

POTÊNCIA AMAZÔNICA

*A pluralidade da inovação
na Amazônia*



Sumário

O potencial da Amazônia	05
O que é que a Amazônia tem?	06
Pergunte como você pode ajudar!	07
Ciência, economia e desenvolvimento	09
Empreendendo deep techs na Floresta	10
Bioeconomia e o empreendedorismo científico na Amazônia	15
Conheça a mulher que quer transformar a Amazônia em caviar	20
Mercado de luxo: empresa engarrafa o ar de uma cidade amazônica	26
Quando a ciência e os saberes tradicionais se juntam	31
Propriedade intelectual para dar visibilidade à marca Amazônia	34
Agradecimentos	40

Wylinka

Somos uma associação sem fins lucrativos, cujo propósito é mobilizar e desenvolver instituições e ecossistemas para a inovação e o empreendedorismo a partir da promoção e transformação do conhecimento. Em 2022, temos como objetivo conhecer e aprofundar nosso trabalho, principalmente, na região Norte. Para isso, precisamos conhecer e entender as demandas das comunidades existentes nesta região. Esse trabalho só será possível com diálogos que visam a colocar em evidência as vivências, experiências e saberes dessa comunidade. A construção dessa série nos permite que tenhamos contato com essas diversas realidades, dando voz a quem vive as realidades de uma Amazônia plural.

[Conheça mais sobre a Wylinka aqui!](#)

InvestAmazônia

A InvestAmazônia é uma marca de design de projetos e parcerias na Amazônia que utiliza expertise regional e experiência internacional para construir iniciativas em prol de uma Amazônia de vanguarda. Desenvolvemos parcerias, prospectamos oportunidades e desenhamos projetos que levem em conta a cultura, os valores e a potência da marca Amazônia, de dentro para fora.

[Conheça mais sobre o InvestAmazônia aqui!](#)

Conheça a equipe do Potência

O Potência Amazônica foi produzido e editado pela jornalista Tuany Alves. Graduada em Jornalismo e pós-graduada em Jornalismo em Ambientes Digitais, sua jornada profissional é marcada pela união da teoria e da prática, com foco na produção de conteúdo, gerenciamento e análise de mídias digitais. Também trabalhou em projetos de divulgação científica como o 'Minas Faz Ciência', da Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais e na TV UFMG. Já na pesquisa acadêmica, trabalha com os temas Mulheres na Ciência e Divulgação Científica em Ambientes Digitais. Hoje em dia é Analista de Marketing na Wylinka e realiza uma pós-graduação em Comunicação Pública da Ciência (Amerek) na UFMG.



**TUANY
ALVES**

tuany.alves@wylinka.org.br

 [/tuany-alves](https://www.linkedin.com/in/tuany-alves)

O projeto também teve:

Coordenação e Revisão:



**MARISTELA
MEIRELES**

maristela.meireles@wylinka.org.br

 [/maristelameireles](https://www.linkedin.com/in/maristelameireles)

Curadoria e Orientação:



**MAYRA
CASTRO**

me@mayracastro.pro

 [/mayracastropro](https://www.linkedin.com/in/mayracastropro)

Designer e Infografia:



**JOÃO GABRIEL
REIS**

joao.gabriel@wylinka.org.br

 [/joagabrielreis](https://www.linkedin.com/in/joagabrielreis)

O potencial da Amazônia

O Brasil possui cerca de 50 mil espécies de plantas, o que lhe dá o posto de detentor da maior biodiversidade vegetal do mundo. Nessa imensidão, a Amazônia Legal se destaca ao abrigar cerca de um terço das florestas tropicais do planeta,

além de ser agente da manutenção de serviços ecológicos. Assim, cabe a nós construir formas sustentáveis de economia, visando ao desenvolvimento a partir de uma floresta com árvores em pé e rios limpos.

E isso já está começando a ser feito!

Hoje em dia, a região abriga uma pluralidade de potências latentes. Para se ter uma ideia, as atividades extrativistas realizadas na Amazônia, apesar da pequena escala, já são mais lucrativas do que desmatar. Segundo Carlos Nobre, pesquisador do Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo (USP), o valor anual da produção de carne e soja, por exemplo, é de R\$604 por hectare; no caso do açaí, cacau e castanha, chega a R\$12,3 mil.

O potencial da região é ainda maior! Um estudo realizado pelo projeto **Amazônia 2030** identificou que entre janeiro de 2017 e dezembro de 2019, empresas sediadas na Amazônia exportaram 955 produtos diferentes. Desse total, pelo menos 64 podem ser considerados “compatíveis com a floresta”. A pesquisa ainda revela que esse desempenho é residual e a região tem potencial para alcançar uma receita de cerca de US\$2,3 bilhões.

Ciência, tecnologia e inovação têm um papel fundamental nessa jornada!

Por meio delas, será possível promover o desenvolvimento econômico a partir de insumos amazônicos, gerando riqueza, resolvendo grandes

problemas da sociedade e das indústrias e, sobretudo, preservando a floresta.

A série Potência Amazônica surge desse cenário. Buscando mostrar as diversas faces e potências da inovação na Amazônia, a Wylinka e a InvestAmazônia coconstruíram uma série de artigos produzidos a partir de entrevistas com lideranças da inovação na região. O objetivo é dar voz às mulheres que estão gerando impacto no ecossistema de inovação a partir do empreendedorismo e da ciência.

A ideia é trazer uma visão local da economia amazônica, das iniciativas e demandas dessa região, assim como compreender os pontos fortes e as vocações desse ecossistema muito relacionado à bioeconomia. Esse termo define iniciativas que visam a criar relações harmônicas entre o desenvolvimento econômico e a preservação do meio ambiente.

Vamos juntas, juntos e juntas!

O que é que a Amazônia tem?



Pergunte como você pode ajudar!

A Amazônia é um lugar riquíssimo de possibilidades diversas, que cada vez mais tem ganhado os holofotes no Brasil e no mundo. Porém, com tantos olhares para ela, é preciso, antes de tudo, entender quais são as reais necessidades locais e quais os impactos que se buscam na região. Essa coconstrução é, por vezes, um

ESTEREÓTIPOS

Onças andando pelas ruas, índios com flechas prontos para atacar, uma população que não produz nada e que vive lado a lado com a pobreza, esses são alguns dos estereótipos que o mundo e outras regiões brasileiras atribuem à Amazônia. Por ser limitante e muitas vezes irreal, essa visão torna o ato de empreender na Amazônia um desafio, uma vez que o mercado não espera produtos de alto

EDUCAÇÃO E CAPACITAÇÃO

Outro ponto levantado nas entrevistas é de que as pessoas estão ávidas por conhecimento, mas a falta de capacitação é um gargalo na região, o que torna o investimento em educação um quesito extremamente necessário, mesmo que não esteja

desafio que começa antes mesmo das interações se não levarmos em conta as populações já existentes, os seus saberes, e lhe invadirmos a casa. **Para entender como podemos colaborar, formos perguntar para lideranças locais em inovação e empreendedorismo quais são os principais desafios da região:**

valor agregado da região, demandando dela apenas insumos. Para que isso mude é necessária uma mudança de mentalidade de quem está na outra ponta, tanto sobre a região e suas possibilidades, quanto sobre o entendimento de que a população amazônica não precisa de ajuda, mas de parceria para uma coconstrução.

ligada, necessariamente, ao ensino superior. Cursos rápidos, como os técnicos, são uma demanda da população local, principalmente para os pequenos empreendedores que não sabem como lidar com os seus negócios.

INVESTIMENTO E BUROCRACIA

A falta de investimento é um desafio para a população amazônica. As lideranças lembraram que apesar do tamanho territorial da região, cerca de 59% do território brasileiro, menos de 10% do investimento da ciência é destinado à Amazônia. Isso, aliado à burocracia e à morosidade dos processos, torna empreender na região um verdadeiro exercício de

malabarismo e deixa invisível muitas das coisas boas que já foram produzidas ali. Outra consequência é a saída dos jovens da região, que se deslocam das aldeias para as cidades (onde se tornam mão de obra barata); na ciência, a ‘fuga de cérebros’ ocorre para as regiões Sul e Sudeste, onde acreditam que terão mais oportunidades.

INFRAESTRUTURA

Como dito, a Amazônia é enorme, o que torna toda a logística de venda e, até mesmo de exportação, complexa. Afinal, em muitas partes da região, os rios são as ruas. Nesse sentido, problemas de deslocamento se tornam verdadeiras barreiras quando

encontram empresas e parceiros que não se adaptam a este modelo. A Amazônia demanda soluções personalizadas e que levem em conta toda a sua construção geográfica e cultural, porém é preciso escutar a população local para entendê-las.

CONECTIVIDADE

“Sem sinal” – essa é a mensagem que muitos amazônicos recebem ao tentar se comunicar, isso quando há aparelhos. Instabilidade na rede e problemas na comunicação telefônica são problemas reais e comuns na

região que ainda sonha com a fibra ótica. Porém, nem sempre as empresas de comunicação sentem essa demanda ou seu impacto, no âmbito profissional e pessoal, na população.

MODELO ECONÔMICO

Por fim, há o desafio de agregar valor aos produtos feitos na Amazônia, criando um modelo de economia mais sustentável, baseado em uma bioeconomia que seja construída a

partir da realidade e da cultura do povo amazônico e não apenas exportada de outros países ou regiões brasileiras. Tendo realmente um olhar de dentro para fora.

Ciência, economia e desenvolvimento

Para resolver todos esses desafios, o povo amazônida tem dois grandes aliados: **a ciência e a tecnologia**. É por meio delas que, cada vez mais, a população tem conseguido agregar valor aos seus produtos e desenvolver inovações fantásticas que unem o tradicional, a floresta e a tecnologia. Tudo isso, trabalhando a cadeia produtiva amazônica com foco no desenvolvimento sustentável.

Com um leque de possibilidades, o povo amazônida precisa da ciência e tecnologia para atribuir valor e credibilidade aos seus produtos. Para isso, a comunicação com a academia é imprescindível, porém, nem sempre factível. Nesses momentos, o apoio de um tradutor, que faz a ponte entre esses dois mundos, é indispensável.

Para além da renda que a união da bioeconomia, ciência e tecnologia geram – diminuindo a necessidade da saída dos jovens da região – a CT&I tem um papel político e, por vezes, geopolítico. Por exemplo, o Projeto Mani-Oara utiliza o conhecimento científico sobre os solos, as mandiocas e os saberes tradicionais para criar novos produtos em equilíbrio com a natureza, gerando renda para a comunidade e construindo uma consciência crítica da importância tanto da preservação da Floresta, quanto sobre o valor do que é produzido na região mudando a realidade da comunidade.

Empreendendo deep techs na Floresta

A Amazônia Legal representa 59% do território brasileiro, abrangendo todos os estados da Região Norte, Mato Grosso e parte do Maranhão. O território é a casa de aproximadamente 28,1 milhões de pessoas, sendo extremamente plural em suas realidades.

A região ainda se destaca ao abrigar cerca de um terço das florestas tropicais do planeta, além de atuar na manutenção de serviços ecológicos. Tudo isso evidencia a necessidade de desenvolver formas sustentáveis de

economia, visando ao desenvolvimento a partir de uma floresta com árvores em pé e rios limpos.

Acreditamos que a ciência, tecnologia e inovação têm um papel fundamental nessa empreitada! Porém, para que isso ocorra e traga impactos positivos reais para a população, algumas perguntas precisam ser respondidas.

Por exemplo:

- *Como pensamos a relação de negócios da Amazônia?*
- *O que há de gargalo e quais ações já estão sendo realizadas?*
- *Qual o nosso papel nessa jornada?*

Para responder a essas e outras perguntas, conversamos com a pesquisadora [Andrea Waichman](#). A professora da Universidade Federal do Amazonas ([UFAM](#)) fez mestrado na área de Ecologia e hoje em dia leciona aulas sobre Fundamentos de

Ciências Ambientais, abordando principalmente temas como sustentabilidade. Andrea também é sócia da startup [Darvore](#), cosméticos da Amazônia, uma deep tech que trabalha ativos da região por meio da nanotecnologia.



O que são deep techs?

Como é a relação ciência e negócios na Amazônia?

Qual a primeira imagem que passa na sua cabeça quando falamos da Amazônia? Árvores e rios? Onças andando nas ruas, talvez? Índios com flechas prontos para atacar?

Pois é, segundo Andrea Waichman, a visão das pessoas – de outros países e outras regiões brasileiras – sobre a Amazônia é muito estereotipada, não correspondendo à realidade da região. Afinal, você sabia que em Manaus existem empresas do setor de tecnologia que já foram vendidas por preços milionários?

Para a pesquisadora, é preciso gerar uma imagem diferenciada da Amazônia, mostrando que a região tem muito mais a oferecer do que insumos in natura e que com o seu conhecimento sobre a sua própria biodiversidade e sua própria tecnologia é possível gerar uma produção de alto padrão. “Essa é uma questão que estamos trabalhando muito hoje em dia. Por vezes, por exagerar nos estereótipos, não conseguimos diversificar os nossos públicos e encontrar consumidores que geram muito mais renda do que temos hoje”, destaca.



“Trabalhamos nessa perspectiva de desenvolver produtos diferenciados e buscar novos mercados”, conta a pesquisadora.

A ação é fundamental para o crescimento a partir da floresta em pé, pois revê o processo de construção e organização dos negócios desenvolvidos na Amazônia,

buscando agregar valor ao que é produzido na região e, consequentemente, uma melhora de vida para a população local.

Capacitação e os empreendedores amazônidas

O caminho não é fácil e, para que isso aconteça, investir em educação e capacitação é um quesito extremamente necessário. Porém, essa demanda não está necessariamente ligada ao ensino superior.

Ao trabalhar em uma consultoria para o Ministério da Educação para identificar lacunas e demandas da capacitação na Amazônia, Andrea percebeu uma grande demanda por cursos mais rápidos, como os técnicos. “Percebemos um foco muito grande em cursos que ajudam, por exemplo, a fazer um bom planejamento da produção, ou a entender as rotinas de controle de qualidade das matérias primas e a gerenciar negócios”, conta.

Isso não significa que a Universidade não esteja chegando às pessoas. Ela está – o que é um grande feito para a nossa sociedade. Porém, diferente do que se propagava antigamente, não é

preciso necessariamente ter um curso superior para ser um bom gerente de um negócio. “As pessoas estão ávidas por conhecimento e por oportunidades”.

Isso significa que não tem espaço para o empreendedorismo científico? Pelo contrário! O conhecimento científico é essencial para desenvolver novos modelos de negócio.

Andrea dá o exemplo de sua startup Darvore, onde produtos manufaturados são desenvolvidos a partir da tecnologia. Pensada no contexto da sustentabilidade, do minimalismo e do não desperdício, a startup tem patentes depositadas e produz cosméticos de alta performance usando nanotecnologia e ativos da floresta amazônica. A iniciativa teve apoio da EMBRAPPII e do SEBRAE e desenvolveu os produtos durante três anos, realizando diversos testes.



Conheça a Darvore!

Gargalos e ações: onde estamos e para onde queremos ir?

Empreender o conhecimento científico tem seus diferenciais! Andrea Waichman sabe bem disso, ela já dirigiu a Gestão de Inovação, Propriedade Intelectual e Transferência Tecnológica da UFAM. Em sua experiência, Andrea lembra que um grande ponto de atenção para quem quer empreender a partir da ciência é estar atento às demandas do mercado e tentar resolver um problema legítimo da população.

Assim como em outras regiões, nas pesquisas científicas desenvolvidas na Amazônia, isso nem sempre acontece. “Quando eu pesquiso apenas o que eu quero, sem estar atenta às demandas e tendências de mercado, é muito difícil fazer um

Infraestrutura

Em uma perspectiva mais macro, Andrea também fala sobre a necessidade de melhoria da infraestrutura da região, que enfrenta problemas como, por exemplo, a conectividade. Ela até lembra da ocasião em que o Elon Musk rondou o governo sobre o assunto. “É um grande negócio para ele? Sim, mas

Investimento para crescer

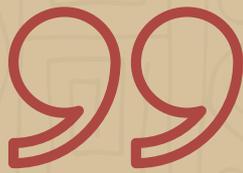
Porém, tudo isso só é possível a partir de uma coisa: investimento! Andrea lembra que apesar do tamanho territorial da região, cerca de 59% do

casamento entre empresa/universidade ou mercado/universidade”, alerta.

Para Andrea, isso é muito importante, uma vez que, ao levar o conhecimento para o mercado, não basta você ter descoberto algo. “Não adianta termos patentes se não as transferimos”, ressalta. Segundo a pesquisadora, há iniciativas nas universidades que visam a fazer essa ponte, porém é preciso que a comunidade acadêmica se abra para elas e não veja o mercado com tantas desconfianças como acontece atualmente na região. Em contrapartida, é preciso que a Universidade desenvolva processos mais rápidos e eficazes que não burocratizem tanto essas parcerias.

pode ser um grande negócio para a Amazônia também. Precisamos da tecnologia para desenvolver a região e proteger quem a protege”, destaca. Além disso, é preciso pensar na capacitação das pessoas para mantermos essa estrutura, o que mostra mais uma vez a importância da educação nesse cenário.

território brasileiro, menos de 10% do investimento da ciência é destinado à Amazônia.



“Por vezes falamos da importância da Amazônia e como ela é do Brasil, mas quanto de recurso financeiro estamos colocando ali?” – provoca a professora.

Na ciência esse contexto é ainda mais prejudicial, uma vez que a falta de investimento acaba ocasionando a ‘fuga de cérebros’. “Eles vão para o Sul e Sudeste, pois acreditam que terão mais chances de desenvolver suas

pesquisas por lá. Então, precisamos fortalecer a nossa ciência local e os institutos das cidades do interior, que são pontos estratégicos. Não é algo que resolvemos do dia para noite, mas seguimos na luta”, conta Andrea.

Cooperação em foco na Amazônia

Andrea não está sozinha! Segundo Waichman, estamos vivendo um bom momento e é possível ver várias iniciativas, públicas e privadas, que estão trabalhando pela Amazônia. “O

que me deixa feliz é que temos muitas iniciativas que estão olhando para esses problemas de forma diferente e querendo que a Amazônia persevere, que dê certo”, conta.

POTÊNCIA AMAZÔNICA

#potênciaamazônica

Andrea Waichman

Graduada em Ciências Biológicas pela Universidad Nacional de Buenos Aires – Argentina, mestre em Ecologia pelo Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia e doutora em Biologia de Água Doce e Pesca Interior pelo Instituto Nacional de Pesquisa da Amazônia. Andrea foi Diretora de Capacitação do Centro de Ciências do Ambiente e da Universidade Federal do Amazonas, Diretora de Pós-Graduação da Universidade Federal do Amazonas e Diretora Técnico Científica da FAPEAM. A pesquisadora também dirigiu a Gestão e Inovação, Propriedade Intelectual e Transferência tecnológica da UFAM. Atualmente, é professora titular da UFAM.



Bioeconomia e o empreendedorismo científico na Amazônia

O Brasil é líder mundial na produção de conhecimento científico no tema de biocompostos amazônicos. As publicações abordam principalmente saúde, cosméticos e alimentos, além de gerar tecnologias baseadas no uso de novos insumos amazônicos ou no reposicionamento dos já existentes para outros fins. Porém, há um vale da morte que precisamos ultrapassar para que todo esse conhecimento chegue ao dia a dia das pessoas. Para se ter uma ideia, **apenas 1,6% da produção científica vira inovação no Brasil.**

Essa dor não é nova! Em 2001, o professor do curso de Farmácia da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), Schubert Pinto, já tinha percebido que muita coisa estava sendo feita na Universidade, mas que esse conhecimento ficava restrito às

bibliotecas, laboratórios e defesas de dissertações. Assim, surgiu nele o sonho de levar para a sociedade esse conhecimento tão rico, desenvolvido a partir de uma biodiversidade imensa da Floresta Amazônica. Para isso, fundou a Pharmakos D'Amazônia.

Mais de 20 anos depois, Schubert está aposentado, porém sua filha, Samara Rodrigues, ainda gerencia e mantém vivo seu sonho de levar o conhecimento científico das prateleiras da Universidade para as casas das pessoas, por meio dos seus cosméticos. Segundo a pesquisadora, também formada em Farmácia, a Pharmakos começou pequena, em uma incubadora, e hoje em dia possui mais de 200 produtos na área de cosméticos produzidos a partir de extratos e essências da região.



**Conheça a
Pharmakos
D'Amazônia**

Da pesquisa ao gerenciamento de uma empresa

Curiosa desde criança, Samara tinha uma certeza em sua vida: iria seguir os passos do pai e fazer faculdade de Farmácia. A mãe, bancária, até tentou convencer a filha a prestar medicina,

advocacia ou tentar concursos públicos, porém Rodrigues sabia que seu destino era trabalhar com os vidrinhos que via sempre que ia para o trabalho do pai.



“Quando criança eu ia para o quintal da minha casa e pegava álcool da minha mãe e flores para fazer perfumes. Eu ainda fazia as pessoas comprarem meus perfumes. O cheiro devia ser horrível, mas queria vender para toda a vizinhança”, lembra com carinho.

A pesquisadora, então, fez vestibular e passou na Universidade Federal do Amazonas (**UFAM**) e até chegou a ser aluna de seu pai. “Nessa época, a Pharmakos também foi criada e eu acabei focando nessa área que eu sempre amei, que são as plantas e óleos essenciais”, conta. Samara também se especializou em Bioquímica dos Alimentos e Cosmetologia, sempre atuando na empresa da família.

Contudo a pesquisadora sentia falta de um conhecimento muito importante na empresa: “tínhamos um farmacêutico e um economista, o que faltava? Uma administradora!”. A partir dessa percepção, a pesquisadora acabou se especializando em Administração de Empresas, o que acabou por afastá-la da parte farmacêutica, mas levou-a à gerência da empresa, onde está à frente de diversos projetos inovadores.

Como empreender a ciência na Amazônia?

A Pharmakos tem como pilar a inovação e a tecnologia, tendo inclusive ganhado sete prêmios Finep. “Todos os nossos produtos são de base tecnológica. Então, desde a ideia até chegar ao consumidor final, usamos metodologias. Temos

métodos para tirar o extrato da planta, que orientam porque usamos essa flor e não a outra, o que eu posso tirar de cada substância, o que posso misturar para realmente fazer o efeito”, informa Samara.

Tudo isso, trabalhando a cadeia produtiva amazônica com foco no desenvolvimento sustentável. É aí que a bioeconomia entra!

Segundo a pesquisadora, a **bioeconomia** consiste em usarmos os recursos naturais de forma sustentável, o que só é possível se a ideia de natureza intocável for desmistificada. “Existem muitas substâncias, remédios, que podem ser aprendidos da natureza e trazidos para o nosso dia a dia. Isso não quer dizer que vamos derrubar a Floresta ou extrair essas substâncias de qualquer forma. Só que temos muita coisa para aprender que pode ajudar a saúde e o bem-estar das pessoas”, destaca.



Um bom exemplo de projeto de bioeconomia que trabalha toda a cadeia (pesquisador/comunidade/indústria) desenvolvido na Pharmakos é construído em cima do guaraná em pó. A empresa auxiliou o projeto Seed Restauro a criar um produto com base no guaraná orgânico

A bioeconomia é um meio de empreender esses recursos naturais no formato industrial, legalizado e em equilíbrio com a fauna e a flora. Samara destaca, contudo, que ela precisa ser muito bem estudada e revista, uma vez que existem muitos conceitos ‘bonitos’, mas que na prática não se vê.

Para a pesquisadora, é necessário estudo e conscientização, desde a escola, para mostrar para as pessoas que não é preciso danificar a floresta para obter matérias primas. “A tecnologia entra aí! Por meio dela conseguimos utilizar a natureza de forma consciente, sem desmatar a Amazônia”, destaca.

O que é bioeconomia?

proveniente de uma iniciativa que trabalha o sistema de reflorestamento junto à tribo Andirá Marau. “Quando eles nos procuraram, vimos que tinha muita pesquisa por trás. O idealizador é um engenheiro agrônomo que já havia validado todo o processo desenvolvido junto à tribo e em uma área reflorestada”, conta.

A pesquisadora lembra que se apaixonou pelo projeto e, após refazerem os testes, viram que a matéria prima que eles tinham era de excelente qualidade e fecharam um contrato. “Na época ele falou com a gente: eu sou um pesquisador que tem um excelente produto, mas não consigo colocar no mercado, pois não tenho condições de legalizá-lo”.

Empreender com um problema para além da bancada

Burocracias não são um problema novo ou restrito aos pesquisadores e empreendedores da Amazônia. Segundo Samara Rodrigues, a morosidade que a burocracia traz vai desanimando o pesquisador empreendedor, que precisa apresentar outros resultados. “Muitas coisas boas não precisam ser descobertas, elas já foram, mas precisam ser viabilizadas e ir para o mercado”, destaca.

A pesquisadora sabe bem do que está falando. Samara conta que, no passado, a empresa foi contemplada com um milhão de reais em uma premiação, porém não recebeu nenhum centavo. “O projeto estava maravilhoso, só que precisávamos de uma autorização e eles levaram mais de dois anos para dar um parecer de que estávamos agindo de forma

Para Samara, esse é um dos grandes empecilhos que ela vê hoje com os seus pesquisadores. “Temos trabalhos belíssimos que são muito bem pesquisados, mas que morrem pois não fazem essa ponte com a empresa para serem validados”, diz.

correta. Quando finalmente eles deram a resposta, o prazo já havia prescrevido e perdemos o prêmio. Eu paguei uma empresa para fazer tudo certo e agilizar o processo, porém não tive êxito. Então, enquanto houver isso, não conseguiremos prosseguir”, reflete.

Regionalmente, um desafio a ser enfrentado pelos pesquisadores e cientistas que querem empreender seu conhecimento é a forma como os outros países e, até mesmo, regiões brasileiras a veem. Segundo Samara, o mundo não enxerga a Amazônia como produto, mas como insumo. Como consequência, eles não conseguem um valor justo no que produzem. Isso entristece a pesquisadora, uma vez que a região tem plena capacidade de produzir produtos de alto valor e tecnologia.



“Temos muito problema de aceitação, nosso público acaba sendo muito restrito e não temos o reconhecimento do valor dos produtos feitos na Amazônia propriamente dita, uma vez que eles são vistos como caseiros, sem qualidade”.

O futuro é agora

Porém, nada disso desanima Samara, que vê a Amazônia como um leque de possibilidades, principalmente para quem tem amor pela pesquisa e pela natureza. Para a pesquisadora, há muitas possibilidades de crescimento e o empreendedorismo está presente em todos os ramos da Amazônia. “Como fazemos isso? Trabalhando de uma nova maneira, alinhada à tecnologia, para gerar impactos positivos. Cada região tem sua riqueza, por que não a usamos de forma sustentável?”, questiona.

Samara ainda destaca que a bioeconomia aliada à ciência e à tecnologia gera renda e bem-estar para a sociedade num ciclo virtuoso, uma vez que as pessoas passam a ter acesso à renda para insumos básicos como alimentos, remédios, etc. “Todo mundo tem que rodar junto, não adianta uma minoria rodar sozinha. Todos têm que rodar no mesmo caminho e juntos, aí teremos desenvolvimento”, completa.

POTÊNCIA AMAZÔNICA

#potênciaamazônica

Samara Rodrigues

Formada em Farmácia pela Federal do Amazonas (UFAM), Samara Rodrigues é apaixonada pela Amazônia e por todos os seus mistérios. Ela é CEO da Pharmakos d'Amazônia, empresa presente no mercado de produtos naturais do Norte e Nordeste que tem como diferencial o contínuo investimento em pesquisas e o desenvolvimento de novas tecnologias.



Conheça a mulher que quer transformar a Amazônia em caviar

A bioeconomia é um meio de empreender os recursos naturais no formato industrial, legalizado e em equilíbrio com a fauna e flora. Porém, qual é a bioeconomia da Amazônia? Ela é igual para todos?

A verdade é que não. Provavelmente, o olhar sobre bioeconomia de quem está na ponta, produzindo insumos extrativistas, será diferente daquele de uma empresa de biocosméticos como a Pharmacos. Para Mayra

Castro, isso é uma evidência da necessidade de construir um entendimento conjunto sobre a bioeconomia amazônica com os diferentes atores desse ecossistema.

Para a CEO da InvestAmazônia, esse caminho também passa pela mudança de paradigma econômico, com o que ela chama de caviar amazônico. Pegue um café e venha ver o que isso significa.



Conheça a InvestAmazônia

Uma jornada 360

Tudo começou com um sonho! Em 2007, Mayra Castro saiu de Belém do Pará com o sonho de ser diplomata debaixo do braço. A amazônida foi para a Suíça sem saber falar inglês ou francês e sem nunca ter conhecido a

Europa ou seu inverno. Exploradora, Mayra passou seis anos por lá, onde fez um mestrado em Direito Internacional e Europeu e mergulhou no universo das empresas.



“De um lado tinha o multiculturalismo de Genebra, onde temos basicamente 180 nacionalidades, o que possibilitou que eu interagisse com pessoas diferentes. Por outro, trabalhar em hotelaria tem a coisa de você estar a serviço ‘de’, então essa jornada me trouxe bastante aprendizado”, lembra.

Toda essa experiência também abriu portas para que a amazônica realizasse o seu sonho de ser diplomata. Com isso, em 2014, de volta ao Brasil, Mayra foi contratada pelo governo da Suíça para construir um consulado científico em São Paulo, o Swissnex Brazil, e passou a

trabalhar conectando Brasil e Suíça em ciência, educação e inovação. Porém, quatro anos depois, pediu demissão para trilhar uma jornada de autoconhecimento e passou a desenvolver a sua marca pessoal com a habilidade de conectar pessoas.



“Durante dois anos, foquei em quem eu era, qual a minha essência. Fui entender o que trabalhar com desarmamento nuclear, tráfico de mulheres e ciência e inovação têm em comum”, conta.

Após esse período, Mayra viu a oportunidade de montar sua segunda empresa, a InvestAmazônia. A ideia surgiu com a vontade de gerar valor para a região e o desejo de consolidar a Amazônia dos seus sonhos. Segundo a conectora, a empresa não busca apenas oferecer produtos, mas criar um sonho. “A ideia da InvestAmazônia é usar o conhecimento internacional com o nacional para fazer pontes, porque quanto mais a gente trabalha em

conjunto e inteligência coletiva, mais inovador e inusitado são os resultados”, destaca.

Mayra também é palestrante TEDx, embaixadora do Seedstars World no Brasil e representante da Cambridge Business Association. Além disso, a empreendedora é conselheira emérita do Capitalismo Consciente no Brasil, conselheira consultiva e jurada de competições de startups.

Caviar amazônico, o que é isso?

Toda essa jornada foi necessária para que Mayra tivesse sua epifania: a Amazônia é um produto caviar. O momento eureka veio após as diversas visitas que a empreendedora fez às fábricas de açaí. “Uma colherzinha de caviar raiz custa por volta de 500 dólares. Por que é tão caro? Porque ele é a ova do peixe esturjão, extraído no mar Cáspio. Ele é específico, raro, exclusivo e único”, conta.

Segundo Mayra, se fizermos uma analogia com a Amazônia, ela também é um mercado específico, uma região única. “Essa é a provocação do caviar amazônico. Nós precisamos mudar o paradigma econômico, olhar para os nossos produtos como caviar e não como algo em massa, porque senão a floresta não vai aguentar”, ressalta.

Para a empreendedora, não tem como importarmos um modelo de economia utilizado em outros países, com culturas e demandas diferentes, e achar que vai dar certo. Ela usa o exemplo da cadeia do açaí que, mesmo tendo uma curva acentuada

de crescimento no início dos anos 2000, não conseguiu ainda verticalizar a cadeia para produtos com maior valor agregado. “Precisamos olhar para os nossos produtos como algo exclusivo, caro e único”, convoca.

Existe público para isso? Para a CEO da InvestAmazônia, sim! “Pense no celular da Samsung, ele faz o mesmo que um da Apple. Então, porque pagamos mais caro por um Iphone? A Apple é uma empresa bilionária que não passa de 14 a 18 por cento do mercado e está feliz com isso. Por que ela não compete com a Samsung ou cresce para 25%? Porque não compramos ‘o que’, mas ‘o porquê’, conta.

Como transformar um produto da Amazônia em um produto caviar? O marketing entra aí! “O primeiro ponto para trabalhar a Amazônia como bioeconomia é vender uma história. Qual o meu objetivo com a marca caviar? Comunicar a Amazônia de dentro para fora”, destaca.

O papel da ciência e inovação

Onde a ciência e a inovação entram nisso, então? Em tudo! Segundo Mayra Castro, quando falamos em caviar amazônico levamos as coisas para outro patamar, o que demanda da ciência não apenas um papel científico, mas político e, por vezes, geopolítico. “Por exemplo, quando o

Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (**INPA**) foi criado, ele tinha um papel político de fazer frente à pressão internacional que já existia na época. Então, a ciência tem um papel estratégico e precisamos olhar para isso também”, conta.

Já na questão econômica, P&D são indispensáveis para atribuir valor e credibilidade aos produtos da Amazônia. Mayra conta que, inclusive, algumas das empresas da região já têm uma base forte, pois foram

fundadas por pesquisadores, pessoas fora da curva que fizeram isso acontecer. Para a empreendedora, a comunicação com a academia é imprescindível, porém é necessário abrir um pouco a mentalidade.



“Quando trabalhei fazendo pontes na ciência descobri que muitos dos países com os quais o Brasil quer fazer ponte, acadêmica e científica, têm um modelo diferente do nosso. Um modelo que conversa com o setor privado e que por isso tem dinheiro e gera resultado na sociedade”, aponta Mayra.

A CEO ainda destaca que precisamos entender o que é inovação dentro da sociedade e que isso passa também pela linguagem. “Por exemplo, se você perguntar para um pesquisador qual a sua tese e fizer a mesma pergunta para um investidor, a resposta será diferente. Então, precisamos fazer uma tradução cultural e intersetorial para construirmos pontes mais fluidas”, destaca.

Como fazer esse processo? Para Mayra Castro, precisamos de tradutores no meio do caminho. “Sair do seu quadrado comum é complicado, ter um terceiro fator [entre o pesquisador e a empresa] que faça esse papel de comunicador é essencial para conectar uma ponta à outra”.

Comunidade, capital emocional e confiança como dinheiro

Em outra ponta dessa cama de gato também temos a comunidade. Segundo Mayra, na Amazônia, a universidade tem geralmente uma relação próxima com comunidades tradicionais. A empreendedora conta

que se você quiser, por exemplo, fazer um óleo de andiroba, você vai ter de entender o processo de extração, por isso os pesquisadores vão para as comunidades e unem saberes e conhecimentos.



“Eles vivem e interagem com a comunidade, porque se você chegar junto achando que vai fazer alguma coisa, esquece. É preciso se fazer parte!”

Essa cultura amazônica também molda a forma como a população local enxerga o dinheiro e se constrói economicamente. Por exemplo, as pessoas da Amazônia estarão menos dispostas a fazer parcerias – mesmo que isso signifique deixar de ganhar dinheiro – se houver a diminuição do seu protagonismo no negócio. Isso acontece pois, normalmente, há um capital emocional envolvido nesses empreendimentos. Dessa forma, o investidor não pode simplesmente achar que irá pagar por uma parte do negócio e pronto, acabou. A relação precisa ser mais profunda, pois envolve questões que estão no âmbito do emocional.

Mayra conta ainda que o perfil do empreendedor da região também tem

suas peculiaridades. “A primeira moeda de troca na Amazônia não é dinheiro, é a confiança. Se eu não confiar em você ou não me sentir incluído, não vou aceitar o seu dinheiro. Já vi vários casos assim e essas peculiaridades precisam ser levadas em conta”, destaca.

Segundo a empreendedora, a coconstrução é um desafio. Para ela é preciso criar mecanismos específicos para fazer a região crescer. “Não precisamos de ajuda, precisamos de parceria e acesso. Quem tem a mentalidade de querer ajudar a Amazônia fica em casa, porque nós precisamos de pessoas para construir em conjunto, o que é uma abordagem completamente diferente”, avisa.

Conexão Amazônia-Mundo

Mayra conta que está construindo uma rota para fora do país, afinal, o mundo está de olho na Amazônia. Porém, é preciso que essa conversa seja mais direta. Segundo Mayra, o que está acontecendo é que a maioria das pessoas que estão apresentando e propondo coisas fora do Brasil sobre a Amazônia não são da região.

A empreendedora lembra que, historicamente, a Amazônia tem uma comunicação com o mundo, desde a época da borracha. Para ela, é preciso restabelecer essa comunicação direta de forma a ganhar tempo, gerar recursos e ter mais resultados.

”

“Como eu faria isso? Olharia para a Suíça, não só pela a minha relação, mas porque ela é um dos países mais inovadores do mundo. Além disso, olharia para Israel, Coreia do Sul e faria uma interseção com a África do Sul. Ou seja, pensaria em rotas alternativas, porque acredito que temos de olhar para o que não existe para criar o novo”, completa.

POTÊNCIA AMAZÔNICA

#potênciaamazônica

Mayra Castro

Mayra é nativa da Amazônia com grande experiência em parcerias internacionais, elaboração de projetos, tradução cultural e liderança de equipes. Tendo morado na Europa por 6 anos, principalmente na Suíça, ela tem muito conhecimento e experiência em fazer pontes entre setores, países e interesses. Ela construiu e chefiou o consulado científico do governo suíço em São Paulo (Swissnex Brazil) conectando Brasil e Suíça em ciência, inovação, artes e educação. Ela também coordenou e construiu o acordo de parceria para um projeto ETH-Zurich (AtlantikSolar) na Amazônia, impulsionado pelo governo suíço, Governo do Estado do Pará, Sistema de Proteção da Amazônia (SIPAM).



Mercado de luxo: empresa engarrafa o ar de uma cidade amazônica

Único e exclusivo, essas são as características que atribuem ao caviar um status de prestígio e um valor alto no mercado. Porém, nem só de ovas de peixe vive o empreendimento de luxo e uma empresa amazônica tem se destacado no setor de águas finas.

Fundada por Cal Junior, a Ô Amazon Air Water é uma empresa brasileira que transforma a umidade do ar da Amazônia, mais especificamente da cidade de Barcelos, em água engarrafada. Com capacidade para fazer até cinco mil litros por dia, a empresa possui captadores para trazer e condensar a umidade do ar em reservatórios. A água passa

diretamente do estado gasoso para líquido de forma sustentável.

Segundo **Vilmara Moraes**, Diretora de Projetos Institucionais e Sociais da Ô Amazon, a empresa não vende produtos, mas desperta o desejo de tê-los. Natural da cidade de Barcelos, a diretora faz parte de um seletor grupo que integra e mantém a empresa. Ela contou para a gente como a Ô produz suas safras de água, como a ciência está envolvida nesse processo e como o grupo busca promover a valorização da floresta em pé e da comunidade produzindo águas caras. Então, pegue seu copo de água e bora lá!



**Conheça a
Ô Amazon
Air Water**

Ciclos da vida

Vilmara cresceu e estudou em Barcelos, município do interior do Amazonas cercado por rios e conhecido por seus peixes ornamentais. A amazônida sempre desejou ir além do seu contexto e ajudar as pessoas. Porém, ela precisou adiar seus planos devido à sua primeira gravidez.

O sonho ficou adormecido até 2004, quando sua vida sofreu uma guinada. Vilmara conseguiu se libertar de um relacionamento abusivo, onde vivia a violência doméstica, e pôde se ouvir e se entender mais, criando autoconfiança. Ela, então, resgatou seu desejo de adolescência e conseguiu, enfim, se mudar junto com seus quatro filhos para Manaus, onde voltou a estudar e se formou em Administração.

Foi na capital, também, que a ligação de Vilmara com a Ô Amazon começou

a criar raízes. Em seu último ano de faculdade, a amazônida e seus colegas de turma foram incentivados a apresentar produtos inovadores que tinham ligação com a sustentabilidade. Vilmara lembrou-se da empresa que engarrafava água do ar no seu município e pensou que seria perfeito apresentá-la. “Vou falar de um produto da minha cidade e trazer visibilidade para ela”, lembra.

A apresentação do produto parou a instituição, com direito a presença do reitor da faculdade, além de solidificar a relação da administradora com o fundador da Ô Amazon, Cal Junior. Anos mais tarde o empresário convidou Vilmara para integrar a equipe da empresa. “Eu tenho muita gratidão de ter conhecido a Ô e poder fazer parte dela levando a minha cidade e o selo Amazônia para o mundo”, conta.

Engarrafando o ar da Amazônia

Tirar água do ar de uma cidade cercada por rios e florestas! A inovação realmente chama a atenção e pode parecer coisa de ficção científica, mas é pura ciência. “Podemos comparar com o ar condicionado que pega umidade, devolve a água e fica com o ar. Nós fazemos o inverso”, explica Vilmara Moraes.

O processo não é novo e o fundador da empresa, Cal Junior, teve acesso a ela na China, país onde máquinas que captam a umidade do ar são comuns. Contudo, após estudos e pesquisas aqui no Brasil, a empresa conseguiu desenvolver uma tecnologia própria que foi patenteada pela empresa.

A primeira safra de água produzida pela Ô Amazon foi feita em 2019. 'Colhida' pela manhã (horário em que a onça sai para caçar) a edição leva o

nome de Onça Pintada. Tudo é feito e engarrafado em Barcelos e exportado para fora do país e outras regiões do Brasil.



“Consecutivamente (2020/2021) tivemos a pandemia, o que tornou complicado a exportação, mas não paramos de trabalhar. Agora, estamos voltando e a perspectiva é de um ganho em torno de 80 milhões de reais daqui a três anos”, informa.

Do ar para a mesa

A água ainda não está sendo comercializada, mas já acumula fãs que a aguardam ansiosamente em Londres, França, Austrália, Texas e Nova York. O produto também já detém prêmios importantes nesse seleto grupo de águas finas, inclusive é certificado pela Fine Water Society e recebeu em 2021 da instituição a medalha de ouro na categoria das águas exóticas. Além disso, a água ganhou ouro em excelência na qualidade no prêmio Quality Choice Prize 2022 em Barcelona, Espanha.

Quem são esses compradores? Vilmara Moraes conta que é um público pulverizado e a água, que custa por volta de 80 euros, foi pensada para ser apreciada em

restaurantes e grandes hotéis, assim como em eventos de degustação, pois ajuda a limpar e a apurar o paladar. “Ela deixa sua boca pronta para degustar outros vinhos”, comenta.

Porém, entrar nesse seleto grupo não foi uma tarefa fácil. Segundo a diretora, desafios específicos a esse mercado se juntaram aos desafios comuns a todos os empreendedores da Amazônia. “Chegamos batendo na porta e ter a marca Amazônia nos ajudou muito, pois despertou a curiosidade das pessoas. O que fez com que fossemos inseridos nesse mercado de uma forma mais rápida do que imaginamos”, conta.

Desenvolvimento consciente

Para além do encantamento que a Ô Amazon desperta, a empresa também tem uma preocupação com o desenvolvimento consciente na região. Vilmara conta que durante as gerações foi se formando um entendimento de que a floresta é inesgotável. “Caiu uma árvore, nasce outra. Tínhamos essa crença de que tudo se resolve sozinho, porém não é bem assim. Precisamos criar uma consciência de que a floresta pode acabar sim”, destaca.

Segundo a diretora, a Ô Amazon quer mostrar que é possível ter esse entendimento e empreender os produtos da Amazônia. “Quando desenvolvemos empresas a partir de um desenvolvimento consciente o resultado é mais favorável à floresta e queremos ser esse exemplo, para que as empresas busquem sustentabilidade e desenvolvam processos que não agridam a natureza”, comenta.

Vilmara Moraes conta que esse desenvolvimento também passa pela escolha dos parceiros das empresas.

Amazônia Inclusiva

Lugar riquíssimo de possibilidades diversas, essa é a forma como Vilmara vê a Amazônia. Porém, a diretora ressalta que é preciso entender quais são as demandas locais.

Nós, por exemplo, buscamos parceiros e fornecedores que tenham a mesma visão que a nossa, que caminhem como a gente”, destaca.

Um desses parceiros é a Universidade do Estado do Amazonas (**UEA**). A instituição busca capacitar a população e empreendedores para que empreendam de forma consciente. “Um dos nossos gargalos na Amazônia, para empreender, é a falta de capacitação. Temos pessoas com projetos pequenos que não sabem o que fazer, como lidar com o seu negócio”, conta.

Para a amazônida, a capacitação ajuda tanto a preparar essas pessoas, quanto a melhorar a comunicação no município. Segundo Vilmara, há muitos problemas com a internet e com conexão telefônica na cidade, mas as empresas não sentem essa demanda. “As capacitações podem ser o passo inicial para desenvolver respostas a esses problemas, enquanto a tão sonhada fibra ótica não chega. Empreender na Amazônia não é fácil, mas é possível!”, destaca.

Possibilidades são inúmeras, mas precisamos entender as reais necessidades e quais os impactos. Fazer um estudo sobre essas demandas é fundamental”, informa.



“Conservação e preservação são palavras complexas, mas quando dizemos cuidar do que é nosso é mais compreensivo e dentro da nossa realidade”, comenta Vilmara.

Para isso é preciso entender que cuidar da Amazônia não é apenas cuidar das árvores, mas da sua população. “Por exemplo, eu tenho um projeto chamado Embaixadoras da Selva. Com todos os problemas que

passsei, entendi que as mulheres na minha cidade precisam se descobrir, se olhar e entender quão talentosas são e o quanto podem contribuir com a nossa região”, conta.

POTÊNCIA AMAZÔNICA

#potênciaamazônica

Vilmara Moraes

Cresci em Barcelos e aos 18 anos iniciei um relacionamento onde, como vítima de violência doméstica, me perdi. Em 2004, dei meu grito de liberdade. Fui Secretária de Turismo, de Meio Ambiente, Secretária Chefe da Casa Civil, Assessora Direta do Chefe do Executivo, desenvolvendo o papel diplomático da Prefeitura de Barcelos. Na Academia, conheci um projeto incrível idealizado por Cal Junior, a Ô AMAZON AIR WATER. Aquele momento repercutiu mais tarde, quando ele me convidou para fazer parte da equipe. Hoje sou a Diretora Institucional e Diretora do Instituto Reação Natural, onde lido diretamente com os Projetos Sociais da empresa.



Quando a ciência e os saberes tradicionais se juntam

Líder indígena, agricultora, ativista, defensora dos povos originários, pesquisadora e empreendedora, Raquel reúne a ciência, o empreendedorismo e a inovação para proteger a fauna, a flora, os rios, a

cultura e a população da Amazônia, região que abriga uma pluralidade de potências latentes. Conheça a jornada dela e o seu trabalho para divulgar a importância dos saberes tradicionais.

O início de uma jornada empreendedora

Raquel Tupinambá nasceu em Surucucá, Território Tupinambá, Tapajós, Amazônia. Mulher indígena do povo Tupinambá, ela vem de uma

família de agricultores que trabalha há várias gerações com o manejo da mandioca.



“Trabalhei com a mandioca desde criança, quando comecei a aprender com minha mãe e minha avó, as mulheres da família, as práticas milenares”, lembra.

Ao crescer, Raquel e sua irmã, Mariane Tupinambá, foram para a Universidade. Nesse período, a pesquisadora conta que seus estudos não tinham muito contato com os saberes tradicionais, pois não via ainda uma relação do que estudava com os saberes que aprendeu em sua comunidade, mesmo fazendo biologia. Segundo Raquel, essa ligação começou a aparecer quando foi para o mestrado e quis trabalhar com algo que realmente fizesse sentido para ela e que fosse parte de sua vida. Assim, a pesquisadora desenvolveu

seu mestrado em Botânica pelo Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (**INPA**), estudando o manejo da mandioca enquanto raiz e planta, assim como o seu uso e comercialização. “Pesquisei seis localidades, daqui do meu território, levantando as etnovarietades manejadas na região e verificando sua ligação com os tipos de solos existentes. Pensando mesmo nos solos antropogênicos onde há milênios os usamos para produzir”, informa.

Durante sua pesquisa, Raquel identificou mais de 40 variedades de mandioca disponíveis em Surucuá e comunidades vizinhas. Além disso, a pesquisadora também investigou questões culturais que há milênios coevoluem junto à população e sua relação com o manejo da mandioca. “Vimos que existem tipos de

De volta à comunidade

Após concluir o mestrado, Raquel Tupinambá voltou para o seu território e passou um tempo na comunidade. “Esse período foi muito importante, pois pude pensar na minha vida considerando fatores como o olhar que as pessoas têm para as comunidades ribeirinhas e indígenas, as comunidades da Amazônia em geral. Vi que eles enxergam as populações como pobres, incapazes e que não produzem”, reflete.

A qualidade de vida na comunidade também chamou a atenção de Tupinambá. Para ela, são dois mundos muito diferentes e a qualidade de vida nas comunidades é melhor. “Isso me motivou a buscar formas de gerar renda na aldeia, pois muitos dos jovens saem da comunidade para as

mandioca que são escolhidos pelos solos, além da relação com as demandas do mercado. A partir daí passei a pensar sobre o nosso modo de vida e sobre outros produtos que podem ser feitos levando em conta a nossa relação com a floresta e cultura”, conta.

idades em busca de dinheiro. Porém, chegando na cidade, eles são mão de obra barata, trabalhando em atividades que precisam de muita força ou onde trabalham muito, mas ganham muito pouco”, conta.

Então, a partir disso, Raquel começou a pensar. Esses pensamentos encontraram força na necessidade que ela via em defender seu território, assim como a floresta em pé e o rio limpo. “Com isso, um grupo de mulheres, a Associação de Moradores Agroextrativistas e Indígenas do Tapajós (**Ampravat**), se organizou para produzir. Como trabalhamos diretamente com a mandioca [nas nossas pesquisas], passamos a pensar em novos produtos dentro dessa cadeia”, lembra.

Produzindo e preservando os saberes tradicionais

Raquel e Mariane estão à frente de uma iniciativa que visa a produzir derivados tradicionais da mandioca a

partir dos conhecimentos acadêmicos adquiridos pela dupla na universidade. Batizado de Projeto

Mani-Oara, a iniciativa conta com uma pequena fábrica artesanal em Suru-

cuá e seu principal produto é o Vinho de Mandioca.



**Saiba
mais aqui!**

A bebida passa por um processo de fermentação iniciado por micro-organismos isolados de uma outra bebida derivada da mandioca. Segundo a pesquisadora, o Tarubá e o Caxiri são bebidas indígenas que vêm sendo usadas desde os ancestrais, então por que não fazer um outro derivado? Para isso, o grupo isola alguns fungos da bebida do tarubá e, após a desintoxicação da massa da mandioca, os colocam para fazer o processo de fermentação do Vinho de Mandioca.

Outro exemplo é o Tucupi Preto que é o suco da mandioca. Raquel conta que ele é usado para fazer comidas e

bebidas, porém, muitas vezes, é descartado. Inclusive de forma incorreta; por ter uma certa toxicidade, se jogado ao chão, pode gerar problemas para as plantas. “Para usá-lo, nós o fervemos por vários dias. Ele vai ficando com um gosto mais adocicado”, conta.

Porém, os produtos não pararam apenas no vinho. As pesquisadoras começaram a olhar para outras cadeias da região, por exemplo, os frutos.



“Fazemos geleias e pensamos em produzir ainda mais! O foco é pensar o território, no sentido tanto da floresta em pé, da preservação, quanto da alimentação saudável local”, explica.

A ideia é que com essa geração de renda os jovens não precisem sair das comunidades, do seu lugar. “A ideia do projeto não é só a produção pelo

dinheiro, mas também proporcionar a construção de uma consciência crítica na comunidade”, finaliza.

POTÊNCIA AMAZÔNICA

#potênciaamazônica

Raquel Tupinambá

Mulher, indígena, agricultora, ativista, defensora dos povos originários e empreendedora, esta é Raquel. Cacica da aldeia Sucuruá e coordenadora do Conselho Indígena Tupinambá do baixo Tapajós (CITUPI), ela é Bióloga, mestre em Botânica pelo Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (INPA) e doutoranda em Antropologia Social pela Universidade de Brasília (UnB), além de ser Licenciada em Ciências Biológicas pelo Instituto Federal de Ciências e Tecnologia do Amazonas (IFAM).



Propriedade intelectual para dar visibilidade à marca Amazônia

Você já parou para pensar sobre qual é a importância da **propriedade intelectual**? Relacionada a proteção legal e reconhecimento de autoria de obra de produção intelectual, como invenções, patentes, marcas, desenhos industriais, indicações geográficas e criações artísticas, a propriedade intelectual está à nossa volta. Sabe aquela cervejinha ou refrigerante do fim de semana? Ela

está no rótulo, na tampa, na garrafa e até no processo de fabricação dela.

A propriedade intelectual garante ao autor o direito, por um determinado período de tempo, de explorar economicamente sua própria criação, sendo importante quando falamos em Floresta Amazônica e em modelos econômicos sustentáveis.

Criando Conhecimento

Sheila Melo é paraense, de Belém do Pará, e começou a estudar sobre propriedade intelectual quando entrou na Embrapa, empresa pública de pesquisa vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abasteci-

mento do Brasil. Segundo a pesquisadora, à época, há 10 anos, ela nem tinha ideia do que era propriedade intelectual, porém, identificou que havia uma grande demanda sobre o assunto.



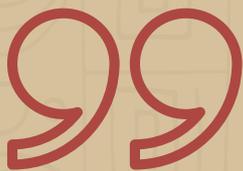
“Eles me diziam: você tem de estudar propriedade intelectual, porque ninguém aqui estudou. Se tivermos esse conhecimento local vai nos ajudar tanto no desenvolvimento das pesquisas, quanto ganhando velocidade nos processos”, lembra.

Sheila seguiu por esse caminho e, no mesmo ano, fez o curso online da Organização Mundial da Propriedade Intelectual, em uma época em que o EAD não era muito difundido. A especialista também participou de cursos e eventos em São Paulo para aprender mais sobre propriedade intelectual, além de buscar ativamente informações e pessoas referências no assunto. “Fiz um mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação no INPI. Quando já estava terminando soube de um outro mestrado no PROFNIT. Seria quase na esquina da minha casa então eu pensei: “vou fazer”, conta.

Sheila explica que apesar dos dois abordarem propriedade intelectual,

eles possuem focos bem diferentes. Segundo a pesquisadora, o primeiro, realizado no Rio de Janeiro, contou com professores que atuavam como examinadores de patentes, focando principalmente em inovação. Já o segundo, realizado no seu terreiro – em Belém do Pará – era um mestrado em rede, que foi gestado por uma associação de gestores de inovação e muito mais voltado para a transferência de tecnologia.

Hoje em dia, após uma década de estudos, Sheila se tornou uma referência em propriedade intelectual no Norte e Nordeste, sendo a única tutora do curso online da Organização Mundial de Propriedade Intelectual na região.



“Isso tem um peso enorme! Eu sou uma mulher da comunidade LGBTQIA + que se tornou referência. Sou demandada, por exemplo, por parlamentares para auxiliar em questões da Covid-19, como quebra ou não de patentes, e para falar sobre leis de inovação”, destaca.

Hoje em dia, a pesquisadora atua como Analista do Núcleo de Desenvolvimento Institucional da Embrapa Amazônia e ainda arranja um tempinho para fazer divulgação científica no seu canal do YouTube

‘Propriedade intelectual fora da caixa’. Por seu trabalho em popularizar e aproximar o tema da sociedade, Sheila recebeu, em 2022, uma medalha ao Mérito pela Divulgação de Ciência.



**Para ver
os vídeos
do canal
acesse o
QR Code!**

Propriedade Intelectual e a Floresta Amazônica

Sheila conseguiu construir seu caminho e tornar-se referência em propriedade intelectual, realizando assim o seu maior desejo: ajudar sua região. Para a pesquisadora, é de extrema importância que a população enxergue o potencial da Amazônia e que entendam o que podemos perder ao deixar de protegê-la, o que passa também pela proteção da propriedade intelectual da região.

Ela dá o exemplo das comunidades tradicionais. “Eu estou em um projeto com as áreas indígenas Munduruku e estamos tentando agregar valor aos produtos que eles produzem na aldeia. A ideia não é só melhorar a ocupação do território indígena, como também diversificar a renda que, normalmente, é voltada para o artesanato. Eles conseguem dinheiro com o artesanato, mas também plantam e colhem”, explica.

Para a pesquisadora, é muito bom ver que é possível mudar a realidade da comunidade e o arranjo produtivo local de ceramistas. “Quando começamos a fazer o trabalho com eles de indicação geográfica, logo conseguimos o engajamento da Prefeitura, que trouxe serviços de saneamento básico, como o asfaltamento que era necessário para aquela comunidade”, conta.

Além disso, outras instituições também se mobilizaram, o Sebrae, por exemplo, irá aportar recursos para fazer um Centro de Referência Ceramista no local. “O que vai contribuir com a melhora do controle de qualidade dos produtos”, informa. Ela observa que, **por meio da propriedade intelectual, é possível construir coletivamente, engajando atores importantes para o desenvolvimento regional.**

MADE IN AMAZÔNIA?

O açaí é gringo? Sabia que tem pessoas de outros países que pensam que o açaí é dos Estados Unidos? Para nós, brasileiros, pode ser difícil acreditar, mas isso acontece, pois normalmente só exportamos a polpa (principalmente para os EUA), sem agregar valor. Fruta que é transformada em produtos e cosméticos para o mundo todo (inclusive para o Brasil).



O açaí é gringo?

Sheila explica que, dentro dessa visão, se estivéssemos trabalhando para agregar valor aqui, na região, teríamos mais condições de comercializar com outros players com um valor melhor. O que traria mais desenvolvimento social. E isso não acontece apenas com o açaí! O cupuaçu é outro exemplo.

A pesquisadora conta que isso não se deve à falta de capacidade técnica de produção do Pará, uma vez que há centros de pesquisas que já trabalham para agregar valor a produtos produzidos na região, nem é a falta de insumo, pois na região há acesso às diversas frutas. “O que precisamos é orçamento público para isso, de uma política pública de agregação de valor, pois o que falta é o maquinário, o laboratório robusto para fazer esse desenvolvimento e passar o conhecimento para empresas e startups que vão fazer essa comercialização”, conta.

Outro problema apontado pela analista é o sistema de avaliação interna das Universidades que, normalmente, é focado em publicação. Segundo Sheila, precisamos visualizar o nosso gargalo: temos pesquisadores muito competentes, mas que precisam publicar, publicar, publicar para aumentar o Currículo Lattes. “Quando falamos de inovação, publicação é resultado? É, mas eu preciso dar empirismo para o meu resultado e só então essa inovação será transferida. Não vamos transferir tecnologia com o artigo científico”, destaca.

Nós somos a mudança

Temos condições de fazer agregação de valor e uma fixação da pessoa no campo sem, necessariamente, degradar o meio ambiente? Para Sheila, sim!

A pesquisadora dá o exemplo da luz elétrica na Amazônia. Segundo Sheila, há alguns anos não havia energia elétrica em muitas ilhas próximas a Belém, com isso a dinâmica da população era outra, pois não conseguiam estocar comida. Com o programa luz para todos, que tinha um olhar para essas comunidades, a luz chegou por lá. “Essas famílias contam que suas vidas melhoraram muito porque não precisam mais sair todos os dias para pescar, pois podem

congelar os peixes. Elas têm água gelada e televisão para ver novela à noite”, conta.

Tomando isso como exemplo, a pesquisadora acredita que problemas como, por exemplo, a falta de conexão na região, também podem ser enfrentados. “Eu espero que a gente consiga levar para essas comunidades e municípios, que não estão tendo acesso, uma internet de qualidade. Essa é uma dor que o povo brasileiro, que sempre traz solução para as coisas mais absurdas – os reis da gambiarra – deve enfrentar”, conta. O que dará um upgrade na inovação da região.

POTÊNCIA AMAZÔNICA

#potênciaamazônica

Sheila Melo

Mestre em Propriedade Intelectual e Inovação pelo INPI e Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação. Sheila coordenou o grupo de trabalho que regularizou o passivo da Medida Provisória 2.186/2001 no Sistema Nacional de Gestão do Patrimônio Genético e do Conhecimento Tradicional – SisGen, além de integrar a Comissão de Propriedade Intelectual e Inovação da OAB/PA. A pesquisadora é Especialista da World Intellectual Property Organization (WIPO), entidade internacional de Direito Internacional Público e, atualmente, representa a Embrapa no Fórum Técnico de Indicação Geográfica e Marca Coletiva do Estado do Pará.



Agradecimentos

Agradecemos a todos os nossos parceiros:

- **Andrea Waichman**, professora da Universidade Federal do Amazonas (UFAM);
- **Mayra Castro**, CEO da InvestAmazônia;
- **Raquel Tupinambá**, líder indígena, agricultora, ativista, pesquisadora e empreendedora;
- **Samara Rodrigues**, CEO da Pharmakos d'Amazônia;
- **Sheila Melo**, analista do Núcleo de Desenvolvimento Institucional da Embrapa Amazônia;
- **Vilmara Moraes**, diretora de Projetos Institucionais e Sociais da Ô Amazon.

E não acaba aqui!

Devido à pluralidade da Amazônia, nós apenas começamos a tocar alguns assuntos. É da região e quer conversar com a gente sobre outras demandas que você identifica ou sobre um ponto de vista que não abordamos?

Manda uma mensagem para a gente!