasil mas também nos demais países latino-americanos (MARTENS *et al.*, 2014; DOMINGUES-DA-SILVA, 2015; HADLAND, 2015). Elas dizem respeito justamente à barreira do item “c” listada por Hughes e Lawson (2005). A estrutura de mercado de mídia é condicionada, sim, pelo contexto político mas, ao mesmo tempo, possui o potencial de condicionar esse mesmo contexto e, com isso, influenciar diretamente a dinâmica de interação entre Estado e sociedade civil (DOMINGUES-DA-SILVA, 2011; DOMINGUES-DA-SILVA, 2015). O foco central aqui é testar e mensurar o impacto dessa influência mútua, em uma investigação do tipo *large n* (LANDMAN, 2017), sob inspiração de Porto (2012).

Propõe-se, assim, o seguinte modelo:



Fonte: elaborado pelo autor.

As variáveis utilizadas foram identificadas no portal de banco de dados do *The Quality of Government Institute* (QoG), da Universidade de Gotemburgo (TEORELL *et al.*, 2018), com base na aderência entre os dados e o debate conceitual sobre *media*

opening. Para a dimensão sistema de mídia, tem-se a variável influência econômica sobre a mídia, abaixo detalhada:

- **(V₁) influência econômica sobre a mídia** (*Freedom House, 2001-2016*)⁶: congrega dados sobre estrutura da propriedade de mídia; transparência e concentração de propriedade; custos de produção e distribuição; alocação seletiva de publicidade ou subsídios por parte do estado ou outros atores; impacto da corrupção e suborno no conteúdo; impacto da economia do país no desenvolvimento da mídia. A escala varia entre 0 e 20, sendo 0 o indicador máximo de liberdade.

Para a dimensão contexto político, têm-se as variáveis voz e *accountability* e democracia institucionalizada:

- **(V₄) voz e accountability** (*The World Bank Group, 2014*)⁷: inclui uma série de indicadores que mensuram vários aspectos do processo político, liberdades civis e direitos políticos. Esses dados indicam em que medida os cidadãos de determinado país são capazes de participar do processo de escolha de governantes. Essa categoria também inclui indicadores de mensuração de independência da mídia, a qual desempenha importante papel no monitoramento dessa autoridade e na responsabilização das suas ações;

- **(V₅) democracia institucionalizada** (*Polity IV, 2012-2016*)⁸: democracia entendida a partir de três elementos essenciais e interdependentes. O primeiro é a presença de instituições e procedimentos por meio dos quais os cidadãos sejam capazes de expressar

⁶ Do original em inglês: **Economic Influences over Media Content (2001-2006)**: *This includes the structure of media ownership; transparency and concentration of ownership; the costs of establishing media as well as of production and distribution; the selective withholding of advertising or subsidies by the state or other actors; the impact of corruption and bribery on content; and the extent to which the economic situation in a country impacts the development of the media. The scale of the variable is 0-20. 0 indicates more freedom.*

⁷ Do original em inglês: **Voice and Accountability**: *Includes a number of indicators measuring various aspects of the political process, civil liberties and political rights. These indicators measure the extent to which citizens of a country are able to participate in the selection of governments. This category also includes indicators measuring the independence of the media, which serves an important role in monitoring those in authority and holding them accountable for their actions.*

⁸ Do original em inglês: **Institutionalized Democracy**: *Democracy is conceived as three essential, interdependent elements. One is the presence of institutions and procedures through which citizens can express effective preferences about alternative policies and leaders. Second is the existence of institutionalized constraints on the exercise of power by the executive. Third is the guarantee of civil liberties to all citizens in their daily lives and in acts of political participation. Other aspects of plural democracy, such as the rule of law, systems of checks and balances, freedom of the press, and so on are means to, or specific manifestations of, these general principles. Authors do not include coded data on civil liberties. The Democracy indicator is an additive eleven-point scale (0-10). The operational indicator of democracy is derived from coding of the competitiveness of political participation (variable *p_parcomp*), the openness and competitiveness of executive recruitment (variables *p_xroopen* and *p_xrcomp*), and constraints on the chief executive (variable *p_xconst*).*

suas preferências de maneira efetiva sobre alternativas em termos de políticas públicas e de lideranças. O segundo é a existência institucionalizada de constrangimentos ao exercício do poder por parte do Executivo. O terceiro é a garantia de liberdade civil para todos os cidadãos no seu cotidiano e em atos de participação política. Outros aspectos relacionados a pluralidade democrática, como estado de direito, sistemas de freios e contrapesos, liberdade de imprensa são entendidos como meios para a efetivação ou manifestações desses princípios gerais.

Com base nessas variáveis, foram realizados os testes de regressão linear simples, de modo a identificar a existência ou não de influência entre as mesmas. Objetivou-se, assim, contribuir para a operacionalização do debate acerca do conceito de *media opening*, de modo comparado, em uma análise do tipo *large n*, de modo a identificar a natureza e o impacto das barreiras ao estabelecimento de um sistema de mídia representativo e independente. Os resultados possibilitam não somente verificar como as variáveis estão associadas entre si em termos de variância, mas também inferir relação causal entre elas.

Os testes foram guiados pela hipótese de trabalho informada teoricamente segundo a qual o contexto político modela o sistema de mídia – contextos políticos democráticos ou em democratização modelariam sistemas de mídia abertos. Essa premissa foi assim subdividida em dois momentos cujos resultados são apresentados no tópico seguinte.

RESULTADOS E DISCUSSÃO⁹

Teste 1: $f(V1)=V4$; $f(V4)=V1$

O teste 1 de regressão linear simples procura verificar a validade da hipótese segundo a qual é possível identificar uma relação causal de V_1 , variável explicativa, em relação V_4 , variável dependente. Denomina-se esse modelo de **Ha1_{V1-V4}**, cujo resultado está sumarizado abaixo (Tabela 1):

⁹ Informações técnicas a respeito da validade dos testes realizados estão disponíveis em arquivo acessível por meio deste link: <https://drive.google.com/open?id=1DGmF5Jn12DpYxfgPb0Uk7cv7EwPFYL0P>

TABELA 1 – Modelo de regressão linear simples $H_{a1_{V1-V4}}$

Sumário		ANOVA			Coeficientes				
R^2	DW	df	F	Sig.	B	t	Sig.		
,842	2,271	regressão	1	1025,116	,000	constante	2,068	28,931	,000
		residual	192			V_1	-,145	-32,017	,000
		total	193						

Fonte: elaborada pelo autor.

O modelo resultado do teste de $H_{a1_{V1-V4}}$ indica uma associação entre as variáveis elencadas, conforme o R^2 informado. O resultado confirma empiricamente a hipótese teoricamente informada segundo a qual estrutura concentrada de mercado de mídia está não apenas associada à baixa qualidade da democracia, mas é também parte importante da sua causa. Isso diz respeito, conforme variáveis adotadas, a déficit de independência da mídia na fiscalização e monitoramento das ações de autoridades democraticamente eleitas. O teste de regressão linear indica que a variação em V_1 explica 84,2% da variação em V_4 , conforme resumo abaixo:

$$[F(1,192) = 1025,116, p < 0,001; R_2 = 0,842]$$

Extraí-se do modelo a seguinte equação (**Eq1 $_{V1-V4}$**), a qual resume matematicamente o impacto causal V_1 sobre V_4 :

$$V_4 = 2,068 - 0,145 \cdot V_1$$

A equação indica que $V_4 = 2,068$ quando $V_1 = 0$ e que cada aumento de V_1 em 1 unidade está relacionado a uma redução de 0,145 em V_4 (Tabela 2).

TABELA 2 – Escala Eq1 $_{V1-V4}$

V_1 (X)	V_4 (Y)
0	2,068
1	1,923
2	1,778
3	1,633
(...)	(...)

Fonte: elaborada pelo autor.

Os dados apresentam, portanto, uma correlação causal negativa de forte magnitude entre estrutura de propriedade de mídia (V_1) e liberdades civis e direitos políticos (V_4). Confirma-se a hipótese teoricamente informada segundo a qual estrutura de mercado de mídia concentrada representa uma importante barreira a processos de *media opening*.

Entretanto, em busca de um modelo melhor ajustado, apresenta-se, abaixo, um experimento orientado pelo sentido inverso em termos de causalidade. Nesse caso, assume-se V_4 como variável explicativa e V_1 como dependente. Denomina-se esse modelo de $H_{a1V_4-V_1}$. O sumário dos resultados pode ser observado na tabela abaixo (Tabela 3):

TABELA 3 – Modelo de regressão linear simples $H_{a1V_4-V_1}$

Sumário		ANOVA			Coeficientes				
R^2	DW	df	F	Sig.	B	t	Sig.		
,842	2,148	regressão	1	1025,116	,000	constante	14,274	78,699	,000
		residual	192			V_4	-5,801	-32,017	,000
		total	193						

Fonte: elaborada pelo autor.

O resultado dos coeficientes do teste $H_{a1V_4-V_1}$ demonstra uma relação causal entre as variáveis mais forte se comparada ao experimento $H_{a1V_1-V_4}$, o que sugere um modelo melhor ajustado. A relação entre as variáveis é melhor compreendida quando se observa a variação de V_1 sob efeito de V_4 . Extrai-se do modelo a seguinte equação ($Eq1_{V_4-V_1}$), a qual resume matematicamente o impacto causal de V_4 sobre V_1 :

$$V_1 = 14,274 - 5,801 \cdot V_4$$

A equação indica que $V_1 = 14,274$ quando $V_4 = 0$ e que para cada uma unidade de aumento de V_4 , prevê-se uma redução de 5,801 em V_1 (Tabela 4).

TABELA 4 – Escala $Eq1_{V_4-V_1}$

V_4 (X)	V_1 (Y)
0	14,274
1	8,473
2	2,672
3	-3,129
(...)	(...)

Fonte: elaborada pelo autor.

Evidencia-se o quanto a fragilidade em termos de institucionalização de processos políticos baseados na garantia de liberdades civis e direitos políticos impacta a estrutura de mercado de mídia e, conseqüentemente, representa uma importante barreira ao *media opening*.

Teste 2: $f(V_1)=V_5$; $f(V_5)=V_1$

Quanto ao teste 2 de regressão linear simples, procura-se verificar a validade da hipótese segundo a qual é possível identificar o quanto a variável dependente V_5 varia em função da variável explicativa V_1 . Os resultados do modelo (Tabela 5) confirmam a hipótese alternativa:

TABELA 5 – Modelo de regressão linear simples $Ha1'_{V_1-V_5}$

Sumário		ANOVA			Coeficientes				
R^2	DW	df	F	Sig.	B	t	Sig.		
,613	2	regressão	1	255,173	,000	constante	12,866	27,066	,000
		residual	161			V_1	-,461	-15,974	,000
		total	162						

Fonte: elaborada pelo autor.

O modelo sugere que aumento do nível de influência econômica sobre a mídia está relacionado a redução do nível democracia institucionalizada. O valor de R^2 aponta que a variação de V_1 explica a variação de V_5 . O modelo confirma a hipótese segundo a qual estrutura de mercado de mídia desempenha papel causal relevante na institucionalização da democracia, de modo que quanto mais concentrado o sistema de mídia de um país, menos institucionalizado democraticamente tende a ser sua democracia. O teste de regressão linear indica que a variação em V_1 explica 61,3% da variação em V_5 , conforme resumo abaixo:

$$[F(1,161) = 255,173, p < 0,001; R_2 = 0,613]$$

Extrai-se do modelo a seguinte equação ($Eq1'_{V_1-V_5}$), a qual resume matematicamente o quanto V_5 muda sob impacto de V_1 :

$$V_5 = 12,866 - 0,461 \cdot V_1$$

A equação indica que $V_5 = 12,866$ quando $V_1 = 0$ e que cada aumento de V_1 em 1 unidade está relacionado a uma redução de 0,461 em V_5 (Tabela 6).

TABELA 6 – Escala Eq1' V_1-V_5

V_1 (X)	V_5 (Y)
0	12,866
1	12,405
2	11,944
3	11,483
(...)	(...)

Fonte: elaborada pelo autor.

O modelo Eq1' V_1-V_5 indica um impacto de V_1 em relação a V_5 , embora ele seja menos importante comparativamente ao que se verificou em Eq1' V_1-V_4 , e, principalmente, em Eq1' V_4-V_1 . Quando se assume V_5 como variável explicativa e V_1 como dependente, chega-se ao modelo Ha1' V_5-V_1 , cujos resultados estão sumarizados abaixo (Tabela 7):

TABELA 7 – Modelo de regressão linear simples Ha1' V_5-V_1

Sumário		ANOVA			Coeficientes				
R^2	DW		df	F	Sig.	B	t	Sig.	
,613	1,857	regressão	1	255,173	,000	constante	22,991	39,836	,000
		residual	161			V_5	-1,330	-15,974	,000
		total	162						

Fonte: elaborada pelo autor.

O modelo Ha1' V_5-V_1 indica que o aumento do nível de democracia institucionalizada impacta negativamente o nível de influência econômica sobre a mídia. Origina-se, assim, a seguinte equação (Eq1' V_5-V_1), a qual resume matematicamente o impacto causal de V_5 sobre V_1 :

$$V_1 = 22,991 - 1,330 \cdot V_5$$

A equação Eq1' V_5-V_1 indica que $V_1 = 22,991$ quando $V_4 = 0$ e que, para cada uma unidade de aumento de V_4 , prevê-se uma redução de 1,330 em V_1 (Tabela 8).

TABELA 8 – Escala Eq1’_{V5-V1}

V ₅ (X)	V ₁ (Y)
0	22,991
1	21,661
2	20,331
3	19,001
(...)	(...)

Fonte: elaborada pelo autor.

CONCLUSÃO

O presente artigo procurou oferecer uma resposta ao seguinte problema de pesquisa: o quanto o contexto político molda sistemas de mídia – e vice-versa? Para isso, tomou como base o debate teórico-conceitual acerca do fenômeno *media opening*, sobretudo o modelo *A political context model of media transformation* elaborado por Porto (2012), o qual foi operacionalizado estatisticamente por meio de testes de regressão linear.

O testes 1 e 2 confirmaram a hipótese de trabalho: contextos políticos exercem maior influência sobre sistemas de mídia do que o inverso. Os resultados evidenciaram o quanto processos políticos baseados na garantia de liberdades civis, direitos políticos, participação e fortalecimento das instituições de *accountability* impactam a estrutura de mercado de mídia. Essas dimensões relativas ao contexto político também são impactadas pela influência econômica sobre a mídia da qual se origina a concentração de mercado midiático, porém em menor intensidade.

Isso porque os dados indicam que a relação entre estrutura de mercado de mídia (V₁) e democracia institucionalizada (V₅) é melhor explicada quando se observa a influência desta dimensão sobre aquela, ou seja, pelo modelo Eq1’_{V5-V1} comparativamente ao modelo Eq1’_{V1-V5}. Da mesma forma, a relação entre estrutura de mercado de mídia (V₁) e voz e *accountability* (V₄) é melhor explicada por Eq1’_{V4-V1} do que por Eq1’_{V1-V4}.

Os modelos obtidos a partir dos testes 1 e 2 confirmam matematicamente, portanto, os círculos virtuoso/vicioso sugeridos por Porto (2012): Eq1’_{V4-V1} e Eq1’_{V5-V1} representam o sentido *Contexto Político – Sistema de Mídia*, enquanto Eq1’_{V1-V4} e Eq1’_{V1-V5} ilustram o sentido *Sistema de Mídia – Contexto Político*.

REFERÊNCIAS

BAGDIKIAN, Ben H. **The New Media Monopoly: A Completely Revised and Updated Edition With Seven New Chapters**. 20th ed. edition. Boston: Beacon Press, 2004.

BAKER, C. Edwin. **Media Concentration and Democracy: Why Ownership Matters**. [s.l.]: Cambridge University Press, 2006.

BAKER, C. Viewpoint Diversity and Media Ownership. **61 Federal Communications Law Journal** **651** (2009), v. 61, n. 3, 2009. Disponível em:
<<https://www.repository.law.indiana.edu/fclj/vol61/iss3/5>>.

BUCKLEY, Michael. Two Principles of Broadcast Media Ownership for a Democratic Society. **Journal of Business Ethics**, v. 82, n. 4, p. 821–834, 2008.

COMPAINÉ, Benjamin M.; GOMERY, Douglas. **Who Owns the Media?: Competition and Concentration in the Mass Media industry**. 3 edition. Mahwah, N.J: Routledge, 2000.

DANCEY, Christine P.; REIDY, John. **Statistics without maths for psychology**. Seventh Edition. New York: Pearson, 2017.

DJANKOV, Simeon; MCLIESH, Caralee; NENOVA, Tatiana; *et al.* **Who Owns the Media?** Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, 2001. Disponível em:
<<http://www.nber.org/papers/w8288.pdf>>. Acesso em: 6 nov. 2018.

DOMINGUES-DA-SILVA, Juliano Mendonça; BARROS, Chalini Torquato Gonçalves de. O Que Significa “Democratização da Comunicação”? Limites e possibilidades de enquadramentos teóricos a partir de modelos de democracia. **Revista Política Hoje - ISSN: 0104-7094**, v. 22, n. 1, 2014. Disponível em: <<https://periodicos.ufpe.br/revistas/politica hoje/article/view/3774>>. Acesso em: 7 nov. 2018.

DOMINGUES-DA-SILVA, Juliano; ZAVERUCHA, Jorge; FIGUEIREDO FILHO, Dalson; *et al.* Mais concentração de propriedade de Mídia, menos democracia? Testando possibilidades de associação entre variáveis. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 38, n. 1, p. 65–84, 2015.

DOMINGUES-DA-SILVA, Juliano; ZAVERUCHA, Jorge. Teoria da regulação e mídia: ferramentas conceituais para análise de políticas de comunicação. **ALCEU**, v. 16, n. 31, p. 215–229, 2015.

GARCIA, D. Linda; SURLÉS, Ellen. Media ownership and communications: Enriching the research agenda. **Telecommunications Policy**, v. 31, n. 8, p. 473–492, 2007.

HADLAND, A. **Media-State Relations in Emerging Democracies**. 2015 edition. Houndmills, Basingstoke, Hampshire ; New York, NY: Palgrave Macmillan, 2015.

HALLIN, Daniel C.; MANCINI, Paolo. **Comparing media systems: three models of media and politics**. Cambridge ; New York: Cambridge University Press, 2004.

HUGHES, Sallie; LAWSON, Chappell. The Barriers to Media Opening in Latin America. **Political Communication**, v. 22, n. 1, p. 9–25, 2005.

HUGHES, Sallie. **Newsrooms in conflict: journalism and the democratization of Mexico**. Pittsburgh, PA: University of Pittsburgh Press, 2006.

KING, Gary; KEOHANE, Robert; VERBA, Sidney. **Designing Social Inquiry: Scientific Inference in Qualitative Research**. Princeton University Press: Princeton University Press, 1996.

LANDMAN, Todd. **Issues and methods in comparative politics: an introduction**. Fourth edition. London ; New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2017.

LAWSON, Chappell. **Building the Fourth Estate – Democratization & the Rise of a Free Press in Mexico**. Edição: First. Berkeley: University of California Press, 2002.

MAHONEY, James. Toward a Unified Theory of Causality. **Comparative Political Studies**, v. 41, n. 4–5, p. 412–436, 2008.

MARTENS, Cheryl; VIVARES, Ernesto; MCCHESENEY, Robert Waterman (Orgs.). **The international political economy of communication: media and power in South America**. [s.l.: s.n.], 2014. Disponível em: <<http://site.ebrary.com/id/11002980>>. Acesso em: 7 nov. 2018.

PORTO, Mauro. **Media Power and Democratization in Brazil: TV Globo and the Dilemmas of Political Accountability**. 1 edition. New York: Routledge, 2013.

PRICE, Moroe E.; ROZUMILOWICZ, Beata; VERHULST, Stefaan. **Media Reform: Democratizing the Media, Democratizing the State** (Routledge Research in Cultural and Media Studies) - Kindle edition by Monroe E. Price, Beata Rozumilowicz, Stefaan G. Verhulst. Politics & Social Sciences Kindle eBooks @ Amazon.com. Disponível em: <https://www.amazon.com/Media-Reform-Democratizing-Routledge-Research-ebook/dp/B000OI0W6K/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1542736571&sr=8-1&keywords=MEDIA+REFORM+DEMOCRATIZING+THE+MEDIA>. Acesso em: 20 nov. 2018.

RICE, Ronald E. (Org.). **Media Ownership: Research and Regulation**. Cresskill, NJ: Hampton Press, 2007.

SMITH, Rachael Craufurd; TAMBINI, Damian. Measuring Media Plurality in the United Kingdom: Policy Choices and Regulatory Challenges. **Journal of Media Law**, v. 4, n. 1, p. 35–63, 2012.

TEORELL, Jan; SAMANNI, Marcus; HOLMBERG, Sören; *et al.* **The Quality of Government Dataset**. 2011. Disponível em: <<http://www.qog.pol.gu.se>>. Acesso em: 1 abr. 2012.