Última atualização: 15 de julho de 2025

CÓDIGO DE CONDUTA DO GRUPO MEDIALIVRE

1. INTRODUÇÃO

Este Código de Conduta destina-se a informar os consumidores sobre as práticas adotadas pela **MEDIALIVRE, S.A.**, empresa de comunicação social detentora, direta ou indiretamente, de diversos serviços de programas televisivos CMTV, CMTV Internacional e NEWS NOW, do serviço de programas de rádio CMR, de diversos órgãos de comunicação social, que incluem Correio da Manhã, Record, Negócios, Sábado, TV Guia, Destak, Máxima, Flash e Aquela Máquina e páginas de internet referentes a todos os serviços de comunicação acima mencionados (doravante referidos em conjunto como "**Grupo Medialivre**").

À semelhança de outros órgãos de comunicação social, de relevo internacional e nacional, também os órgãos de comunicação social que integram o Grupo Medialivre possuem, naturalmente, conteúdos editoriais, mas também comerciais, que são apoiados por entidades externas, de carácter comercial, nomeadamente os conteúdos patrocinados e, bem assim, conteúdos publicitários.

Uma vez que o Grupo Medialivre dá prioridade absoluta à informação, e ao direito a ser informado - sendo a objetividade da informação e a transparência para com os cidadãos um valor fulcral para o Grupo Medialivre -, é elaborado o presente Código de Conduta, que tem como objetivo garantir que os Cidadãos identificam, de forma clara, os conteúdos que estão a consumir, estando também informados daquelas que são as práticas implementadas nas publicações do Grupo Medialivre.

A atuação do Grupo Medialivre pauta-se pelo compromisso com a autonomia editorial, o rigor jornalístico e a eficiência na gestão dos recursos e operações. Nesse sentido, reconhece-se a independência das Direções Editoriais de cada projeto, sendo cada Redação composta por um Diretor Editorial, responsável por assegurar o cumprimento dos respetivos Estatutos Editoriais. À figura dos Diretores Editoriais, acresce ainda a figura do Diretor-Geral Editorial, enquanto responsável pela gestão integrada dos orçamentos, estrutura e sinergias operacionais.

Sem prejuízo da independência editorial que existe entre os diferentes títulos do Grupo Medialivre, compostos por Direção e estatutos editoriais próprios, através do presente Código de Conduta o Grupo Medialivre pretende assegurar que todas as formas de comunicação são claras e transparentes para os Cidadãos. Através da partilha daquelas que são as práticas do Grupo Medialivre, o presente Código de Conduta tem em vista garantir que o direito à informação dos Cidadãos é integralmente respeitado, e a transparência assegurada.

2. PRINCÍPIOS GERAIS

O Grupo Medialivre compromete-se a agir com integridade, veracidade, imparcialidade, precisão e com responsabilidade na sua relação com os leitores, espectadores e ouvintes, assegurando que cada interação, seja ela proveniente de conteúdos editoriais ou comerciais, é clara, compreensível identificada e transparente.

Reafirma-se o primado da notícia, que se concretiza na possibilidade de efetuar ajustes excecionais na grelha de programação justificados pela necessidade de cobertura de acontecimentos inesperados. Este princípio está patente aos serviços de programas de caracter informativo, como é o caso do serviço de programas denominado NEWS NOW, mas também aos serviços de programas generalistas, como seja o serviço de programas CMTV. Nesse espírito, a atuação do Grupo Medialivre é guiada por valores essenciais que promovem um jornalismo rigoroso, ético e independente, construindo um ambiente informativo confiável e transparente, onde cada cidadão é respeitado e plenamente informado. Os valores orientadores da atividade dos Jornalistas do Grupo Medialivre incluem, entre outros:

2.1. Liberdade de Expressão e o Direito de Informar

Os Jornalistas do Grupo Medialivre devem lutar contra as restrições no acesso às fontes de informação, e contra as tentativas de limitar a liberdade de expressão e o direito de informar.

É dever geral dos jornalistas, e consequentemente dos Jornalistas do Grupo Medialivre, combater a censura e o sensacionalismo, considerando a acusação sem provas como grave falta profissional.

É uma obrigação intrínseca do exercício da atividade jornalística divulgar as ofensas a estes direitos, e lutar pelos mesmos.

2.2. Compromisso com a Objetividade e Veracidade

A busca pela objetividade é fundamental para a verdade factual, mesmo que tal seja reconhecidamente difícil de atingir. Contudo, a consciência da subjetividade motiva o Jornalista a procurar, divulgar e investigar os factos com fidelidade e seriedade.

O uso de fontes diversas, o trabalho colaborativo e uma investigação minuciosa e isenta de preconceitos são elementos essenciais para garantir a objetividade por que os Jornalistas do Grupo Medialivre se pautam.

2.3. Precisão e Exatidão

Os Jornalistas do Grupo Medialivre têm plena consciência da obrigação de evitar a divulgação de conteúdo impreciso ou que possa distorcer os factos.

Jornalismo não é ficção, pelo que em circunstância alguma devem os Jornalistas criar personagens, cenários ou declarações, demonstrando o seu compromisso total com a relevância dos factos apurados, integridade intelectual, e com a defesa do interesse público.

2.4. Utilização de Fontes Anónimas

Toda a informação deve ser atribuída à fonte original, que deverá ser identificada com a maior precisão possível para garantir a credibilidade da informação.

Conforme o Estatuto do Jornalista, o Jornalista tem a obrigação ética e deontológica de proteger a confidencialidade das fontes, de acordo com a lei e independentemente das possíveis repercussões legais. O Grupo Medialivre apoiará sempre os Jornalistas, na proteção da confidencialidade das fontes, quaisquer que sejam as consequências.

2.5. Plágio

O plágio, seja de texto, imagem ou outros materiais, é completamente inaceitável, pelo que, qualquer transcrição deve identificar não só o seu autor, mas também o respetivo suporte.

2.6. Contraditório, Transparência, Integridade e Rigor

As pessoas e entidades mencionadas nas peças jornalísticas do Grupo Medialivre, devem ter a oportunidade de responder aos factos que lhes são imputados, num prazo razoável. O Jornalista deve obrigatoriamente tentar o contacto para dar cumprimento ao respeito pelo princípio do contraditório, que é um elemento estruturante de qualquer notícia que envolva as referidas pessoas ou entidades.

A presunção de inocência é um princípio constitucional, aplicável ao poder judicial, pelo que os Jornalistas do Grupo Medialivre o devem sublinhar cada vez que for adequado no texto jornalístico.

Em todas as circunstâncias, o Jornalista deve identificar-se como tal, não devendo utilizar disfarces ou omitir a sua qualidade, tendo em vista obter informações.

Tal regra pode ser alvo de exceções, justificadas por razões de segurança pessoal, ou quando houver obstrução não justificável à realização do trabalho ou quando se torne absolutamente indispensável para a obtenção da notícia, revestida de interesse público.

Os Jornalistas do Grupo Medialivre reconhecem que a função do Grupo Medialivre não é julgar, mas dar sim a conhecer factos com interesse público.

Os Jornalistas do Grupo Medialivre devem pautar a sua conduta sempre orientados pelo compromisso total com a relevância dos factos apurados, a integridade intelectual, e na defesa do interesse público.

2.7. Correção de Erros

O Grupo Medialivre reconhece que erros podem ser cometidos, ainda que devam ser evitados. Todos os erros factuais ou omissões devem ser prontamente corrigidos e, se apropriado, formulado um pedido de desculpas.

A exatidão e a transparência são compromissos indispensáveis para o Grupo Medialivre.

2.8. Direito de Resposta

O direito de resposta é um direito constitucional que assiste a todo e qualquer visado num conteúdo. O Grupo Medialivre assegura a sua publicação a quem o solicite, de forma legítima, tempestiva, fundamentada e em cumprimento das disposições legais aplicáveis.

2.9. Distinção entre Notícia e Opinião

É importante diferenciar as peças jornalísticas noticiosas, das peças jornalísticas de opinião. Neste sentido, as peças jornalísticas que representem uma interpretação pessoal ou opinião devem ser claramente identificadas como tal, incluindo no modo como as peças são apresentadas aos Cidadãos, e obrigatoriamente assinadas.

2.10. Privacidade

A privacidade de todas as pessoas deve ser respeitada, salvo em casos de relevância pública manifesta. A obtenção de imagens ou gravações deve carecer de prévia autorização, quando não se enquadrem nas previsões legais sobre direitos de personalidade.

Exceções a tal regra só são admissíveis em circunstâncias específicas e devidamente justificadas, em que o interesse público seja manifestamente relevante.

2.11. Discriminação

Deve evitar-se referências à nacionalidade, origem, raça, religião, orientação sexual, estatuto social, condição de saúde ou incapacidade física / mental de uma pessoa, salvo se houver autorização do próprio (ou dos representantes legais), ou se essa identificação for essencial e relevante para a compreensão da notícia em causa.

2.12. Assédio

É proibido utilizar meios de intimidação, chantagem, e/ou qualquer forma de assédio ou perseguição persistente, ou compensações financeiras, para obter informações ou imagens. Os Jornalistas do Grupo Medialivre também não podem aceitar conteúdos escritos ou visuais provenientes de terceiros, que tenham sido obtidos em violação desta regra.

2.13. Respeito

Quando uma pessoa se encontra em dor, sofrimento, ou em situação de fragilidade física ou psicológica, o Jornalista deve evitar recolher informações que possam explorá-la, bem como imagens que a exponham de forma indevida.

As informações devem ser preferencialmente obtidas quando as fontes estão calmas, e não em momentos de intensa dor ou emoção.

2.14. Independência

O jornalista não deve cobrir temas sobre entidades com as quais tenha ligações pessoais ou profissionais.

A independência e a imparcialidade são valores basilares no trabalho de um Jornalista, pelo que, apesar de um Jornalista ter o direito de, enquanto cidadão, participar em movimentos políticos, culturais e sociais, tal atitude não pode prejudicar nem interferir na sua função primordial de informar com objetividade, rigor e isenção. Assim sendo o Jornalista, no exercício do seu direito de participação cívica, deve pautar-se por comportamentos que evitem a criação de conflitos de interesse.

Além do mais, os Jornalista do Grupo Medialivre não devem utilizar a sua posição profissional para obter vantagens pessoais ou resolver questões alheias ao exercício da profissão.

2.15. Lealdade e Atividades fora do Grupo Medialivre

A prestação de serviços jornalísticos a outras entidades, remunerados ou não, deve ser previamente comunicada à Direção Editorial respetiva e à Direção-Geral Editorial do Grupo Medialivre, garantindo-se assim que não há conflitos de interesse.

Em nenhum caso poderá o Jornalista realizar serviços para terceiros que configurem um conflito de interesses, especialmente em relação aos temas que acompanha regularmente no Grupo Medialivre.

A participação dos Jornalistas do Grupo Medialivre em outros órgãos de comunicação social de âmbito nacional, deverá ser devidamente identificada.

2.16. Jornalismo Financeiro

Mesmo nos casos em que a lei não o proíba, os Jornalistas do Grupo Medialivre não podem utilizar, para benefício próprio ou de terceiros, informação financeira confidencial obtida no exercício da sua profissão.

Os Jornalistas não podem redigir, editar ou influenciar qualquer notícia que envolva interesses financeiros ou patrimoniais próprios ou de familiares.

2.17. Ofertas

Os colaboradores do Grupo Medialivre devem manter uma postura crítica e independente em relação a qualquer forma de poder ou interesse, sem que isso se traduza em atitudes preconceituosas, ressentidas ou hostis.

Neste sentido, é proibida a aceitação de ofertas de valor comercial significativo por parte de qualquer colaborador do Grupo Medialivre e nunca de valor superior a €150,00 (cento e cinquenta euros).

Além do mais, todas as ofertas devem ser comunicadas à Direção respetiva do Grupo Medialivre e, as que não forem passiveis de aceitação, devem ser devolvidas ao remetente.

2.18. Viagens

Na mesma senda das Ofertas, também a participação em viagens, seja em comitivas oficiais ou organizadas por entidades privadas, depende de aprovação prévia da respetiva Direção, e deve ser justificada pelo manifesto interesse jornalístico.

Qualquer conteúdo que conte com apoio de terceiros deve incluir uma menção visível a esse apoio no momento da publicação, em local bem visível.

2.19. Redes Sociais

Independentemente da plataforma utilizada, os Jornalistas do Grupo Medialivre devem seguir o presente Código de Conduta. Neste sentido, a atuação dos mesmos nas redes sociais deve sempre respeitar os princípios éticos e deontológicos do Jornalismo, bem como as demais obrigações aqui previstas.

2.20. Separação e identificação de entidades comerciais

Os conteúdos comerciais encontram-se claramente distinguidos do conteúdo editorial.

O conteúdo editorial produzido pelos Jornalistas do Grupo Medialivre é livre e independente, sem qualquer tipo de condicionamento, nem nenhuma espécie de acesso por parte de entidades externas à redação.

Numa notícia, nomes de empresas, hotéis, marcas comerciais, instituições públicas ou privadas, e similares, devem ser incluídos apenas quando representarem um elemento relevante para a informação.

3. IDENTIFICAÇÃO DE CONTEÚDOS COMERCIAIS/ PATROCINADOS

O Grupo Medialivre valoriza a transparência, o respeito, a veracidade, e a confiança dos seus leitores/telespectadores/ouvintes e procura assegurar que todas as interações com conteúdos publicitários ou comerciais são claras e compreensíveis.

À semelhança de outros órgãos de comunicação social de relevo internacional e nacional, o Grupo Medialivre possui conteúdos que poderão ter o apoio de entidades terceiras.

Contudo, no estrito cumprimento de toda a legislação aplicável, nomeadamente no que diz respeito à necessária separação entre conteúdos de natureza editorial/jornalística e promocional/publicitária, em conformidade com os princípios da identificabilidade e da separação, consagrados no Código da Publicidade, na Lei de Imprensa, na Lei da Televisão, na Lei da Rádio e demais legislação e regulamentação aplicáveis, todos os conteúdos serão devidamente identificados.

Além do mais, o Grupo Medialivre delineia a sua conduta, também no que se reporta a conteúdos comerciais, sempre com respeito por certos princípios que considera fundamentais, que orientam a comunicação de tais conteúdos, e que permitem um ambiente informativo onde os Cidadãos se sentem respeitados e bem informados, nomeadamente:

Transparência e Clareza: Todos os conteúdos de carácter publicitário ou comercial, nomeadamente conteúdos patrocinados, estão claramente identificados como tal.

Respeito pela Integridade e Confiança do Leitor: A publicidade que é efetuada por via do Grupo Medialivre passa sempre pelo crivo de procurar manter a confiança e respeitar a autonomia individual dos Cidadãos, devendo evitar-se a inserção da publicidade a objetos ou acontecimentos nas mesmas áreas do Grupo Medialivre em que esses objetos ou acontecimentos forem tratados pela redação.

Reconhecendo a importância de os procedimentos não se afastarem do que sempre norteou a atividade editorial, o Grupo Medialivre está comprometido em garantir total independência editorial, não permitindo que os interesses comerciais constranjam, de qualquer forma, a atuação dos Jornalistas do Grupo Medialivre.

Neste sentido, o Grupo Medialivre tem presente as regras e princípios inerentes à deontologia e ética profissional dos Jornalistas, e demais obrigações legais setoriais,

nos eventos, iniciativas e nos conteúdos que difunde, e que resultam de parcerias com entidades externas - e, em alguns casos, resultam de acordos comerciais. Pelo que, tais conteúdos são sempre desenvolvidos com respeito pelas regras previstas neste Código de Conduta.

O espaço publicitário ou promocional difundido por via do Grupo Medialivre, seja na imprensa, na televisão ou na rádio, encontra-se claramente assinalado, e identificado, evitando qualquer ambiguidade para os Cidadãos.

Sempre que algum conteúdo é publicado/difundido, o mesmo está sempre sujeito ao presente Código de Conduta do Grupo Medialivre, garantindo assim o princípio básico e fundamental da independência jornalística.

O Grupo Medialivre tem como regra a comunicação de conteúdos de forma clara e transparente, sem práticas que possam induzir em erro os Cidadãos. Neste sentido, tendo em vista promover a transparência para com os Cidadãos, o Grupo Medialivre enuncia, de seguida, as regras que regem e sempre regeram este tipo de relações:

PROJETOS DE... (MARCA)

- O Grupo Medialivre desenvolve projetos próprios (a título exemplificativo: galas, eventos recreativos, festivais, festas) que poderão ter associados apoios comerciais ou institucionais.
- Sempre que tais eventos possam determinar a presença de jornalistas, por via da sua notoriedade pessoal ou institucional e da relevância desses eventos para a sociedade, tal participação é única e exclusivamente determinada por critérios editoriais.
- A existirem, tais apoios comerciais terão sempre associados a referência a "Parceiro" ou "Mecenas", sendo que as entidades externas associadas aos Projetos de Marca, por via do seu apoio, são sempre informadas de que não terão qualquer envolvimento em eventuais conteúdos editoriais.
- Caso tais Projetos de Marca proporcionem a criação de conteúdos jornalísticos, tais conteúdos serão sempre editorialmente independentes, e produzidos de forma autónoma pela redação.

OUTRAS INICIATIVAS:

- Residualmente, poderá ocorrer que um conteúdo sugerido por entidades terceiras não pertencentes ao Grupo Medialivre possa ter relevância jornalística.
- A existência de relevância editorial será avaliada exclusivamente do ponto de vista Jornalístico pela Direção Editorial.
- Todos os conteúdos serão desenvolvidos de forma editorial independente, sem intervenção das entidades terceiras que as propõem.
- Estarão sinalizadas com as rúbricas criadas para o efeito, e identificadas com a marca "Iniciativas".
- Além do mais, tal conteúdo terá sempre o seguinte *disclaimer*: "Os textos destas páginas têm tratamento exclusivamente editorial, não tendo as entidades externas qualquer interferência na sua conceção."

CONTEÚDOS COMERCIAIS

- Os Conteúdos Comerciais englobam projetos desenvolvidos pela área comercial do Grupo Medialivre, de natureza exclusivamente comercial, sem envolvimento editorial na sua conceção.
- A iniciativa comercial tanto pode ter origem no Grupo Medialivre, como como pode partir de iniciativa de entidades terceiras.
- Os Conteúdos Comerciais englobam as seguintes rúbricas:
    - C Studio (com marca)
    - C Studio (sem Marca)

C-Studio:

- É a marca que representa a área de Conteúdos Patrocinados e Publicitários do Grupo Medialivre, sendo o local onde as marcas podem contar as suas histórias e experiências.
- Estes conteúdos têm natureza comercial sem qualquer tratamento editorial associado.
- Não se recorre, em qualquer circunstância, ao trabalho de Jornalistas para realizar este tipo de conteúdos.
- O grafismo utilizado nestes conteúdos é claramente diferenciado do habitual da publicação.

- Pode ter associado marcas do Grupo Medialivre (C-Studio com marca), ou não (C-Studio sem marca).
- O conteúdo estará sempre claramente distinto do editorial e terá a referência a conteúdo comercial/ publicitário no início da divulgação, juntamente com o nome do Anunciante.
- Na lateral, constará também uma frase, com a seguinte menção: *"C-Studio é a marca que representa a área de Conteúdos Patrocinados. É o local onde as marcas podem contar as suas histórias e experiências".*

Boas Práticas do Grupo Medialivre para Identificação de Conteúdos Publicitários/ Patrocinados:

Para proteger os Cidadãos, o seu direito a serem informados, assegurar a transparência e cumprir com a legislação em vigor, o Grupo Medialivre adota as seguintes práticas para identificação de conteúdos patrocinados:

- **Etiquetas Visíveis:** Todo conteúdo patrocinado ou publicitário é identificado com uma etiqueta visível no canto superior do conteúdo, fazendo menção a "Com o apoio de [Nome da empresa/Logo da empresa]".
- **Texto/Legenda**
- **Posicionamento:** A identificação está em posição de destaque, próxima ao título ou no início do conteúdo, garantido assim que o recetor da mensagem percebe de imediato a natureza publicitária do material.
- **Consistência na Identificação:** As etiquetas utilizadas para identificar conteúdos patrocinados são consistentes em todas as plataformas e tipos de *media* (como redes sociais, website, e-mails), de forma a criar um padrão reconhecível.

COMUNICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS E PUBLICIDADE DIGITAL

- Hashtags e Marcação de Publicidade: Em redes sociais, o uso de hashtags como #Patrocinado ou #Publicidade ou outras semelhantes será aplicado, além de uma identificação direta nos conteúdos que envolvem colaborações ou patrocínios.

4. ORIENTAÇÕES E POLÍTICAS SOBRE O USO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

O Grupo Medialivre reconhece a relevância da inteligência artificial (doravante "IA") como meio de auxílio das suas atividades que libertará a inteligência humana para o trabalho de investigação e criação jornalísticas, onde a ética e a deontologia noticiosas são perenes e inalienáveis, sempre sob assinatura de jornalistas profissionais.

É do conhecimento do Grupo Medialivre que o uso de ferramentas de IA pode trazer benefícios à atividade do jornalista como dos comerciais, por um lado, e riscos para os clientes e para as atividades e operações do Grupo Medialivre, por outro. O Grupo Medialivre assume um compromisso com a proteção da integridade, confidencialidade, disponibilidade e segurança dos dados existentes nas plataformas e infraestruturas do Grupo Medialivre bem como dos seus clientes. Para tanto, todos os colaboradores do Grupo Medialivre devem utilizar as ferramentas de IA de forma compatível com as normas e orientações estipuladas internamente pelo Grupo Medialivre.

5. ATUALIZAÇÃO DO CÓDIGO DE CONDUTA

Este Código de Conduta será revisto regularmente, garantindo a sua adequação em função de alterações legislativas, novas regulamentações e melhores práticas de mercado.

As atualizações serão disponibilizadas publicamente para o conhecimento dos Cidadãos, consumidores do Grupo Medialivre.