

2º Seminário

A sociedade empresária Travel Young S.A. (a “Travel Young”) é um agência de viagens especializada no público jovem. Ela começou a perceber uma queda nas suas vendas. Investigando, verificou que o público jovem utiliza muito a Internet para adquirir pacotes de viagens e passagens.

Procurando oferecer seus pacotes na Internet, começou a realizar pesquisas de mercado e identificou a Burst Data Mining Ltda. (a “Burst”).

A Burst é uma sociedade empresária cujo objetivo é estudar hábitos na Internet e, em razão dos dados levantados, identificar padrões e algoritmos e softwares que permitam realizar ações em razão desses padrões.

Em suas conversas, a Travel Young descobriu que a Burst é capaz de desenvolver um software que recolhe informações na Internet, principalmente em redes sociais e, a partir dessas informações, avalia padrões e é capaz de sugerir destinos de viagens de maior interesse a um usuário específico da Internet. Além disso, o software permite estimar as possibilidades de gasto daquele usuário e permite que a compra dos pacotes se dê através do site e do facebook da Travel Young.

Encantada com essas possibilidades, a Travel Young propõe uma parceria à Burst. Essa parceria consiste no seguinte:

- (i) a Burst desenvolve o software e o integra à plataforma de vendas na Internet da Travel Young;
- (ii) a Travel Young não pagará nada pelo desenvolvimento;
- (iii) por cada venda realizada pela Internet, a Burst terá direito a 50% sobre o lucro dessas vendas;
- (iv) a Burst continuará detendo a propriedade intelectual sobre o software e poderá utilizar em outros segmentos de mercado, sem nada dever à Travel Young.

Após algum tempo, dois eventos curiosos aconteceram:

(1) A Burst realizou uma parceria com uma outra sociedade empresária, a Young Couple Ltda (“Young Couple”), que explora um site de relacionamentos voltado ao público jovem. A Burst adequa sua plataforma às necessidades da Young Couple. O objetivo era identificar jovens com perfis parecidos, para sugerir o relacionamento.

A Young Couple percebe que uma das variáveis importantes para selecionar os perfis consiste na preferência dos destinos turísticos – informação que ela só conseguiu obter por conta do software da Burst.

Com essa informação, ela fez uma parceria com uma agência de viagens, a Vou na Onda Ltda., para oferecer pacotes “românticos” de viagem aos seus clientes, com base nos padrões identificados pelo software da Burst.

A Travel Young descobre esse fato e reclama com a Burst. Eles recorrem ao contrato e se deparam com a seguinte cláusula:

“10.1 Propriedade Intelectual e Não Concorrência. As Partes declaram e reconhecem que a propriedade intelectual do software será exclusiva da Burst, que dele poderá usar e dispor como bem entender. As Partes concordam, contudo, que a Burst não poderá utilizar o software no segmento de turismo, seja diretamente, seja através de parcerias.”

Em razão dessa situação de fato, a Travel Young pretende se ver indenizada pela Burst. Essa cláusula contratual lhe dá esse direito?

(2) O número de telefonemas de interessados em pacotes de viagem aumentou significativamente na Travel Young. Eles diziam que tinham visto pacotes interessantes no site e no facebook da Travel Young. O motivo da ligação era muito simples: os interessados buscavam obter um desconto ou uma condição especial de pagamento.

A Travel Young acabava realizando essas vendas, só que não as computava como vendas realizadas pela Internet e, dessa forma, não pagavam à Burst 50% do

lucro dessas vendas. A Burst, quando descobriu isso, reclamou. Foram ao contrato e se depararam com a seguinte cláusula:

“5.2. Participação nas vendas. Em contrapartida às suas prestações no presente Contrato, a Burst terá direito a 50% (cinquenta por cento) da receita líquida (isto é, excluindo os impostos e as despesas de prestação de serviço, que as Partes atribuem de 10% da receita bruta), sobre toda e qualquer venda que seja realizada através da Internet, seja por intermédio do site da Travel Young, de terceiros, em redes sociais ou como resultado de campanha de email.”

A Burst tem direito a participar nessas vendas?