

## ANEXO B – Propriedade dos Serviços, Confidencialidade e Normas de Divulgação – Pesquisa Especial – Canal de Televisão.

### 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 a KANTAR IBOPE MEDIA, imediatamente após o recebimento da intimação judicial, para que esta possa adotar as medidas necessárias à proteção das Pesquisas. A 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 parte receptora; (ii) sejam do conhecimento da parte receptora na data de sua revelação pela KANTAR IBOPE MEDIA; (iii) sejam transmitidas diretamente a terceiros pela 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 o 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 parte receptora, as controladoras da parte receptora ou empresas controladas pelo controlador da parte receptora.

1.13. A KANTAR IBOPE MEDIA não revelará à 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 “No Ar”**

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;

(b) o anúncio deve indicar expressamente e sem abreviaturas o(s) nome(s) do(s) software(s) do (s) qual(is) foi(ram) extraído(s) o(s) dado(s) da(s) Pesquisa(s) apresentada(s), possibilitando a qualquer outro assinante da Pesquisa localizar a(s) referida(s) informação(ões) e confirmar a sua fidedignidade. Os dados apresentados no anúncio deverão ter uma base mínima de 70 (setenta) casos. Para fins deste instrumento, o termo “casos” significa domicílios ou indivíduos presentes na amostra;

(c) o anúncio em mídia impressa, tais como jornais e revistas, deve obedecer às seguintes especificações: fonte Verdana, no mínimo tamanho 6 e no máximo tamanho 10, 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;

(d) em caso de “ERRATA” em mídia impressa, tais como jornais e revistas, 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;

(e) os índices apresentados no anúncio devem estar especificados quanto à sua fonte, software, natureza (índice de audiência, alcance 24 horas, entre outros), praça, público (*targets*), faixas horárias, dias da semana e períodos (mês, semana, trimestre, entre outros) a que se referem, observadas as especificações estabelecidas no item (c) acima;

(f) A KANTAR IBOPE MEDIA recomenda que todos os índices sejam apresentados com duas casas decimais. O arredondamento de índices fracionados é permitido, desde que a parte receptora mencione na fonte que os índices foram arredondados;

(g) fica expressamente proibida a publicação de anúncio contendo dados de outra praça quando houver pesquisa regular ou especial realizada na praça em que o anúncio for publicado;

(h) não é permitida a publicação de anúncio contendo dados de audiência referentes a intervalos de tempo (blocos) que não reflitam a totalidade do tempo em que o programa e/ou o quadro foi exibido;

(i) caso a parte receptora tenha dúvidas na elaboração de qualquer anúncio, em que pese a existência das regras estabelecidas nesta cláusula, 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 3 (três) dias úteis contados da data de sua submissão para aprovação pela KANTAR IBOPE MEDIA; e

(j) não serão aprovados, pela KANTAR IBOPE MEDIA, anúncios que contenham títulos capciosos, que possam induzir o leitor/telespectador a erros de interpretação.

2.2. Em caso de descumprimento, pela parte receptora, das disposições do item 2.1, alíneas (a), (b), (c), (d), (e), (f), (g), (h) e (j) acima, a KANTAR IBOPE MEDIA exigirá da parte receptora a republicação do anúncio contendo os dados corretos, nos mesmos veículos e formatos utilizados pelo anúncio errôneo, dentro de 7 (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 do “Guia de Divulgação de Dados”, entregue à parte receptora na data de assinatura deste documento. Concomitantemente, a KANTAR IBOPE MEDIA comunicará ao mercado, via correio eletrônico ou fax, a(s) irregularidade(s) detectada(s) no anúncio errôneo. Todos os custos incorridos na republicação do anúncio serão suportados exclusivamente pela parte receptora.

2.3. A KANTAR IBOPE MEDIA desaprova a citação, em anúncios, de nomes de empresas concorrentes e/ou a utilização de quaisquer termos que permitam a identificação de tais empresas, inclusive de nomes de programas e/ou de quadros veiculados. 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.

2.3.1. A parte receptora aceita que se aplicam subsidiariamente ao presente documento as normas estabelecidas pelo CONAR, sem prejuízo das condições contratuais aqui acordadas, que deverão prevalecer em caso de conflito.

2.4. Fica expressamente proibida (i) a citação ou menção de dados de audiência em programas de televisão e nos intervalos comerciais, obtidos através dos serviços fornecidos pela KANTAR IBOPE MEDIA, inclusive, mas não se limitando, ao Real Time, seja em tempo real ou não; e (ii) qualquer ação em programas de televisão que induza o telespectador a relacioná-la à audiência de programas, interferindo na amostra das Pesquisas.

2.4.1. Caso a KANTAR IBOPE MEDIA tome conhecimento do descumprimento, pela parte receptora, de quaisquer das disposições acima, a KANTAR IBOPE MEDIA notificará a parte receptora sobre a infração cometida, comunicando 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 2.4 acima, a KANTAR IBOPE MEDIA poderá, a seu exclusivo critério, suspender o fornecimento do serviço Real Time, 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 Real Time.

2.5. 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.

2.6. 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 a 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 exaustivamente: 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.

2.7. Na hipótese da parte receptora 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. Durante toda a vigência deste documento, a parte receptora se compromete a não realizar promoções ou campanhas que possam, em função de seu conteúdo, forma e momento de realização, interferir na realização ou induzir um comportamento dos colaboradores das Pesquisas de modo a influenciar diretamente os resultados desta, independente da entrega ou não de brindes ou prêmios, inclusive pecuniários, recompensas, ou benefícios de qualquer natureza.

3.1.1. Promoção, para fins deste documento, é qualquer ação da parte receptora perante o público em geral, de forma expressa ou tácita, mencionando ou subentendendo a existência da pesquisa ou incitando a participação de seus respondentes de forma a influenciar os resultados da pesquisa, de acordo com o previsto no item 3.1 acima.

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 no resultado das Pesquisas, na forma prevista no item 3.1. acima, 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, a 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, caso estas não tenham sido entregues em sua totalidade à parte receptora; e
- (b) proibição imediata de utilização ou divulgação pela a parte receptora, a qualquer título e em qualquer meio, dos dados das Pesquisas recebidos até o momento da infração; e
- (c) aplicação de multa não compensatória equivalente a 100% (cem por cento) da remuneração total do documento vigente à época, sem prejuízo da realização dos pagamentos pendentes; e,
- (d) rescisão imediata do documento, a critério da KANTAR IBOPE MEDIA, independentemente de prévia notificação, por escrito, à parte receptora, sem prejuízo da apuração de eventuais perdas e danos e aplicação das demais medidas e penalidades legal e contratualmente cabíveis, inclusive as acima mencionadas.

### 4. Da utilização das Pesquisas

4.1. A KANTAR IBOPE MEDIA autoriza a utilização e divulgação, conforme cláusula 2ª 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.