

## O desafio do Serviço Público de Mídia no contexto brasileiro

**Aline Lepinsk Romio**

(Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília)

([alineromio@gmail.com](mailto:alineromio@gmail.com))

ORCID: 0009-0004-0285-6520

**Victor Monteiro de Castro Campos Jardim**

(Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília)

([victorjardim11@gmail.com](mailto:victorjardim11@gmail.com))

ORCID: 0009-0002-4451-8453

**Aline Lepinsk Romio:** Possui graduação em Comunicação Social – Jornalismo, pela Universidade Federal de Mato Grosso, e em Ciências Sociais, pela Universidade de Brasília. Especialista em Jornalismo Digital e em Planejamento e Gestão Cultural, é mestra em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação, pelo Profnit/UnB. Desde 2014, é servidora pública federal e atua como jornalista na Rádio e Televisão Universitárias da Universidade de Brasília, a UnBTV. Tem experiência de 30 anos em Comunicação, com ênfase em Telejornalismo, Assessoria de Comunicação e Comunicação Pública. Também tem experiência em avaliação e gestão de projetos culturais.

**Victor Monteiro de Castro Campos Jardim:** Trabalha como UX writer na FHE POUPEX. Integrante do Grupo de Pesquisa em Direito Ambiental e Desenvolvimento Sustentável do Centro Universitário de Brasília (UniCeub). Aluno especial do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação (FAC) da Universidade de Brasília (UnB). Pós-graduado em Marketing e Mídias Digitais pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e graduado em Jornalismo pelo UniCeub.

**Submissão: 19/07/2025**

**Aceitação: 24/04/2026**

## **O desafio do Serviço Público de Mídia no contexto brasileiro**

**Resumo** (PT): Este artigo analisa os desafios e possibilidades para a consolidação de um serviço público de mídia (SPM) no Brasil, frente a um marco regulatório obsoleto (Lei n.º 4.117/1962) e à concentração midiática. Partindo de uma revisão histórica da radiodifusão brasileira e do conceito de SPM, discute-se a atuação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) como tentativa de implementação desse serviço. Identificam-se como principais entraves: a dependência governamental, a falta de autonomia financeira e a fragilidade do controle social. Conclui-se que, embora o Brasil possua bases legais para um SPM (Art. 223 da CF/88 e Lei da EBC), sua efetivação exige reformas estruturais, incluindo atualização regulatória, financiamento diversificado e participação social. O estudo utiliza metodologia qualitativa, com análise documental e revisão bibliográfica.

*Palavras-chave:* Serviço Público de Mídia; Radiodifusão; EBC; Regulação; Democracia.

## **The challenge of Public Service Media in the Brazilian context**

**Abstract** (EN): This article examines the challenges and possibilities for consolidating a public service media (PSM) system in Brazil, considering an outdated regulatory framework (Law No. 4.117/1962) and media concentration. Through a historical review of Brazilian broadcasting and the PSM concept, it analyzes the role of Empresa Brasil de Comunicação (EBC) as an attempt to implement this service. Key obstacles include governmental dependence, financial fragility, and weak social oversight. The study concludes that although Brazil has legal foundations for PSM (Article 223 of the Constitution and EBC Law), its implementation requires structural reforms, such as regulatory updates, diversified funding, and social participation. The methodology is qualitative, with document analysis and literature review.

*Keywords:* Public Service Media; Broadcasting; EBC; Regulation; Democracy.

---

## **Introdução**

O cenário da radiodifusão no Brasil é marcado por um paradoxo regulatório: um arcabouço legal, predominantemente consolidado nas décadas de 1960 e 1970, que se mostra crescentemente inadequado para lidar com a complexidade e a dinâmica do ecossistema midiático atual. A Lei n.º 4.117, de 1962, conhecida como Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), e o Decreto 52.795, de 1963, embora fundamentais em sua época, foram concebidos em um período de menor diversificação tecnológica e de modelos de negócio na comunicação. Essa legislação, conforme aponta Torquato (2022), reflete uma estrutura de poder e interesses que, ao longo do tempo, resistiu a atualizações significativas, perpetuando um descompasso entre a norma e a realidade. A persistência de um marco regulatório obsoleto não apenas dificulta a adaptação do setor às inovações tecnológicas, como a digitalização e a convergência de mídias, mas também impede o desenvolvimento de políticas públicas que promovam a pluralidade e a democratização da comunicação em um ambiente cada vez mais dominado por grandes conglomerados.

Diante disso, emerge a questão central: é possível, de fato, falar de um Serviço Público de Mídia no Brasil? A Constituição Federal de 1988 (CF/1988) (Brasil, 1988), em seu Art. 223, estabelece o princípio da complementaridade entre os sistemas público, privado e estatal na comunicação social. No entanto, a efetivação do sistema público de comunicação, exemplificado pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC), enfrenta desafios estruturais e políticos que comprometem sua autonomia e capacidade de cumprir seu papel social. A ausência de uma regulamentação clara e eficaz para os dispositivos constitucionais, a lentidão nos processos de outorga e renovação de concessões, e a histórica influência de interesses privados na formulação das políticas de comunicação, conforme foi detalhado por Torquato (2022), levantam dúvidas sobre a real capacidade do Brasil de construir um serviço público de mídia (SPM) robusto e independente, capaz de atender aos interesses da sociedade, incluindo, de maneira muito particular, aqueles e aquelas que ainda não conhecem a radiodifusão pública como um direito.

Assim, este artigo tem como objetivo analisar a pertinência de um conceito contemporâneo de Serviço Público de Mídia no Brasil, considerando seus limites e possibilidades. A análise partirá da premissa de que o atual marco regulatório, enraizado em lógicas do século passado, não oferece as ferramentas necessárias para a plena realização de um SPM que responda às demandas da sociedade digital. Serão explorados

os desafios impostos pela concentração midiática, pela desinformação e pela plataformização da comunicação, bem como as oportunidades que a tecnologia e a mobilização social podem oferecer para a construção de um modelo mais democrático e plural. A investigação buscará identificar os elementos que compõem um SPM adaptado à realidade brasileira do século XXI, que vá além da mera transmissão de conteúdo e se configure como um espaço de fomento à cidadania, à diversidade cultural e ao debate público qualificado. Para tanto, serão consideradas as experiências e os debates em torno da regulação da mídia em outros contextos democráticos, a fim de propor caminhos para a superação dos entraves históricos e a construção de um futuro mais promissor para a mídia pública no Brasil.

## **1. Serviço Público vs. Interesse Público na Comunicação**

Para tratar desse tema é importante analisar o conceito de serviço público no Brasil. Aqui, o termo começou a ganhar contornos próprios a partir da chegada da corte portuguesa em 1808, com a organização dos primeiros serviços administrativos mais estruturados, ainda sob o regime imperial (Medeiros, 2009). Além disso, no Brasil, o conceito de serviço público foi profundamente influenciado pela doutrina francesa, especialmente pelas escolas de Bordeaux, com os juristas Léon Duguit e Gaston Jèze, e de Toulouse, que tem o jurista e sociólogo Maurice Hauriou como um de seus principais representantes, mas adaptou-se às realidades e ao ordenamento jurídico pátrio (Medauar, 1992, 2018; Tácito, 2003; Medeiros, 2009; Rainha, 2016).

Contudo, a formulação normativa do conceito tomou forma mais expressiva com o Decreto-Lei n.º 1.713/1939, que disciplinou o funcionalismo público e delineou os contornos da prestação de serviços públicos. É dessa Lei a conceituação de funcionário público, como “a pessoa legalmente investida em cargo público (art. 2º)” e de cargos públicos, como “os criados por lei, em número certo, com denominação própria e pagos pelos cofres da União (art. 3º)”.

A CF/1988 (Brasil, 1988) é enfática ao atribuir a titularidade dos serviços públicos ao Estado. Ela incumbe ao Poder Público a responsabilidade de prestá-los, seja diretamente seja indiretamente (por meio de delegação), sempre sob as regras de direito público, ao menos parcialmente. A CF/1988 qualifica certas atividades como serviço público, como

as listadas nos incisos X, XI e XII do seu artigo 22 (Medauar, 1992, 2018; Medeiros, 2009; Rainha, 2016).

Medauar (1992) faz um importante retrospecto histórico do conceito. Para a autora,

O conceito em si não é indeterminado, como conceito. O que ocorre é que não é possível a priori identificar todas as situações que se enquadram na noção; mas no momento em que a noção se aplica a uma situação, efeitos ou consequências ocorrem. Seria melhor considerá-las noções catalisadoras. (Medauar, 1992, pp. 108–109)

Mas é na Lei 13.460 de 2017, conhecida como Código de Defesa do Usuário do Serviço Público, que encontramos uma definição para os conceitos de serviço público e de administração pública:

II – serviço público – atividade administrativa ou de prestação direta ou indireta de bens ou serviços à população, exercida por órgão ou entidade da administração pública;

III – administração pública – órgão ou entidade integrante da administração pública de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, a Advocacia Pública e a Defensoria Pública; (...) (Brasil, 2017).

No Brasil, o serviço público é direito fundamental, e um instrumento fundamental para a concretização de direitos fundamentais e sociais, buscando a dignidade humana e a redução das desigualdades. O acesso a ele é um direito humano. Esse caráter veio com as reformas administrativas, a partir da segunda metade dos anos 90 (Rainha, 2016; Abreu et al., 2013; Santin, 2019).

### **1.1. Serviço Público na Comunicação**

Para tratar dessa abordagem recorreremos aos pesquisadores Suzy dos Santos e Érico da Silveira (2007). Eles destacam que o serviço público na comunicação é associado principalmente ao modelo britânico, exemplificado pela BBC, com uma lógica que pressupõe uma maior responsabilidade do Estado na sua prestação; assim ele é entendido como uma utilidade pública definida e custeada pelo Estado em sua organização, financiamento, contratação e orçamento, com a instituição da Licence Fee, paga diretamente pelos cidadãos a um órgão independente do governo. O objetivo é a garantia da liberdade de expressão.

A natureza do serviço público nessa perspectiva é uma decisão política, e não algo inerente, apesar do financiamento intermediado pelo Estado. O Estado conduz tal serviço em áreas consideradas “delicadas”, como para retirar a especulação privada, assegurar a justiça social, suprir déficits da iniciativa privada, gerenciar recursos finitos (como o espectro), e promover o desenvolvimento rápido do país, mantendo sua unidade.

O serviço público visa a culturalização democrática na radiodifusão, a formação da opinião pública e a mobilização política das massas. Ele cumpre funções sociais que envolvem a participação ativa e o interesse inteligente dos cidadãos na vida comunitária, informando-os e capacitando-os para julgamentos.

Entre as características desse modelo podemos destacar a igualdade, continuidade, regularidade, obrigatoriedade, generalidade, gratuidade, legalidade, economia, eficiência, segurança, qualidade, pontualidade, responsabilidade e conforto. O conceito não exclui a prestação pela iniciativa privada, mas sob autorização e controle estatal.

## **1.2. Interesse Público na Comunicação**

O conceito de interesse público surgiu como uma forma de reduzir a possibilidade de censura e foi definido pela Federal Radio Commission (FRC) em 1928 com critérios como qualidade técnica, distribuição diversa, diferentes tipos de serviço, diversidade de programas e a necessidade de evitar publicidade excessiva. A FRC foi o órgão governamental inicial responsável por regular e fiscalizar a radiodifusão nos Estados Unidos, sendo a predecessora da atual Federal Communications Commission (FCC) (Santos & Silveira, 2007; Meireles et al., 2018).

A dificuldade em interpretar o interesse público residiu na consolidação de parâmetros que se transformaram ao sabor do modelo americano. Em alguns contextos, foi percebido como estritamente vinculado aos interesses privados da indústria de comunicações nos EUA. Porém, o sistema produtivo americano, baseado na propriedade privada, argumenta em favor desse modelo ao entender o interesse público como um mecanismo para garantir a proteção dos consumidores.

Tabela 1

*Serviço Público vs. Interesse Público na Comunicação*

<b>Característica Principal</b>	<b>Serviço Público</b>	<b>Interesse Público</b>
<b>Modelo Principal Associado</b>	Britânico (Ex: BBC).	Americano.
<b>Natureza/ Propriedade</b>	É uma utilidade pública definida e custeada pelo Estado, a partir de uma taxa paga pelos usuários. Uma decisão política. Não é um serviço público “por natureza”.	Estava inicialmente ligado ao livre mercado, mas o espectro radiofônico foi considerado propriedade pública (bem público escasso).
<b>Responsabilidade Central</b>	Haver maior responsabilidade do Estado na sua prestação. Garantir direitos aos cidadãos.	O setor privado opera, com o conceito emergindo para garantir a proteção dos consumidores.
<b>Objetivos Primordiais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Garantir a liberdade de expressão.</li> <li>- Culturalizar democraticamente a radiodifusão.</li> <li>- Formar a opinião pública e mobilizar politicamente as massas.</li> <li>- Assegurar justiça social e suprir déficits da iniciativa privada.</li> <li>- Promover o desenvolvimento rápido do país e manter sua unidade.</li> <li>- Remover a especulação privada de áreas sensíveis.</li> <li>- Oferecer programas educativos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reduzir a possibilidade de censura.</li> <li>- Cumprir os critérios definidos pela FRC (1928): qualidade técnica, distribuição diversa, diferentes tipos de serviço, diversidade de programas, evitar publicidade excessiva.</li> <li>- Servir como mecanismo de proteção aos consumidores em um sistema privado.</li> </ul>
<b>Características/ Princípios</b>	Dependência governamental, igualdade, continuidade, regularidade, obrigatoriedade, generalidade, gratuidade, legalidade, economia, eficiência, segurança, qualidade, pontualidade, responsabilidade e conforto. Pode ser cumprido pela iniciativa privada sob autorização e controle estatal.	Conceito com parâmetros que se transformaram ao sabor do modelo americano. Dificuldade em sua interpretação. Ligação estrita aos interesses privados da indústria de comunicações nos EUA.
<b>Financiamento Típico</b>	É geralmente financiado pelo Estado, muitas vezes via taxação da população (ex: taxação no Reino Unido).	É predominantemente baseado no financiamento pela publicidade.
<b>Críticas/ Limitações</b>	O conceito não é inato, mas uma decisão política. Seu conceito pode degradar-se em sociedades capitalistas modernas.	É frequentemente criticado por se alinhar com os interesses do mercado, vendo o público mais como consumidor. Por vezes, é percebido como uma ferramenta de manipulação social.
<b>Tensionamento/ Distinção Fundamental</b>	Vai além da simples abordagem do interesse público pela mídia comercial, integrando um conjunto claro de	A mídia comercial, mesmo ao tratar do interesse público, o faz sob a égide do livre mercado e

	entregáveis e funções sociais estatutariamente definidas. Representa uma obrigação explícita do Estado. É considerado mais eficaz na proteção dos consumidores do que o conceito americano de “Interesse Público”.	dos interesses privados. O foco principal pode ser a proteção do consumidor e a viabilidade econômica do negócio. Não é sinônimo de Serviço Público.
--	--	--

Fonte: Desenvolvido pelos autores a partir de Suzy dos Santos e Érico da Silveira (2007), 2025.

### 1.3. Sobre o conceito de serviço público de radiodifusão no Brasil

Santos e Silveira (2007) sublinham a imperiosa necessidade de reavaliar o conceito de “serviço público de radiodifusão” no contexto específico do Brasil. Para tal, torna-se crucial primeiro alcançar uma melhor compreensão dos conceitos vindos da Europa e dos Estados Unidos e dos limites desses conceitos. A clareza conceitual é fundamental para balizar futuras análises das políticas de comunicação no país, especialmente no que diz respeito à forma como os serviços de radiodifusão aberta são prestados.

Além disso, é prioridade analisar o arcabouço legal do ambiente brasileiro sobre o tema, para esclarecer a verdadeira natureza conceitual do sistema do Brasil, sugerindo que ele não se enquadra perfeitamente em modelos preexistentes. De fato, uma hipótese aventada pelos autores para trabalhos futuros postula que o Brasil ocupa uma espécie de “meio do caminho”, posicionando-se entre o conceito clássico de serviço público, com raízes na regulamentação britânica, e a noção mais elástica de interesse, necessidade e conveniência pública, que se origina da regulamentação dos Estados Unidos.

A partir disso, vamos nos debruçar mais detidamente sobre esse tema com uma recapitulação da história e da implementação do que temos hoje no Brasil como serviço público de radiodifusão, a fim de passarmos à discussão de como, a partir desse cenário, é possível falar de um SPM no país, apontando as possibilidades e limites para uma nova abordagem.

## 2. Serviço Público de Radiodifusão no Brasil

Com início oficial na primeira metade do século XX (Brasil, 2022), a radiodifusão no Brasil possui uma história centenária, marcada por tensões estruturais, transformações legais e disputas constantes por autonomia frente a interesses governamentais e

comerciais. A primeira legislação específica só foi estabelecida em 1931, por meio do Decreto n.º 20.047, nove anos após a criação da primeira emissora brasileira, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro (Santos & Maurer, 2024). Esse decreto definia a radiodifusão como “comunicações radiotelefônicas destinadas a serem recebidas pelo público” (Brasil, 1931), como nos mostram Del Bianco e Pinheiro (2017).

No Art. 12º, a radiodifusão foi declarada de interesse nacional e com finalidade educacional. Contudo, o texto não limitava as práticas das emissoras, evidenciando a ausência de regulamentação mais clara. Embora a proposta fosse moldar o serviço por um caráter educativo e cultural, a realidade mostrou que “a estruturação do sistema foi fortemente moldada pela hegemonia do setor privado baseado em valores totalmente opostos” (Del Bianco & Pinheiro, 2017, p. 14).

Curiosamente, a Rádio Sociedade tornou-se a primeira emissora pública do país em 1936, ao ser doada por Edgard Roquette-Pinto ao Ministério da Educação e Saúde Pública, passando a se chamar Rádio MEC. Tal evento motivou a criação, em 1937, do Serviço de Radiodifusão Educativa (SRE), por meio da Lei n.º 378/1937, que obrigava todas as emissoras a transmitir ao menos dez minutos diários de conteúdo educativo elaborado pelo governo.

Com o SRE também foi criada a Agência Nacional, que tinha a função de ser porta-voz do governo para o país e o mundo. Assim, o Estado passou, teoricamente, a assumir o comando dos serviços de radiodifusão, exercendo controle sobre outorgas, conteúdos obrigatórios e canais próprios. Ainda assim, o setor privado manteve sua posição predominante, mesmo diante de um marco legal que previa, ao menos no discurso, a valorização do interesse público.

Segundo Carvalho (2013), apesar dos incentivos governamentais, prevaleceu a exploração privada, marcada por concentração em grandes grupos empresariais. A regulamentação dos Decretos n.º 20.047/1931 e n.º 21.111/1932 permitiu que empresas privadas explorassem o serviço e lucrassem com publicidade, o que aproximou o modelo brasileiro do norte-americano. Houve concessão de outorgas ao setor privado, autorização para veiculação de anúncios e ausência de uma taxa de financiamento público, o que impediu a consolidação de uma emissora pública robusta.

Por outro lado, a legislação também incorporou elementos europeus, como o controle estatal sobre obrigações dos concessionários e vínculo das outorgas ao interesse público.

Isso resultou em um “sistema híbrido”, baseado tanto na regulação estatal quanto na exploração econômica, o que, contudo, não garantiu um serviço público de qualidade.

Esse arranjo perdurou até 1962, com a promulgação do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT) pela Lei n.º 4.117/1962, e, em seguida, do Regulamento dos Serviços de Radiodifusão (RSR), pelo Decreto n.º 52.795/1963. Ambos estabeleceram, por exemplo, a obrigatoriedade de licitação para concessão de canais e a gravação integral da programação por 24 horas, o que permitia à Justiça avaliar conteúdos prejudiciais à população.

Durante a ditadura civil-militar (1964–1985), o controle governamental sobre os meios de comunicação foi intensificado. O Decreto-Lei n.º 236/1967 alterou o CBT, endurecendo penalidades e prevendo, pela primeira vez, que canais poderiam ser concedidos à União, estados, municípios, universidades, fundações brasileiras e sociedades de capital exclusivamente nacional (Brasil, 1967).

Com a CF/1988, houve uma tentativa de democratização da comunicação. A nova Carta estabeleceu garantias à liberdade de expressão e à pluralidade, extinguiu a censura e incluiu o Legislativo no processo de outorga e renovação de concessões, exigindo licitação e previsão legal para cancelamentos. Mesmo assim, as mudanças esbarraram em práticas enraizadas.

A Assembleia Constituinte seguiu tendências neoliberais em voga, buscando evitar monopólios e oligopólios, e propôs complementaridade entre sistemas público, privado e estatal. No entanto, a implementação foi falha. O Congresso, agora “guardião” das concessões, transformou-as em moeda de troca política, favorecendo interesses privados e minando o princípio do interesse público (Carvalho, 2013).

Persistiram, assim, problemas estruturais como:

- Concessões utilizadas politicamente, sobretudo por parlamentares;
- Brechas legais que permitiram concentração econômica e uso de “laranjas”;
- Exigências legais que criaram “esferas de imunidade” para emissoras.

Segundo Aires e dos Santos (2023), o modelo resultante favoreceu a liberdade das emissoras em detrimento do controle democrático. Falhou-se em garantir diversidade e pluralismo, essenciais a um serviço público de radiodifusão. O chamado “coronelismo eletrônico” permaneceu presente, revelando a permanência de vícios históricos. Esse

conceito deriva do conceito de “coronelismo”, que designa o sistema político que predominou durante a Primeira República (ou República Velha, 1889–1930) no Brasil. Esse sistema teve entre suas características o controle local exercido por grandes proprietários de terras (coronéis), que utilizavam o “voto de cabresto” (voto direcionado, com troca de favores e coerção) para garantir a eleição de seus candidatos (Leal, 2012).

Dessa forma, o “coronelismo eletrônico” ganhou uma especificação e uma ressignificação para tratar sobre regulação da comunicação no Brasil (Aires & dos Santos, 2023). Nesse sentido, o conceito, de forma sintética, “designa um tipo de sistema alicerçado em compromissos recíprocos e de mútua dependência entre a mídia e a política” (Aires & dos Santos, 2023).

Ao analisar criticamente o levantamento histórico elucidado é possível concluir que o serviço público de radiodifusão brasileiro, desde a sua criação, foi moldado a partir de decisões de caráter político e estrutural, uma vez que a sua consolidação se deu mais por interesses comerciais e políticos do que, propriamente, por um projeto educativo e cultural de comunicação pública. Além do exposto, as relações contíguas entre grupos empresariais que controlam veículos de comunicação e agentes políticos partidários, ainda hoje, mesmo com a criação da EBC, se configuram como um dos entraves à consolidação desta como um sistema autônomo.

### **3. A criação da EBC e o conceito de Serviço Público de Mídia**

Embora a CF/1988 já estabelecesse, em seu Artigo 223.º, a coexistência complementar do público, estatal e privado na radiodifusão, a efetiva regulamentação de um sistema público<sup>1</sup> deste setor só ocorreu duas décadas depois, com a Lei n.º 11.652/2008 (Brasil, 2008), que criou a EBC. A legislação estruturou os princípios norteadores do serviço, como a pluralidade, a finalidade educativa e a autonomia em relação ao governo (Paulino et al., 2016). Na prática, essa autonomia ainda encontra dificuldades para ser estabelecida, uma vez que governos, dos mais variados espectros políticos, ainda utilizam a

---

<sup>1</sup> É honesto ressaltar que pesquisadores divergem sobre a conceituação do serviço público de radiodifusão no Brasil como um sistema, em virtude de sua magnitude e organização. Ao compará-lo com o Sistema Único de Saúde (SUS), por exemplo, a argumentação ganha robustez. Todavia, a discussão em questão não entra no escopo desta pesquisa, a qual se propõe elucidar sobre o conceito de SPM no Brasil. O termo “sistema” foi escolhido para melhor exemplificar e contrastar as mudanças significativas advindas da criação da EBC.

comunicação pública, com destaque para a EBC, como forma de promoção de interesses privados e ideológicos (Paulino et al., 2016; Esch et al., 2013).

Todavia, o texto da legislação ruma para o cumprimento dos direitos dispostos na CF 88, evidenciando que o problema pode estar na supervisão e controle do cumprimento da Lei, e não no teor de seu conteúdo. Os princípios dispostos ali, de forma direta ou indireta, remetem para uma ideia de promoção da cidadania e da igualdade de acesso à informação, de forma a cumprir os direitos à comunicação e à informação e de conquistas dos direitos humanos e sociais presentes na CF/1988. “Devem, portanto, ser entendidos dentro do âmbito da conquista de direitos sociais decorrente da mobilização da sociedade civil nos períodos da redemocratização e da pós-redemocratização” (Paulino et al., 2016). A exemplo, a Lei da EBC constitui, dentre outros, os seguintes objetivos para os serviços de radiodifusão pública no Brasil:

I – oferecer mecanismos para debate público acerca de temas de relevância nacional e internacional; II – desenvolver a consciência crítica do cidadão, mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania; III – fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação na sociedade, garantindo o direito à informação, à livre expressão do pensamento, à criação e à comunicação (Brasil, 2008).

Desde sua criação, a EBC buscou consolidar-se como uma alternativa ao modelo hegemônico de radiodifusão. No entanto, assim como qualquer serviço público oferecido no Brasil, enfrenta uma crise de legitimidade decorrente das conotações negativas que o termo “público” carrega no imaginário brasileiro, frequentemente associado a ineficiência, burocracia, corrupção e inoperância (Paulino et al., 2016, p. 66).

Ademais, o desafio da EBC reside em demarcar, no contexto brasileiro, as fronteiras entre o público, o governamental e o estatal, além de incorporar em sua programação as novas formas de consumo de conteúdo da atualidade, principalmente no meio digital. O esforço tem sido no sentido de romper com a tradição de mera divulgação dos atos governamentais e, em vez disso, pautar sua programação. Tanto de forma informativa quanto de entretenimento, pelos princípios do interesse público, da pluralidade e do serviço à sociedade (Paulino et al., 2016).

Contudo, conceituar essa forma mais complexa e sistêmica de radiodifusão pública no Brasil se tornou difícil. Com uma infinidade de diferentes conceitos utilizados por autores brasileiros, fica nítida a necessidade de adoção de um conceito universalizado e que segue

como referência modelos usados em outras regiões e outros países, principalmente daqueles com serviço público de radiodifusão bem desenvolvido. A partir do cenário exposto, o Serviço Público de Mídia surge como uma opção concreta, por ser um conceito a ser adotado como perspectiva por exemplos de sucesso na Europa, como é o caso das organizações vinculadas à European Broadcasting Union (União Europeia de Radiodifusão – EBU) e da Rádio e Televisão de Portugal (RTP). Apesar de não ser caracterizada oficialmente como SPM, já que oficialmente, na lei vigente, a RTP é a concessionária do serviço público de rádio e televisão, de acordo com os pesquisadores sobre o tema (Lopes et al., 2023), ela deve passar a ser o rosto do SPM, integrando o digital ao lado dos meios tradicionais.

Com a emergência da internet e, de um modo mais geral, da transformação digital, que ultrapassa a mera transposição do analógico para o digital, surgem novos e exponencialmente acrescidos desafios. Para lhes fazer face, é necessário um novo serviço público: o Serviço Público de Mídia, que herda o essencial das missões, princípios e valores dos serviços públicos de rádio e televisão, mas que os transcende, reclamando um posicionamento de charneira no atual espaço público, para que este continue a contribuir para sociedades livres, abertas, tolerantes, participadas e democráticas (Lopes et al., 2023, p. 23).

De acordo com a obra *Public Service Media in Europe: Law, theory and practice*, de Karen Donders, o SPM pode ser conceituado como um projeto de sociedade orientado pela cidadania e pela democracia, que busca ir além da correção de falhas de mercado. Trata-se de um modelo de comunicação voltado para o interesse público, cuja missão inclui informar, educar e entreter, promovendo valores como pluralismo, inclusão, coesão social e emancipação cidadã (Donders, 2021). Segundo a autora, o conceito de Serviço Público de Mídia amplia o escopo da radiodifusão para abarcar conteúdos multiplataforma, inseridos em ambientes digitais e internacionais, sendo constantemente moldado pelas práticas institucionais dos radiodifusores públicos e pelas políticas estatais.

O SPM, portanto, não se reduz a uma estrutura institucional fixa, mas representa uma construção dinâmica entre teoria normativa, enquadramentos legais e práticas contextuais, visando fortalecer a democracia em um ecossistema midiático cada vez mais fragmentado e polarizado. Em 2012, a EBU<sup>2</sup> publicou o documento *Empowering society:*

---

<sup>2</sup> Fundada em 1950, no Reino Unido, a European Broadcasting Union é uma associação de serviços públicos europeus que surgiu como resposta à transformação do cenário midiático proporcionada pelo pós-guerra e

*A declaration on the core values of Public Service Media*, onde é apresentada uma declaração de princípios que definem o papel e os compromissos das organizações de SPM na Europa. O texto destaca a importância deste serviço como um pilar essencial para a democracia, a diversidade cultural e a coesão social (European Broadcasting Union, 2012).

Na declaração publicada em 2012, a EBU posiciona o SPM como um serviço indispensável para a democracia e a sociedade, combinando valores tradicionais, como o acesso universal e a imparcialidade, com a adaptação às transformações digitais. Seu objetivo é garantir que a mídia pública continue a ser um espaço de qualidade, diversidade e participação, em contraste com os modelos comerciais orientados pelo lucro, atuando de forma imparcial, livres de influências políticas, comerciais ou ideológicas, e garantindo a liberdade de expressão e o jornalismo crítico com altos padrões de qualidade (União Europeia de Radiodifusão, 2012).

A partir desta experiência, o Ministério da Cultura de Portugal decidiu criar, em 2023, a obra *Serviço Público de Média: Livro Branco*, elaborada para nortear a Rádio e Televisão de Portugal (Lopes et al., 2023). Segundo Lopes, o SPM é conceituado como uma reconfiguração do tradicional serviço público de rádio e televisão, que se adapta às transformações tecnológicas e às novas formas de consumo de conteúdo. Desta forma, o conteúdo deixa de estar centrado, exclusivamente, na difusão linear (rádio e TV) para abranger também o ecossistema digital e midiático contemporâneo. O *Livro Branco* destaca que o SPM deve se posicionar como eixo central do espaço público, promovendo o diálogo com os cidadãos, servindo toda a sociedade com conteúdos de qualidade, acessíveis, diversos e inclusivos, devendo se ancorar em:

- Princípios como continuidade, igualdade, neutralidade e adaptação;
- Valores estruturantes como qualidade, universalidade, independência, pluralismo, acessibilidade, participação e prestação de contas;
- Novos valores como sustentabilidade, cidadania, solidariedade e proximidade.

Diante do exposto, o SPM configura-se como um modelo de comunicação orientado para o interesse público, fundamentado em princípios como pluralismo, autonomia, universalidade e inovação tecnológica, visando fortalecer a democracia e a cidadania. A

---

o início da Guerra Fria, e se consolidou como a maior rede de mídia pública do mundo (União Europeia de Radiodifusão, s.d.).

experiência internacional, notadamente com mais expressividade no contexto europeu, guiada por aquilo que preconizam entidades especializadas como a EBU, demonstra que um SPM consolidado transcende a mera transmissão de conteúdos, assumindo um papel ativo na promoção de valores democráticos e na adaptação às demandas digitais, tão presentes na atualidade.

No caso brasileiro, a EBC apresenta avanços significativos em sua estrutura legal, alinhando-se parcialmente aos princípios do SPM, como a busca pela pluralidade e pelo caráter educativo. Exemplos incluem a ampliação de programas comunitários em rádios públicas, como o Brasil de Todas as Vozes, que prioriza conteúdos produzidos por comunidades tradicionais, e a criação de núcleos regionais de jornalismo para cobrir realidades locais sub-representadas na mídia nacional. Essas ações reforçam o compromisso com a diversidade e o serviço público.

No entanto, desafios críticos ainda persistem, especialmente no que diz respeito à autonomia frente ao governo e à efetiva incorporação de práticas multiplataforma. Desta maneira, embora a EBC compartilhe dos ideais normativos do SPM, sua consolidação como um verdadeiro SPM ainda depende de maior independência institucional, transparência e conexão com as demandas da sociedade, superando a histórica associação entre comunicação pública e propaganda estatal. Logo, a pergunta que permanece é: o modelo brasileiro já alcançou o que definimos nesta pesquisa como Serviço Público de Mídia?

#### **4. Possibilidades e limites do conceito de Serviço Público de Mídia no Brasil**

A discussão sobre o SPM no Brasil revela um panorama complexo, com limites históricos e possibilidades emergentes. O cenário da radiodifusão enfrenta um paradoxo regulatório: um arcabouço legal obsoleto inadequado para o ecossistema midiático atual, que inclui plataformas digitais, perpetuando o descompasso entre norma e realidade e dificultando a pluralidade, uma vez que essa legislação define os serviços de radiodifusão estritamente como “transmissão de sons” e “sons e imagens”. Historicamente, o serviço público foi moldado por interesses comerciais e políticos e a noção de “público” no Brasil sofre de

crise de legitimidade, associada à ineficiência (Paulino et al., 2016, p. 66; Del Bianco et al., 2013, p. 70).

A CF/88 estabeleceu a complementaridade entre sistemas, mas a ausência de regulamentação clara compromete a autonomia da EBC. Junta-se a isso a influência histórica de interesses privados e a concentração midiática (“coronelismo eletrônico”), que persistem, afetando a independência editorial e financeira. A escassez do espectro eletromagnético, recurso limitado, exige mecanismos que visem a maior participação do interesse público e diversidade de pensamento.

Diferente da lógica de mercado, o SPM deve fortalecer a democracia e a cidadania com conteúdo de qualidade, não pautado pela audiência comercial. Isso inclui incentivos à produção independente, regional e nacional (cotas de conteúdo) e promoção da literacia midiática, inclusive para a infância. A legitimação social é tão vital quanto a legal. A EBC, embora legalmente alinhada ao SPM, ainda depende de maior independência e transparência, superando a associação com propaganda estatal. Baixa audiência e alto custo são argumentos privados contra o serviço público (Paulino et al., 2016; Esch et al., 2013). Credibilidade e conexão com a sociedade, via gestão democrática e participativa (ouvidorias, conselhos, fóruns), são fundamentais, bem como a promoção de debates e valorização da educomunicação, transformando cidadãos em atores ativos na construção da informação (Del Bianco & Pinheiro, 2017; Paulino et al., 2016).

É preciso registrar que em 2025 a EBC instalou dois comitês que compõem o Sistema Nacional de Participação Social na Comunicação Pública (Sinpas): Comitê Editorial e de Programação (Comep) e Comitê de Participação Social, Diversidade e Inclusão (Cpadi). Esse é um importante marco, uma vez que a EBC teve seu Conselho Curador extinto em 2016. Os membros dos comitês foram eleitos em processo eleitoral aberto à sociedade civil.<sup>3</sup> No entanto, houve morosidade por parte do atual governo em nomear os membros. Também fazem parte do Sinpas a Ouvidoria<sup>4</sup> e a Assessoria Especial de Participação

---

<sup>3</sup> Outras informações sobre a reabertura de participação social na EBC podem ser acessadas em: <https://www.ebc.com.br/imprensa/2025/apos-9-anos-ebc-reabre-instancias-de-participacao-social>

<sup>4</sup> A composição da ouvidoria da EBC pode ser acessada em: <https://acessoainformacao.ebc.com.br/participacao-social/ouvidoria/sobre-a-ouvidoria/quem-e-quem-ouvidoria>

Social<sup>5</sup> da EBC, sendo que para esta ainda não aparece a composição no *site* oficial da EBC, informando quem são os membros.

No mais, a EBC é vinculada ao Poder Executivo, com a nomeação do presidente da Empresa feita pelo próprio presidente da República, o que fragiliza a gestão, que fica à mercê de interesses políticos. Atualmente, a EBC está vinculada à Secretaria de Comunicação do governo federal, mas já esteve vinculada ao Ministério das Comunicações. Qualquer uma das duas configurações não se coaduna com premissas de independência editorial (Paulino et al., 2016; Esch et al., 2013). O modelo da British Broadcasting Corporation (BBC) é considerado a maior referência mundial de comunicação pública independente. Além disso, outro fator de desconforto é a EBC também ser a responsável pela comunicação governamental, com A Voz do Brasil, programa de rádio mais antigo do país, com o serviço de Publicidade Legal, com o CanalGov, a Agência Gov e a Rádio Gov.<sup>6</sup>

A necessidade de atualização é imperativa, transcendendo a linearidade tradicional (rádio e TV) para abranger conteúdos multiplataforma em ambientes digitais e internacionais e adaptando-se às transformações tecnológicas e novas formas de consumo. O foco deve ser no usuário ativo e produtor de conteúdo, e a digitalização e presença em redes sociais são estratégias de sustentabilidade e alcance. As contribuições do SPM para mitigar problemas contemporâneos são cruciais, visando informar, educar e entreter, promovendo pluralismo, inclusão e coesão social. Ele atua no combate à desinformação, *fake news* e discursos de ódio ao promover debate público e pensamento crítico, garantindo diversidade de opiniões.

O desafio é construir um sistema que represente todos, fomentando o interesse público e a diversidade. O Brasil ainda não possui um SPM consolidado na prática, conforme é demonstrado na Tabela 2.

---

<sup>5</sup> A não existência de membros na Assessoria Especial de Participação Social da EBC pode ser conferida em: <https://acessoainformacao.ebc.com.br/participacao-social/conselhos-e-orgaos-colegiados/assessoria-especial-de-participacao-social-e-diversidade>

<sup>6</sup> A composição da EBC e suas competências podem ser acessadas em: <https://www.ebc.com.br/sobre>

Tabela 2

*Razões para a não consolidação do SPM no Brasil*

<b>Razão Principal</b>	<b>Descrição do Problema</b>
<b>Arcabouço Regulatório Desatualizado e Fragmentado</b>	A legislação vigente, como a Lei n.º 4.117/1962, é inadequada ao cenário digital atual. Há regras dispersas e sem conexão entre telecomunicações e radiodifusão.
<b>Falta de Regulamentação da Complementaridade</b>	Apesar de prevista na CF/1988, a complementaridade entre sistemas de radiodifusão (público, estatal e privado) carece de regulamentação, resultando em domínio do espectro pelo setor privado.
<b>Influência de Interesses Privados e Políticos (“Coronelismo Eletrônico”)</b>	A relação histórica entre mídia e política transforma concessões privadas em instrumentos de poder político. O sistema privilegia interesses eleitorais e comerciais, especialmente com uso estratégico da publicidade estatal. Isso aumenta o alijamento das emissoras vinculadas ao sistema público de radiodifusão no Brasil.
<b>Dependência Governamental e Falta de Autonomia</b>	Emissoras públicas, como a EBC, sofrem interferência política, com falta de gestão profissional e autonomia institucional e financeira, contrariando sua função de servir à sociedade.
<b>Crise de Legitimação Social e Baixa Audiência</b>	A ideia de “público” no Brasil é associada a ineficiência. A baixa audiência e a imagem negativa sustentam críticas de grupos privados à existência do SPM e contam com o apoio da mídia comercial para a manutenção desse <i>status</i> .
<b>Financiamento Instável e Insuficiente</b>	A ausência de fontes estáveis de financiamento, como o uso efetivo do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (Fistel), gera dependência do Tesouro Nacional e impede investimentos em qualidade e inovação.
<b>Controle Social Limitado</b>	Embora existam dispositivos de participação, como conselhos e ouvidorias, eles têm baixa efetividade na prática, com pouca influência da sociedade civil na gestão das emissoras, e pouca proximidade com cidadãos e cidadãs que não conhecem a EBC ou que não a reconhecem como um direito.

Essa constatação nos leva a pensar em como o Brasil pode avançar para um SPM que seja robusto e verdadeiramente acessível a todos. A partir dos autores consultados até aqui, podemos afirmar que, para tanto, é imperativo que se implemente um conjunto de reformas e ações estratégicas. Essas medidas devem não apenas superar os obstáculos

históricos que têm travado o desenvolvimento do serviço, mas também se alinhar às exigências e oportunidades do século XXI.

Um dos pilares para essa transformação reside na revisão e modernização do marco regulatório. A legislação atual, datada de 1962, já não reflete a complexidade e a dinâmica do cenário contemporâneo da comunicação social eletrônica, que é marcada pela convergência de redes, serviços e modelos de negócios, bem como pelo fenômeno da plataformização e da chegada da inteligência artificial (IA) com ferramentas que já têm sido adotadas por diferentes grupos de comunicação. Assim, torna-se essencial a elaboração de uma legislação abrangente e atualizada, capaz de contemplar essa nova realidade. Além disso, é crucial que haja clareza conceitual e normativa, definindo de forma inequívoca o que se entende por “público”, “complementaridade” e “interesse público” no contexto da radiodifusão, distinguindo-o claramente da comunicação governamental.

A distribuição equitativa do espectro eletromagnético é outro ponto vital, visando reocupar e redimensionar esse recurso de forma mais igualitária entre as emissoras públicas, estatais, comunitárias e privadas, quebrando o monopólio histórico do setor privado. Por fim, é fundamental, mais do que um arcabouço legal, uma vontade política para combater a concentração midiática, implementando mecanismos que inibam práticas antidemocráticas, como a concentração de propriedades e a outorga de concessões privadas para políticos, garantindo a pluralidade de vozes. A proposição é paradoxal e por isso pede uma discussão que não será realizada aqui, pela sua complexidade.

É crucial o fortalecimento da autonomia e independência institucional, com um órgão regulador forte e autônomo, que não seja dependente do governo, com a função de fiscalizar o cumprimento dos objetivos e princípios do SPM. A gestão das emissoras públicas deve ser transparente e profissional, assegurando sua independência de interesses político-partidários, com processos decisórios claros, mecanismos de prestação de contas eficazes e a contratação de profissionais baseada no mérito. Superar a crise de legitimação social é um desafio que exige a construção da credibilidade do SPM por meio de uma gestão democrática e participativa.

A garantia de financiamento diversificado e estável é um aspecto que não pode ser negligenciado. É preciso reduzir a dependência de recursos do Tesouro Nacional, diversificando as fontes de financiamento. Modelos que não se limitem à verba direta do

governo, como taxas ou fundos específicos, podem assegurar a sustentabilidade e a independência editorial. Além disso, a democratização do acesso a recursos públicos, por meio de editais abertos, é fundamental para democratizar o acesso a produtores independentes e estimular a diversidade de conteúdo.

O foco na qualidade e diversidade de conteúdo deve ser uma prioridade. O SPM deve oferecer uma programação distinta e de alta qualidade, que complemente o setor comercial, priorizando finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas, e promovendo o debate público e o pensamento crítico. É essencial incentivar a produção nacional e independente, bem como os conteúdos regionais, valorizando a diversidade do Brasil, e garantindo a pluralidade de vozes. Para tanto, é preciso implementar cotas de conteúdo para essas produções em todas as plataformas, protegendo a cultura nacional e possibilitando a inserção de grupos minoritários. A promoção da literacia midiática também é vital, desenvolvendo programação de qualidade para a infância e programas didáticos para todos os públicos, combatendo a desinformação e as *fake news*.

Por fim, a adaptação tecnológica e a presença multiplataforma são indispensáveis. A transição para o modelo de SPM implica ampliar o escopo da radiodifusão tradicional (rádio e televisão linear) para abranger conteúdos multiplataforma em ambientes digitais e internacionais, adaptando-se às transformações tecnológicas e às novas formas de consumo. O foco deve ser no cidadão, superando o modelo de cidadão passivo, que apenas “consome” conteúdos, para o de cidadão ativo e produtor de conteúdo, promovendo a interatividade e a participação efetiva do público, o que envolve o desenvolvimento de plataformas digitais eficientes e acessíveis. Nesse sentido, faz-se importante mencionar a necessidade de uma análise que envolva alguma independência em relação às plataformas das chamadas *big techs*, bem como a soberania nacional. No entanto, não temos como nos ater a esse ponto neste artigo.

A adoção da lógica do serviço público de mídia, a partir de conceitos abordados na pesquisa, pode servir como uma valiosa referência para o Brasil. Esses conceitos focam princípios como universalidade, diversidade, independência e diferenciação de conteúdo. O caminho para um SPM no Brasil é, sem dúvida, um desafio político e cultural complexo, que exige consenso social e a efetiva participação da sociedade civil para superar a inércia histórica e as assimetrias de poder no setor de comunicação.

## Conclusão

O SPM no Brasil enfrenta um paradoxo estrutural: embora amparado por bases constitucionais e legais sólidas, como o Artigo 223 da CF/1988 e a Lei n.º 11.652/2008, que criou a EBC, sua implementação prática esbarra em desafios históricos. A análise demonstra que a regulação arcaica, representada pelo Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962, mostra-se incompatível com as demandas da era digital, perpetuando vícios como a concentração midiática e o “coronelismo eletrônico”. A EBC, principal experiência brasileira de SPM, apesar de seus avanços normativos, permanece vulnerável a interferências políticas que comprometem sua independência editorial, reflexo de uma cultura institucional que ainda não assimilou plenamente a distinção entre comunicação pública e propaganda governamental.

A fragilidade financeira do modelo atual constitui outro obstáculo central, pois a ausência de fontes estáveis de financiamento — como taxações específicas ou fundos públicos autônomos — mantém o sistema refém da volatilidade orçamentária e de injunções políticas. Contudo, o estudo das experiências internacionais, particularmente a partir de autores europeus, aponta caminhos viáveis para superação desses entraves. A adaptação tecnológica emerge como imperativa, exigindo a transição dos modelos lineares de radiodifusão para plataformas digitais interativas, capazes de dialogar com as novas gerações. A participação social qualificada, através de conselhos gestores com representação plural da sociedade civil, mostra-se como antídoto para o risco de captura estatal ou mercadológica do sistema.

O financiamento diversificado, combinando recursos públicos não vinculados ao governo de plantão com mecanismos de incentivo à produção independente e regional/local, configura-se como alternativa sustentável ao atual modelo. A concretização de um SPM efetivo no Brasil transcende, portanto, a mera atualização legislativa: exige um pacto social que reconheça a comunicação como direito fundamental e a informação de qualidade como insumo democrático. A EBC pode desempenhar papel central nesse processo, desde que supere sua atual condição de veículo estatal para se transformar em verdadeira instituição pública, autônoma e representativa da diversidade brasileira. O caminho é complexo, mas as experiências internacionais demonstram que a construção de um SPM robusto constitui investimento essencial para o fortalecimento democrático.

## REFERÊNCIAS

- Abreu, A. C. D., Helou, A. R. H. A., & Fialho, F. A. P. (2013). Possibilidades epistemológicas para a ampliação da Teoria da Administração Pública: uma análise a partir do conceito do Novo Serviço Público. *Cadernos EBAPE.BR*, 11(4), 610–620.
- Aires, J., & dos Santos, S. (2023). Coronelismo eletrônico não é uma metáfora: categorização da radiodifusão brasileira. *E-Compós*.
- Brasil. (1931). *Decreto n.º 4.117*. Regula a execução dos serviços de radiocomunicações no território nacional. <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-20047-27-maio-1931-519074-publicacaooriginal-1-pe.html>
- Brasil. (1962). *Lei n.º 4.117*. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/14117compilada.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/14117compilada.htm)
- Brasil. (1963). *Decreto n.º 52.795*. Aprova o Regulamento dos Serviços de Radiodifusão. [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/antigos/d52795.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/d52795.htm)
- Brasil. (1967). *Decreto-Lei n.º 236*. Complementa e modifica a Lei n.º 4.117 de 27 de agosto de 1962. [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/Del0236.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del0236.htm)
- Brasil. (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Senado Federal.
- Brasil. (2008). *Lei n.º 11.652*. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública. [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/111652.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111652.htm)
- Brasil. (2017). *Lei n.º 13.460*. Dispõe sobre participação, proteção e defesa dos direitos do usuário dos serviços públicos da administração pública. [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2017/lei/113460.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/113460.htm)
- Brasil. Ministério das Comunicações. (2022). *Primeira transmissão oficial em 1922 marcou o início do rádio no Brasil*. <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2022/setembro/primeira-transmissao-oficial-em-1922-marcou-o-inicio-do-radio-no-brasil>
- Carvalho, L. B. de. (2013). A política da radiodifusão no Brasil e seu marco legal: do autoritarismo ao ultraliberalismo. *Revista de Direito Administrativo*, 264, 245–277. <https://doi.org/10.12660/rda.v264.2013.14084>
- Del Bianco, N., Pinheiro, E. B. (2017). Tensionamentos do viés educativo na origem e atuação do serviço de radiodifusão pública brasileiro. In L. Klökner, & L. A. Ferrareto, *80 anos das rádios Nacional e MEC do Rio de Janeiro*. EDIPUCRS.
- Donders, K. (2021). *Public service media in Europe: Law, theory and practice* (1.ª ed.). Routledge.
- Esch, C. E., Del Bianco, N. R., & Moreira, S. V. (2013). Radiodifusão Pública: Um desafio conceitual na América Latina/Public Radio Broadcasting: Conceptual challenge in Latin America. *Revista FSA (Centro Universitário Santo Agostinho)*, 10(4), 67–86.
- Leal, V. N. (2012). *Coronelismo, enxada e voto: o município e o regime representativo no Brasil*. Editora Companhia das Letras.
- Lopes, F., et al. (2023). *Serviço Público de Média: Livro Branco*. Ministério da Cultura. <https://www.portugal.gov.pt/download-ficheiros/ficheiro.aspx?v=%3d%3dBQAAAB%2bLCAAAAAAABAAzNDY3MOYAkFAjnQUAAAA%3d>
- Medauar, O. (1992). Serviço público. *Revista de Direito Administrativo*, 189, 100–113.
- Medauar, O. (2018). *Direito Administrativo moderno* (21.ª ed.). Fórum.
- Medeiros, F. J. M. (2009). Serviço Público no Brasil: origem, evolução e caracterização atual do conceito. *Fórum Administrativo: Direito Público*, 9(97), 32–35.
- Meireles, N., Pinheiro, E. B., & Barroso, L. M. (Orgs.). (2018). *Rádio: estudos contemporâneos*. Editora do CCTA.

- Paulino, F. O., Guazina, L., & Oliveira, M. (2016). Serviço público de mídia e comunicação pública: conceito, contextos e experiências. *Comunicação e Sociedade*, 30, 55–70. [https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/44188/1/MO-et-al\\_2016\\_vol30-csoc-pt.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/44188/1/MO-et-al_2016_vol30-csoc-pt.pdf)
- Rainha, A. R. A. (2016). *Titularidade e noção atual de serviço público no Brasil* [Monografia de mestrado]. Centro Universitário de Brasília.
- Santin, V. F. (2019). Serviço público e direitos humanos. *Revista Paradigma*, 28(2), 134–153.
- Santos, C. R. P. dos, & Maurer, C. (2024). Políticas públicas de radiodifusão no Brasil: uma revisão das legislações sobre a radiodifusão brasileira entre 1931 e 2024. *Comunicação & Informação*, 27, 196–218. <https://doi.org/10.5216/ci.v27.81094>
- Santos, S. dos, & Silveira, É. da. (2007). Serviço público e interesse público nas comunicações. In M. C. Ramos & S. dos Santos (Orgs.), *Políticas de comunicação: buscas teóricas e práticas* (pp. 49–82). Paulus.
- Tácito, C. (2003). A configuração jurídica do serviço público. *Revista de Direito Administrativo*, 233, 373–376.
- Torquato, C. (2022). Regulação da mídia no Brasil: panorama histórico e desafios democráticos para a retomada do debate. *Comunicação & Informação*, 25, 763–787.
- UNESCO. (2001). *Public broadcasting: Why? How?* <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124058>
- União Europeia de Radiodifusão. (2012). *Empowering society: A declaration on the core values of public service media*. <https://www.ebu.ch/publications/empowering-society>
- União Europeia de Radiodifusão. (s.d.). *History*. <https://www.ebu.ch/about/history#history>