

Brasília, 09 de março de 2026

Seleção

Sumário

CNN Brasil Online

Sábado, 07 de março de 2026 | Propriedade Intelectual

Brasil é líder em biotecnologia agrícola, mas falta rapidez regulatória 3

Correio Braziliense - Online

Sexta-feira, 06 de março de 2026 | Propriedade Intelectual

Trump usa estética de Pokémon em slogan e empresa se pronuncia 5

Brasil é líder em biotecnologia agrícola, mas falta rapidez regulatória



A bioeconomia brasileira entra em 2026 com uma agenda estratégica centrada em regulação, inovação e atração de investimentos. A agropecuária está no cerne desta evolução, que ainda carece de velocidade para que investimentos públicos e privados não se percam no tempo. É o que defende Deia Vilela, nova presidente da Associação Brasileira de Bioinovação (ABBI).

Ao CNN Agro, a executiva afirma que a prioridade do setor é ampliar a influência técnica junto ao governo para acelerar aprovações e consolidar o Brasil como polo de produção - e não apenas de consumo - de biotecnologia. No universo agro, os biocombustíveis denotam o potencial do Brasil como fornecedor, principalmente por causa do avanço do etanol de milho e da diversificação de matérias-primas, como soja, sorgo que também podem se transformar em alternativa aos combustíveis fósseis.

"O Brasil é exponencial em biocombustíveis. Quando falamos de etanol de cana ou de cereal, há uma enorme aplicação de biotecnologia para aumentar eficiência", afirma Vilela.

Segundo ela, o uso de enzimas e leveduras específicas permite maior rendimento industrial, melhor aproveitamento de coprodutos como DDG e óleo de milho, além de ganhos energéticos. A inovação, diz, ocorre em ritmo acelerado - o que reforça a necessidade de um ambiente regulatório compatível.

Regulação mais ágil como prioridade

Entre os principais pontos da agenda está a defesa de maior agilidade regulatória. Para Vilela, o Brasil

possui estrutura técnica robusta, mas precisa acelerar processos para não comprometer a competitividade.

"Acreditamos no papel regulador do governo, inclusive do ponto de vista do consumidor. A questão é como tornar esse processo mais ágil, sem que ele seja um entrave", diz.

Ela explica que produtos de biotecnologia - como as leveduras e os próprios biocombustíveis - passam por rigorosos estudos toxicológicos e exigem dossiês complexos. O desafio, porém, é evitar que a velocidade da inovação internacional não seja traduzida para o mercado brasileiro, prejudicando o 'tempo dos investimentos'.

A proposta da associação inclui mecanismos de "fast tracking" para acelerar aprovações, especialmente em áreas estratégicas como bioenergia.

Interior como vitrine da economia circular

No agronegócio, a executiva destaca o avanço da industrialização no interior do país como caso emblemático de economia circular. Usinas de etanol de milho que aproveitam integralmente a matéria-prima - produzindo combustível, DDG para ração animal e óleo - são apontadas como exemplo de eficiência logística e produtiva.

Além disso, ela vê espaço crescente para bioproteção agrícola, biomateriais derivados de açúcar e aplicações industriais que alcançam setores como plástico, papel e cosméticos.

"O futuro é bio. Há muito conhecimento sendo desenvolvido no Brasil e na região. A bioeconomia é presente e futuro", resume, ao mesmo tempo que reconhece que há espaço para maior industrialização e cita como exemplo o desenvolvimento de enzimas industriais.

Embora o Brasil utilize esses produtos, ainda há margem para ampliar a produção local via biotecnologia industrial, com fermentação controlada e redução de custos. "O Brasil já é polo de consumo. Pode ser também polo de produção", frisa. "Todos nós consumimos produtos feitos com biotecnologia,

seja pão, cerveja ou etanol. Precisamos desmistificar o tema e mostrar que a bioinovação faz parte do cotidiano".

Impacto econômico e geração de empregos

A ABBI reúne 24 empresas e participa da Comissão Nacional da Bioeconomia, no âmbito da implementação do Plano Nacional de Desenvolvimento da Bioeconomia. Segundo Vilela, o principal papel da associação é atuar como representante institucional do setor em temas sensíveis como pegada de carbono, proteção de **propriedade intelectual** e regulação de novos produtos.

"Queremos influenciar políticas públicas que favoreçam o desenvolvimento do setor e, no fundo, o Brasil", afirma. Atualmente, as 24 empresas associadas à BBI geram cerca de 200 mil empregos

ligados à biotecnologia, entre produção industrial, pesquisa e áreas comerciais.

Vilela avalia que o potencial de expansão é significativo, desde que o ambiente institucional favoreça investimentos. "Se ampliarmos o tamanho do mercado, podemos atrair mais empresas internacionais para produzir no Brasil, não apenas vender."

Para ela, o país reúne escala produtiva, mercado consumidor relevante e base agrícola estratégica, fatores que sustentam a tese de transformar o Brasil em hub regional de biotecnologia para a América Latina.

Trump usa estética de Pokémon em slogan e empresa se pronuncia



Postagem da Casa Branca com visual inspirado no logotipo de Pokémon para divulgar "Make America Great Again" levou a The Pokémon Company a afirmar que não autorizou o uso da marca

A circulação de imagens inspiradas na estética de Pokémon Pokopia acabou envolvendo diretamente o presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, e provocou uma reação da The Pokémon Company. Nos últimos dias, uma ferramenta online que permite gerar textos com o visual característico do logotipo de Pokémon se espalhou pela internet, estimulando usuários a criarem versões personalizadas da marca.

A brincadeira acabou sendo apropriada politicamente. Trump publicou nas redes sociais da Casa Branca uma imagem criada com esse estilo para promover seu conhecido slogan de campanha, Make America Great Again (faça os Estados Unidos serem grandes novamente). A postagem rapidamente chamou atenção e levou a empresa responsável pela franquia a esclarecer sua posição.

Pokémon: a história da franquia dos monstros mais rentável da história completa 30 anos

Em declaração enviada ao The New York Times, um porta-voz da companhia afirmou: "Estamos cientes de conteúdos sociais recentes que incluem imagens associadas com nossa marca. Não estamos envolvidos em sua criação e distribuição, e nenhuma permissão foi dada para o uso de nossa **propriedade intelectual**. Nossa missão é unir o mundo, e essa missão não é afiliada com qualquer ponto de vista ou agenda política".

A estratégia de recorrer a referências da cultura pop para comunicação política não é inédita na atual administração. Em outras ocasiões, conteúdos ligados à cantora Sabrina Carpenter e ao jogo Call of Duty também foram utilizados por Trump como parte de ações de divulgação e propaganda.

MAGA ??????????

- The White House (@WhiteHouse) March 5, 2026

Índice remissivo de assuntos

Propriedade Intelectual	1,2,3
-------------------------------	-------