

# #EconomiaCircular: Branco Chá contribui para a redução do desperdício têxtil e recorda hábitos da tradição portuguesa

12 de Março, 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 a marca “**Branco Chá**”.



A **Branco Chá** é uma marca sustentável que disponibiliza sacos feitos em tear manual, taleigos, senhorita (um taleigo mais pequeno para andar na carteira), guardanapos, argolas de guardanapos personalizadas feitas em couro (normalmente com os nomes de cada elemento da família) e, ainda, individuais para a mesa, feitos em tear. Todos os produtos são feitos localmente, manualmente e com excedentes de têxteis: “Cada peça tem uma ligação à tradição portuguesa”, afirma **Antónia Gomes**, fundadora do projeto Branco Chá.



Ambientalmente, a Branco Chá tem como objetivo contribuir para a “redução do desperdício têxtil, recordar hábitos da tradição portuguesa que estão alinhados com a natureza”, bem como a “valorização de trabalhos manuais” como, por exemplo, as “costureiras e artesãs”. A vantagem deste projeto é, precisamente, contribuir para que “menos desperdício têxtil” seja “atirado para o planeta”, afirma Antónia Gomes. Por isso, “recordar hábitos” como “alterar roupas ou usar o que temos à mão”, em vez de descartar, “recorrer à segunda mão” ou “antes de comprar uma peça de roupa ver se algum familiar ou amigo tem e não usa”, são alguns exemplos que a marca sustentável quer partilhar com quem a procura. A fundadora do projeto dá ainda mais exemplos que podem ser replicados no dia-a-dia, como “dar ou vender, para ser aproveitado por mais alguém” ou “valorizar postos de trabalho manuais” e, ao mesmo tempo, “contribuir para mantermos na nossa história”.

Até à data, o balanço da Branco Chá não podia ser mais positivo: “Há muito diálogo entre a marca e quem a acompanha e daí surgem novos produtos das necessidades partilhadas”, declara. Para o futuro, a fundadora do projeto deseja “partilhar hábitos de consumo tradicionais e dos nossos ancestrais”, de forma a contribuir para um “estilo de vida mais sustentável”.

***[blockquote style="2"]Os políticos têm poder para agilizar mais depressa medidas que são benéficas para todos[/blockquote]***



No que diz respeito às matérias de economia circular ou

sustentabilidade, Antónia Gomes acredita no potencial das camadas mais jovens: “Acredito que vão dar um salto quântico a esta questão”. Atualmente, são os jovens, a partir dos 18 anos, quem mais investigam sobre “valores, formas de trabalho e materiais usados pelas marcas”, antes de comprar: “Se a forma de pensar já é diferente, a forma de agir, assim será”, constata. Para além disso, são uma “geração” com uma “visão de comunidade, partilha e de crescimento em união” com muito foco na “preservação da natureza”, realça.

Antónia Gomes é adepta de que os cidadãos é que têm de fazer o papel de contribuir para um planeta mais sustentável, ao contrário dos líderes políticos: “Hoje, já dou por mim a pensar que os políticos têm poder para agilizar mais depressa medidas que no fundo são benéficas para todos e não consigo entender de que estão a espera”, sustenta.

### ***Como é que será Portugal daqui a 10 anos?***

Será um país ainda mais interessante para se viver, onde cada vez mais surgirão projetos interessantes na área da sustentabilidade e economia circular. Acredito que teremos um estilo de vida mais sustentável de uma forma mais fluída, mais intrínseca, sem termos que pensar muito. O consumo a granel será bem mais alargado e a indústria vai encontrar soluções para o seu excedente, como a partilha do mesmo. Será um Portugal a ter um estilo de vida mais em forma de comunidade.