

Auditoria de seguimento às medidas de apoio ao setor da comunicação social – publicidade institucional (COVID-19)

SÍNTESE DE RESULTADOS

A auditoria de seguimento teve como finalidade verificar o grau de implementação das recomendações formuladas em relatório de auditoria anterior às medidas COVID-19 de apoio ao setor da comunicação social, previstas no Decreto-Lei (DL) n.º 10-A/2020, de 13 de março, na redação do DL n.º 20-A/2020, de 6 de maio e na Resolução do Conselho de Ministros n.º 38-B/2020, de 19 de maio (compra antecipada de publicidade institucional). De acordo com o exame efetuado e o exercício do contraditório, as principais conclusões são as seguintes:

1. Principais conclusões

Despesas adicionais com agências de comunicação já foram objeto de ratificação ministerial ou estão pendentes de autorização (12 mil euros).	1.1. Dos 1,1 milhões de euros (M€) de despesas adicionais realizadas, por quatro entidades, com aquisições de serviços especializados de agenciamento, produção e outros, para concretizar as ações de publicidade institucional, três entidades já asseguraram a sua ratificação ministerial e outra encetou diligências para obter o necessário despacho do membro do Governo da tutela (12 mil euros).
Melhorias no planeamento e insuficiências no controlo interno e na transparência e prestação de contas.	1.2. Registou-se uma melhoria nas medidas de planeamento da publicidade institucional, designadamente pela elaboração de documentos enquadradores (v.g. plano de comunicação, programa nacional de ação e despachos internos). Das nove entidades adquirentes, cinco deixaram de celebrar novos contratos de publicidade institucional e outra realizou apenas ações pontuais. 1.3. Apesar de desenvolvimentos no sistema de controlo interno, existem duas entidades que ainda não efetuaram a demonstração cabal do reforço efetuado. 1.4. Em matéria de transparência, persistem falhas: uma entidade ainda não publicou todos os ajustes diretos simplificados no portal dados.gov.pt (outra já iniciou esse processo); e outras não disponibilizam informação atualizada nos seus <i>websites</i> . 1.5. Os 8 principais meios de comunicação sociais nacionais não divulgaram a publicidade institucional financiada pelo Estado (5 nem publicam as suas contas).

2. Recomendações às entidades auditadas

Reforçar a transparência e o controlo interno.	2.1. Garantir a conformidade legal e a transparência da publicidade institucional. 2.2. Reforçar o controlo interno e a fiabilidade dos dados associados aos contratos.
---	--

Seguimento: as entidades auditadas aceitaram as recomendações formuladas e o prazo de execução para a sua implementação.

(Relatório n.º 112/2025, homologado, por S. Ex.ª o Ministro de Estado e das Finanças, em 23/02/2026).