

**Decreto-Lei n.º 23/2015, de 6 de fevereiro**

Com as alterações introduzidas por: Declaração de Retificação n.º 13/2015; Decreto-Lei n.º 27/2017; Lei n.º 2/2020; Lei n.º 82/2023;

**Índice**

## – Diploma

- Capítulo I *Disposições gerais*
  - Artigo 1.º *Objeto*
  - Artigo 2.º *Âmbito de aplicação*
  - Artigo 3.º *Definições*
- Capítulo II *Regime de incentivos à comunicação social*
  - Secção I *Disposições gerais e comuns*
    - Artigo 4.º *Objetivos*
    - Artigo 5.º *Interligação*
    - Artigo 6.º *Condições gerais de elegibilidade*
    - Artigo 7.º *Condições específicas de elegibilidade para publicações periódicas e órgãos de comunicação social digitais*
    - Artigo 8.º *Condições específicas de elegibilidade para operadores de rádio*
    - Artigo 9.º *Publicações excluídas*
    - Artigo 10.º *Tipologias de incentivos*
    - Artigo 11.º *Competência para a atribuição dos incentivos*
    - Artigo 12.º *Decisão de atribuição dos incentivos*
    - Artigo 13.º *Majorações*
    - Artigo 14.º *Financiamento*
    - Artigo 15.º *Pagamentos e transferências*
    - Artigo 16.º *Comissões de acompanhamento*
    - Artigo 17.º *Procedimento*
  - Secção II *Dos incentivos em particular*
    - Subsecção I *Incentivo ao emprego e à formação profissional*
      - Artigo 18.º *Conteúdo*
      - Artigo 19.º *Regime*
      - Artigo 20.º *Formação no âmbito dos fundos europeus*
    - Subsecção II *Incentivo à modernização tecnológica*
      - Artigo 21.º *Conteúdo*
      - Artigo 22.º *Regime*
    - Subsecção III *Incentivo ao desenvolvimento digital*
      - Artigo 23.º *Conteúdo*
      - Artigo 24.º *Regime*
    - Subsecção IV *Incentivo à acessibilidade à comunicação social*
      - Artigo 25.º *Conteúdo*
      - Artigo 26.º *Regime*
    - Subsecção V *Incentivo ao desenvolvimento de parcerias estratégicas*
      - Artigo 27.º *Conteúdo*
      - Artigo 28.º *Regime*

- Subsecção VI *Incentivo à literacia e educação para a comunicação social*
  - Artigo 29.º *Conteúdo*
  - Artigo 30.º *Regime*
- Subsecção VII *Outros incentivos*
  - Artigo 31.º *Outros incentivos*
- Secção III *Execução e fiscalização dos incentivos*
  - Artigo 32.º *Execução dos projetos*
  - Artigo 33.º *Obrigações de reporte periódico*
  - Artigo 34.º *Fiscalização*
  - Artigo 35.º *Relatório final de execução*
  - Artigo 36.º *Publicitação*
- Capítulo III *Regime sancionatório*
  - Artigo 37.º *Responsabilidade civil e criminal*
  - Artigo 38.º *Contraordenações*
  - Artigo 39.º *Instrução dos processos e aplicação das coimas e sanções acessórias*
  - Artigo 40.º *Destino do produto das coimas*
  - Artigo 41.º *Regime aplicável e direito subsidiário*
- Capítulo IV *Disposições complementares e finais*
  - Artigo 42.º *Limite à cumulação*
  - Artigo 43.º *Contagem dos prazos*
  - Artigo 44.º *Regulamentação*
  - Artigo 45.º *Regiões Autónomas*
  - Artigo 46.º *Norma revogatória*
  - Artigo 47.º *Entrada em vigor*

## Diploma

*Aprova o novo regime de incentivos do Estado à comunicação social*

Decreto-Lei n.º 23/2015

de 6 de fevereiro

O regime de incentivos do Estado à comunicação social, atualmente previsto no Decreto-Lei n.º 7/2005, de 6 de janeiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 35/2009, de 9 de fevereiro, surgiu em resposta à necessidade que então se fazia notar de reforçar os mecanismos de apoio aos órgãos de comunicação social regional ou local no sentido da sua empresarialização, uma vez que se tinham mostrado insuficientes os resultados obtidos com a aplicação no terreno dos anteriores quadros normativos.

O anterior regime centrou o quadro dos incentivos no apoio a iniciativas que tinham em vista o investimento na melhoria das condições técnicas e de operação dos órgãos de comunicação social. Veja-se, por exemplo, que logo no Decreto-Lei n.º 7/2005, de 6 de janeiro, se previu que o incentivo à iniciativa empresarial e ao desenvolvimento multimédia e o incentivo à qualificação e ao desenvolvimento dos recursos humanos seriam, dois anos após a entrada em vigor do novo regime, fundidos num único incentivo - o incentivo à consolidação e desenvolvimento empresarial (ICDE). A intenção do legislador subjacente ao regime de 2005 - aliás, já presente no diploma seu antecedente, o Decreto-Lei n.º 56/2001, de 19 de fevereiro - passava por garantir, através dos incentivos existentes, que os órgãos de comunicação social de proximidade teriam à sua disposição as condições e as infraestruturas necessárias para a sua empresarialização e consolidação. Apesar de o regime prever outras tipologias de incentivos, nomeadamente o incentivo à investigação e edição de obras e os incentivos específicos, as mesmas revelaram-se sempre marginais no contexto geral do regime de incentivos.

Decorridos 10 anos desde a entrada em vigor do Decreto-Lei n.º 7/2005, de 6 de janeiro, a experiência decorrente da sua aplicação prática demonstra que o regime de incentivos em vigor carece de uma substancial revisão. Em primeiro lugar, o regime tornou-se obsoleto, não refletindo a evolução do setor nem considerando adequadamente o online e o digital como catalisadores de modernização e sustentabilidade dos meios de comunicação social de âmbito regional ou local. Em segundo lugar, o regime de incentivos em vigor é eminentemente estático, desde logo pelo facto de não corporizar uma política integrada de apoio à comunicação social e por consistir num regime crescentemente desfasado dos órgãos regionais e locais, como mostram as taxas de execução do ICDE ao longo dos anos. Em terceiro lugar, e depois de se ter procedido em 2007 à eliminação de vários canais de apoio de inegável importância, as tipologias de incentivos existentes enfermam atualmente, no que diz respeito às condições de elegibilidade, de significativas limitações de acesso, o que contribuiu para que o regime de incentivos tivesse um espectro muito reduzido, não sendo possível ver nele hoje uma lógica de conjunto no apoio à imprensa regional ou local.

Os problemas detetados, as modificações profundas que se registaram ao longo dos anos no panorama dos órgãos de comunicação social, bem como a necessidade de readaptação dos seus modelos de negócio às plataformas digitais e a novas audiências, em linha com os objetivos preconizados pela Agenda Digital Europeia, aprovada pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 112/2012, de 31 de dezembro, tornam necessária uma revisão substancial do atual regime de incentivos de acordo com uma visão sistémica que inverta o isolamento do setor em relação a outras políticas públicas e permita acompanhar a sua evolução e promover uma maior racionalidade subjacente à atividade e à realização de despesa pública.

Essa revisão é efetuada pelo presente decreto-lei, que aprova um novo regime de incentivos à comunicação social, acompanhando, aliás, uma tendência, que se tem verificado noutros países, de aprofundamento e revisão dos regimes de apoios diretos e indiretos à comunicação social.

Apesar de ser essencialmente dirigido a órgãos de âmbito regional e local, o novo regime de incentivos do Estado à comunicação social não deixa de conter incentivos para os quais são também elegíveis órgãos de âmbito nacional, uma vez que se entende que uma separação fechada e estanque entre órgãos de âmbito nacional e órgãos de âmbito regional ou local é, ela própria, anquilosada e tem o inconveniente de impedir formas de colaboração e associação entre órgãos de comunicação social.

O novo regime de incentivos do Estado à comunicação social assenta em cinco pilares fundamentais.

Um primeiro pilar fundamental do novo regime passa por promover uma maior interligação entre o regime de incentivos à comunicação social e outros sistemas de incentivos públicos, uns dirigidos à formação, outros à inovação ou à qualificação, a que também poderão aceder as empresas de comunicação social, os jornalistas e outros profissionais do setor. É, por isso,

clarificado o acesso a sistemas de apoios já existentes mas em relação aos quais não era clara a elegibilidade do setor, das empresas de comunicação social e dos seus profissionais. Neste âmbito, importa sublinhar o cuidado em garantir uma articulação adequada com o acesso inovador aos sistemas de incentivos suportados por fundos europeus. Além disso, o novo regime promove uma maior abertura e pluralismo mediático, não só por potenciar a entrada de novos meios de comunicação social, nas diversas plataformas, como também por clarificar e adequar os requisitos de elegibilidade à realidade atual do setor. Um segundo pilar fundamental do novo regime prende-se com os apoios à formação e empregabilidade dos jornalistas e profissionais dos órgãos de comunicação social. Estão em causa canais de incentivos nalguns casos inovadores e, em todo o caso, adaptados à realidade das empresas e aos profissionais do setor, demonstrando-se por essa via o compromisso público de integrar as medidas de política no âmbito da formação profissional também em benefício do setor da comunicação social. Sem duplicar o esforço financeiro do Estado, garante-se assim um leque de apoios funcionalmente flexível que tem em conta as necessidades e as expectativas do setor.

Um terceiro pilar fundamental do novo regime passa por promover uma convergência mais efetiva dos meios de comunicação social para o digital. O incentivo ao desenvolvimento digital tem em vista apoiar essa convergência, de forma a maximizar a utilização de recursos e a libertar recursos para a produção de conteúdos jornalísticos.

Um quarto pilar fundamental do novo regime consiste na criação de um incentivo à literacia e educação para a comunicação social, envolvendo, pela primeira vez, num âmbito intermunicipal, estabelecimentos de ensino, órgãos de comunicação social e autarquias. Esta inovação vem reconhecer a grande importância do tema da literacia e inclusão no domínio dos media e da agenda digital e procura dar continuidade às iniciativas já desenvolvidas, entre outras entidades, pela UNESCO.

Um quinto pilar fundamental do novo regime respeita à circunstância de se encontrar prevista uma gestão dos apoios no quadro de um contexto efetivamente regional. Ao atribuir competências às várias comissões de coordenação e desenvolvimento regional e a comissões de acompanhamento do regime de incentivos, comuns ao incentivo à leitura de publicações periódicas e aos incentivos previstos no presente decreto-lei assegura-se que os apoios serão atribuídos por entidades que se encontram mais próximas das comunidades regionais e locais, ficando as mesmas, por isso, sujeitas a um maior escrutínio, publicidade e responsabilização por parte das respetivas populações e dos agentes económicos interessados. Foram ouvidos os órgãos de governo próprio das Regiões Autónomas, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social e a Associação Nacional de Municípios Portugueses.

Assim:

Ao abrigo do disposto no n.º 1 do artigo 4.º da Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, alterada pelas Leis n.os 18/2003, de 11 de junho, e 19/2012, de 8 de maio, no artigo 13.º da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, alterada pela Lei n.º 38/2014, de 9 de julho, e nos termos da alínea a) do n.º 1 do artigo 198.º da Constituição, o Governo decreta o seguinte:

## Capítulo I

### **Disposições gerais**

#### Artigo 1.º

##### **Objeto**

O presente decreto-lei aprova o novo regime de incentivos do Estado à comunicação social.

#### Artigo 2.º

##### **Âmbito de aplicação**

1 - O regime de incentivos aprovado pelo presente decreto-lei aplica-se aos órgãos de comunicação social de âmbito regional ou local.

2 - O regime de incentivos aprovado pelo presente decreto-lei aplica-se ainda aos órgãos de comunicação social de âmbito nacional, no que respeita aos incentivos ao emprego e à formação profissional, à acessibilidade à comunicação social e ao desenvolvimento de parcerias estratégicas.

### Artigo 3.º

#### **Definições**

Para efeitos do presente decreto-lei, entende-se por:

- a) «Comunidade local», a comunidade delimitada em função da área geográfica de um município ou municípios limítrofes;
- b) «Comunidade regional», a comunidade delimitada de acordo com qualquer das áreas geográficas de atuação das comissões de coordenação e desenvolvimento regional, tal como definidas nos termos da lei;
- c) «Multiplataformas de media», aquelas que disponibilizam conteúdos informativos em mais de um meio ou plataforma de consumo de conteúdos de comunicação social;
- d) «Órgãos de comunicação social de âmbito regional ou local», aqueles que, independentemente do suporte de distribuição ou difusão e tendo sede em qualquer das áreas geográficas de atuação das comissões de coordenação e desenvolvimento regional, se encontrem devidamente registados e demonstrem que o espaço ou tempo de emissão é predominantemente dedicado a publicar ou difundir conteúdos respeitantes a aspetos da vida política, cultural, económica, social ou ambiental da comunidade regional ou local onde se insere, de acordo com o seu estatuto editorial;
- e) «Órgãos de comunicação social digitais», aqueles que, com distribuição ou acesso exclusivo através das plataformas digitais, se encontrem devidamente registados e demonstrem que mais de metade do seu conteúdo redatorial ou tempo de emissão radiofónico ou televisivo, consoante o caso, é predominantemente dedicada a publicar ou difundir, de forma regular, conteúdos próprios respeitantes a aspetos da vida política, cultural, económica, social ou ambiental da comunidade regional ou local onde se insere, de acordo com o seu estatuto editorial;
- f) «Territórios de baixa densidade», os territórios de nível NUTS III com menos de 100 habitantes por Km<sup>2</sup>.

## Capítulo II

### **Regime de incentivos à comunicação social**

#### Secção I

#### **Disposições gerais e comuns**

### Artigo 4.º

#### **Objetivos**

O regime de incentivos aprovado pelo presente decreto-lei visa prosseguir, designadamente os seguintes objetivos:

- a) Contribuir para o exercício plural e robusto das liberdades e direitos de informar e ser informado na esfera da comunicação social dos seus órgãos e públicos, nos termos e com os limites estabelecidos na Constituição e na lei;
- b) Apoiar os órgãos de comunicação social enquanto veículos de proximidade para o acesso à informação ao nível regional ou local;
- c) Incentivar a criação, sustentabilidade, competitividade e inovação dos órgãos de comunicação social de âmbito regional ou local, nomeadamente através do apoio a uma utilização mais intensiva das novas tecnologias;
- d) Promover a melhoria das condições de acesso e exercício do jornalismo e da capacidade de produção de conteúdos;

- e) Promover, em articulação com as entidades competentes da política de emprego, a qualificação e a empregabilidade nos meios de comunicação social, dos jornalistas e de outros profissionais do setor;
- f) Reforçar a ligação dos órgãos de comunicação social de âmbito regional ou local aos meios de comunicação social em língua portuguesa sediados no estrangeiro, na perspetiva da valorização da língua portuguesa;
- g) Promover uma melhor articulação entre os diferentes apoios públicos aos órgãos de comunicação social regional ou local e os diferentes departamentos administrativos com ações ou medidas com reflexo no setor da comunicação social;
- h) Promover a leitura e a literacia e inclusão dos cidadãos face à comunicação social;
- i) Potenciar o desenvolvimento de parcerias e colaborações entre órgãos de comunicação social de âmbito nacional e órgãos de âmbito regional ou local, nomeadamente através de iniciativas que permitam uma maior circulação e partilha de recursos;
- j) Vincular os órgãos de comunicação social beneficiários a estratégias de desenvolvimento e adaptação dos seus modelos de negócio, tendo em vista a obtenção de melhores resultados.

### Artigo 5.º

#### **Interligação**

1 - O regime de incentivos aprovado pelo presente decreto-lei encontra-se estruturado em diferentes eixos temáticos, concretizados através de apoios específicos e cuja atribuição deve operar numa lógica de interligação e não sobreposição face a outros instrumentos e regimes com idêntica finalidade previstos na lei, independentemente do âmbito e natureza dos incentivos a atribuir e da entidade ou organismo responsável por essa atribuição.

2 - O regime de incentivos aprovado pelo presente decreto-lei não prejudica a aplicação aos órgãos de comunicação social de âmbito regional ou local de quaisquer outros sistemas de incentivos, gerais ou especiais, designadamente dos que sejam financiados através de fundos europeus.

### Artigo 6.º

#### **Condições gerais de elegibilidade**

1 - São elegíveis para o regime de incentivos aprovado pelo presente decreto-lei:

- a) Pessoas singulares ou coletivas proprietárias ou editoras de publicações periódicas de âmbito regional ou local, registadas na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) e classificadas como portuguesas, nos termos da lei e da Constituição;
- b) Operadores de radiodifusão sonora devidamente registados, nos termos da lei;
- c) Pessoas coletivas que, revestindo a forma de sociedades cooperativas constituídas por jornalistas e outros profissionais dos órgãos de comunicação social, tenham como objeto social principal a edição de publicações periódicas de âmbito regional ou local em qualquer suporte e que se encontrem devidamente registadas.

2 - Desde que seja compatível com o concreto tipo de incentivo, podem igualmente apresentar candidatura, em nome próprio, jornalistas com título profissional válido, outros profissionais dos órgãos de comunicação social e associações e outras entidades que promovam iniciativas de interesse relevante na área da comunicação social.

### Artigo 7.º

#### **Condições específicas de elegibilidade para publicações periódicas e órgãos de comunicação social digitais**

1 - São elegíveis para o regime de incentivos aprovado pelo presente decreto-lei as pessoas singulares ou coletivas proprietárias ou editoras de publicações periódicas de órgãos de comunicação social que, para além das condições previstas no artigo anterior, reúnam, cumulativamente, as seguintes condições:

- a) Sejam de informação geral;

- b) Sejam de âmbito regional ou local ou constituam um meio de valorização da língua portuguesa e da cooperação entre países lusófonos;
- c) Cumpram os requisitos de periodicidade e o período mínimo de registo estabelecidos no regulamento de atribuição dos incentivos do Estado à comunicação social;
- d) Tenham uma tiragem mínima de 750 exemplares.

2 - São ainda elegíveis para o regime de incentivos aprovado pelo presente decreto-lei as pessoas singulares ou coletivas que, para além de cumprirem o disposto nas alíneas a) e b) do número anterior, sejam proprietárias ou editoras de órgãos de comunicação social digitais e cumpram o período mínimo de registo, nos termos constantes do regulamento de atribuição dos incentivos do Estado à comunicação social.

**Alterações**

Alterado pelo/a [Declaração de Retificação n.º 13/2015](#) - Diário da República n.º 66/2015, Série I de 2015-04-06, em vigor a partir de 2015-03-01

**Artigo 8.º*****Condições específicas de elegibilidade para operadores de rádio***

1 - São elegíveis para o regime de incentivos aprovado pelo presente decreto-lei os operadores de radiodifusão que forneçam serviços que, para além das condições previstas no artigo 6.º, reúnam, cumulativamente, as seguintes condições:

- a) Tenham serviços de programas generalistas ou temáticos informativos;
- b) Operem exclusivamente numa comunidade local;
- c) Na data da apresentação da candidatura, perfaçam, no mínimo, dois anos de licenciamento e de emissão ininterrupta.

2 - São ainda elegíveis para o regime de incentivos aprovado pelo presente decreto-lei os operadores de rádio que difundam serviços de programas de conteúdos de âmbito local exclusivamente através da Internet.

3 - Para efeitos do disposto no número anterior, são elegíveis os operadores de rádio que, na data da apresentação da candidatura, tenham completado, no mínimo, dois anos de registo dos respetivos serviços de programas e de emissão ininterrupta.

**Artigo 9.º*****Publicações excluídas***

1 - O regime de incentivos aprovado pelo presente decreto-lei não se aplica às seguintes publicações:

- a) Pertencentes ou editadas, direta ou indiretamente, por partidos e associações políticas;
- b) Pertencentes ou editadas, direta ou indiretamente, por associações sindicais, de empregadores ou profissionais;
- c) Pertencentes ou editadas, direta ou indiretamente, por organismos ou serviços da administração central, regional ou local, bem como por quaisquer serviços ou departamentos deles dependentes;
- d) De conteúdo pornográfico ou incitadoras, de forma direta ou indireta, ao ódio e à violência;
- e) Que incluam mensagens discriminatórias, nomeadamente de teor sexista, racista, homofóbico ou contrário aos princípios do Estado de Direito democrático;
- f) Que não sejam maioritariamente distribuídas, a título gratuito ou oneroso, no território nacional, exceto se destinadas às comunidades portuguesas no estrangeiro ou aos países de língua oficial portuguesa;
- g) Que ocupem com conteúdo publicitário uma superfície superior a 50 % do espaço disponível de edição, incluindo suplementos e encartes, calculada com base na média das edições publicadas nos 12 meses anteriores à data de apresentação da respetiva candidatura;
- h) Que não se integrem no conceito de imprensa, nos termos da lei;
- i) Periódicas gratuitas, sem prejuízo do disposto no n.º 2 do artigo 7.º.

2 - Compete à ERC pronunciar-se sobre a natureza do conteúdo das publicações a que se refere a alínea d) do número anterior.

## Artigo 10.º

**Tipologias de incentivos**

O regime de incentivos aprovado pelo presente decreto-lei permite a atribuição de apoios no âmbito dos seguintes incentivos:

- a) Ao emprego e à formação profissional;
- b) À modernização tecnológica;
- c) Ao desenvolvimento digital;
- d) À acessibilidade à comunicação social;
- e) Ao desenvolvimento de parcerias estratégicas;
- f) À literacia e educação para a comunicação social.

## Artigo 11.º

**Competência para a atribuição dos incentivos**

1 - Compete às comissões de coordenação e desenvolvimento regional (CCDR) a instrução dos procedimentos de atribuição dos incentivos previstos nas alíneas b) a f) do artigo anterior, de acordo com o estabelecido no regulamento de atribuição dos incentivos do Estado à comunicação social.

2 - As competências de cada CCDR no âmbito dos procedimentos de atribuição dos incentivos são determinadas pelo local de execução do projeto apresentado ou, subsidiariamente, pelo local da sede do requerente, de acordo com as respetivas áreas geográficas de atuação definidas na lei.

3 - Se da aplicação dos critérios previstos no número anterior resultar a atribuição de competência a mais do que uma CCDR, o requerente pode apresentar a sua candidatura em qualquer uma delas.

4 - A instrução dos procedimentos de atribuição dos incentivos previstos na alínea a) do artigo anterior cabe às entidades legalmente competentes ou que para o efeito venham a ser designadas.

## Artigo 12.º

**Decisão de atribuição dos incentivos**

1 - A decisão final de atribuição dos incentivos é da competência das CCDR, sem prejuízo do recurso jurisdicional competente.

2 - A decisão referida no número anterior obedece aos seguintes critérios gerais, a desenvolver no regulamento de atribuição dos incentivos do Estado à comunicação social:

- a) O contributo dos projetos propostos para a sustentabilidade, inovação empresarial e ou tecnológica e empregabilidade dos órgãos de comunicação social, seus jornalistas e profissionais do setor da comunicação social;
- b) O contributo dos projetos propostos para o desenvolvimento digital dos órgãos de comunicação social regional ou local;
- c) O contributo dos projetos propostos para o pluralismo de meios de comunicação social regional ou local e para o reforço da capacidade de produção de conteúdos.

3 - A decisão referida no n.º 1 deve fundamentar a sua conformidade com os princípios da não discriminação, da transparência, da imparcialidade, do pluralismo de expressão e opinião e a independência dos órgãos de comunicação social perante o poder político e poder económico.

## Artigo 13.º

**Majorações**

As candidaturas apresentadas com vista à atribuição dos incentivos da competência das CCDR podem beneficiar, isolada ou cumulativamente, das seguintes majorações:

- a) De 5 %, caso a execução do projeto aprovado preveja a criação líquida de um ou mais postos efetivos de trabalho para jornalistas com carteira profissional, por um período não inferior a dois anos;
- b) De 5 %, caso os postos de trabalhos previstos na alínea anterior sejam preenchidos por um ou mais desempregados de longa duração, beneficiários do rendimento social de inserção ou pessoa com deficiência com grau de incapacidade igual ou superior a 60 %;
- c) De 5 %, caso o projeto apresentado se destine a operar exclusivamente em suporte digital;
- d) De 10 %, caso o projeto apresentado se situe em territórios de baixa densidade ou em territórios com um índice PIB per capita por NUTS III inferior a 75 % da média do PIB per capita nacional.

### Artigo 14.º

#### **Financiamento**

1 - Sem prejuízo do disposto no regulamento de atribuição dos incentivos do Estado à comunicação social, os montantes a atribuir no âmbito do presente decreto-lei são anualmente fixados por despacho dos membros do Governo responsáveis pelas áreas das finanças, da comunicação social e do desenvolvimento regional, impreterivelmente durante o mês de abril.

2 - As verbas destinadas à atribuição dos incentivos da competência das CCDR são suportadas pelas receitas do Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais (GEPAC).

#### **Alterações**

Alterado pelo/a Artigo 427.º do/a [Lei n.º 2/2020 - Diário da República n.º 64/2020, Série I de 2020-03-31](#), em vigor a partir de 2020-04-01

Alterado pelo/a Artigo 5.º do/a [Decreto-Lei n.º 27/2017 - Diário da República n.º 50/2017, Série I de 2017-03-10](#), em vigor a partir de 2017-03-11

### Artigo 15.º

#### **Pagamentos e transferências**

1 - Cabe ao GEPAC certificar e efetuar os pagamentos e transferências aos beneficiários dos incentivos, com base em pedidos para o efeito apresentados pelas CCDR competentes.

2 - Os pedidos de pagamento e transferência referidos no número anterior devem incluir os elementos constantes do regulamento de atribuição dos incentivos do Estado à comunicação social.

#### **Alterações**

Alterado pelo/a Artigo 5.º do/a [Decreto-Lei n.º 27/2017 - Diário da República n.º 50/2017, Série I de 2017-03-10](#), em vigor a partir de 2017-03-11

### Artigo 16.º

#### **Comissões de acompanhamento**

1 - É criada, junto de cada CCDR, uma comissão de acompanhamento dos regimes de incentivo à leitura de publicações periódicas e dos incentivos do Estado à comunicação social.

2 - Cada comissão de acompanhamento é composta por representantes das seguintes entidades:

- a) Um elemento da CCDR, que preside;
- b) Um representante do membro do Governo responsável pela área das finanças;
- c) Um representante do GEPAC;
- d) Um representante do membro do Governo responsável pela área da comunicação social;
- e) Um representante do membro do Governo responsável pela área do desenvolvimento regional;

- f) Um elemento da Associação Nacional de Municípios Portugueses;
- g) Um elemento designado por cada uma das associações representativas das empresas jornalísticas de âmbito regional ou local;
- h) Um elemento designado por cada uma das associações representativas das empresas de radiodifusão de âmbito local;
- i) Um elemento designado por cada uma das associações representativas de órgãos de comunicação social que operem em suportes não representados nas alíneas g) e h).

3 - Compete à comissão de acompanhamento:

- a) Receber a proposta de decisão final de atribuição de incentivos que lhe seja remetida pelo órgão instrutor do procedimento e, caso se justifique, emitir o respetivo parecer;
- b) Solicitar às CCDR quaisquer informações sobre os processos objeto de decisão e analisar e aprovar o relatório anual de execução por aquelas elaborado;
- c) Propor alterações ao regulamento de atribuição dos incentivos do Estado à comunicação social e ao regulamento específico do incentivo à leitura de publicações periódicas;
- d) Pronunciar-se sobre o montante máximo a atribuir em cada incentivo, fixado anualmente no despacho referido no n.º 1 do artigo 14.º;
- e) Identificar novas necessidades e temas que devam ser considerados no âmbito do regime de incentivos, em função do desenvolvimento dos meios de comunicação social e das condições de formação e trabalho jornalístico;
- f) Acompanhar a execução dos projetos beneficiados.

4 - Os membros da comissão de acompanhamento não são remunerados.

5 - A lista dos membros que integram cada comissão de acompanhamento é publicada em Diário da República.

#### **Alterações**

Alterado pelo/a Artigo 5.º do/a [Decreto-Lei n.º 27/2017 - Diário da República n.º 50/2017, Série I de 2017-03-10](#), em vigor a partir de 2017-03-11

### **Artigo 17.º**

#### ***Procedimento***

As condições de aplicação e a tramitação dos procedimentos relativos à atribuição e pagamento dos incentivos são fixadas no regulamento de atribuição dos incentivos do Estado à comunicação social.

### **Secção II**

#### ***Dos incentivos em particular***

### **Subsecção I**

#### ***Incentivo ao emprego e à formação profissional***

### **Artigo 18.º**

#### ***Conteúdo***

O incentivo ao emprego e à formação profissional tem por objetivo promover a empregabilidade, a capacitação e o desenvolvimento de competências na área da comunicação social, incluindo as vertentes da gestão empresarial e comercial do setor dos media.

**Artigo 19.º*****Regime***

1 - O incentivo referido no artigo anterior concretiza-se no apoio a iniciativas vocacionadas para a qualificação e inserção profissional e social de jornalistas e outros profissionais de comunicação social, especialmente em situação de desemprego.

2 - A atribuição do apoio é feita através das medidas e iniciativas disponibilizadas pelo Instituto do Emprego e da Formação Profissional, I. P. (IEFP), no âmbito do emprego e da formação profissional, nomeadamente nas seguintes áreas:

a) Apoios à contratação, destinados a promover a contratação de jornalistas e outros profissionais dos órgãos de comunicação social em situação de desemprego;

b) Apoios ao empreendedorismo, destinados a promover a criação do próprio emprego ou de empresas na área da comunicação social;

c) Apoios à integração, destinados a complementar e desenvolver competências na área da comunicação social, de forma a melhorar o perfil de empregabilidade dos jornalistas e outros profissionais dos órgãos de comunicação social através de formação e experiência prática em contexto laboral, nos termos dos instrumentos de regulamentação coletiva aplicáveis;

d) Apoios à inserção, destinados a promover a empregabilidade, preservando e melhorando as competências socioprofissionais de jornalistas e outros profissionais dos órgãos de comunicação social em situação de desemprego, através da manutenção do contacto com o mercado de trabalho e do apoio a atividades socialmente úteis que satisfaçam necessidades sociais ou coletivas;

e) Apoios à formação profissional, destinados ao desenvolvimento de competências na área da comunicação social e ao aumento da empregabilidade dos respetivos destinatários, tendo em consideração as especificidades de formação para os diferentes meios de comunicação social.

f) Apoios à formação em competências digitais e de gestão, como forma de capacitar essas entidades a competir e posicionarem-se estrategicamente no mercado de media.

3 - Para efeitos do disposto no número anterior, as medidas e iniciativas disponibilizadas pelo IEFP, I. P., são especialmente concebidas para jornalistas e outros profissionais da área da comunicação social.

4 - Os estágios profissionais promovidos pelo IEFP, I. P., ao abrigo da alínea d) do n.º 2, que tenham por objetivo o acesso à profissão de jornalista, devem ter a duração de 12 ou 18 meses, nos termos previstos no artigo 5.º da Lei n.º 1/99, de 13 de janeiro.

5 - Para efeitos do disposto no número anterior, o IEFP, I. P., deve garantir que os estagiários são orientados por jornalistas acreditados.

**Alterações**

Alterado pelo/a Artigo 304.º do/a [Lei n.º 82/2023](#) - Diário da República n.º 250/2023, Série I de 2023-12-29, em vigor a partir de 2024-01-01

**Artigo 20.º*****Formação no âmbito dos fundos europeus***

1 - Os apoios à formação profissional podem ser suportados por fundos europeus, nos casos e nas condições previstos nos respetivos programas operacionais.

2 - No âmbito da gestão dos programas operacionais regionais, as CCDR podem apoiar programas ou linhas de formação na área da comunicação social e noutras com esta conexas ou instrumentais, em termos a definir na respetiva regulamentação.

**Subsecção II*****Incentivo à modernização tecnológica*****Artigo 21.º**

**Conteúdo**

- 1 - O incentivo à modernização tecnológica tem por objetivo apoiar projetos orientados para a requalificação e reconversão de equipamentos e infraestruturas dos órgãos de comunicação social local regional.
- 2 - Podem beneficiar do incentivo referido no número anterior os seguintes projetos:
  - a) De aquisição de hardware, software, equipamentos e acessórios técnicos necessários ao exercício da atividade;
  - b) De modernização e aquisição de novas infraestruturas e equipamentos;
  - c) De reconversão tecnológica na insonorização, tratamento acústico e adaptação de estúdios.
  - d) De aquisição de software utilizado na proteção dos meios digitais.
- 3 - O incentivo referido no n.º 1 inclui apenas os investimentos que venham a ser realizados após a decisão de aprovação da candidatura.
- 4 - Os beneficiários do incentivo não podem vender, locar, alienar ou onerar por qualquer forma, no todo ou em parte, as várias componentes do immobilizado corpóreo ou de quaisquer equipamentos previstos no projeto aprovado durante um período mínimo de três anos, contados da data de atribuição do incentivo.

**Alterações**

Alterado pelo/a Artigo 304.º do/a [Lei n.º 82/2023](#) - Diário da República n.º 250/2023, Série I de 2023-12-29, em vigor a partir de 2024-01-01

**Artigo 22.º****Regime**

O incentivo referido no artigo anterior concretiza-se numa comparticipação, não reembolsável, correspondente a 50 % dos custos previstos para a execução do projeto apresentado, com o limite máximo fixado no regulamento de atribuição dos incentivos do Estado à comunicação social.

**Subsecção III****Incentivo ao desenvolvimento digital****Artigo 23.º****Conteúdo**

- 1 - O incentivo ao desenvolvimento digital tem por objetivo apoiar projetos orientados para a utilização de plataformas multimédia e conversão sustentável para o digital dos órgãos de comunicação social, no sentido de promover a convergência e estimular a produção de novos formatos jornalísticos através do melhor aproveitamento dos recursos disponíveis.
- 2 - Podem beneficiar do incentivo referido no número anterior os seguintes projetos:
  - a) De alojamento inicial em plataformas digitais de produção e disponibilização de conteúdos;
  - b) De aquisição de tecnologias, programas ou aplicações que reduzam os custos de investimento em equipamento físico, promovam a produção de conteúdos de proximidade e otimizem as tarefas de produção, edição, distribuição e arquivo de conteúdos através de plataformas digitais;
  - c) Online que promovam a convergência entre os vários formatos de apresentação da informação por parte dos órgãos de comunicação social de âmbito regional ou local;
  - d) Que visem a criação de hubs ou portais de armazenamento e partilha de conteúdos digitais entre órgãos de comunicação social de âmbito nacional, regional ou local e meios de comunicação social em língua portuguesa sediados no estrangeiro;
  - e) Que permitam a disponibilização ou difusão de conteúdos em streaming;
  - f) De medição de audiências digitais e de controlo da venda de assinaturas e conteúdos digitais.

**Artigo 24.º****Regime**

1 - As candidaturas apresentadas são acompanhadas de um plano de desenvolvimento digital, instruído nos termos e com os elementos definidos no regulamento de atribuição dos incentivos do Estado à comunicação social, devendo obrigatoriamente contemplar:

- a) A adoção de campanhas de angariação de assinaturas digitais;
- b) A redução em 50 % do valor de assinaturas digitais, garantindo-se em qualquer caso um valor final correspondente a, pelo menos, metade do valor da assinatura da edição impressa;
- c) A disponibilização de edições online cujos conteúdos compreendam, pelo menos, a maioria dos conteúdos disponibilizados na edição impressa;
- d) A adoção de processos de gestão publicitária através das plataformas digitais.

2 - Nos casos de órgãos de comunicação social digitais ou de órgãos de comunicação de âmbito regional ou local que demonstrem a intenção de conversão total de conteúdos para o meio digital, o incentivo concretiza-se numa comparticipação, única e não reembolsável, pelo prazo máximo de dois anos consecutivos, correspondente a 60 % dos custos necessários à execução do projeto apresentado, com o limite máximo fixado no regulamento de atribuição dos incentivos do Estado à comunicação social.

3 - Nos casos dos operadores de radiodifusão que pretendam promover ou reforçar o seu desenvolvimento através da conversão de conteúdos para o meio digital, o montante da comparticipação corresponde a 60 % dos custos necessários à execução do projeto apresentado, com o limite máximo fixado no regulamento de atribuição dos incentivos do Estado à comunicação social.

4 - Tendo em vista a consolidação do desenvolvimento digital dos órgãos de comunicação social de âmbito regional ou local, o Estado pode adotar medidas ou incentivos que apoiem o acesso e distribuição através das plataformas digitais, em parceria com as entidades e associações do setor.

**Subsecção IV****Incentivo à acessibilidade à comunicação social****Artigo 25.º****Conteúdo**

1 - O incentivo à acessibilidade à comunicação social tem em vista o desenvolvimento de projetos e programas de âmbito regional ou local que assegurem ou promovam a acessibilidade de pessoas com deficiência aos conteúdos da comunicação social e às tecnologias de informação e comunicação.

2 - Podem beneficiar do incentivo referido no número anterior projetos ou programas desenvolvidos em parceria entre órgãos de comunicação social, comunidades intermunicipais ou locais, associações e ou instituições de solidariedade social.

3 - Para efeitos do disposto no número anterior são consideradas elegíveis as seguintes iniciativas:

- a) Projetos que assegurem que a leitura dos meios de comunicação social possa ser feita sem recurso à visão, a movimentos precisos, ações simultâneas ou a dispositivos apontadores, designadamente ratos;
- b) Projetos que assegurem que a obtenção da informação e a respetiva pesquisa possam ser efetuadas através de interfaces auditivos, visuais ou tácteis;
- c) Projetos que promovam a uniformização das plataformas de informação de modo a serem mais direcionadas para as pessoas com deficiência e necessidades especiais, designadamente através da aplicação das recomendações para a acessibilidade digital

e da promoção de software livre para a deficiência.

## Artigo 26.º

### **Regime**

O incentivo referido no artigo anterior concretiza-se numa comparticipação, única e não reembolsável, pelo prazo máximo de dois anos consecutivos, correspondente a 80 % dos custos necessários à execução do projeto apresentado, com o limite máximo fixado no regulamento de atribuição dos incentivos do Estado à comunicação social.

## Subsecção V

### **Incentivo ao desenvolvimento de parcerias estratégicas**

## Artigo 27.º

### **Conteúdo**

1 - O incentivo ao desenvolvimento de parcerias estratégicas destina-se a apoiar os órgãos de comunicação social de âmbito regional ou local na criação de parcerias, acordos e quaisquer outras formas de associação ou colaboração com outros órgãos de comunicação social, sediados em território nacional ou no estrangeiro, tendo em vista uma melhor utilização dos recursos disponíveis, o aprofundamento de relações comerciais e editoriais, a valorização da comunicação social em língua portuguesa, o fortalecimento de estratégias de desenvolvimento regional e o intercâmbio com órgãos de comunicação social em língua portuguesa sediados no estrangeiro ou países de língua oficial portuguesa.

2 - Podem beneficiar do incentivo referido no número anterior as seguintes parcerias:

- a) Para a execução de projetos elegíveis no âmbito de qualquer dos incentivos previstos no presente decreto-lei;
- b) Com órgãos de comunicação social de língua portuguesa sediados no estrangeiro ou de países de língua oficial portuguesa, tendo em vista a criação, o acesso e a partilha de conteúdos jornalísticos, a partilha de receitas publicitárias ou a promoção de eventos culturais ou económicos com interesse para uma comunidade regional ou local e ou comunidade de portugueses no estrangeiro;
- c) Com órgãos de comunicação social de âmbito nacional, com vista à adoção de medidas ou projetos, designadamente em suporte digital, que fomentem a divulgação e valorização dos órgãos de comunicação social de língua portuguesa, a memória da comunicação social em língua portuguesa, a defesa da identidade regional ou local e o desenvolvimento regional ou local.

3 - As parcerias objeto do presente incentivo não podem implicar o acesso e partilha de arquivos que guardem documentos reservados e protegidos pelo sigilo profissional dos jornalistas, devendo ainda assegurar a proteção conferida pelo direito de autor.

4 - As parcerias previstas na alínea c) do n.º 2 não podem envolver órgãos de comunicação social direta ou indiretamente pertencentes ao mesmo grupo empresarial.

## Artigo 28.º

### **Regime**

1 - Nos casos previstos na alínea a) do n.º 2 do artigo anterior, o incentivo concretiza-se numa majoração do apoio concedido correspondente a 10 % do valor total do projeto aprovado.

2 - Nos casos referidos nas alíneas b) e c) do n.º 2 do artigo anterior, o incentivo concretiza-se numa comparticipação única, não reembolsável, com o limite máximo fixado no regulamento de atribuição dos incentivos do Estado à comunicação social.

3 - Nos procedimentos de atribuição do incentivo referido no artigo anterior devem ser considerados preferenciais os projetos de parcerias que envolvam órgãos de comunicação social que não tenham beneficiado de apoio nos dois anos anteriores.

## Subsecção VI

### ***Incentivo à literacia e educação para a comunicação social***

#### Artigo 29.º

##### **Conteúdo**

1 - O incentivo à literacia e educação para a comunicação social tem em vista o desenvolvimento de projetos e programas de âmbito regional ou local que estimulem e reforcem a literacia e a inclusão para a comunicação social, o conhecimento de assuntos de caráter local e regional e a captação de novos leitores, especialmente em novos suportes e meios de acesso, numa determinada comunidade regional.

2 - Podem beneficiar do incentivo referido no número anterior projetos ou programas desenvolvidos em parceria entre órgãos de comunicação social, comunidades intermunicipais, ou locais no caso das regiões autónomas, estabelecimentos do ensino básico, secundário ou superior, associações, cooperativas e ou instituições de solidariedade social.

3 - Para efeitos do disposto no número anterior são considerados elegíveis projetos ou programas de captação de novos leitores em parceria que incluam ações escolares, congressos, estudos, visitas de estudo aos media, ATL's ou outras iniciativas de formação e valorização dos órgãos de comunicação social junto de novos públicos.

##### **Alterações**

Alterado pelo/a Artigo 304.º do/a [Lei n.º 82/2023](#) - Diário da República n.º 250/2023, Série I de 2023-12-29, em vigor a partir de 2024-01-01

#### Artigo 30.º

##### **Regime**

1 - O incentivo referido no artigo anterior concretiza-se:

a) Numa comparticipação, única e não reembolsável, correspondente a 50 % dos custos necessários à execução do projeto aprovado, com o limite máximo fixado no regulamento de atribuição dos incentivos do Estado à comunicação social;

b) Na oferta de assinaturas de publicações periódicas, em papel ou em suporte digital, em número a definir no regulamento referido na alínea anterior, aos estabelecimentos de ensino que sejam parceiros em projetos aprovados ao abrigo deste incentivo, com duração não inferior a um ano letivo, e enquanto tais projetos durarem.

c) Na oferta, a instituições de solidariedade social que prestem serviços de apoio à terceira idade, de uma assinatura anual dos jornais sedeados na comunidade intermunicipal a que pertencem.

2 - Atentos os fins de interesse cultural subjacentes à promoção da literacia e educação para a comunicação social, é aplicável aos donativos concedidos no âmbito do incentivo referido no artigo anterior o regime do mecenato cultural constante do artigo 62.º do Decreto-Lei n.º 215/89, de 1 de julho.

##### **Alterações**

Alterado pelo/a Artigo 304.º do/a [Lei n.º 82/2023](#) - Diário da República n.º 250/2023, Série I de 2023-12-29, em vigor a partir de 2024-01-01

## Subsecção VII

### **Outros incentivos**

**Artigo 31.º****Outros incentivos**

O regime de incentivos previsto no presente decreto-lei não prejudica a criação, mediante decreto-lei, de outros incentivos à comunicação social.

**Secção III****Execução e fiscalização dos incentivos****Artigo 32.º****Execução dos projetos**

- 1 - As entidades beneficiárias dos incentivos da competência das CCDR estão obrigadas ao cumprimento integral e pontual dos projetos apresentados, nos exatos termos constantes da decisão de aprovação das respetivas candidaturas.
- 2 - Qualquer alteração aos termos da candidatura aprovada depende de prévia autorização do órgão competente para a decisão de atribuição do incentivo, devendo ser solicitada pela entidade beneficiária, em requerimento fundamentado, até 31 de dezembro do ano em que foi atribuído o apoio.
- 3 - O prazo de execução do projeto pode, mediante requerimento fundamentado do beneficiário, ser excecionalmente prorrogado, uma única vez, pelo órgão competente para a decisão de atribuição do incentivo.
- 4 - A prorrogação prevista no número anterior não pode ter duração superior a um terço do prazo inicialmente fixado.

**Artigo 33.º****Obrigação de reporte periódico**

- 1 - As entidades beneficiárias dos incentivos da competência das CCDR devem reportar periodicamente às CCDR competentes, através de relatório, os termos e os níveis de execução dos apoios concedidos.
- 2 - O modo e a periodicidade da obrigação de reporte referida no número anterior são definidos pelas CCDR na decisão de aprovação da candidatura, tendo em consideração a tipologia do projeto, a sua complexidade e o respetivo calendário de execução.
- 3 - Os relatórios periódicos referidos no número anterior são aprovados pela CCDR competente.
- 4 - Os termos da obrigação de reporte são fixados no regulamento de atribuição dos incentivos do Estado à comunicação social.

**Artigo 34.º****Fiscalização**

- 1 - Sem prejuízo da obrigação de reporte prevista no artigo anterior, os beneficiários dos apoios atribuídos estão sujeitos a ações de fiscalização por parte das CCDR, com o objetivo de verificar o cumprimento das condições de execução estabelecidas na decisão de aprovação das candidaturas e em eventuais alterações à mesma que tenham sido posteriormente autorizadas.
- 2 - As entidades beneficiárias dos incentivos da competência das CCDR devem fornecer todos os elementos que lhes sejam solicitados pelos serviços destas, bem como facultar o acesso dos agentes fiscalizadores às respetivas instalações, equipamentos, documentos de prestação de contas e outros elementos necessários ao exercício da sua atividade.

**Artigo 35.º**

**Relatório final de execução**

- 1 - Finda a execução do projeto ou atingido o prazo previsto para a execução do mesmo, as entidades beneficiárias dos incentivos da competência das CCDR devem, no prazo máximo de 30 dias, enviar à CCDR competente um relatório final fundamentado que especifique os termos de execução do projeto, acompanhado pelos comprovativos documentais da efetiva aplicação dos apoios atribuídos e da cabal execução do projeto.
- 2 - O relatório final de execução é aprovado pela CCDR competente.
- 3 - A não aprovação do relatório final de execução pode determinar a obrigação de restituição do montante do apoio concedido.
- 4 - A obrigação de restituição do apoio concedido existe sempre quando a não aprovação do relatório final de execução seja imputável à entidade beneficiária.

**Artigo 36.º****Publicitação**

- 1 - As entidades competentes para a atribuição dos incentivos elaboram e submetem à Assembleia da República, depois de aprovado pelo membro do Governo responsável pela área da comunicação social, um relatório anual relativo à execução, dentro da respetiva área geográfica de atuação, do regime de incentivos aprovado pelo presente decreto-lei, o qual deve incluir, designadamente, os seguintes elementos:
  - a) Identificação das entidades beneficiárias;
  - b) Valor total discriminado dos apoios atribuídos;
  - c) Níveis de execução do regime de incentivos;
  - d) Grau de cumprimento dos projetos apoiados;
  - e) Impacto dos apoios, considerando os objetivos do regime de incentivos.
- 2 - As entidades referidas no número anterior devem ainda manter no respetivo sítio na Internet listagens atualizadas dos projetos e ações submetidos e aprovados, com a identificação dos respetivos beneficiários, tipologia de incentivos, valores financiados e síntese de execução dos projetos.

**Capítulo III****Regime sancionatório****Artigo 37.º****Responsabilidade civil e criminal**

Na determinação das formas de efetivação da responsabilidade civil e ou criminal emergente de factos cometidos no âmbito da execução dos apoios previstos no presente decreto-lei observam-se os princípios gerais.

**Artigo 38.º****Contraordenações**

- 1 - Constituem contraordenação:
  - a) A inobservância do disposto nos n.os 3 e 4 do artigo 21.º, punível com coima de (euro) 200 a (euro) 1500 ou de (euro) 400 a (euro) 3000, consoante se trate de pessoa singular ou coletiva;

b) A violação do disposto no n.º 1 do artigo 32.º, no n.º 1 do artigo 33.º, no n.º 2 do artigo 34.º e no n.º 1 do artigo 35.º, punível com coima de (euro) 1500 a (euro) 3000 ou de (euro) 3000 a (euro) 30 000, consoante se trate de pessoa singular ou coletiva.

2 - A negligência é punível, sendo os montantes máximos e mínimo das coimas reduzidos para metade.

3 - Em função da gravidade da infração e da culpa do agente, a prática da contraordenação pode ainda dar lugar à sanção acessória de privação do direito a beneficiar, direta e indiretamente, do regime de incentivos previsto no presente decreto-lei por um período não superior a dois anos.

#### Artigo 39.º

##### ***Instrução dos processos e aplicação das coimas e sanções acessórias***

Compete às CCDR instaurar e instruir os processos relativos às contraordenações previstas no artigo anterior, competindo ao presidente a aplicação das respetivas coimas e sanções acessórias.

#### Artigo 40.º

##### ***Destino do produto das coimas***

O produto das coimas reverte em:

- a) 60 % para o Estado;
- b) 40 % para a respetiva CCDR.

#### Artigo 41.º

##### ***Regime aplicável e direito subsidiário***

Às contraordenações previstas no artigo 38.º aplica-se o regime geral do ilícito de mera ordenação social, constante do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, alterado pelos Decretos-Leis n.os 356/89, de 17 de outubro, 244/95, de 14 de setembro, e 323/2001, de 17 de dezembro, e pela Lei n.º 109/2001, de 24 de dezembro.

#### Capítulo IV

##### ***Disposições complementares e finais***

#### Artigo 42.º

##### ***Limite à cumulação***

1 - A mesma entidade candidata não pode, durante um período de três exercícios financeiros consecutivos, beneficiar de incentivos de natureza pública, previstos ou não no presente decreto-lei, em valor superior a (euro) 200 000, incluindo majorações, independentemente do número de projetos apresentados e do valor total dos investimentos, líquido do IVA, nos termos das disposições comunitárias relativas aos auxílios de minimis.

2 - O período é determinado com base nos exercícios financeiros utilizados pelo beneficiário dos incentivos atribuídos no âmbito do presente decreto-lei.

#### Artigo 43.º

**Contagem dos prazos**

Os prazos previstos no presente decreto-lei contam-se nos termos do Código do Procedimento Administrativo.

**Artigo 44.º****Regulamentação**

O regulamento de atribuição dos incentivos do Estado à comunicação social é aprovado por portaria dos membros do Governo responsáveis pelas áreas das finanças, da comunicação social e do desenvolvimento regional.

**Artigo 45.º****Regiões Autónomas**

1 - As competências em matéria de instrução e decisão dos procedimentos de atribuição dos incentivos previstos no presente decreto-lei são exercidas nas Regiões Autónomas pelos organismos regionalmente competentes.

2 - Nas Regiões Autónomas o montante a atribuir relativamente a cada um dos incentivos é anualmente fixado por portaria dos membros do Governo responsáveis pelas áreas da comunicação social e do desenvolvimento regional, sob proposta do membro do governo regional responsável pela área da comunicação social, depois de ouvida a respetiva comissão de acompanhamento.

3 - As comissões de acompanhamento do regime de incentivos do Estado à comunicação social em cada Região Autónoma são presididas pelo representante dos organismos regionalmente competentes, devendo incluir obrigatoriamente os representantes referidos nas alíneas b), d), e), f), g), h) e i) do n.º 2 do artigo 16.º.

4 - O produto das coimas aplicadas nas Regiões Autónomas pelos respetivos serviços competentes constitui receita própria das mesmas.

**Artigo 46.º****Norma revogatória**

É revogado o Decreto-Lei n.º 7/2005, de 6 de janeiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 35/2009, de 9 de fevereiro.

**Artigo 47.º****Entrada em vigor**

O presente decreto-lei entra em vigor no dia 1 de março de 2015.