

## Barreiras ao *Media Opening* na América Latina: a relação entre concentração e *accountability*<sup>1</sup>

Juliano M. DOMINGUES DA SILVA<sup>2</sup>  
Universidade Católica de Pernambuco (Unicap)  
Tulane University (EUA)<sup>3</sup>

### RESUMO

Este artigo trata da relação entre sistemas de mídia e contexto político a partir da seguinte pergunta: como barreiras ao *media opening* se relacionam com qualidade da democracia na América Latina? A análise comparada (*large n*) do tipo *theory-driven* e *variable-oriented* se deu a partir dessas duas dimensões, operacionalizadas em teste de hipótese e regressão linear, com variáveis sobre concentração de mídia e *accountability*. Os resultados indicam que: (i) quanto maior o nível de concentração de mídia, menor o grau de *accountability*; (ii) embora haja uma relação e influência mútua entre as dimensões analisadas, o contexto político impacta mais o sistema de mídia do que o inverso. Em síntese, pode-se inferir que países com democracias frágeis tendem a modelar sistemas de mídia pouco democráticos, sobretudo quando se observa a América Latina.

**PALAVRAS-CHAVE:** media opening; mídia e democracia; sistemas de mídia.

### INTRODUÇÃO

A pesquisa cujos resultados são apresentados neste artigo entende mídia como variável relevante para a investigação sobre qualidade da democracia e processos de democratização, a partir do debate teórico-conceitual sobre *media opening*. Ele prevê que quanto mais democrático um país, mais aberto tende a ser seu mercado de mídia, ao passo que o inverso se reflete em déficit de representação e de responsividade por parte de governantes (LAWSON, 2002; HUGHES; LAWSON, 2005; HUGHES, 2006; PORTO, 2012). Nesse sentido, a pesquisa foi guiada pelo seguinte problema: como barreiras ao *media opening* se relacionam com qualidade da democracia na América Latina?

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professor-pesquisador da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), [juliano.domingues@unicap.br](mailto:juliano.domingues@unicap.br)

<sup>3</sup> Este artigo apresenta parte dos resultados 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, especialmente, ao professor Porto.

---

O conceito de barreiras a processos de *media opening* adotado por esta investigação está presente em Hughes e Lawson (2002). Ele é operacionalizado por meio de uma comparação entre muitos casos (*large n*), sob inspiração de Hallin e Mancini (2004), com o objetivo de: (a) sintetizar similaridades e variações, o que contribui para a formulação e refinamento do aparato conceitual; (b) testar hipóteses acerca do relacionamento entre fenômenos sociais e políticos, o que abarca a relação entre mídia e contexto político; (c) inferir causalidade, embora essa seja uma árdua missão quando se trata de pesquisa em comunicação, levando-se em conta as particularidades histórica dos casos comparados e a potencial fragilidade dos dados. Por isso, prefere-se usar “influência” e “impacto” em vez de “causa” (POLLOCK, 2016).

Em termos metodológicos, tem-se uma análise comparada do tipo *variable-oriented* e *theory-oriented*, desenho que busca identificar a relação entre determinadas variáveis em investigações de muitos casos (*large n*) (RAGIN, 2014). O debate teórico-conceitual foi operacionalizado por meio da adoção de duas variáveis: (V<sub>1</sub>) influência econômica sobre a mídia (*Freedom House*) e (V<sub>4</sub>) voz e *accountability* (*The World Bank Group*), ambas identificadas no portal de banco de dados do *The Quality of Government Institute* (QoG), da Universidade de Gotemburgo (TEORELL et. al., 2018). A relação entre essas variáveis foi analisada a partir de duas amostras: amostra Mundo (n = 194) e amostra AL<sub>+10</sub> (n = 30).

Este artigo se divide, portanto, em três momentos: no primeiro, revisa-se brevemente o conceito de *media opening* e suas barreiras a partir de Hughes e Lawson (2002); em seguida, são apresentadas as variáveis adotadas para operacionalizar esses aspectos conceituais; com base nas quais, por fim, são realizados os testes de hipótese – correlação bivariada – e de regressão linear simples, a partir dos quais foi possível oferecer uma resposta ao problema de pesquisa. Os resultados permitiram rejeitar a hipótese nula e aceitar a hipótese de trabalho, segundo a qual há uma correlação negativa entre influência econômica sobre a mídia (V<sub>1</sub>) e voz e *accountability* (V<sub>4</sub>), contexto em que V<sub>4</sub> influencia mais V<sub>1</sub> do que o inverso, sobretudo quando se trata da América Latina.

O estudo permite concluir que países de democracias frágeis, com déficit em termos de liberdades civis a direitos políticos, estão associados a sistemas de mídia concentrados e com baixo grau de diversidade. A análise de duas amostras demonstrou que evidências nesse sentido são ainda mais robustas quando a investigação se volta à América Latina. Espera-se que o resultado apresentado neste texto contribua para o

---

campo de investigação sobre a relação entre sistemas de mídia e qualidade da democracia não apenas por conta dos seus achados, mas também pelo desenho de pesquisa do qual eles se originaram.

## TEORIA E MÉTODOS

### *Media opening*

O fenômeno *media opening* é associado conceitualmente a processos de democratização da sociedade, os quais produziriam uma mídia de massa mais representativa da diversidade de pontos de vista e mais independente de controle oficial (LAWSON, 2002, p. 3)<sup>4</sup>. Democratização e *media opening* devem, portanto, ser interpretados como processos que interagem e se reforçam mutuamente.

A literatura prevê, ainda, que 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, condições que 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).

Desenhos de pesquisa nesse campo variam em função da ênfase. Lawson (2002) apresenta evidências relacionadas ao México, com ênfase à liberalização de mercado como incentivo para avanços em termos de *media opening*, cujos obstáculos principais dizem respeito ao mercado de TV. O autor verifica que, concentradas nas mãos de empresas familiares, as duas grandes emissoras nacionais (Televisa e Azteca) são objeto de manipulação política para fins particulares dos seus proprietários. Além disso, a política regulatória de concessões é alvo de interferência política fruto da interação estratégica de grupos auto interessados.

O México também é o caso de estudo de Hughes (2006), com foco voltado, porém, ao que a autora chama de “jornalismo cívico à mexicana”. Ele seria marcadamente autônomo, assertivo e diverso em termos políticos, caracterizado, ainda, pelo perfil

---

<sup>4</sup> 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).

---

*watchdog* no monitoramento dos governantes e pela participação cidadã, de modo a promover o reforço de duas dimensões centrais a dinâmica política: representação e *accountability*.

Porto (2007; 2013), ao analisar o Brasil, também investiga mudanças nesse sentido relacionadas não apenas ao jornalismo da TV Globo, mas também transformações quanto à representação por meio das telenovelas da emissora. O autor sugere, então, um modelo segundo o qual regimes democráticos inclusivos estão associados a sistemas de mídia abertos por meio de uma espécie de “círculo virtuoso”. Sistemas abertos de mídia levariam a um aprimoramento de mecanismos de *accountability* (vertical, social e simbólico) que, por sua vez, tenderiam a reforçar a representação política e, conseqüentemente, a abertura da 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.

As ideias de círculo virtuoso e círculo vicioso são centrais na presente investigação, mas não enquanto estudo de caso. Para operacionalizar empiricamente esse debate conceitual, esta pesquisa adotou uma perspectiva comparada do tipo “muitos casos” (HALLIN; MANCINI, 2004). Ao assumir esse desenho, a investigação recorreu à estratégia metodológica de análise comparada do tipo *variable-oriented*, assentada em propostas *theory-oriented*, com o objetivo de identificar a relação entre determinadas variáveis em investigações *large n* (RAGIN, 2014).

Tecnicamente, fez-se isso com base em ferramentas da estatística, a partir de um recorte que leva em conta duas dimensões: contexto político – por meio do conceito de *accountability* – e sistema de mídia – com base no debate sobre competição comercial entre empresas de mídia. Esses procedimentos estão explicitados no tópico seguinte.

### ***Variáveis e Hipóteses***

As variáveis adotadas para operacionalizar o debate teórico a partir das dimensões sistema de mídia e contexto político foram identificadas no portal de banco de dados do *The Quality of Government Institute* (QoG), da Universidade de Gotemburgo (TEORELL et. al., 2018). A escolha tomou como base a aderência entre os dados e o conceito sobre *media opening*. Para a dimensão sistema de mídia, tomou-se a variável influência

---

econômica sobre a mídia; quanto à dimensão contexto político, adotou-se a variável voz e *accountability*, conforme abaixo detalhado:

- (V<sub>1</sub>) influência econômica sobre a mídia (*Freedom House, 2001-2016*)<sup>5</sup>: congrega dados sobre estrutura da propriedade de media; 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.
- (V<sub>4</sub>) voz e *accountability* (*The World Bank Group, 2014*)<sup>6</sup>: inclui uma série de indicadores que mensuram vários aspectos do processo político, liberdades civis a 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;

Foram adicionados à amostra os 10 países mais bem localizados no *ranking* de democracia *Economist Intelligence Unit's Democracy Index* (EIU, 2017): Noruega, Islândia, Suécia, Nova Zelândia, Dinamarca, Irlanda, Canadá, Austrália, Finlândia e Suíça. Esse procedimento teve dois propósitos, um operacional e outro analítico. Com  $n = 30$ , atende-se a pré-requisito quanto ao número mínimo de casos necessários aos testes de correlação bivariada empreendidos, além de favorecer a visualização da distância entre os casos no gráfico de dispersão.

Com base nessas variáveis, foram realizados, ainda, testes de regressão linear simples, de modo a identificar a existência ou não de influência entre as mesmas, pois, conforme destacam Dancey e Reidy (2017), a regressão linear prevê quanto  $y$  mudará

---

<sup>5</sup> Do original em inglês: *Economic Influences over Media Content (2001-2016): 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.*

<sup>6</sup> 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.*

como uma mudança em  $x$ . Nesse caso, optou-se por realiza-los somente com os 20 casos latino-americanos, quantidade mínima para experimentos dessa natureza.

As hipóteses testadas e os modelos desenvolvidos estão sumarizados no quadro abaixo (Quadro 1). A hipótese nula ( $H_0$ ), por sua vez, prevê que não há qualquer relação entre as variáveis elencadas.

QUADRO 1 – hipóteses testadas e modelos desenvolvidos.

Hipótese		Funções	Modelos
Ha	<i>há uma correlação negativa entre influência econômica sobre a mídia (<math>V_1</math>) e voz e accountability (<math>V_4</math>), contexto em que <math>V_4</math> influencia mais <math>V_1</math> do que o inverso, sobretudo quando se trata da América Latina</i>	$f(V1)=V4$	$Ha_{(V1-V4)}$
		$f(V4)=V1$	$Ha_{(V4-V1)}$

Fonte: elaborado pelo autor.

Nos gráficos de dispersão, cada país pode ser identificado a partir do seu respectivo número, conforme tabela abaixo (Quadro 2):

QUADRO 2 – Rótulo de cada país nos gráficos de dispersão

<b>1</b> Argentina (48*)	<b>11</b> Finlândia (9*)	<b>21</b> Panamá (45*)
<b>2</b> Austrália (8*)	<b>12</b> Guatemala (80*)	<b>22</b> Paraguai (73*)
<b>3</b> Brasil (49*)	<b>13</b> Haiti (114*)	<b>23</b> Peru (61*)
<b>4</b> Canadá (7*)	<b>14</b> Honduras (82*)	<b>24</b> Suécia (3*)
<b>5</b> Chile (26*)	<b>15</b> Islândia (2*)	<b>25</b> Suíça (10*)
<b>6</b> Colômbia (54*)	<b>16</b> Irlanda (6*)	<b>26</b> Uruguai (18*)
<b>7</b> Costa Rica (25*)	<b>17</b> México (*67)	<b>27</b> Venezuela (118*)
<b>8</b> Dinamarca (5*)	<b>18</b> Nova Zelândia (4*)	<b>28</b> República Dominicana (55*)
<b>9</b> Equador (76*)	<b>19</b> Nicarágua (106*)	<b>29</b> Cuba (131*)
<b>10</b> El Salvador (65*)	<b>20</b> Noruega (1*)	<b>30</b> Bolívia (89*)

\* colocação no ranking dos 10 países mais democráticos do mundo (EIU, 2017).

Fonte: elaborado pelo autor.

Foram realizados, portanto, dois conjuntos de testes, cada um composto por dois procedimentos: (1) teste de correlação bivariada, de modo a observar a existência de relação entre as duas variáveis adotadas; (2) teste de regressão linear simples para verificar a natureza dessa relação, de forma a apontar a prevalência em termos de impacto de uma variável sobre a outra.

Vale ressaltar, como já informado, que esses dois conjuntos de testes foram realizados com duas amostras distintas, sendo uma denominada Mundo ( $n = 194$ ) e outra AL<sub>+10</sub> ( $n = 30$ ). O objetivo foi obter uma comparação entre os resultados específicos da América Latina e a amostra mundo. Os procedimentos adotados, bem como os resultados obtidos, estão detalhados a seguir.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

### *Estatística descritiva e teste de normalidade*

A variável relativa à influência econômica ( $V_1$ ) apresenta 194 casos, volume relevante que reduz a chance de erro amostral inerente a qualquer amostra (DANCEY; REIDY, 2017), cuja média, entre valores que variam entre 4 e 29, é de 14,44. O desvio-padrão de 6,34 sugere uma dispersão assimétrica dos dados, o que é reforçada pela verificação de normalidade por meio dos testes Kolmogorov-Smirnov e Shapiro-Wilk, em que se observa  $p\text{-valor} < ,005$ . A variável que diz respeito às dimensões voz e *accountability* ( $V_4$ ) também apresenta  $n = 194$ . Embora o desvio padrão demonstre uma distribuição simétrica comparativamente a  $V_1$ , a possibilidade de normalidade contrasta com o resultado dos testes Kolmogorov-Smirnov e Shapiro-Wilk, ambos com  $p\text{-valor} < ,005$ . Esses dados estão sumarizados na Tabela 1.

TABELA 1 – Estatística descritiva  $V_1$  e  $V_4$

	n	mín.	máx.	média	desvio-padrão	Kolmogorov-Smirnov (sig.)	Shapiro-Wilk (sig.)
$V_1$	194	4	29	14,44	6,34	,000	,000
$V_4$	194	-2	2	-,03	1	,001	,000

Fonte: elaborado pelo autor.

A distribuição dos dados no histograma de frequência abaixo (Gráfico 1 e Gráfico 2) demonstra uma fragilidade em termos de distribuição normal em ambas as variáveis, de modo a sugerir uma distribuição negativamente assimétrica, não normal.

GRÁFICO 1 – Histograma de frequência  $V_1$

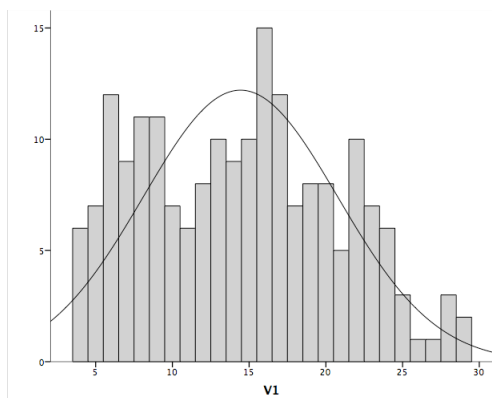
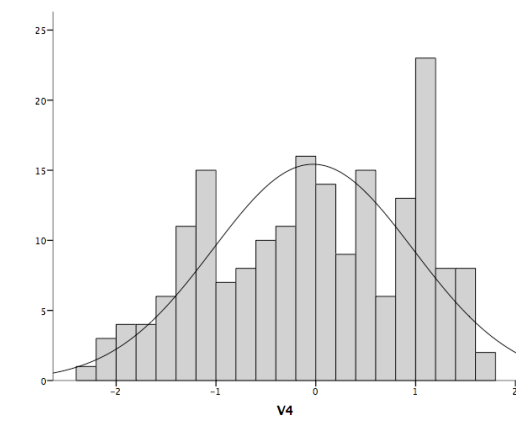


GRÁFICO 4 – Histograma de frequência  $V_4$



Fonte: elaborado pelo autor.

A análise descritiva das variáveis adotadas indica que ambas não atendem aos requisitos para realização de testes paramétricos, de modo que os testes de correlação bivariada com esses dados devem utilizar o  $\rho$  de Spearman (DANCEY; REIDY, 2017), o que ocorreu neste trabalho.

### ***Teste de correlação bivariada***

O teste de correlação bivariada verificou a hipótese alternativa ( $H_a$ ) segundo a qual há uma correlação negativa entre influência econômica sobre a mídia ( $V_1$ ) e voz e *accountability* ( $V_4$ ), contexto em que  $V_4$  influencia mais  $V_1$  do que o inverso, sobretudo quando se trata da América Latina.

O resultado apresentou uma forte correlação negativa ( $p < 0,001$ ;  $\rho = -,921$ ) entre influência econômica sobre a mídia e voz e *accountability*, conforme sumarizado abaixo (Tabela 2). Destaque-se que a correlação negativa é ainda mais forte quando se trata da amostra  $AL_{+10}$  ( $p < 0,001$ ;  $\rho = -,948$ ).



TABELA 2 – Matriz de correlação bivariada entre Influência econômica x Voz e accountability

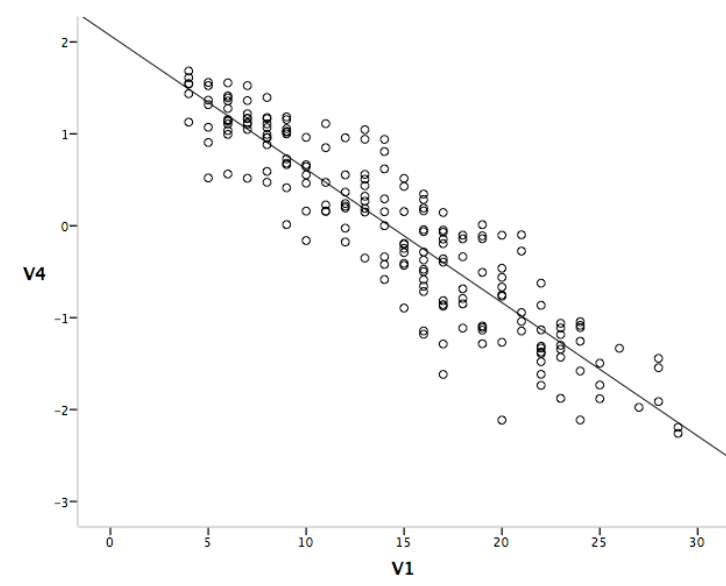
		Influência econômica		Voz e accountability		
		Mundo	AL+10	Mundo	AL+10	
ρ de Spearman	<b>Influência econômica</b>	Coefficiente de correlação	1,000	1,000	-0,921**	-0,948**
		Sig. (2-tailed)	.	.	,000	,000
	n	194	30	194	30	
	<b>Voz e accountability</b>	Coefficiente de correlação	-	-	1,000	1,000
Sig. (2-tailed)		0,921**	0,948**	.	.	
n		194	30	194	30	

\*\* Correlação significativa ao nível 0.01 (2-tailed)

Fonte: elaborada pelo autor.

O diagrama de dispersão abaixo ilustra a associação negativa quando do teste com a amostra Mundo (n = 194): quanto maior o grau de influência econômica sobre a mídia, menor também tende a ser o grau de voz e accountability.

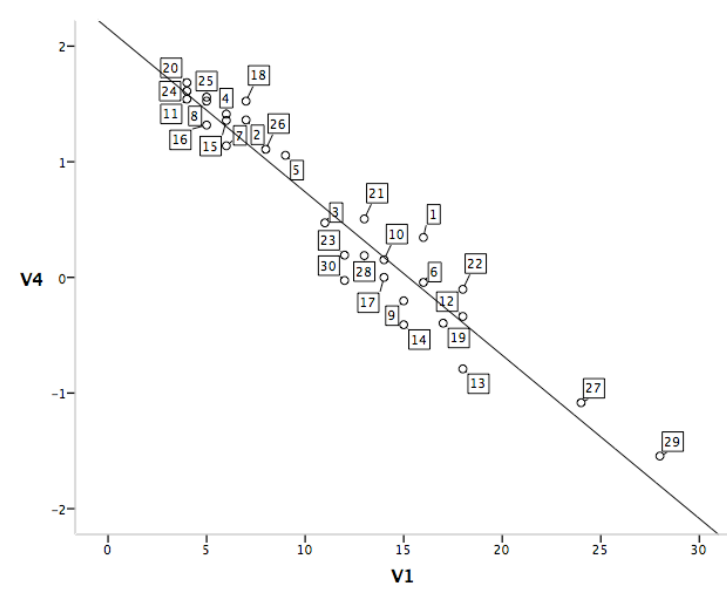
GRÁFICO 1 – Diagrama de dispersão a partir do teste de correlação V<sub>1</sub> x V<sub>4</sub> (Mundo)



Fonte: elaborada pelo autor.

O diagrama a seguir, por sua vez, ilustra a distribuição dos casos quando se trata da amostra  $AL_{+10}$ . É possível observar uma concentração de todos os 10 países mais bem colocados no ranking de democracia *EIU* (2017) na região extrema-esquerda superior, quadrante em que há menor grau de influência econômica sobre a mídia e, ao mesmo tempo, maior nível de voz e *accountability*.

GRÁFICO 2 - Diagrama de dispersão a partir do teste de correlação  $V_1 \times V_4 (AL_{+10})$



Fonte: elaborada pelo autor.

Uruguai (26) e Chile (5) estabelecem uma espécie de transição em direção ao centro da reta, onde está concentrada a maioria dos países latino-americanos, com exceção de Venezuela (27) e Cuba (29), localizados na região inferior extrema-direita do gráfico. A dispersão confirma, portanto, a previsão teórica: verifica-se que países mais frágeis democraticamente também são aqueles em que há maior grau de concentração de mercado e, ao mesmo tempo, menor diversidade de mídia.

### Teste de regressão linear

O teste de regressão linear bivariada buscou identificar a natureza da relação entre as variáveis adotadas. O  $R^2$  confirma empiricamente a hipótese segundo a qual estrutura concentrada de mercado de mídia influencia o nível de voz e *accountability*: a variação em  $V_1$  explica 84,2% da variação em  $V_4$ . Quando da amostra Mundo e tomando-se  $V_1$  como variável explicativa e  $V_4$  como dependente, verificou-se o impacto negativo (0,145) da variável influência econômica sobre a mídia ( $V_1$ ) em relação à variável voz e *accountability* ( $V_4$ ) no modelo denominado  $H_{a1(V1-V4)}$ . Esses dados estão sumarizados na Tabela 3:

TABELA 3 – Regressão linear simples  $H_{a1(V1-V4)}$ , amostra Mundo.

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.

Quando se tem  $V_4$  como variável explicativa e  $V_1$  como variável dependente, percebe-se um impacto negativo ainda maior (5,801) comparativamente ao achado anterior, conforme sumarizado na Tabela 4, de modo que é possível afirmar que o contexto político influencia mais o sistema de mídia do que o inverso.

TABELA 4 – Regressão linear simples  $H_{a1(V4-V1)}$ , amostra Mundo.

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.

Quando o teste é aplicado com base na amostra  $AL_{+10}$ , observa-se relação semelhante. O resultado de  $R^2$  indica que a variância de uma das variáveis explica 87,3% da variância da outra. Ressalte-se que se trata de quociente maior do que aquele verificado no teste com a amostra ampla (ver Tabela 4, 84,2%), dado que reforça a relevância dessas variáveis para se compreender o contexto latino-americano. Tomando-se  $V_1$  como variável explicativa e  $V_4$  como dependente, verificou-se o impacto negativo (0,126) da variável influência econômica sobre a mídia ( $V_1$ ) em relação à variável voz e *accountability* ( $V_4$ ), conforme Tabela 5:

TABELA 5 – Regressão linear simples  $Ha1_{(V1-V4)}$ , amostra  $AL_{+10}$

Sumário		ANOVA			Coeficientes				
$R^2$	DW		df	F	Sig.	B	t	Sig.	
,873	1,455	regressão	1	124,151	,000	constante	1,888	10,630	,000
		residual	18			$V_1$	-,126	-11,142	,000
		total	19						

Fonte: elaborada pelo autor.

Quando, porém, toma-se  $V_4$  como variável explicativa e  $V_1$  como variável dependente, percebe-se, novamente, um impacto negativo ainda maior (6,910) em relação ao achado anterior, e, destaque-se, comparativamente àquele encontrado com a amostra Mundo (5,801). Esses resultados estão sumarizados na Tabela 6:

TABELA 6 – Regressão linear simples  $Ha1_{(V4-V1)}$ , amostra  $AL_{+10}$ .

Sumário		ANOVA			Coeficientes				
$R^2$	DW		df	F	Sig.	B	t	Sig.	
,873	1,804	regressão	1	124,151	,000	constante	14,927	35,857	,000
		residual	18			$V_4$	-6,910	-11,142	,000
		total	19						

Fonte: elaborada pelo autor.

Esse dado confirma a hipótese de trabalho segundo a qual contexto político influencia sistemas de mídia mais do que o inverso, sobretudo no contexto da América

---

Latina: no caso da amostra Mundo, esse impacto é 40 vezes maior; no caso da amostra AL<sub>+10</sub>, ele é 54,8 vezes maior.

## CONCLUSÃO

Este artigo apresenta os resultados de uma investigação movida pelo seguinte problema: como barreiras ao *media opening* se relacionam com qualidade da democracia na América Latina? A busca por uma resposta adotou como desenho de pesquisa uma análise comparada do tipo *large n*, guiada pelo debate sobre *media opening* e, portanto, *theory-driven*, assentada em variáveis com aderência conceitual ao que prevê a literatura, *ou seja, variable-oriented*. As dimensões contexto político e sistemas de mídia foram operacionalizadas em teste de hipótese e regressão linear, a partir das variáveis econômica sobre a mídia (V<sub>1</sub>) e voz e *accountability* (V<sub>4</sub>).

Os resultados permitem rejeitar a hipótese nula H<sub>0</sub> e aceitar a hipótese alternativa: há uma correlação negativa entre influência econômica sobre a mídia (V<sub>1</sub>) e voz e *accountability* (V<sub>4</sub>), contexto em que V<sub>4</sub> influencia mais V<sub>1</sub> do que o inverso, sobretudo quando se trata da América Latina. Em outras palavras, infere-se que países de democracias frágeis, nos quais se observa níveis baixos em termos de garantias de liberdades civis e direitos políticos, estão associados a sistema de mídia concentrados em termos de estrutura de propriedade de mídia, nos quais se verifica baixo grau de transparência quanto à distribuição de recursos comunicacionais.

A análise por meio de duas amostras, uma mais ampla (Mundo) e outra mais específica para a América Latina (AL<sub>+10</sub>), permitiu comparar os achados de modo a verificar possíveis distinções significativas para o contexto latino-americano. Verificou-se, então, que as evidências se apresentam ainda mais robustas quando do contexto latino-americano, composto por países com histórico de fragilidade democrática e, não por acaso, de mercado de mídia concentrado.

Outro achado relevante da presente investigação diz respeito à identificação da prevalência quanto à influência entre as dimensões analisadas. Embora haja uma relação de mútuo impacto entre as variáveis adotadas, os dados demonstram uma influência bem maior do contexto político em relação ao sistema de mídia do que o inverso, o que reforça empiricamente as ideias de círculo virtuoso e círculo vicioso previstas na literatura sobre

---

*media opening*. Em poucas palavras, democracias restritas tendem a dar origem a sistemas de mídia pouco abertos.

Este artigo buscou, assim, colaborar com o campo da investigação sobre mídia e democracia, especialmente com o debate sobre *media opening*, com o oferecimento de dados originais em análise comparada, produzidos com base na primazia do rigor metodológico.

## REFERÊNCIAS

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

EIU - THE ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT. **Democracy Index 2017**. Disponível em: <<http://www.eiu.com/topic/democracy-index>>. Acesso em: 16 nov. 2018.

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

HUGHES, Sallie. **Newsrooms in conflict: journalism and the democratization of Mexico**. Pittsburgh, PA: University of Pittsburgh Press, 2006. (Pitt Latin American series).

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

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

POLLOCK, Philip H. **The essentials of political analysis**. Fifth edition. Los Angeles: SAGE, 2016.

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

\_\_\_\_\_. TV news and political change in Brazil: The impact of democratization on TV Globo's journalism. **Journalism**, v. 8, n. 4, p. 363–384, 2007.

RAGIN, Charles C. **The comparative method: moving beyond qualitative and quantitative strategies**. Oakland: University of California Press, 2014.

TEORELL, Jan; DAHLBERG, Stefan; HOLMBERG, Sören; *et al.* QoG Standard Dataset 2018. 2018. Disponível em: <<https://qog.pol.gu.se/data/datadownloads/qogstandarddata>>. Acesso em: 8 nov. 2018.