O significado da cor na estampa do tecido popular: a chita como estudo de caso

Maria Diaz Rocha[1]
Mônica Queiroz[2]

Resumo

Este artigo é um estudo sobre o significado da cor na chita, bem como da trajetória histórica deste tecido, que pode ser considerado, culturalmente, parte do imaginário brasileiro. Tratará também de sua origem, seus aspectos sociais e culturais, as influências que sofreu e os caminhos percorridos até o seu uso atual no design de estampas para a moda e a decoração.

Palavras-chave: Estamparia. Chita. História. Moda e Decoração.

1 Introdução

Através deste artigo pretendemos visitar a trajetória da chita, os caminhos do tecido florido e colorido que acompanha a História do Brasil desde os tempos da Colônia e que atualmente é parte da Moda brasileira, tanto de vestir quanto de decorar e, também, estudar sua utilização por designers.

Outrora conhecido como "pano de povo" ou popular, o pano dos escravos passou pela literatura, artes cênicas (cinema, novela e teatro), artes plásticas, vestiu movimentos culturais como o tropicalismo, se tornou diferencial alternativo nos costumes contemporâneos na moda de vestir e de decorar, e hoje pode ser encontrado tanto vestindo e colorindo as festas populares do mais remoto interior brasileiro bem como os ambientes considerados mais modernos e sofisticados.

Pretendemos, ainda, investigar a influência da cor e da forma como pontos decisivos nesta trajetória e interpretar os aspectos culturais e psicológicos do uso deste tecido estampado.

---

[1] Faculdade SENAI/CETIQT, Aluna do curso de pós-graduação em design de estamparia, turma 2008. Email: diazrocha@hotmail.com.

[2] Faculdade SENAI/CETIQT, Doutora em Ciências da Arquitetura - UFRJ, Professora do curso de pós-graduação em design de estamparia, turma 2008. Professor Orientador. Email: mqueiroz@cetiqt.senai.br.

2 A Chita

Definida pelo Novo Dicionário Aurélio como “tecido ordinário, de algodão, estampado a cores”, a chita tem no sânscrito a origem do seu nome: chitra, “matizado”, ou “adornado, ornado, enfeitado”. Ou ainda, citando Aurélio: “matiz - combinação de cores diversas num todo possuidor de diferentes nuances de cores”

Surgiu na Índia Medieval e, após a colonização desta pela Inglaterra, foi comercializada intensamente, invadiu e conquistou a Europa.

No Brasil, devido às políticas protecionistas de Portugal tais como a importação em grande escala de tecidos indianos para não “melindrar” as relações comerciais com o Oriente, na segunda metade do séc. XVIII, além de imposições arbitrárias como o alvará de proibição da produção manufatureira, de 1785, este tipo de tecido sofreu grande concorrência e até viveu o seu período de clandestinidade, como nos conta Mellão: “Vestir roupas confeccionadas com tecido brasileiro se tornou, em Minas Gerais, um ato de protesto e rebeldia contra as arbitrariedades da metrópole” (MELLÃO, 2005, p.74).

Tantos acontecimentos retardaram o desenvolvimento econômico e industrial brasileiro e consequentemente a produção de tecidos como as chitas. Os poucos teares existentes eram utilizados por escravos, índios e mestiços, o que talvez possa ser visto como o prenúncio de uma longa e íntima relação da chita com o povo.

A importação massiva de produtos ingleses para o Brasil segmentava a população em seu modo de vestir: as pessoas com poder aquisitivo alto vestiam roupas de cores sóbrias e tecidos pesados ao estilo inglês, o povo, com poucas ou nenhuma posses, vestia o tecido de algodão cru ou o estampado, a chita.

Em virtude da Abolição da Escravatura, em 1888, já a partir de 1880 chegaram ao Brasil levas de imigrantes contratados, o que fez com que a chita permanecesse ainda mais restrita aos trabalhadores, pois os recém-chegados faziam questão de usar as suas roupas de origem, também, como forma de se diferenciarem da população mais pobre de trabalhadores, camponeses e ex-escravos.

Inicialmente as estampas da chita representavam pequenos motivos geralmente florais, mas, também, figurativos e geométricos, provavelmente influenciadas pelos tecidos trazidos pelos imigrantes portugueses, como nos conta Pezzolo:

> [...] trouxeram para o Brasil muitas colchas e lenços de Alcobaça nas primeiras décadas do século XX que acabaram por influenciar nossa indústria na época. Eis aí o elo entre nossas chitas e o passado rico em detalhes. São as raízes culturais dissimuladas pelos motivos florais graúdos e a exuberância do colorido que caracterizam a chita brasileira, ainda hoje fabricada. (PEZZOLO, 2007, p. 54).

Após alguns séculos de fabricação e comercialização, a chita virou chitão, denominação recebida devido ao aumento das dimensões do tecido e de seus motivos estampados. Mellão (2005) nos fala dos registros nos quais se encontram, no ano de 1964, as especificações dos chamados tecidos populares: morim – 70cm e 75gramas; chita estampada – 65cm e 107gramas. A largura da chita passou de 65cm para 140cm, como é encontrada atualmente. Os pequenos motivos ganharam dimensões geralmente bem maiores do que o próprio modelo floral de inspiração encontrado na natureza.

3 Expressão da chita no uso da cor e da forma

A Estamparia com todas as suas possibilidades de uso das cores e formas é um assunto dos mais ricos e fascinantes. Como produto estampado, as chitas utilizam a totalidade das cores na representação da coloração existente na natureza. Nas suas padronagens encontramos o equilíbrio da harmonia do uso de cores quentes e frias, onde a excitação das cores quentes (vermelho, amarelo, laranja) é equilibrada pela tranquilidade das cores frias (azul, verde, violeta). A chamada harmonia complementar ou oposta, quando, segundo Goldman (1972), são usadas duas cores diretamente opostas no Disco das Cores, também é encontrada na chita.

Entende-se por harmonia “em síntese, o resultado de uma perfeita articulação visual na integração e coerência formal das unidades ou partes daquilo que é apresentado, daquilo que é visto” (GOMES FILHO, 2004, p. 51). Talvez pelo fato de as chitas com as suas cores e suas formas florais serem exemplo de equilíbrio de cores quentes, frias e opostas, elas contribuem para a continuidade das formas, e estejam cada vez mais atreladas aos sinônimos de conforto visual e bem-estar como podemos comprovar nas Leis da Gestalt: “a boa continuidade, ou boa continuação, é a impressão visual de como as partes se sucedem através da organização perceptiva da forma de modo coerente, sem quebras ou interrupção na sua trajetória ou na sua fluidez visual.” (GOMES FILHO, 2004, p. 33).

A cor não pode ser compreendida quando separada da sua forma e dimensão. E também não pode ser considerada absoluta quando separada das

outras cores. Uma mesma combinação de cores pode provocar diversas interpretações, pois estas, assim como as notas musicais, necessitam ser ordenadas para se tornarem agradáveis, para formar a harmonia do conjunto. Qualquer cor pode ser bela desde que esteja "ajustada" em relação às outras e se enquadre na harmonia do conjunto, o que segundo Tausz (1976) são as exigências psico-físico-óticas.

Deve-se levar em conta que a carga emocional, as memórias da infância, os fatos da vida, bem como o estado emocional e a situação psicológica do indivíduo influenciam a receptividade das cores assim como, em contrapartida, as cores exercem também forte influência sobre o indivíduo.

Pode-se dizer que a chita, hoje, tem alta qualidade cromática, ou seja, as cores usadas em suas estampas têm alto grau de pureza. São cores primárias e secundárias, cores puras e saturadas. Tausz (1976) afirma que as cores saturadas são aquelas de densidade máxima, quando o pigmento atinge o grau máximo de saturação no aglutinante, ou seja, aquelas que nas cartelas de cores são as mais distantes do cinza.

Para Mellão (2005), são características particulares da chita atual, "as cores primárias e secundárias em massas chapadas que cobrem totalmente a trama (disfarçando, inclusive, eventuais aberturas e imperfeições), tons vivos, grafite delineando os desenhos, predominância de uma cor". (MELLÃO, 2005, p. 118).

Na chita vemos confirmadas as idéias da psicologia das cores quanto à interdependência entre cor e sensação, a alegria das cores, sua luz. Tão distante do cinza frio, as cores da chita nos trazem sentimentos de bem-estar, natureza e relaxamento. Segundo Goethe: "A experiência nos ensina que cores distintas proporcionam estados de ânimo específicos" (GOETHE, 1993, p. 129).

De acordo com a Gestalt, "na formação de imagens, os fatores de equilíbrio, clareza e harmonia visual constituem para o ser humano uma necessidade e, por isso, considerados indispensáveis" (GOMES FILHO, 2004, p. 17).

A estampa da chita apresenta uma organização visual tal que facilita a compreensão e rapidez de leitura ou interpretação.

4 A chita: do popular para a moda

No Brasil atual, não se pode falar nas estampas sem se falar em chita. E não se pode falar em chita sem falar em povo.

A chita nasceu pano popular. Vestiu populações carentes, escravos. Era o paninho barato, de fácil acesso ao povo. Cresceu, apareceu se espalhou e se transformou "na cara do Brasil". Talvez porque a chita represente um pouco da trajetória da alma brasileira, esta venha sendo adotada cada vez mais pela população. Mellão (2005) diz ver na chita e na alegria descarada da combinação de suas cores e das misturas descontroladas de estampas, a alegria genuína do povo brasileiro que viveu história de castigo, festa, trabalho e arte.

A associação da chita às festas populares foi inevitável. Além do valor de compra acessível para as camadas da população de menor poder aquisitivo, a alegria evocada pelos florais e seu intenso colorido fez da chita a representação da própria alegria festiva, se espalhando nos figurinos dos festejos do nosso imenso território.

Conta-nos Mellão (2005) que já na primeira capital da República, onde estava a maior população negra do país após a Abolição da Escravatura, o carnaval de rua se vestia de chita.

É importante considerar a cor e os seus significados para a melhor compreensão da chita. A cor como mistério, magia e paixão, ou ainda, como nas palavras de Goethe, "a cor como o espírito, que só então empresta vida a todas as coisas" (GOETHE, 1993, p. 88).

Podemos considerar que o sucesso da chita se deve ao fato de que as cores influenciam as emoções? Um reforço a esta idéia são as palavras de Gomes Filho quando diz que "a cor é a parte mais emotiva do processo visual. Possui uma grande força e pode ser empregada para expressar e reforçar a informação visual. É uma força poderosa do ponto de vista sensorial." (GOMES FILHO, 2004, p. 65).

As cores apresentam uma carga cultural muito forte e as suas interpretações podem ter raízes tanto nos costumes e conceitos locais e globais quanto na memória pessoal. Com Goethe (1993) aprendemos que a beleza da cor é uma projeção da beleza interior do ser humano.

Observando a natureza podemos perceber a imensa diferença de intensidade na luminosidade das cores e sensações de um dia claro e ensolarado quando

comparado a um dia cinza e nublado. A luminosidade encontrada na nossa Terra Brasilis, pode ser uma chave para a explicação do sucesso da chita. Nas palavras de Goethe:

> Quando se fala das cores, não se deve, em primeiro lugar, mencionar a luz?... As cores são ações e paixões da luz... Na verdade, luz e cores se relacionam perfeitamente, embora devamos pensá-las como pertencentes à natureza como um todo: é ela inteira que assim quer se revelar ao sentido da visão (GOETHE, 1993, p.13).

As chitas, com suas cores e flores, não passam despercebidas. Estão no inconsciente coletivo, na memória das festas juninas, nas viagens da infância, ou seja, na memória afetiva dos brasileiros. A cultura de um povo é carregada da sua própria memória. Parece-nos que a evolução humana, e as grandes cidades, com seu universo cinzento de aço e concreto, manteve distante aquela memória da cor da natureza e do prazer proporcionado por este tipo de pano popular.

A cor e as emoções estão sempre sendo citadas pelos autores como assuntos interdependentes. Goldman (1972) diz ser quase impossível desassociar tanto os grandes fatos da história como os pequenos fatos da vida do dia-a-dia, das sensações da cor. Para Tausz (1976), qualquer combinação de cores transmite uma determinada sensação ainda que seja a idéia do mau-gosto. E Flügel (1966) garante que: “O uso de uma variedade muito maior de cores - permitem maior satisfação” (FLÜGEL, 1966, p.186).

A cor apenas passa a ter significados depois de ser captada pela visão. Utilizando os dados fornecidos pelo nosso arquivo de emoções, lembranças e conceitos pessoais, ou seja, nossas experiências anteriores, o cérebro passa a atribuir valores à cor.

Cada combinação de cores possui a propriedade de proporcionar diferentes sentimentos ou impressões. É uma relação que se estabelece com o grupo de cores enquanto combinação e não apenas com uma cor. Heller (2005) nos dá o exemplo da cor amarelo que, quando usada junto ao laranja e ao vermelho, é divertida, e junto ao azul e ao rosa, torna-se amável. Procurando confirmar esta significação psicoemocional, nos apropriamos da afirmação de Tausz (1976) quanto à harmonia das cores quentes e frias e o fato de as cores quentes ativarem a circulação sanguínea e a excitação do nosso sistema nervoso e de as cores frias reduzirem as funções orgânicas, acalmando e tranquilizando.

Houve o tempo em que o uso de cores no vestuário era regido por leis suntuárias (a lei suntuária, cuja definição na Grande Enciclopédia Delta Larousse é "lei que, em caráter excepcional, o governo promulga em épocas de crise, para restringir o luxo e os gastos imoderados"), mais uma maneira encontrada pela nobreza para institucionalizar, demarcar e conservar a diferenciação social. A cor na ornamentação era usada pela classe dominante com objetivos de poder.

Como visto em Heller (2005), no que dizia respeito às cores das vestimentas, enquanto as camadas menos favorecidas usavam cores escuras e sem luz, a nobreza se vestia de cores luminosas. O povo, sem poder aquisitivo, vestia-se com cores fáceis de encontrar, tingir e estampar: as menos cromáticas e as mais escuras. A cor significava poder. Com o empobrecimento da nobreza, a ascensão e o enriquecimento da burguesia, o poder daquela sobre esta, no que dizia respeito à sua maneira de vestir, não era mais aceito. As cores da nobreza passaram a identificar os patrícios, a cor, como sempre até então, riqueza.

> Já na idade média o marrom era considerado como a cor mais feia. Era a cor dos camponeses pobres, dos serviçais, dos criados e dos mendigos. As roupas marrons, ou mais precisamente, pardas, eram simplesmente os tecidos sem tingir... Em uma época em que as roupas luminosas eram símbolo de status, as roupas sem tingimento mostravam claramente uma condição inferior. (HELLER, 2005, p. 259)[3]

Ao povo restavam poucas opções de uso de materiais e cores, não existindo, então, a imensa quantidade atual de ofertas diferenciadas, os locais de consumo popular onde se adquirem peças a preço baixo "copiadas" dos mais variados estilistas nacionais e internacionais.

Com o fim do controle da indumentária, as pessoas passaram a ter o direito de se vestir e embelezar a aparência física usando a cor que mais lhes conviesse, seja como forma de fortalecer a autoestima, seja como forma de atrair olhares admiradores. Antes de tudo o homem se enfeita e se ornamenta, seja por motivos religiosos, pagãos, de guerra ou qualquer outra motivação. Tausz (1976) confirma,

---

[3] "Ya en la edad media se consideraba el marrón como el color más feo. Era el color de los campesinos pobres, de los siervos, los criados y los mendigos. Las ropas marrones, o más precisamente, pardas, eran simplemente los tejidos sin teñir ... En una época en que las ropas de colores luminosos eran símbolo de estatus, las ropas sin teñir mostraban claramente una condición inferior". Tradução da autora.

atribuindo à cor uma necessidade psicofísica e não apenas uma questão de gosto pessoal.

> A grande maioria dos estudiosos tem, sem hesitação, considerado o enfeite como o motivo que conduziu em primeiro lugar, à adoção de vestimentas [...] Os dados antropológicos demonstram principalmente o fato de que entre as raças mais primitivas existem povos sem roupas, mas não sem enfeites. (FLÜGEL, 1966, p.13)

A procura pelo status adquirido com os cuidados para uma boa aparência física, bem como as satisfações que a ornamentação possa dar, foram grandes parceiras para a popularização da chita. Muito similar às verdadeiras chitas inglesas importadas e usadas pelas classes dominantes, o povo encontrou, na "prima pobre", uma aliada para este objetivo. Adornando-se, colorindo-se, o povo se fazia rico. "Não somente pode a riqueza de um indivíduo ser indicada pela magnificência de sua vestimenta, mas pode, a riqueza, ser carregada em forma de um ornamento" (FLÜGEL, 1966, p.26).

No Brasil, depois de séculos vestindo trabalhadores braçais, moradores de zonas rurais, meninas das festas de interior, entre outros, a chita fez parte do movimento *hippie* e foi parar nas passarelas internacionais. Zuzu Angel (1923-1976), estilista brasileira vítima da ditadura militar no país, foi pioneira no uso do tecido em suas ousadas coleções e o levou em uma viagem de volta à Europa, completando assim um círculo de evolução e um retorno às origens. "A chita no corpo e no cenário dos movimentos artísticos e revolucionários, em plena vitória da repressão, era uma assinatura da alma brasileira, um desafio, quase um descaramento." (MELLÃO, 2005, p. 127).

O Tropicalismo nascido na Arte Conceitual de Oiticica (1937-1980) e Clark (1920-1988) e que teve adesão de músicos, cineastas e intelectuais brasileiros, revolucionou a música popular brasileira em 1968, intervindo na cena cultural do país de forma crítica e vestiu-se com a já então brasileiríssima chita. Podemos dizer que o Tropicalismo tornou fato as palavras de Flügel: "[...] que o não conformismo nas roupas tende naturalmente a expressar o não-conformismo em idéias sociais e políticas". (FLÜGEL, 1966, p. 189).

Os anos 70 trouxeram um enorme colorido e transformações no vestuário, principalmente feminino, sendo uma porta aberta para a entrada e consagração da chita como tecido da mulher brasileira. Na telenovela de 1975 da Rede Globo de

Televisão, Gabriela, a pobre, linda e sensual protagonista, vestida de chita, lançou moda e foi imitada por milhares de brasileiras, transformando em moda algo tão próximo da realidade popular, como Mellão nos conta em seu livro: "[...] o vestidinho de chita já era considerado indispensável para a mulher brasileira: básico, simples, fresquinho, ideal para o verão que aquece dois terços deste país durante três terços do ano". (MELLÃO, 2005, p. 71).

Além das roupas, o universo dos acessórios de moda também passou a utilizá-la.

Na decoração de ambientes, as pessoas encontraram, também, no uso da exuberância das cores da chita a sua forma de expressão, confirmando assim a opinião de Giannotti[4]: "ao inaugurar uma reflexão da cor enquanto cor, Goethe já estava tendo uma premonição [...] a cor como possibilidade de expressão autônoma" (GOETHE, 1993, p. 27).

Seria então o uso indiscriminado das cores na decoração e nas festas populares de todo o Brasil uma forma de contra-ataque à realidade, tantas vezes dura e cruel? Vincent van Gogh, cuja obra é única na utilização das cores, dizia: "Quanto mais feio, mais velho, mais perverso, mais doente, mais pobre eu me torno, tanto mais procuro tirar a desforra, fazendo as minhas cores brilhantes, bem equilibradas, radiosas." (Vincent van Gogh *apud* WALTHER, 1990, p. 60)

O caminho da chita partindo da moda e migrando para a decoração foi percorrido naturalmente. A mesma chita que vestia os menos favorecidos, camponeses, ex-escravos, já enfeitava as casas modestas do povo brasileiro. Aos poucos foi invadindo casas da cidade como estilo de decoração autêntica, podendo ser encontrada nas cortinas, almofadas, toalhas de mesa, entre outros, talvez como uma maneira de transportar para dentro de casa a exuberância da natureza tão inacessível nas cidades mais desenvolvidas.

> Nossas chitas, de puro algodão, sempre muito coloridas e geralmente mostrando motivos florais, podem ser vistas tanto em colchas e cortinas de humildes casebres quanto na decoração de ricas sedes de fazendas ou, ainda, alegrando danças folclóricas e festas juninas. (PEZZOLO, 2007, p.49)

---

[4] Giannotti, Marco. Doutrina das Cores: uma Experiência Poética *in* Goethe, J.W. Doutrina das Cores; apresentação, seleção e tradução Marco Giannotti . São Paulo: Nova Alexandria, 1993.

Parece que o homem sempre teve a necessidade de trazer para junto de si, em forma de decoração, figuras que tornassem o seu espaço interno mais integrado ao mundo externo. Pinturas e tecidos estampados com motivos animais, florais e paisagens podem ser alguns exemplos. O uso da chita está cada vez mais difundido na decoração de casas, lojas e pousadas pelo Brasil. Isto pode confirmar a necessidade de "aconchego" e tranquilidade proporcionados pelas suas estampas florais e sua associação com a cultura popular brasileira, legitimando o lugar. Agora, não sendo mais de uso restrito a pessoas de baixa renda ou de estilos alternativos, a chita está presente em todas as classes sociais e aparece sempre nas revistas de decoração de interiores e arquitetura, colorindo algumas das mais elegantes e elitizadas pousadas do extenso litoral brasileiro. A partir da rica criatividade do brasileiro, a chita, também, tornou-se presença em objetos de cama e mesa.

5 Considerações Finais

A observação da longa trajetória percorrida pela chita, desde o seu "nascimento" marginalizado até o ponto aonde chegou, pode servir de grande fonte de inspiração para o designer de estamparia que se interessa em desenvolver produtos que contenham características da brasilidade, principalmente no que diz respeito ao uso da cor e da forma. A chita pode ser considerada um estudo de caso para aplicações em produtos, surgidos em um projeto de design.

Ao estudar a importância da força da cor, da forma e da memória de um povo no desenvolvimento do produto este artigo dá a sua contribuição.

A abrangência atual da chita no que diz respeito tanto às suas mais diversificadas utilizações, bem como geográfica e economicamente falando, é exemplo de superação e sucesso e nos faz perceber a imensa riqueza das possibilidades que a natureza nos proporciona. Este tecido faz-nos compreender o quanto é importante a valorização da representação da nossa cultura, do nosso povo, do nosso país nos projetos de design. Apesar de ter vindo de outros mares, trazida pelos colonizadores, foi aqui que ela se encontrou, se transformou e hoje é considerada uma manifestação popular e um tecido totalmente brasileiro.

6 Referências Bibliográficas

FERREIRA, A. B. H. **Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira S.A., 1986.

FLÜGELL, J. C. **A Psicologia das Roupas**. São Paulo: Mestre Jou, 1966.

GOETHE, J. W. **Doutrina das Cores; apresentação, seleção e tradução Marco Giannotti**. São Paulo: Nova Alexandria, 1993.

GOLDMAN, Simão. **Psicodinâmica das Cores.** Porto Alegre: La Salle, 1964.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do Objeto: sistema de leitura visual da forma**. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.

Grande Enciclopédia Delta Larousse. Rio de Janeiro: Ed. Delta S.A., vol 11 - p. 6489.

HELLER, Eva. **Psicología del Color: como actúan los colores sobre los sentimientos y la razón**. Barcelona: Gustavo Gilli, 2007.

MELLÃO, Renata; IMBROISI, Renato. **Que Chita Bacana**. São Paulo: A Casa, 2005.

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Tecidos: história, tramas, tipos e usos**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

TAUSZ, Bruno. **A Linguagem das Cores**. Rio de Janeiro: Centro de Pesquisa de Arte, 1976.

WALTHER, Ingo F. **Vincent van Gogh 1853-1890: visão e realidade**. S. l.: Paisagem, 2007.