

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

1. Propriedade dos Serviços e Confidencialidade

1.1. Este documento cancela e substitui a Norma de Confidencialidade e Uso de Informações anteriormente celebrada entre as Partes, sendo de ciência do Cliente que a Norma de Confidencialidade e Uso de Informações da Kantar IBOPE Media poderá ser periodicamente atualizada e disponibilizada no site desta empresa para acesso de seus Clientes, prepostos ou terceiros, sempre que necessário. O Cliente deverá considerar como Norma de Confidencialidade e Uso de Informações vigente entre as Partes as regras disponíveis no site da Kantar IBOPE Media: <https://kantaribope.com/normas-de-divulgacao/>

1.2. Este documento concede ao Cliente, durante a sua vigência, o direito de uso dos resultados das Pesquisas, para promoção e marketing, tanto interna como externamente, de acordo com os limites aqui previstos.

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

1.4. Salvo conforme disposto neste documento, os resultados das Pesquisas são considerados confidenciais e sigilosos, comprometendo-se o Cliente a conservá-los apenas para o seu uso, ficando a sua divulgação, no todo ou em parte, sujeita às regras previstas neste instrumento. A obrigação de sigilo ora pactuada permanecerá em vigor mesmo após o encerramento do prazo de vigência deste documento.

1.5. Durante o prazo de 5 (cinco) anos, a contar do recebimento dos resultados das Pesquisas, o Cliente obriga-se a impedir a sua divulgação/uso de forma não permitida neste documento, 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, contratados, funcionários e/ou qualquer pessoa que a represente e que venha a ter acesso a estas.

1.6. O Cliente não poderá divulgar qualquer informação das Pesquisas com forma e conteúdo não autorizados neste instrumento sem a prévia anuência por escrito da Kantar IBOPE Media. A Kantar IBOPE Media poderá divulgar de forma pública ao mercado os resultados de suas Pesquisas.

1.7. As obrigações de sigilo e confidencialidade não são aplicáveis aos resultados das Pesquisas que: (i) sejam divulgados de acordo com o previsto neste instrumento; (ii) sejam levados ao conhecimento de terceiros de outra forma, que não através de ato ou omissão do Cliente; (iii) sejam do conhecimento do Cliente na data de sua revelação pela Kantar IBOPE Media, obtidas de forma legítima; ou (iv) sejam transmitidas diretamente a terceiros pela Kantar IBOPE Media.

1.8. O Cliente poderá: (i) reproduzir trechos dos resultados das Pesquisas, em forma resumida ou em conjunto, de forma individualizada, para agências de publicidade, anunciantes, fornecedores e parceiros em geral, na medida em que tais informações sejam úteis ao marketing de seus produtos; (ii) reproduzir trechos dos resultados das Pesquisas em e-mails, materiais e apresentações destinados a um cliente específico, na medida em que tais informações sejam úteis à venda de seus produtos; (iii) no caso de Publicações, publicar ou divulgar trechos limitados e pontuais dos resultados das Pesquisas, exclusivamente para os fins de promoção de sua imagem ou de seus produtos. Em todos os casos, o Cliente deverá seguir as condições estabelecidas neste instrumento.

1.8.1. Entende-se como Publicação(ões) todo conteúdo, incluindo anúncios, relatórios financeiros, estratégicos, comerciais e correlatos, publicado pelo Cliente, seus prepostos e/ou funcionários, em veículos de comunicação (televisão, rádio, jornais, revistas, sites abertos ao público na internet etc.), incluindo conteúdos publicados online, inclusive em redes sociais e vídeos online, bem como e-mail marketing, folders, materiais promocionais impressos para distribuição ao mercado, apresentações presenciais ao mercado, entre outros.

1.8.2. A reprodução, divulgação ou publicação de trechos das Pesquisas, na forma prevista nesse item 1.8, deverá ser feita de forma que não comprometa a comercialização dos serviços da Kantar IBOPE Media.

1.9. Em todos os casos, o Cliente deverá agir de boa-fé e a Pesquisa divulgada deverá ser claramente identificada, evitando-se sua apresentação de forma a induzir o receptor em erro, e dando ciência da fonte da Pesquisa como da Kantar IBOPE Media, com todos os detalhes aqui mencionados.

1.10. Caso a Kantar IBOPE Media entenda, a seu critério, que a elaboração de relatórios por parte do Cliente é prejudicial à comercialização dos seus serviços, deverá notificar o Cliente, informando, por escrito, a sua discordância, solicitando a mudança, regularização ou o enquadramento que entender necessário. Caso o Cliente se recuse a atender à solicitação da Kantar IBOPE Media, esta poderá aplicar o disposto no item 4 abaixo.

1.11. O conteúdo dos relatórios, informações e estudos enviados pelo Cliente aos seus clientes, elaborados pelo Cliente com base nas Pesquisas fornecidas pela Kantar IBOPE Media, é de exclusiva responsabilidade do Cliente. Por conseguinte, o Cliente se compromete e se obriga a assumir todos e quaisquer custos, despesas, obrigações e responsabilidades, mantendo a Kantar IBOPE Media protegida contra todos e quaisquer procedimentos ou processos, administrativos ou judiciais, bem como de quaisquer reclamações originadas a partir dos relatórios enviados pelo Cliente 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. Salvo se previsto de forma contrária ao Contrato, fica expressamente vedada a transferência, cópia ou divulgação, a qualquer título, de qualquer Pesquisa pelo Cliente, inclusive para empresas pertencentes a seu grupo econômico, tais como suas filiais, controladoras, subsidiárias, empresas controladas, coligadas ou afiliadas.

1.13. A Kantar IBOPE Media em hipótese alguma revelará ao Cliente informações suficientes para a identificação da amostra, salvo as que já se encontram especificadas na descrição da Pesquisa.

2. Publicações de Dados

2.1. As partes reconhecem e aceitam que as Publicações com base nos resultados das Pesquisas deverão atender às normas e condições abaixo avençadas:

- a) o nome da Kantar IBOPE Media deverá ser mencionado apenas como fonte das Pesquisas e em tamanho legível;
- b) a Publicação deve indicar expressamente e sem abreviaturas o(s) nome(s) do(s) serviço(s) do (s) qual(is) foi(ram) extraído(s) o(s) dado(s) da(s) Pesquisa(s) apresentada(s), conforme nomenclatura informada pela Kantar IBOPE Media, possibilitando a qualquer outro assinante da Pesquisa localizar a(s) referida(s) informação(ões) e confirmar a sua fidedignidade;
- c) os índices apresentados na Publicação devem estar especificados e sempre evidenciados por escrito tanto em conteúdos digitais, impressos e televisivos quanto à sua fonte, software, natureza (ouvintes por minuto, alcance 24 horas, entre outros), praça, público (*targets*), faixas horárias, datas, dias da semana e períodos a que se referem, observadas as especificações estabelecidas no item (b) acima;
- d) a Kantar IBOPE Media não validará e não se responsabilizará por dados projetados por seus Clientes, de modo que este deverá mencionar claramente em fonte que a base do dado utilizado é da Kantar IBOPE Media, mas que a projeção das informações é de total e exclusiva responsabilidade da emissora divulgadora da informação.

2.2. É permitida a divulgação em Mídias Sociais contendo informações com base em dados da Kantar IBOPE Media seguindo as mesmas regras para os outros formatos, conforme mencionado nos itens anteriores.

2.3. As divulgações em Mídias Sociais deverão ser realizadas apenas nos canais oficiais e de propriedade das emissoras, não sendo permitidas divulgações com base em dados oficiais em redes sociais de seus colaboradores ou de terceiros. As emissoras envidarão todos os esforços para educar e sensibilizar os seus colaboradores quanto a esta obrigação, buscando evitar a prática de divulgação de dados não autorizados.

2.3.1. Ainda, dadas as características do meio de divulgação em Mídias Sociais, entre elas, a limitação de espaço para inclusão de caracteres, a fonte da divulgação dos dados da Kantar IBOPE Media poderá restringir-se ao nome da Fonte (Kantar IBOPE Media), índice, *target*, faixa horária, públicos, praça e período.

2.4. Em qualquer divulgação, incluindo em Mídias Sociais, compromete-se o Cliente a não realizar Publicações com frequência e abrangência que possam prejudicar a comercialização dos dados pela Kantar IBOPE Media.

2.5. Em caso de descumprimento de quaisquer das condições de divulgação estabelecidas neste documento, na Cláusula 2 – Publicações de Dados, a Kantar IBOPE Media poderá exigir a republicação das publicações contendo os dados corretos, nos mesmos veículos e formatos utilizados para divulgação do conteúdo errôneo, dentro de até 5 (cinco) dias úteis contados da data do recebimento da notificação pela Parte Receptora. A republicação deverá conter a clara identificação de tratar-se de uma “ERRATA”. Todos os custos incorridos para republicação do anúncio serão suportados exclusivamente pela Parte Receptora.

2.6. Na hipótese de o Cliente ter emissoras afiliadas, o Cliente envidará seus melhores esforços para dar conhecimento e exigir que as empresas pertencentes a seu grupo econômico, tais como suas filiais, controladoras, subsidiárias, empresas controladas, coligadas ou afiliadas cumpram as disposições das cláusulas previstas nesse instrumento.

3. Da Não Influência a Pesquisa

3.1. O Cliente se compromete a não realizar ações, promoções ou campanhas, que possam induzir os colaboradores da Pesquisa a terem algum tipo de comportamento ou declararem que são ouvintes de uma determinada emissora, prejudicando a integridade da pesquisa e potencialmente interferindo no resultado.

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 ações, promoções ou campanhas que interfiram direta ou indiretamente no resultado das Pesquisas, reproduzindo integralmente, no banco de dados, o texto da ação, promoção ou campanha identificada, alertando aos usuários da Pesquisa que eles devem analisar com cautela os dados referentes ao veículo em questão.

3.3. Caso a Kantar IBOPE Media entenda que o Cliente realizou ou está realizando ações, promoções ou campanhas em desrespeito ao compromisso assumido no item 3.1 acima, deverá solicitar ao Cliente que suspenda tal prática e, caso a solicitação da Kantar IBOPE Media não seja atendida, esta se reserva o direito de agrupar o resultado das Pesquisas do Cliente em questão juntamente com os dados classificados como ‘outros’, sem prejuízo da aplicação das demais sanções previstas neste Instrumento.

4. Penalidades

4.1. Caso a Kantar IBOPE Media tome conhecimento do descumprimento, pelo Cliente, de quaisquer das disposições previstas nesse documento, a Kantar IBOPE Media poderá notificar o Cliente sobre a infração cometida. Caso o Cliente, ainda que notificado, não interrompa o descumprimento, mantendo a prática de forma repetida, ou inicie a prática de novas ações não permitidas, será comunicado o fato ao mercado e será aplicada multa compensatória equivalente à 10% (dez por cento) calculado sobre o valor anual do serviço contratado, sem ônus ou penalidades para a Kantar IBOPE Media. Na hipótese de ocorrer a terceira infração em um período inferior a 60 (sessenta) dias, ou se as infrações já notificadas nesse período não forem sanadas, a Kantar IBOPE Media poderá suspender a entrega do(s) serviço(s) contratado(s) até que haja a regularização por parte do Cliente dos pontos ainda não sanados, sem prejuízo da aplicação de multa compensatória e prefixação de perdas e danos em 40% (quarenta por cento) do valor total da pesquisa.

5. Da utilização das Pesquisas

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