

# #Economia Circular: “Íris Clothing” quer incentivar as pessoas para um “consumo mais sustentável e ecológico”

4 de Janeiro, 2021

*A Economia Circular está, hoje, subjacente em muitas empresas. Produtos sustentáveis, amigos do ambiente e com um ciclo de vida longo são, cada vez mais, uma opção. Há também quem ponha em prática estes conceitos e desenvolva os seus próprios produtos. Com o objetivo de dar “voz” a projetos de cariz sustentável, a Ambiente Magazine irá, todas as semanas, apresentar algumas iniciativas aos nossos leitores e dar a conhecer o que se faz em Portugal nesta área. Esta semana, partilhamos o projeto “Íris Clothing”.*



Nasceu em plena pandemia e trata-se de um projeto “eco-friendly”. Criada por um casal de jovens licenciados a “Íris Clothing” é uma “marca ecológica” de vestuário online que tem, atualmente, como principal canal de venda, as redes sociais. Na génese deste projeto estão, de acordo com os fundadores, **Bárbara Freitas** e **Alexandre Silva**, o interesse pela “sustentabilidade”, os “gostos”, os “princípios” e as “qualidades” de cada um.

Como primeira coleção, os jovens apostaram em “t-shirts 100% algodão”, caracterizadas por um “bolso” feito a partir de “retalhos de lojas e fábricas”, procurando diminuir os desperdícios: “Todas as t-shirts são peças únicas, o que faz com que não exista nenhuma peça com o mesmo bolso na mesma cor de t-shirt”. Já a segunda coleção deste projeto centra-se em “t-shirts básicas com o logotipo bordado”, sendo que “a cada três peças vendidas” será “doado um montante a uma associação”, que “plantará uma árvore” e “cuidará da



mesma durante cinco anos”. A terceira coleção é de “sweatshirts”, também todas “peças únicas”, com o “logotipo bordado” e o “bolso personalizado a partir de tecidos”, acrescentam. Foi, ainda, lançada

uma “coleção de máscaras sociais reutilizáveis”, feitas em parceria com uma “loja online de artesanato”, à qual enviaram alguns “retalhos de tecidos” tendo sido produzidas “diversas máscaras personalizadas, todas únicas”. Por fim, adiantam os jovens, as “etiquetas são feitas em cartolina e poliéster reciclados” e os “sacos que levam as encomendas até aos clientes são 100% algodão e pintados à mão”, desde o maior para sweatshirts ao mais pequeno para máscaras: “O objetivo é que sejam reutilizáveis e lhes possa ser atribuída uma nova vida”.

### **[blockquote style="2"] Uma marca sem plástico a todos os níveis[/blockquote]**

Para além de ser uma “forma de rendimento”, a “Íris Clothing” tem como objetivos ambientais, “consciencializar as pessoas” para um consumo mais sustentável e ecológico: “Trabalhamos com tamanhos desde os 0 anos até ao 5XL, procurando transmitir que a preocupação com o ambiente pode começar desde bebé e estender-se para todas as idades e tamanhos”. Trata-se assim de uma marca “eco-friendly”, que “trabalha à mão” e “utiliza materiais” e “recursos ecológicos”, desde as “embalagens” às “etiquetas”, sendo ambas feitas a partir de “algodão” ou “materiais reciclados”. Bárbara Freitas e Alexandre Silva dizem que as vantagens deste projeto a nível ambiental estão no facto de serem “reutilizados todos os desperdícios gerados na produção das peças para a produção de outras”, bem como o facto de ser uma “marca sem plástico a todos os níveis”.



Até à data, o balanço não podia ser mais positivo: “As pessoas cada vez mais se interessam por projetos ecológicos e se preocupam em melhorar o seu estilo de vida e de consumo”. Desde logo que, “recebemos diariamente apoio e votos de confiança” por parte de “pessoas e organizações” que se “deixaram cativar” pelo projeto, pelo facto de “nos termos focado, não só em nós, mas também nos outros e no meio ambiente”, avançam. O lançamento do site da marca está dentro das prioridades futuras destes jovens, bem como o “aumento do número de seguidores” que alcançaram e sensibilizaram nas redes sociais. Já num futuro mais longínquo, as perspetivas assentam, essencialmente, na “abertura de uma possível loja física” e na “presença da marca em diversos eventos nacionais e internacionais”, ligados à sustentabilidade.

## ***[blockquote style="2"]Portugal está num “bom caminho” em matérias de economia circular[/blockquote]***

Sobre o potencial de Portugal na produção de moda sustentável, os jovens não têm dúvidas das mais-valias do país: “É de conhecimento geral o enorme potencial (de Portugal) em relação à sustentabilidade a todos os níveis, logo, em relação à moda, não é diferente”. Contudo, reconhecem que, todos os anos, a “indústria têxtil” é responsável por uma “enorme quantidade de poluição” e, ao mesmo tempo, pelo o “aumento do consumo” da população. Para os responsáveis, o facto de Portugal ser um país com “elevados valores de produção têxtil”, não significa que o “ambiente tenha de ser inevitavelmente prejudicado”. E a prova disso está na “quantidade de marcas” que têm vindo a “mudar os materiais que utilizam na produção dos seus produtos” e o “quanto as mesmas” procuram “consciencializar os seus clientes para optarem por um consumo mais sustentável”, tendo como principal objetivo, a “diminuição do impacto ambiental da sua produção”, afirmam. E estas, acrescentam os responsáveis, que têm a sustentabilidade como prioridade, mereciam mais “apoios” e “reconhecimento”, que “servisse de incentivo” pelo “princípio ecológico e amigo do ambiente” em que se focaram para a “criação das marcas” e “comercialização das mesmas”.



Relativamente às temáticas da economia circular, os jovens consideram que Portugal está num “bom caminho” ao ser um dos principais Estados-membros da União Europeia a apresentar “avanços” nas “estratégias” e “planos de ação” em busca da sustentabilidade. Desde pequenas mudanças às maiores, os responsáveis destacam a “redução do consumo de energia”, a “reciclagem” ou a “separação dos resíduos domésticos”. E, apesar de se tratarem de apenas uma “parte” dessas medidas, são “pequenas mudanças” que “qualquer pessoa pode contribuir”, dizem. Em relação à moda, Bárbara Freitas e Alexandre Silva consideram que Portugal preocupa-se cada vez mais a respeito da “utilização de recursos” e “matérias primas” existentes para a “produção”, bem como a “importância cada vez mais dada em relação à reciclagem desses mesmos produtos” que poderão ser “reutilizados novamente”.

### ***Qual o cenário para daqui a 10 anos?***

*Queremos acreditar que a grande maioria das empresas têxteis estarão mais focadas e dedicadas em minimizar o impacto da sua produção no meio ambiente, tornando-se este um dos principais objetivos a alcançar de todas ou quase todas as marcas de moda.*

[blockquote style="3"] Se quer ver o seu projeto na Ambiente Magazine, envie-nos uma breve apresentação para: [ambientemagazine@gmail.com](mailto:ambientemagazine@gmail.com) [/blockquote]