



Ângelo Ferreira*

Chitas de Alcobaça: da Índia para o mundo

Quando pensamos nas viagens marítimas portuguesas, a maioria das vezes somos levados a imaginar as influências culturais que os europeus transportaram a algumas partes do mundo, esquecendo um olhar mais completo sobre a reciprocidade que significou a primeira globalização: as naus transportaram pessoas, plantas, animais, rochas, arte, artefactos, conhecimento entre todos os continentes, tendo o mundo sido marcado por esse cruzamento cultural.

Num artigo sobre têxteis asiáticos no comércio português da Carreira da Índia, Maria João Ferreira mostra como Portugal teve um papel pioneiro na distribuição das manufaturas asiáticas na Europa, muito antes dos ingleses e holandeses terem estabelecido grandes companhias comerciais depois do ano 1600. Como em tantos outros assuntos, o que está escrito em língua inglesa geralmente menospreza as fontes em língua portuguesa e, conseqüentemente, o facto de Portugal ter iniciado ainda no século XV a Carreira da Índia, que teve considerável repercussão na entrada de novos produtos e conhecimento na Europa. Por exemplo, a importação de têxteis vindos da Ásia, que passou a constituir a maior parte desse comércio, teve grande impacto na economia, na manufatura de tecidos e no próprio gosto, em Portugal e no resto do mundo. Vários autores, por ela citados, mostram o papel central de Portugal para satisfazer a procura de produtos de luxo na Europa, nomeadamente através da influência das redes familiares da nobreza “portuguesa”, que se espalhavam pelo velho continente. Até 1650 a palavra portuguesa “pintado” foi usada para designar tecidos e impressos de alta qualidade em toda a Europa e o termo “português” para descrever objetos asiáticos de forma mais geral.

De acordo com o historiador Artur Teodoro de Matos, para aliciar homens para a Carreira das Índias, a Coroa portuguesa passou a conceder-lhes o direito de adquirir algumas mercadorias com isenção de impostos. James Boyajian, autor de *Portuguese Trade In Asia Under The Habsburgs*, mostra que cada membro da tripulação tinha direito àquilo que se chamavam as caixas de liberdades, contentores com medidas padronizadas, consoante o estatuto dos marinheiros, podendo uma viagem levar cerca de 300 caixas, tantas quantos os membros da tripulação, cada um deles com 300 a 500 peças de tecido. Isso implicava um notável empenho das tripulações na defesa das naus contra eventuais ataques piratas, pois ali estava um quinhão do seu sucesso.

Entre outros autores, o historiador indiano Sanjay Subrahmanyam mostra que parte da mercadoria da Ásia era comercializada em África, na Europa e na América, influenciando o mundo através daquilo que designa por “império em rede”, estabelecido menos pela ocupação territorial e mais por postos e alianças comerciais junto à costa dos diversos territórios.

Maria João Ferreira chama ainda a atenção para a Crónica do Felicíssimo Rei D. Manuel, de Damião de Góis, onde fica claro que também na Ásia os portugueses foram influenciados pela cultura e tradições, tendo mimetizado a sumptuosidade da riqueza e um protocolo diplomático bastante complexo, que contagiou a corte no reino, onde os têxteis e as roupas eram determinantes, inclusive nas ofertas e agradecimentos a altos dignitários. Tal afirmação de poder e riqueza atingiu o cúmulo na embaixada que D. Manuel I enviou, em 1513, ao Papa Leão X, tendo sobressaído, mais do que as ofertas de animais exóticos (ex. elefantes), os têxteis usados de forma decorativa ou nas ricas vestimentas dos homens e mulheres. Desde que Vasco da Gama descobriu o caminho marítimo para a Índia, diz a autora, deu-se uma explosão no comércio de têxteis, uma revolução nos hábitos de consumo em Portugal e na Europa no início da modernidade que, pela larga escala que significou, tornou os preços acessíveis não apenas às elites, mas também a uma cada vez maior percentagem de pessoas.

Entre os tecidos que mais delinearão novos hábitos em Portugal, e noutros pontos comerciais onde aportavam as naus, estão, sem sombra de dúvida, as chitas. Vasco da Gama terá trazido, logo na primeira via-

gem à Índia, este tecido de algodão estampado, com recurso a pigmentos de origem vegetal ou mineral. O nome que se popularizou é uma transformação do seu nome indiano original, chhit (das línguas neo-áricas, com origem no sânscrito chitra), que significa matizado, uma pinta ou mancha, já que se tratava de uma trama de algodão, relativamente grosseira, disfarçada pela pintura com cores fortes, feita por carimbo, por estampagem.

Segundo Jorge Alves, num texto sobre a indústria algodoeira portuguesa, a importação e comercialização dos estampados da Índia deu lugar à importação do pano crú, depois valorizado com estampagem em Portugal, com motivos mais ao gosto europeu. A abundância de algodão, sobretudo vindo do Brasil, originou o aparecimento de algumas fiações manuais, com o objetivo de produzir tecidos mais finos. Porém, surgiram alguns problemas, pois esses fios produzidos manualmente resistiam mal à pressão da estamparia. A maioria dos industriais portugueses preferia então comprar o fio ou o tecido e estampá-lo. É sabido que Portugal se atrasou, em todos os sectores, a criar as condições técnicas e de abertura de mercado que estiveram na base da Revolução Industrial, aderindo à onda inglesada recurso à maquinaria apenas em finais do século XVIII.

Por outro lado, pelos acordos de Methuen, em 1703, a Inglaterra havia baixado a taxa aos vinhos portugueses, mas Portugal eliminara as barreiras à importação dos tecidos ingleses, produzidos mecanicamente e com qualidade superior, o que teve enorme impacto na economia. As chintzes inglesas, produzidas mecanicamente, ganharam terreno em Portugal, o que incluía o Brasil. No entanto, na sua dissertação de mestrado sobre “O acordar de uma tradição”, referindo-se às Chitas de Alcobaça, Rita Correia dá-nos conta do crescimento da exportação para o Brasil já no século XIX, depois de os brasileiros terem tomado consciência de que, apesar de padrões menos diversificados do que os ingleses, as chitas portuguesas tinham evoluído, tendo agora melhor tinta e sendo mais duráveis. Seja como for, com a ida da corte portuguesa para o Brasil também ali se passaria a desenvolver toda uma indústria, dado que o Príncipe Regente D. João VI acabaria com a obrigatoriedade de importação à metrópole – a estamparia em tecido não seria exceção.

As chitas popularizaram-se no mundo lusófono como Chitas de Alcobaça, ainda que não haja evidências que permitam ali colocar a sua maternidade, conforme explicou Maria Augusta Trindade no catálogo da exposição “Lenços & Colchas de Chita de Alcobaça”, que correu Portugal e vários países na década de 1980, tendo chegado ao Brasil já neste milénio. Foi aí que as Chitas de Alcobaça tiveram o seu maior apogeu, com a diversificação de padrões, mais estilizados e alegres, espelho de uma ímpar mestiçagem de povos e culturas. O seu enorme sucesso ter-se-á ficado ainda a dever ao facto de constituírem um tecido ao alcance de todos, como sublinham Renata Mellão, Renato Imbroisie Maria Emilia Kubruslyno seu livro “Que Chita Bacana”.

Em Portugal, as Chitas de Alcobaça mantiveram-se vivas na decoração e nas roupas. A popularidade dos concursos de vestidos de chita afirmou-se por todo o país.

A reciprocidade cultural referida no início deste texto permanece viva e pisca o olho ao futuro, se a soubermos aproveitar. Em 2008, no Carnaval do Rio de Janeiro, a escola de samba Estácio de Sá mostrava no seu enredo, a propósito da chita, que somos o produto do encontro de povos e culturas: “Sou cultura milenar, vou agora desfilar (...) Fui tesouro em Portugal... que legal! Quem não sabe vai saber... (...) no Brasil, minha beleza, virou moda nacional”.