

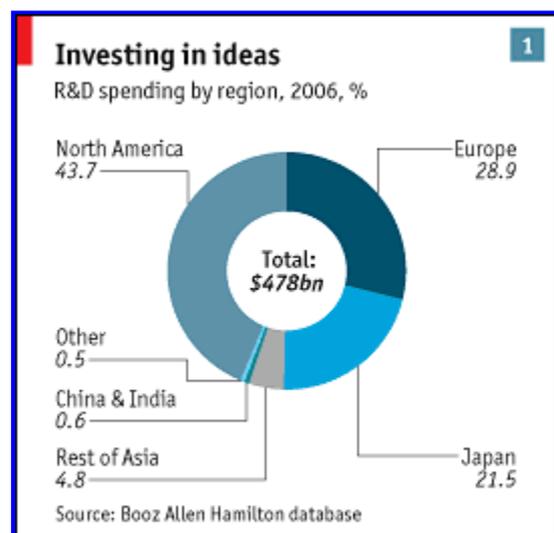
## Archive for the 'innovation' Category

[« Previous Entries](#)

### [inovação \[5\]: propósito](#)

Monday, November 5th, 2007

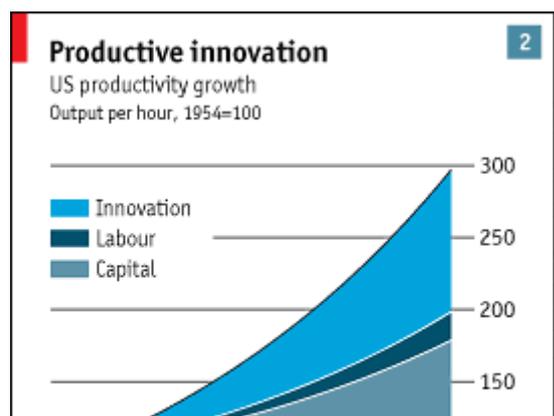
[[este texto é parte de uma série; para ver o anterior, clique aqui](#)].



em 2005, a booz, allen & hamilton fez uma pesquisa pra descobrir o QUE os GASTOS em inovação das MIL empresas que MAIS investem em pesquisa e desenvolvimento tinham a ver com seus resultados. a resposta, muito pouco surpreendente, é... NADA. em suma, segundo um [artigo](#) de [Nikos Mourkogiannis](#), *They found no significant correlation with any measures of corporate success. None. Not profits, not revenues, not growth or shareholder returns. In other words, the simple decision to invest in innovation is not enough. How you invest, and especially how innovation serves a larger Purpose, determines the value of your investment.*

derramar recursos em pesquisa e desenvolvimento, ou "ciência e tecnologia", como se costuma dizer na periferia, seja no âmbito das empresas ou de países ou estados, resulta em... nada. ou muito pouco. e pouco valor. ampliando o foco, há quem comemore, no brasil, o maior número de *papers* publicados pelas universidades, onde residem 90% [ou mais] de todos os pesquisadores, como se *paper* fosse resultado. a aumentada relevância internacional da produção científica brasileira tem muito pouca importância na vida real dos negócios e na melhoria de sua competitividade. ao invés de festejar mais *papers*, deveríamos planejar e talvez até forçar a criação de uma AGENDA de inovação, orientada para a mudança do comportamento de produtores e consumidores de tecnologia, processos, produtos e modelos de negócio, no mercado, com ou sem *papers* e títulos acadêmicos a sustentá-los.

é claro que ninguém está a desmerecer o papel dos mecanismos de geração de conhecimento no avanço da humanidade. mas -desde sempre- os recursos para se fazer qualquer coisa são limitados, ainda mais por aqui. mourkogiannis, por essa e outras razões, defende a busca do **PROPÓSITO** no esforço de inovação, o que deveria ser feito no topo dos espaços mentais [conversações... [veja o que este blog tem a dizer sobre o assunto aqui](#)] classicamente considerados na inovação.



inovação envolve [simplificadamente] três entendimentos: das **tecnologias** [e processos, métodos...], dos **consumidores** [existentes ou potenciais] e da **competição** [idem]. mas combinar tecnologias inovadoras, descobrir universos de consumidores e enfrentar a competição pode resultar em... nada. se não houver propósito. masaru ibuka, ao fundar a Sony, tinha idéias muito claras sobre o **propósito** de sua futura companhia: *"to establish a place of work where engineers can feel the joy of technological innovation, be aware of their mission to society and work to their heart's content"*. o propósito da sony, claro, é a **descoberta**... o que fez a companhia ter ganhos reais de 10% a.a. entre 1967 e 1999.

segundo mourkogiannis, os propósitos podem ser classificados em quatro categorias: descoberta [como na sony], **altruísmo** [como no wal-mart, preços baixos para todos], **excelência** [berkshire hathaway, de warren buffet, desde o princípio comprometido a construir a melhor rede de investimentos do planeta] e **heroísmo** [dos primórdios da ford, cujo propósito era democratizar o acesso ao automóvel].

ter propósito não significa, por si só, maior possibilidade de obter resultados. propósitos individuais ou apenas parcialmente compartilhados pela comunidade que se busca atingir [sua empresa, seus sócios fundadores ou, no caso de políticas públicas, todos os parceiros em todos os setores] pode inclusive aumentar a chance de fracasso de práticas [nas empresas] e políticas [no setor público] de inovação. o ponto de partida de qualquer processo, proposta ou política de inovação é **combinar, com tantos quantos forem os possíveis atores, o que se quer atingir e fazê-lo de forma dinâmica, interativa e continuada**. pois o mundo muda e muda muito rápido.

depois voltamos para o caso das empresas. falando -hoje- de propósito e de políticas de inovação no setor público, é preciso, quase que necessariamente combinar as quatro vertentes de mourkogiannis: o **planejador [público] de inovação pública** tem que estar dotado dos propósitos de heroísmo [para mudar o mundo ao seu redor], altruísmo [para estar pensando no bem comum], excelência [para fazer nada menos do que o melhor para sua comunidade] e descoberta [para promover verdadeiros avanços nas empresas e entidades sob seu cuidado].



por isso que o trabalho é difícil, pra não dizer quase impossível, pois tudo isso é para se ter e ser feito ao mesmo tempo. principalmente em lugares que estão quase perdendo as janelas da história como o brasil. no meu entender, é algo que só pode ser feito por alguém que se divirta, de maneira fundamental, com as dificuldades do encargo e que esteja [e seja] desprovido de qualquer tipo de preconceito contra quem ou o que quer que seja. o mesmo, por sinal, vale para quem quiser viver pensando em inovação nas empresas.

noutra hora, vamos discutir como PROPÓSITO pode ser uma alavanca essencial para seu negócio, ou start-up [ou vida pessoal] fazer sentido e ter uma chance bem maior de fazer sucesso. o que não tem nada a ver, por sinal, com fluxo de caixa e outras medidas cartesianas usadas nos negócios "comuns", que não inovam... e que não vão sobreviver.

[para ler o paper de nikos mourkogiannis na íntegra, [pegue o .pdf aqui](#).]

Posted in [innovation management](#), [innovation](#) | [4 Comments](#) »

## **inovação [4]: conversações**

Saturday, November 3rd, 2007

[este texto é parte de uma série; [para ver o anterior, clique aqui](#) ].



conversações são mercados e inovação precisa ser vendida. seres humanos têm que ser convencidos, por outros, dentro das empresas, casas, lojas e meios-de-ruas, a apostar em coisas cuja viabilidade não parece nem um pouco certa. a interação entre colaboradores, face-a-face ou através dos mais variados tipos de processos virtuais, é essencial para criar um entendimento -uma cultura preliminar- que aumente muito a possibilidade de transformar propostas de inovação em projetos inovadores.

e a conversa não para aqui. projetos inovadores normalmente têm

especificações mais vagas do que as dadas a problemas clássicos, e por razões muito simples. nos últimos, sabemos o que estamos resolvendo; às vezes, até temos a liberdade de pensar “fora da caixa”, mas o problema -digamos- principal está estabelecido e não temos muito como fugir dele.

nos processos realmente inovadores, ao invés de pensar se [e n]o problema [que] está dentro ou fora da caixa, temos que repensar “a caixa” propriamente dita, o que certamente nos dará uma visão inteiramente nova do contexto. este novo mundo tem seus próprios problemas e o maior deles, talvez, é o entendimento comunitário de seus mais variados significados. sem muita conversa, e muitas vezes conversa focada, em torno de assuntos específicos e essenciais, às vezes conflituosos, não será possível desenrolar o projeto.

o “projeto” pode ser um novo produto. e a conversação pode dar em nada. quando a at&t [então a maior empresa de telecom do mundo] perguntou a uma das maiores empresas de consultoria do planeta [lá nos anos 70] se valia a pena entrar num negócio chamado telefonia celular, a resposta dos mega-consultores foi um sonoro não, pois a previsão de mercado [no longo prazo, 20, 30 anos] para celulares era cerca de 900.000 “linhas”. o que é mais ou menos o que se vende a cada três dias, na terra, hoje. a at&t, como se sabe, é agora obrigada a compartilhar renda com um fabricante de celulares, a apple, nos aparelhos vendidos pela mesma “exclusivamente” para suas “linhas”.

o que faltou na conversa da at&t e estava presente na da apple? na primeira, faltou alguém perguntar... “mesmo? e se...” ou “não acredito... porque não levamos em conta que as pessoas possam querer andar com um celular?...” e, na segunda, não só perguntas como estas foram feitas mas não se tratou só do lançamento de um “telefone”, mas de um ícone de design, um objeto de desejo, algo sobre o qual as pessoas conversam antes de ter, quando têm e mesmo porque não têm. é impossível não conversar sobre o iPhone. assim como sobre ferraris: uma delas capota na Bélgica, é notícia no mundo inteiro. e não só porque é caro, mas porque uma ferrari -todas as ferraris- não é um veículo, é uma conversação.

criar seu negócio será uma conversação, por menos que ele inove. mudá-lo, para inovar, será uma conversação. às vezes tensa, talvez longa, prazerosa aqui, irritada e irritante ali, mas uma demorada e continuada conversa com muitos interlocutores. e não poderia ser de outra forma, pois -voltando ao começo-, como mercados são conversações, realizadas dentro de, entre e por comunidades, você, candidato a inovador [ou simplesmente a montar uma pipoqueira na esquina] tem que participar da conversa, para estar na comunidade. se -e só se- a conversa for uma criação sua, prática, convincente e capaz de mover mundos [e gentes], seu negócio, processo, produto ou serviço será verdadeiramente inovador. converse. convença. ou então prepare-se para ser conversado e convencido.

Posted in [innovation management](#), [innovation](#) | [1 Comment](#) »

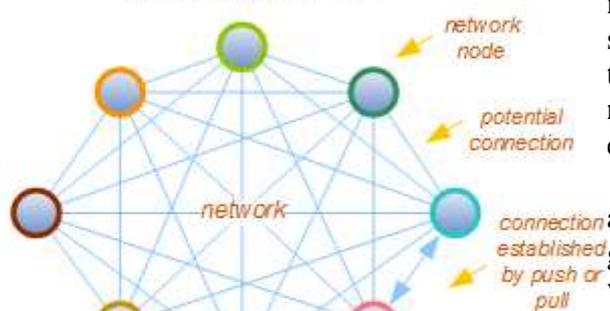
## [inovação \[3\]: mudança](#)

Wednesday, October 24th, 2007

[este texto é parte de uma série; [para ver o anterior, clique aqui](#)].

### Network Effects

Push vs. Pull Establishment of Connections

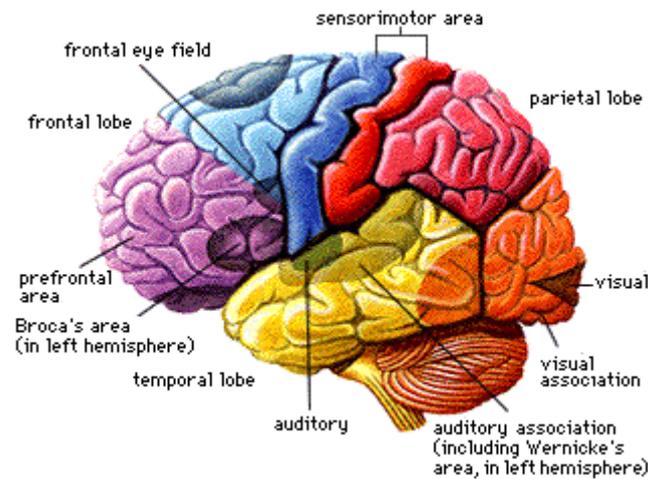


o mundo não muda todo do mesmo jeito, nem sua -ou minha- instituição mudam quando querem e entendem que estão preparadas para tal. nós vivemos em rede e cada instituição tem seu tempo. raramente o tempo de cada um está no tempo do mercado. é às vezes necessário, para inovar, criar seu tempo, seu próprio tempo. o que significa, muitas vezes, convencer o mercado e a empresa de que o tempo é agora. mudar, no tempo do mercado, significa reescrever a rede do seu negócio. em tempo real. enquanto o mundo, lá fora, continua rodando...

a literatura de gestão corporativa está contaminada por uma mania de gestão de mudança, para a qual quase todo teórico de plantão tem sua versão. na prática, pouco do que se lê se aplica, *ispsis litteris*, a um

negócio qualquer. e isto, claro, não é -e não poderia- ser novidade, pois é claramente impossível se ter uma teoria geral da mudança.

mas isso está longe de ser o pior: os manuais de mudança e os discursos de auto-ajuda corporativa e pessoal são a pior faceta das sucessivas ondas de mudança que os gurus -autores por trás das teorias e práticas de gestão- e os evangelistas impingem à sociedade e aos negócios. resultado de uma máquina de publicar e de consultoria que precisa, para sobreviver, de novidades [não necessariamente de inovação], estes discursos, dirigidos via de regra aos fracos de espírito, àqueles para os quais uma frase de efeito no birô dá a impressão de que estão fazendo tudo o que podem para mudar o mundo ao seu redor, não mudam nada e pioram, em muito, o ambiente... pois fazem parecer que tudo já está mudado.



a mudança real é quase suicida. quase sempre, quem realmente está tentando mudar alguma coisa sabe que, de todas as cabeças, a sua está a prêmio em primeiro lugar. por que? simples: se somos parte da estrutura atual e vetores de mudança, e se esta, afinal, pode acabar destruindo a rede de poder [e performance] que está funcionando agora, não há nada que garanta os lugares e poderes de quem, hoje, está liderando a mudança. muito ao contrário. é só olhar as conseqüências pessoais para os líderes da revolução francesa para entender o espectro de efeitos colaterais aos quais cada um - principalmente os líderes- dos envolvidos em processos de inovação está sujeito. por outro lado, se não somos parte do poder corrente, não só podemos ser evaporados pela oposição [que está no poder...] antes de atingirmos qualquer objetivo e, mesmo que consigamos, nada garante que não teremos gasto, para chegar lá, toda a nossa

história e futuro na instituição.

muito se pode escrever sobre mudança... mas eu não sou um daqueles gurus de quem falei antes. logo, vou resumir aqui e agora minhas três regras básicas para os agentes de mudança. diga-se de passagem que o elemento essencial de um mudante é a combinação de coragem, desprendimento e energia. coragem para sair do lugar, energia para ir longe, se for preciso, ou perto [se as forças contrárias forem muito fortes] e desprendimento para entender [mesmo!] que o objetivo não é assumir o poder [ou uma coroa de louros] quando a mudança ocorrer. a vitória terá sido a mudança em si e talvez nada mais.

quais são, pois, as diretrizes que eu próprio uso para mudar e induzir mudanças?

1. **faça de conta que você é o líder**, mesmo que não seja; se calhar, é você mesmo. se não, você há de saber logo, logo...
2. **não tema as conseqüências**; no melhor dos casos, do outro lado da mudança, você será relevante, ainda; no pior, você está fora do jogo; se a instituição mudou e você não cabe mais no figurino, ainda assim sua mudança é um sucesso e as portas do futuro lhe estão abertas, exatamente por causa de sua saída do negócio atual, em muitos outros. se nada mudou, ou até piorou [como reação ao processo que você e outros iniciaram], não era lá mesmo que você iria querer passar muito tempo. seu dna e o dna daquele negócio não combinam mesmo...
3. **não tente mudar, ou continuar mudando, só porque você [e quem está ao seu redor] acha bonito**. entenda o negócio, as demandas, o mercado, os porquês... e proponha e lidere as mudanças no que, onde, como e quando precisar ser mudado. pense nos limites naturais do que você está propondo e tenha pelo menos uma idéia dos riscos e recursos necessários. mudar para o caos não é solução para nada [a menos que você conheça a saída, a priori]. e tem mais: fora do contexto, ou pior, da necessidade, mudar por mudar pode ser burrice, pura e simples.

além disso, é bom ter **sorte**, muita sorte. o que não vem por acaso: lembre-se de que só os muito bem preparados têm, sistematicamente, sorte. boa sorte.

Posted in [innovation management](#), [innovation](#) | [8 Comments »](#)

## [inovação \[2\]: poder](#)

Sunday, October 21st, 2007

[[este texto é parte de uma série; para ver o anterior, clique aqui](#)].

inovação é poder. tanto para mandar como para mudar... o próprio poder, inclusive. o poder para mandar não inova em escala social, em escala organizacional. pode até ser que uma -ou muitas- inovações organizacionais derivem do cérebro de algum líder iluminado, que *manda* seus liderados cumprirem alguma agenda verdadeiramente inovadora. mas teremos, aí, o caso de um líder limitando a instituição, que dele depende e que padecerá seriamente de sua falta, quando ele um dia deixar o lugar.

poder para mudar, para mudar-se, pode muito bem ser usado, também, para não mudar nada. porque mudar é perigoso; sempre -e principalmente no brasil- há uma tendência exarcebada a *não se mexer em time que está ganhando*. a pátria do futebol, por outro lado, tem sofrido muito nos últimos tempos exatamente por causa disso. como sabemos que é chegada a hora de mexer?



no meu entender, exatamente quando tudo está muito bem e o todo equilibrado, quando as perspectivas são as melhores possíveis, quando os pequenos -e os grandes- nichos de poder estão estabilizados na instituição. aí, por mais incrível que pareça, é chegada a hora. por que? porque os recursos organizacionais que podem e devem ser usados para inovar estarão à sua melhor disposição; as tensões pessoais e institucionais estarão [com maior probabilidade] baixas; porque seu negócio, se está muito bem, terá se tornado alvo de quem quer ser melhor do que você e nada melhor do que, lhe imitando, corrigir suas falhas e aprofundar seus acertos pra ser melhor, maior ou mais eficaz e eficiente do que você.

mas nunca é fácil mudar. como dizer à sua organização ou, mais radical, como mover sua organização para mudar-se, no auge do sucesso? mas isso é tratar de motivação e é outra história. aqui, na conversa sobre poder, o mais interessante talvez seja notar que o momento de ouro para inovar, para reescrever o poder, seja exatamente o o tempo em que sua organização -e dentro dela, as pessoas- tenham mais poder. exatamente por isso é que vai ser muito difícil. sempre.

e é por isso que, do auge, a maioria das organizações, por mais criativas e competentes que tenham sido para chegar lá, só têm um caminho a seguir: o do seu próprio fim. tomara que, no nosso caso, consigamos escapar da armadilha do poder instável e que ele, o poder e sua instabilidade, nos sirvam sempre como ponto de partida, e não de chegada.

Posted in [innovation management](#), [innovation](#) | [4 Comments](#) »

## [in rainbows: radiohead pelo \\*seu\\* preço](#)

Monday, October 15th, 2007



a indústria de música está por aí, viva e muito bem... sem os antigos industriais da música. [veja neste artigo aqui como radiohead resolveu o problema](#). no primeiro milhão de downloads de um [novo álbum que está na web para você copiar e pagar o preço que quiser](#), alguma coisa entre US\$5 e US\$10 foi arrecadado [[mesmo?](#)], por pessoa que pegou [in rainbows](#) no site do mesmo nome. você pode pegar o disco grátis. e pagar depois, se gostar [isto é, trate como uma demo e, se gostar, pague quanto quiser].

se a moda pega, e pra pegar de vez talvez gigantes como radiohead tenham mesmo que fazer o que estão fazendo, sua banda é um portal, cada "disco" é um site, cada visitante um consumidor ou, se não pagar, um copiadador. pirataria deixa de existir e, se ninguém que gostar da música pagar, talvez a banda se acabe também. a combinação de "preço opcional" [depois a gente volta ao assunto] com a remuneração por performance [sim, porque pode ser que uma parte do "público" seja remota e jamais tenha a oportunidade de pagar por um show] pode ser o caminho para as carreiras musicais de futuro. sem as gravadoras. ainda bem.

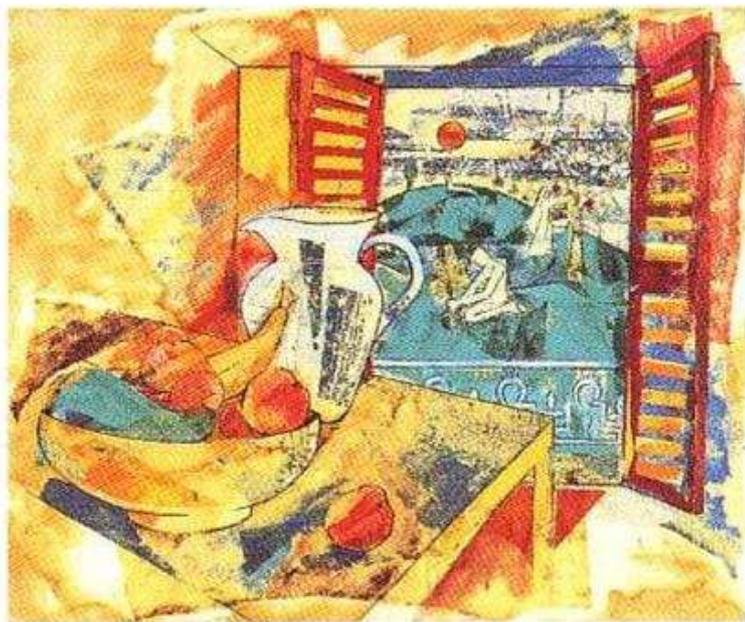
Posted in [convergência digital](#), [negócios](#), [innovation](#) | [5 Comments](#) »

## [inovação \[1\]: ideal inconsistente](#)

Monday, October 15th, 2007

[nota do autor: já faz um tempo que estou tentando escrever um pequeno manual de idéias, propostas e ações de/para/sobre inovação em ambientes corporativos, e o danado é que minhas múltiplas ocupações não estão deixando o livro progredir. resolvi, então, blogar partes do texto, até pra testar se fazem sentido ou não.

o texto é de jeans, camiseta e havaianas, em oposição aos documentos sérios e acadêmicos, de paletó e gravata já no mercado. e não é de auto ajuda ou prescrições, mas de dúvidas e suposições, quase o tempo inteiro. boa parte do que vai aparecer aqui é o que vem sendo discutido no c.e.s.a.r e em outros ambientes onde o c.e.s.a.r e parceiros estão tratando de inovação e articulando ambientes para o desenvolvimento de trabalho inovador. vamos ver se faz sentido... boa leitura...]



**inovação é um ideal inconsistente:** os discursos que servem de suporte a processos de inovação, na maior parte das instituições -e feitos por boa parte dos autores- são descrições articuladas de casos de sucesso e suas análises. também se usa muito, para exemplificar, os *cases* de instituições inteiras como modelos de estratégias e processos de inovação a serem seguidos.

olhados mais de perto, nem os casos individuais nem os *cases* institucionais nos dão, na quase totalidade das vezes, uma direção segura a seguir. por quê? porque cada instituição é diferente, é um caso à parte; mesmo dentro de uma mesma organização mundial, uma inovação que tenha dado certo no japão não dará necessariamente certo no brasil.

apesar disso, livros e mais livros de [quase] auto ajuda, descrevendo as melhores práticas, são consumidos avidamente por quem tenta construir, instalar e manter processos inovadores nas empresas, com resultados vários e, dificilmente, replicados a partir de grandes sucessos descritos na literatura. pois uma coisa é olhar para a inovação na microsoft ou google, companhias que dispõem vários bilhões de dólares por ano em inovação, e outra é pensar numa pequena companhia de software de 50 pessoas e ver, aqui, como inovar nos processos produtivos e nos produtos que o negócio desenvolve. ainda por cima, dentro dos limites próprios do negócio.

o ideal inconsistente da inovação é a criação e manutenção de um ambiente de *insatisfação institucionalizada* com o *status quo* de um negócio qualquer. não se quer dizer com isso que inovar é criar insatisfeitos, gente que estará de mau humor com o trabalho sendo realizado no lugar, por conseguinte disposta a abandoná-lo na primeira oportunidade. muito pelo contrário. a insatisfação pode -e deve- ser uma busca alegre de oportunidades de mudança, promovida e recompensada pela organização, que estará sempre refletindo, em termos pessoais e estratégicos, que há mudanças que podem ser realizadas, o tempo todo, no atual estado de coisas.

*inovação é sempre impermanente, imperfeita, incompleta.* e aqui é onde as pessoas e sua tendência a querer estabilidade, no médio e longo prazo, mais sofrem em instituições inovadoras ou em instituições que estão começando a levar inovação a sério. pois normalmente se pensa, quando se sai de um ponto de partida  $p$ , em um processo de inovação qualquer, que haverá um destino final  $f$  que, quando atingido, dar-se-á a mudança por completa. mas não.

*inovação é impermanente.* seu resultado é temporal e não leva muito tempo até que o resultado de um processo se desvaneça, deixando uma tênue lembrança dos resultados alcançados a tanto custo. inovação ocorre em ciclos. ao se caminhar de  $p$  até  $f$ , normalmente à custa de sacrifícios institucionais e individuais dos quais nos lembraremos por algum tempo, ao invés de se chegar num ponto final,  $f$ , chega-se num novo ponto de partida, o mesmo  $f$ . pois, à medida que estamos mudando, o mundo está mudando ao nosso redor e pode muito bem ser que, mesmo que nós tenhamos feito revoluções na nossa mudança, o novo estado institucional para onde estávamos indo já seja obsoleto na metade

do nosso processo, em função da entrada de novos -e muito mais eficientes ou eficazes, ou os dois- concorrentes no nosso mercado. ou porque o nosso mercado foi redefinido. ou porque a redefinição foi tamanha que ele -o tal nosso mercado- desapareceu.

*inovação é imperfeita.* toda inovação é parte de um processo de insatisfação que guarda as sementes de sua própria renovação. quando tratamos de processos institucionais, isso é ainda mais verdade: mudar, em uma organização, não é apenas o processo de transitar entre uma estrutura, velha, e outra, nova. é criar as bases para que a mudança seja permanente, entre formas de ação e organização [que já foram muito] boas e outras [que pretendem ser ainda] melhores. daí porque, ao invés de tantarmos alcançar a execução perfeita do conhecido, estamos à busca -em processos inovadores- da execução imperfeita do desconhecido. a interlocução entre os estados institucionais de saber-se imperfeito e entender-se temporal é uma das conjunções motrizes dos processo inovadores. mas não é só.

*inovação é incompleta.* não estamos atrás de mudar tudo e todos ao mesmo tempo. partindo do princípio dual de que a perfeição, no nosso caso, é inatingível e que tudo se desvanece sob o impacto das mudanças efetuadas aqui e algures, adicionamos à equação a incompletude dos processos de inovação. vai estar sempre faltando considerar alguma faceta, algum aspecto externo, algum modelo de mudança nos cenários de nosso interesse.

*impermanência, imperfeição e incompletude* são características básicas, pensando bem, de todas as coisas. vivas ou não. principalmente das vivas. uma organização qualquer é uma estrutura viva, criada e “habitada” por pessoas, que sofrem, pela sua própria natureza, destas três limitações. quanto à consistência... melhor deixar prá lá. afinal de contas, uma das belezas do mundo real é que sua consistência, no máximo, é só aqui e ali. e vez por outra.

Posted in [innovation management](#), [innovation](#) | [11 Comments](#) »

## [os legislativos precisam de controle de versões](#)

Monday, October 8th, 2007

um dos problemas mais sérios de desenvolvimento de software é o controle de versões. e só vai ficar mais complexo, à medida em que software vira serviço, é desenvolvido a partir de componentes e serviços passam a ser combinação de outros serviços. na vida real é a mesma coisa: boa parte do que se costuma chamar de inovação é reinterpretação e combinação de coisas que já estavam aí.

HTTP://LAZYIGUANA.BLOGSPOT.COM

# The Bill of Rights

Ratified December 15, 2003

When I say they are a terrorist

And of All Article I  
Congress shall make no law respecting an establishment of religion, prohibiting the free exercise thereof, or abridging the freedom of speech, or of the press, or the right of the people peaceably to assemble, and to petition the Government for a redress of grievances.

No Hippies, except FOX  
Article II  
A well regulated Militia, being necessary to the security of a free State, the right of the people to keep and bear Arms, shall not be infringed. Rich

Article III  
No Soldier shall, in time of peace be quartered in any house, without the consent of the Owner, nor in time of war, but in a manner to be prescribed by law. Decree

Article IV  
The right of the people to be secure in their persons, houses, papers, and effects, against unreasonable searches and seizures, shall not be violated, and no Warrants shall issue, but upon probable cause, supported by Oath or affirmation, and particularly describing the place to be searched, and the persons or things to be seized. Patriot ACT

ALL Article V  
No person shall be held to answer for a capital, or otherwise infamous crime, unless on a presentment or indictment of a Grand Jury, except in cases arising in the land or naval forces, or in the Militia, when in actual service in time of War or public danger; And any person be subject for the same offence to be twice put in jeopardy of life or limb; nor shall be compelled in any Criminal Case to be a witness against himself, nor be But Not Me or Cheney AND

deprived of life, liberty, or property, without due process of law. And All private property be taken for public use, without just compensation.

Secret Courts Article VI NOT!  
In all criminal prosecutions, the accused shall enjoy the right to a speedy and public trial, by an impartial jury of the State and district wherein the crime shall have been committed, which district shall have been previously ascertained by law, and to be informed of the nature and cause of the accusation; to be confronted with the witnesses against him; to have compulsory process for obtaining Witnesses in his favor, and to have the Assistance of Counsel for his defence. SECRET EVIDENCE

No lawyers Article VII  
In Suits at common law, where the value in controversy shall exceed twenty dollars, the right of trial by jury shall be preserved, and no fact tried by a jury shall be otherwise reexamined in any Court of the United States, than according to the rules of the common law. Tribunal

Article VIII  
Excessive bail shall not be required, nor excessive fines imposed, nor cruel and unusual punishment inflicted. And Including Torture

Article IX  
The enumeration in the Constitution, of certain rights, shall not be construed to deny or disparage others retained by the people. Unless I say So!

Article X  
The powers not delegated to the United States by the Constitution, nor prohibited by it to the States, are reserved to the States respectively, or to the people.

Signed:  
King George

ME  
Article XI  
Tacos Rule!

o software da vida real é o sistema legal.

que de tão complexo, em qualquer nação, está se tornando completamente ininteligível. isso no que tange ao que está escrito e valendo; imagine entender o que mudou entre um estágio e outro de qualquer texto e o que levou às mudanças, tanto localmente quanto no âmbito mais geral. mesmo levando em conta que a maioria da atividade dos representantes do povo [numa cidade grande do brasil, como recife, por exemplo] é muito mais de fiscal de quarteirão do que de pensador, planejador. político ou estrategista, o fato é que a minha cidade promulga DUZENTAS ou mais novas leis por ano [mais de uma por dia de atividade legislativa] e duvido que alguém saiba exatamente o que está valendo [ou não].

e desenvolvimento de software com isso? tim o'reilly convidou karl fogel, autor de subversion, o mais usado sistema aberto para controle de versões, para um debate e fogel topou, mas estabelecendo que seu ponto de partida seria o controle de versão de coisas mais amplas... tratando de noções como:

- Why it's important to be able to search the change history for Wikipedia entries (and why it's incredibly cumbersome using today's interface);
- Why the U.S. Congress needs real version control tools (and why it's our own fault for not providing them);
- Why good version tracking is important in a world where more and more creativity consists of mixing existing things together.

o segundo item é algo com que realmente temos que nos preocupar. sem uma visão minimamente coerente do que está

substituindo ou reescrevendo os sistemas legais já razoavelmente incoerentes em que vivemos, uma verdadeira infinidade de regras que rege nosso dia-a-dia, os custos de transação continuarão aumentando até o ponto em que tudo será interpretação. ou pior, litígio puro e simples. e sem razão.

vai ver que esta é a "razão" pela qual talvez haja mais faculdades de direito [per capita, ou PIB] no brasil do que em qualquer outra região do planeta. mesmo que tenhamos optado por tal caminho, seria muito importante saber, de verdade, o que está valendo. ou deveria estar. o que deveria, por sua vez, ser uma boa razão para o congresso -ou algum corpo legislativo inovador- chamar uma galera que entendesse de controle de versões pra ajudar a criar uma infra-estrutura de suporte ao esforço legislativo condizente -de vera- com a complexidade da vida real.

alguém, um dia, fará. tomara que no brasil, pelo menos, sejamos capazes de imitar.

Posted in [informaticidade](#), [innovation](#), [design](#) | [4 Comments](#) »

## [toshio iwai demonstra o tenori-on](#)

Thursday, October 4th, 2007



a yamaha está lançando [só na inglaterra, por enquanto, [mas está esgotado!](#)] um "instrumento" musical digital desenhado por [toshio iwai](#), o cérebro por trás de [elektroplankton](#). veja o demo do próprio iwai, ao vivo, [aqui](#). a página do youtube tem várias outras [aparições](#) da coisa. o preço? algo perto de US\$1.200... parece ser o brinquedo musical mais interessante já imaginado. quero um.

Posted in [games](#), [innovation](#), [design](#) | [8 Comments](#) »

## [viaje, ouça, durma... é longe](#)

Monday, October 1st, 2007



há meio século, o que costumava ser a união soviética assustava o mundo -e principalmente os estados unidos- [lançando o primeiro satélite artificial](#) e, com ele, uma corrida-quase-querra pelo domínio dos céus. coisa de marte mesmo, briga de meninos pra ver quem tinha o maior foguete. foi no quatro de outubro de 1957. a resposta americana, como se sabe, foi mandar homens, em carne e osso, à lua. disputa de garotos, resultado de gente grande, que guiou boa parte do avanço tecnológico [inclusive da informática] por quase duas décadas. pena que não foi um feito da Terra, em conjunto, mas parte de uma disputa entre territórios [e sistemas políticos] para ver quem era mais capaz. ou, na pior das hipóteses, quem chegava primeiro...

durante muito tempo, ficamos por aqui. até porque a américa não tinha com quem competir. desde o fim dos anos 80 a USSR deixou de existir, graças à a ineficiência e ineficácia de uma economia sem mercado [entre muitas outras coisas]. mas parece que chegou a hora [até porque os [competidores começam a aparecer...](#)] de estabelecer alguma meta espacial [que tal [marte em 2037?](#)]do tamanho da humanidade, e [o novo alvo tem tudo para ser marte](#). seis meses [cada perna da viagem](#), com a tecnologia de hoje. [ou uma semana daqui](#)

[a algum tempo](#). de qualquer modo, [vai custar uma fortuna](#) [as estimativas oscilam entre 40 e 400 bilhões de dólares]. que talvez fosse melhor aplicada aqui mesmo, pra resolver o aquecimento global, por exemplo.

mas um dia [vamos ter que sair daqui](#). pode ser daqui a muito tempo, quando o sol ferver os oceanos ou a via láctea se desorganizar [[bote tempo nisso](#)]. ou então quando descobriremos que um [asteróide](#) irá detonar -literalmente- o planeta.

mesmo que você não vá a marte nem tão cedo, e tampouco a algum centro de lançamento de onde vai sair algum foguete para lá, dá pra ouvir uma [trilha sonora pra viajar pra marte](#) [ou muito mais longe] [aqui](#).

o contexto, no site, é... *Most people who underwent cryosleep have reported that the mind seems to naturally retreat into a place of infinite tranquility, where the experience of Time itself is distorted in a subtle way. Although there is no trace of conscious activity in the brain of sleepers, it appears that Experience itself never ceases, creating atemporals bubbles of memories of transcendental calm when the subject awakes. It may be possible that chemicals used in the cryosleep process alter the outer cortex in a way that is not yet understood, however we believe cryosleep is a perfectly safe means of interstellar travel.*



esqueça a ficção. [simplesmente ouça](#). pra decolar, nenhuma química adicional é necessária, a não ser a sua e a de quem eventualmente esteja curtindo com você. divirta-se boa viagem. a marte [na foto, a cratera victoria, de 800m de diâmetro], ao parque ou, quem sabe, a você mesmo. boa chegada.

Posted in [peopleware](#), [innovation](#), [design](#) | [No Comments »](#)

[cruise, the \[open\] reuse book: 1500 downloads...](#)

Wednesday, September 12th, 2007

[CRUISE](#) [component reuse in software engineering], the open reuse book written collaboratively by the [RiSE](#) [Reuse in Software Engineering] Group at [c.e.s.a.r](#), has clocked 1.500 downloads from all over the world [and a few other places as well]. from the [book's homepage](#), **CRUISE** is... *an extremely thorough review and analysis of the software reuse field, by collecting and organizing the major research works into a picture of the state-of-the-art. However, this book is much more than just a very thorough compendium of reuse research: this book focuses on issues ranging from technology to management and even human behavior. Each issue was reviewed by many experts, and with the benefit of the lessons and detailed information contained in the book, readers will step to a new level of understanding of the systematic processes and tools that are needed in order to successfully promote reuse in their organization.*

Posted in [reuso](#), [peopleware](#), [innovation](#) | [1 Comment »](#)

[vida digital: vigiada \[para sempre?\]](#)

Tuesday, August 21st, 2007



sim, você olhou a figura acima e entendeu tudo. [a partir de dezembro, a tokyu security vai oferecer um serviço](#) [custo: 10 reais a cada seis meses] que há de avisar os pais sempre que os filhos passarem numa catraca do metrô [em tokyo]. num lugar onde as pessoas só se movem de metrô, os menores movimentos dos filhos, fora das atividades programadas pelos pais, serão vigiados, notados e, muito provavelmente, controlados. e isso está proposto como vigilância até o ensino médio...

mas será que é isso mesmo que queremos que aconteça em todas as situações?... consigo me lembrar de centenas de vezes, na vida, em que meus pais não deveriam ter me vigiado enquanto eu fugia das regras estabelecidas e tratava de alguma inovação [pra minha vida, pelo menos].

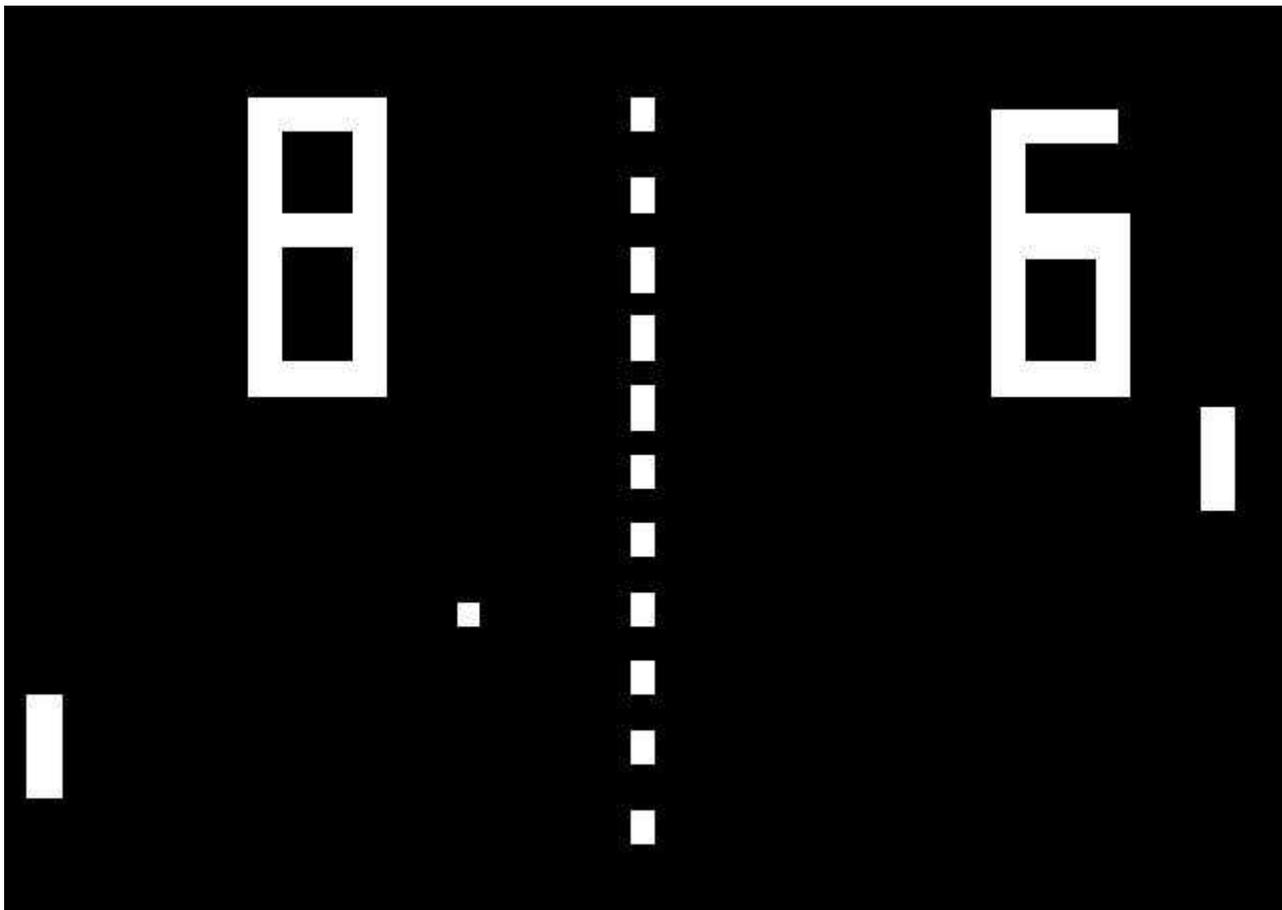
o mundo lá fora é perigoso e diferente da minha vida de criança no interior de pernambuco e paraíba nos anos 50-70 do já tão distante século passado? é. mas precisamos tomar cuidado, muito, para não criarmos gerações inteiras de crianças de granja... que terão muito pouca capacidade de reinterpretar o mundo ao seu redor. precisamos de mais meninas e meninos de capoeira, que apareçam com novas decodificações e proposições do e pro mundo, capazes pois de apagar o que de errado seus pais e avós estavam fazendo e de reescrever um novo mundo...

mas como isso vai rolar, se esse povo for vigiado o tempo todo, a cada detalhe?... complicado, viver neste quase novo mundo...

Posted in [peopleware](#), [innovation](#), [design](#) | [15 Comments](#) »

[video games live! \[e em recife\]](#)

Saturday, August 11th, 2007



está fechado: no começo de outubro, recife verá um concerto [video games live](#) realmente *live*. a produção local será da [luni](#), o que garante a genialidade de [lula queiroga](#) & cia. à frente da coisa, aqui. bote na agenda. é imperdível. pra ver porque, dê uma olhada neste [youtube aqui](#)...

Posted in [games](#), [innovation](#) | [1 Comment](#) »

[« Previous Entries](#)

- 



- You are currently browsing the archives for the innovation category.

## • Páginas

- [ArquivO](#)
- [meira.com: vá lá](#)
- [o que vai rolar por aqui](#)
- [PalestraS](#)

- [convergência digital](#)

## • Arquivos

- [November 2007](#)
- [October 2007](#)
- [September 2007](#)
- [August 2007](#)
- [July 2007](#)
- [June 2007](#)
- [May 2007](#)
- [April 2007](#)
- [March 2007](#)
- [February 2007](#)
- [January 2007](#)
- [December 2006](#)
- [November 2006](#)
- [October 2006](#)
- [September 2006](#)
- [August 2006](#)
- [July 2006](#)
- [June 2006](#)
- [May 2006](#)
- [April 2006](#)
- [March 2006](#)

## • Categorias

- [índia](#) (4)
- [coisas da vida](#) (11)
- [conjecturas](#) (8)
- [convergência digital](#) (57)
- [corrupção](#) (3)
- [custo brasil](#) (64)
- [design](#) (53)
- [games](#) (34)
- [informaticidade](#) (196)
- [information agents](#) (51)
- [information authority](#) (19)
- [infrastructure](#) (54)
- [innovation](#) (148)
- [innovation management](#) (21)
- [negócios](#) (100)
- [noponto](#) (4)
- [palestras](#) (3)
- [peopleware](#) (74)
- [política industrial](#) (17)
- [reuso](#) (3)
- [singularity](#) (10)
- [software](#) (4)
- [software como serviço](#) (11)
- [statistics](#) (2)
- [tv digital](#) (16)
- [Uncategorized](#) (22)
- [vc](#) (7)
- [web economy](#) (55)

silvio meira: dia a dia, bit a bit is proudly powered by [WordPress](#)  
[Entries \(RSS\)](#) and [Comments \(RSS\)](#).