

ANEXO B – Propriedade dos Serviços, Confidencialidade e Normas de Divulgação – Pesquisa Especial – Emissora de Rádio

1. Propriedade dos Serviços e Confidencialidade

1.1. Este documento concede à parte receptora, durante a sua vigência, o direito limitado de usar os resultados das Pesquisas dentro do seu estabelecimento, como indicadores para seus empregados e/ou administradores promoverem o marketing dos seus produtos e, também, fora do seu estabelecimento, exclusivamente para os fins comerciais legítimos discriminados no presente documento.

1.2. O presente documento não transfere a propriedade de quaisquer Pesquisas, serviços ou quaisquer outros produtos fornecidos, em quaisquer que sejam as suas formas.

1.3. As Pesquisas são consideradas confidenciais e sigilosas, comprometendo-se a parte receptora a conservá-las apenas para o seu uso, ficando a sua divulgação, no todo ou em parte, sujeita às normas de divulgação aqui avençadas. A obrigação de sigilo ora pactuada permanecerá em vigor mesmo após o encerramento do prazo de vigência deste documento.

1.4. Durante o prazo de 5 (cinco) anos, a contar do recebimento das Pesquisas, a parte receptora obriga-se a impedir a sua divulgação/uso não autorizado, empregando, para tanto, as mesmas medidas tomadas para proteção de suas próprias informações confidenciais, responsabilizando-se, ainda, pela eventual divulgação das Pesquisas por seus prepostos, funcionários e/ou qualquer pessoa que venha a ter acesso a estas.

1.5. A parte receptora não divulgará qualquer Pesquisa sem a prévia anuência por escrito da KANTAR IBOPE MEDIA, exceto: (i) sob a sua exclusiva responsabilidade e desde que estritamente necessário, para os seus empregados e/ou administradores e contratados; ou (ii) quando exigido por ordem judicial, hipótese em que a parte receptora obriga-se a notificar o KANTAR IBOPE MEDIA, imediatamente após o recebimento da intimação judicial, para que esta possa adotar as medidas necessárias à proteção das Pesquisas. O KANTAR IBOPE MEDIA poderá divulgar ao mercado dados de audiência consolidados.

1.6. As obrigações de sigilo e confidencialidade não são aplicáveis à Pesquisas que: (i) sejam levadas ao conhecimento de terceiros de outra forma, que não através de ato ou omissão da a parte receptora.; (ii) sejam do conhecimento da parte receptora na data de sua revelação pela KANTAR IBOPE MEDIA; (iii) sejam transmitidas diretamente a terceiros pelo KANTAR IBOPE MEDIA; ou (iv) sejam desenvolvidas independentemente pela a parte receptora.

1.7. Não obstante o disposto nos itens 1.3 a 1.6 acima, a parte receptora poderá (i) reproduzir trechos das Pesquisas, em forma resumida ou em conjunto, para suas agências de publicidade, varejistas, corretores, distribuidores e atacadistas, na medida em que tais informações sejam úteis ao marketing de seus produtos; (ii) publicar ou divulgar trechos limitados das Pesquisas, em suas atividades e em material promocional para clientes, inclusive através de *sites* abertos ao público em geral, *e-mail marketing*, *folders*, entre outros; relatórios anuais, em relatórios para o mercado financeiro (corretores de investimentos, bancos e outros) e para os veículos de comunicações (jornais, televisão, rádio, editores da Internet), sendo observadas em todos estes casos e em outros que possam eventualmente surgir, todas as disposições da cláusula 2, para os fins de promoção de sua imagem ou de seus produtos exclusivamente. Todavia, a reprodução, divulgação ou publicação de trechos das Pesquisas, na forma prevista neste item 1.7, deverá ser feita em consonância com as Normas de Divulgação em dimensão que não comprometa a comercialização dos serviços da KANTAR IBOPE MEDIA.

1.8. Em todos os casos, a Pesquisa divulgada deverá ser claramente identificada, evitando-se sua apresentação de forma a induzir em erro, e dando ciência (i) de que o titular do respectivo direito autoral reserva todos os seus direitos; e (ii) de que o titular do direito autoral das Pesquisas é a KANTAR IBOPE MEDIA.

1.9. Caso a KANTAR IBOPE MEDIA entenda que a elaboração de relatórios por parte da parte receptora é prejudicial à comercialização dos seus serviços, deverá notificar a parte receptora informando, por escrito, a sua discordância, solicitando a mudança, regularização ou o enquadramento que entender necessário.

1.10. Caso a parte receptora seja notificada nos moldes descritos no item 1.9 acima e se recuse a atender à solicitação da KANTAR IBOPE MEDIA, a KANTAR IBOPE MEDIA poderá considerar este documento rescindido de pleno direito, suspender a execução dos serviços e cobrar a multa prevista no item 1.14.

1.11. O conteúdo dos relatórios enviados pela parte receptora aos seus clientes, elaborados pela parte receptora com base nas Pesquisas fornecidas pela KANTAR IBOPE MEDIA, é de exclusiva responsabilidade da parte receptora. Por conseguinte, a parte receptora se compromete e se obriga a assumir todos e quaisquer custos, despesas, obrigações e responsabilidades, mantendo a KANTAR IBOPE MEDIA protegido contra todos e quaisquer procedimentos ou processos, administrativos ou judiciais, bem como de quaisquer reclamações originadas a partir dos relatórios enviados pela parte receptora aos seus clientes, mesmo que, para tanto, seja necessário reembolsar a KANTAR IBOPE MEDIA de quaisquer quantias cujo pagamento lhe seja atribuído a este título.

1.12. Fica expressamente vedada a transferência, cópia ou divulgação, a qualquer título, de qualquer Pesquisa pela parte receptora, inclusive para empresas pertencentes à seu grupo econômico, tais como suas filiais, controladoras, subsidiárias, empresas controladas, coligadas ou afiliadas.

1.12.1. Para fins deste instrumento, o termo afiliada deverá abranger as empresas controladas pela a parte receptora, as controladoras da parte receptora ou empresas controladas pelo controlador da parte receptora.

1.13. A KANTAR IBOPE MEDIA não revelará da parte receptora informações suficientes para a identificação dos domicílios da amostra, salvo as que já se encontram especificadas na descrição da Pesquisa.

1.14. Caso a parte receptora desrespeite quaisquer das obrigações avençadas na cláusula 1 ou 2, deste documento, deverá pagar a KANTAR IBOPE MEDIA multa penal equivalente a 60% (sessenta por cento) da remuneração total do documento vigente à época, devidamente atualizada de acordo com a variação do IGP-M, independentemente das perdas e danos que vierem a ser apuradas. O pagamento da multa penal deverá ser efetuado no prazo de até 30 (trinta) dias, a contar do recebimento da cobrança respectiva.

2. Publicação de Anúncios e Divulgação de dados de Audiência durante a Programação.

2.1. As partes reconhecem e aceitam que a publicação de anúncios com base nas Pesquisas deverá atender às seguintes normas e condições:

(a) a utilização do nome da KANTAR IBOPE MEDIA em anúncio deverá ser feita apenas como fonte das Pesquisas. Fica expressamente proibida a utilização do nome “KANTAR IBOPE MEDIA” no conteúdo do anúncio, salvo o disposto na alínea “f” abaixo;

(b) os índices deverão ser verídicos e apresentados no anúncio da parte receptora especificando a sua natureza (índice de audiência, alcance 24 horas, etc.) e aos dias da semana, faixas horárias, períodos (mês, semana, trimestre, etc.) e público (*targets*) a que se referem,

(c) o anúncio deverá indicar expressamente o(s) software(s) do (s) qual(is) foi(ram) extraída(s) a(s) Pesquisa(s) apresentada(s), possibilitando a qualquer outro assinante da Pesquisa localizar a(s) referida(s) informação(ões) e confirmar a sua fidedignidade;

(d) o anúncio em mídia impressa, tais como jornais, revistas, folder; e-mail, internet ou qualquer outro meio que venha ser criado, deverá obedecer às seguintes especificações: fonte Verdana, tamanho 6, caixa alta. No que se refere a “outdoor”, “busdoor” e afins, a fonte do anúncio deve corresponder a 2,7% da área total do respectivo “outdoor”, “busdoor” ou afins;

(e) a KANTAR IBOPE MEDIA recomenda que todos os índices sejam apresentados com duas casas decimais ou em números absolutos;

(f) a divulgação de liderança de audiência pela parte receptora durante a programação da emissora, com base nos dados dos relatórios fornecidos pela KANTAR IBOPE MEDIA, somente poderá ser feita desde que a parte receptora seja líder de audiência na média no mês vigente da veiculação ou até que novos dados sejam liberados na média de todos os dias da semana, entre 05h00 e 05h00, para o total de indivíduos;

(g) a parte receptora somente poderá fazer divulgação de liderança parcial de audiência, em segmentos de públicos, desde que claramente identificados no conteúdo, o segmento a que se refere a divulgação, de forma a permitir a outros assinantes da pesquisa a confirmação dos dados

(h) quando houver pesquisa regular ou especial realizada na praça, fica proibida a divulgação de anúncio contendo dados de outra praça;

(i) caso a parte receptora seja assinante de pesquisa regular ou especial em mais de uma praça, a parte receptora poderá publicar o anúncio com dados de todas as praças assinadas, desde que conste no anúncio os dados da praça onde o anúncio for publicado e a fonte dos dados da (s) praça(s) utilizada(s);

(j) caso a parte receptora tenha dúvidas na elaboração de qualquer anúncio, em que pese a existência das regras estabelecidas nesta cláusula sexta, a parte receptora poderá submetê-lo à aprovação da KANTAR IBOPE MEDIA antes de ser publicado. A aprovação ou desaprovação de um anúncio é feita com base na correção dos dados citados e de suas especificações, no prazo de até 03 (três) dias úteis contados da data de sua submissão para aprovação pelo KANTAR IBOPE MEDIA.

(k) não serão aprovados, pelo KANTAR IBOPE MEDIA, anúncios que contenham títulos capciosos, que possam induzir o espectador em erro de interpretação.

2.2. A KANTAR IBOPE MEDIA desaprova a citação de nomes de empresas concorrentes, bem como de nomes dos programas e/ou de quadros veiculados pelas empresas concorrentes, em anúncios de qualquer natureza. Caso seja necessário mencionar concorrentes nos anúncios, a parte receptora compromete-se a omitir seus nomes, referindo-se aos mesmos como, por exemplo, “Concorrente A”, “Concorrente B”, “Concorrente 1”, “Concorrente 2”, nos termos do artigo 32, alínea (f), do Código do CONAR – Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária. Não será permitida, portanto, a menção de nomes dos programas e/ou de quadros veiculados pelas empresas concorrentes nos anúncios, ou de qualquer outra informação ou sinal que possa identificar a empresa concorrente;

2.2.1. A utilização de termos e/ou letras para mencionar empresas concorrentes em anúncios em hipótese alguma deverá ser realizada de forma depreciativa ou de maneira que venha a denegrir a imagem das empresas concorrentes ou submetê-las a qualquer tipo de constrangimento.

2.3. Em caso de descumprimento, pela parte receptora, das disposições do item 2.1, alíneas “a” a “k” acima, a KANTAR IBOPE MEDIA:

a) exigirá da parte receptora a republicação do anúncio contendo os dados corretos, nos mesmos veículos e formatos utilizados pelo anúncio errôneo, dentro de 07 (sete) dias úteis contados da data do recebimento pela parte receptora, da notificação da KANTAR IBOPE MEDIA neste sentido. O anúncio a ser republicado deverá conter, ainda, a identificação de que se trata de uma “ERRATA”, conforme modelo constante Anexo B deste documento. Concomitantemente, a KANTAR IBOPE MEDIA poderá comunicar ao mercado, via correio eletrônico, a(s) irregularidade(s) detectada(s) no anúncio errôneo. Todos os custos incorridos na republicação do anúncio serão suportados exclusivamente pela parte receptora.

b) notificará a parte receptora sobre a infração cometida, podendo comunicar o fato ao mercado. Caso a parte receptora, ainda que notificada, não interrompa o descumprimento ou inicie a prática de novas ações não permitidas nos termos do item 2.1 e 2.2 acima, a KANTAR IBOPE MEDIA poderá, a seu exclusivo critério, suspender o fornecimento do serviço, por período indefinido, sem que isso configure inadimplemento contratual da KANTAR IBOPE MEDIA ou desconto na fatura de prestação dos serviços, por conta da suspensão no fornecimento do serviço.

2.4. Em caso de “ERRATA” em mídia impressa, tais como jornais e revistas, folder; e-mail, internet ou qualquer outro meio que venha ser criada a proporção do selo informando que se trata de uma “ERRATA” deve corresponder a, no mínimo, 1% da área do anúncio. Na hipótese de “ERRATA” em “outdoors”, “busdoor” e afins, a fonte do selo informando que se trata de uma “ERRATA” deve corresponder a, no mínimo, 1% da área total do respectivo “outdoor”, “busdoor” ou afins;

2.4.1. A KANTAR IBOPE MEDIA poderá, a seu exclusivo critério, suspender o fornecimento do serviço, por período indefinido, sem que isso configure inadimplemento contratual da KANTAR IBOPE MEDIA ou desconto na fatura de prestação dos serviços, por conta da suspensão no fornecimento do serviço, caso verifique que a parte receptora ainda que notificada, não republique o anúncio contendo os dados corretos, nos termos do Item 2.3, alínea “a” acima.

2.5. Na hipótese da parte receptora republicar o anúncio na forma estabelecida no item 2.4 acima, obedecendo aos padrões estabelecidos neste documento e, ainda assim, qualquer terceiro se sentir prejudicado por tal anúncio, o mesmo

poderá levar a questão diretamente ao conhecimento do CONAR – Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária, sem que haja qualquer interferência da KANTAR IBOPE MEDIA na solução da questão.

2.6. Na hipótese da parte receptora ter emissoras filiais e/ou afiliadas, compromete-se a dar conhecimento às suas emissoras filiais e exigir que suas emissoras afiliadas cumpram as disposições desta cláusula 2.

2.6.1 Caso a KANTAR IBOPE MEDIA tome conhecimento do descumprimento, pela parte receptora, de quaisquer das disposições acima, a KANTAR IBOPE MEDIA poderá notificar à parte receptora sobre a infração cometida, comunicando o fato ao mercado.

2.7. Na hipótese da parte receptora ter emissoras afiliadas, a parte receptora envidará seus melhores esforços para dar conhecimento e exigir que suas emissoras afiliadas cumpram as disposições destas cláusulas.

2.8. Fica vedada a utilização pela parte receptora do nome, marca, logotipo ou de qualquer outro meio que venha identificar a KANTAR IBOPE MEDIA, com exceção do disposto na cláusula 2 deste documento para quaisquer efeitos, bem como a reprodução ou publicação, no todo ou em parte e por qualquer outro meio, de quaisquer documentos fornecidos pela KANTAR IBOPE MEDIA à parte receptora, sem a autorização por escrito da KANTAR IBOPE MEDIA, sob pena de rescisão de pleno direito do presente instrumento, arcando a parte receptora com o pagamento da multa estipulada no item 1.14 acima, sem prejuízo das perdas e danos cabíveis e das implicações penais. Esta proibição abrange inclusive, mas não exhaustivamente: cartas, memorandos, autorizações de veiculação, respostas à consultas, reprodução de qualquer tipo ou por qualquer meio de carimbos ou assinaturas de pessoal da KANTAR IBOPE MEDIA, ou que esteja prestando serviços a KANTAR IBOPE MEDIA.

2.9. Na hipótese de a infringir qualquer das normas ora estabelecidas, a KANTAR IBOPE MEDIA poderá levar a questão diretamente ao conhecimento do CONAR – Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária, que tomará as medidas cabíveis para a resolução da questão, sem prejuízo do direito dos terceiros lesados também tomarem a mesma medida diretamente ao CONAR.

3. Da Realização de Promoções ou Campanhas

3.1. A À PARTE RECEPTORA se compromete a não realizar promoções ou campanhas que resultem ou não na entrega de brindes ou prêmios, inclusive pecuniários, recompensas, ou benefícios de qualquer natureza que possam induzir os colaboradores da Pesquisa a declararem que são ouvintes de um determinado veículo durante a vigência do presente documento.

3.1.1. Promoção para este documento é qualquer ação da parte receptora para o público, incitando-o ou induzindo-o a responder pesquisas da KANTAR IBOPE MEDIA.

3.2. A KANTAR IBOPE MEDIA se reserva o direito de colocar textos de advertência no conteúdo do banco de dados das Pesquisas no caso de identificar a realização de promoções ou campanhas que interfiram direta ou indiretamente no resultado das Pesquisas, reproduzindo integralmente, no banco de dados, o texto da promoção ou campanha identificada, alertando aos usuários da Pesquisa que os mesmos devem analisar com cautela os dados referentes ao veículo em questão.

3.3. Caso a KANTAR IBOPE MEDIA entenda que a parte receptora realizou ou está realizando promoções ou campanhas em desrespeito ao compromisso assumido no item 3.1 acima, deverá solicitar a parte receptora que suspenda tal prática e, caso a solicitação da KANTAR IBOPE MEDIA não seja atendida, a KANTAR IBOPE MEDIA se reserva o direito de agrupar o resultado das Pesquisas da parte receptora em questão juntamente com os dados classificados como 'outros'.

3.4. Independentemente das disposições previstas nos itens 3.2 e 3.3 acima, o KANTAR IBOPE MEDIA, a seu exclusivo critério, poderá aplicar uma ou mais dentre as seguintes penalidades, na hipótese da parte receptora realizar promoções ou campanhas em desrespeito às disposições do item 3.1 acima:

(a) suspensão imediata pela KANTAR IBOPE MEDIA do fornecimento das Pesquisas à parte receptora;

(b) aplicação de multa não compensatória equivalente a 100% (cem por cento) da remuneração total do documento vigente à época; ou,

(c) rescisão imediata do documento pelo KANTAR IBOPE MEDIA, independentemente de prévia notificação, por escrito, à parte receptora, sem prejuízo da apuração de eventuais perdas e danos cabíveis.

4. Da utilização das Pesquisas

4.1. O KANTAR IBOPE MEDIA autoriza a utilização e divulgação, conforme item 2 deste documento, até 12 (doze) meses após a entrega da pesquisa, desde que não seja realizada outra rodada na praça antes do fim desse período.