

La modernitat de William Morris

Anna Calvera

Dissenyadora gràfica. Doctora en Filosofia. Professora d'Història i Teoria del Disseny a la Universitat de Barcelona. Autora de *La formació del pensament de W. Morris* (Barcelona, 1992).

Diseñadora gráfica. Doctora en Filosofía. Profesora de Historia y Teoría del Diseño en la Universidad de Barcelona. Autora de *La formación del pensamiento de W. Morris* (Barcelona, 1992).

Graphic designer. Doctorate in Philosophy. Professor of Design History and Theory at the University of Barcelona. Author of *La formación del pensamiento de W. Morris* (Barcelona, 1992).

Ja ha fet cent anys que William Morris va morir, un 3 d'octubre del 1896. Si bé estem en una època massa avesada a commemorar aniversaris i esdeveniments del passat, és veritat que són un bon pretext per revisar aquest passat, reconsiderar la figura de persones influents en la història i posar en relleu els canvis operats en la manera d'entendre la influència que han exercit. El cas de William Morris és en aquest sentit paradigmàtic. Cent anys més tard de la seva mort, encara és un autor del qual es parla, àdhuc en aquesta revista, i pels motius més variats. Per això, crec que val la pena aprofitar l'avinentesa per afegir noves dades al debat o, si més no, per destacar tots aquells aspectes d'aquest autor que, almenys a mi, més m'interessen en la perspectiva de la història del disseny industrial.

Si per alguna cosa m'és suggestiu William Morris és precisament per la multiplicitat d'aspectes del seu pensament, per la paradoxalitat de tota la seva vida, i per la pluralitat de la seva obra professional. No crec que, en el seu cas, tractar-lo d'eclèctic sigui un menyspreu; més aviat és una bona manera de descriure'l, però també és allò que el fa més proper al nostre temps. Val a dir que la paraula eclèctic havia estat en algun moment un elogi; s'aplicava a aquelles persones que no eren sectàries, les que no defensaven una única veritat en termes absoluts. En el cas de Morris, el seu eclecticisme cal entendre'l, a més a més, des d'una vessant històrica: la seva vida professional va transcórrer durant aquella peculiar fase de l'historicisme vuitcentista que s'anomena, de vegades, Domestic Revival, de vegades Revival Reina Anna, i de vegades simplement eclèctica.

Efectivament, les dècades compreses entre el 1861, any en què Morris i els seus amics artistes decideixen fundar una empresa, i el 1882, any de les primeres reunions de «joves» dissenyadors per aglutinar-se en una associació, l'Art Workers Guild, que donà pas al moviment de les Arts & Crafts; aquestes dècades, doncs, són aquelles en què la batalla dels estils s'ha acabat en un empat i els arquitectes i dissenyadors del moment presten més atenció al problema concret amb què s'enfronten cada vegada que a la correcció estilística amb

què projecten. No cal dir que Morris va exercir un paper fonamental en aquest canvi d'orientació, tal i com es pot veure en molts dels seus dissenys per a indians i papers d'empaperar, o en la cadira Sussex comercialitzada per l'empresa de Morris des del 1868. Ara bé, des de la perspectiva específica del disseny i de la seva història, la modernitat de William Morris, és a dir, l'aspecte més suggerent de la seva obra, rau precisament en la manera que té d'enfocar el problema del disseny del producte industrial més enllà de la comprensió de les tradicions artesanes, per la qual és més conegut.

1. Morris & Co: evolució d'una empresa

Que Morris va prendre en consideració el producte fabricat per processos industrials, tot i que aquesta és una afirmació que pot sorprendre, es pot comprovar quan es considera la seva labor professional real. De fet, la seva empresa, que començà com un taller d'artesanía artística gestionat per artistes amb propòsits artístics, s'anà transformant al llarg dels anys fins a convertir-se en una empresa moderna, perfectament adequada als hàbits de producció i consum de l'època industrial, gestionada segons uns criteris empresarials adequats al producte i al mercat potencial que tenia en el moment. Val la pena resseguir breument aquesta evolució per mitjà d'algunes de les dades més il·lustratives.

L'any 1861, quan Morris s'acabava de casar i ja vivia a la Red House envoltat dels seus amics en l'ambient típic dels artistes bohemis, una nit de gresca Dante Gabrielle Rossetti va tenir la idea de crear una empresa que produís i comercialitzés objectes de molta qualitat artística per al parament de la llar, ja que la decoració de la Red House, que estaven encara duent a terme, els estava quedant tan bé. A l'hora de distribuir les competències, a Morris li assignaren el rol de gerent i de director de producció ja que, de tots ells, era l'únic que era de família rica, tenia compte corrent en un banc i, sobretot, perquè era l'únic de tots ells que encara no tenia ni ofici clar ni professió decidida. S'encetaven els anys seixanta del segle passat, una època en què, en termes generals, la labor dels Reformadors —o sia, de Henry Cole, Owen Jones, Richard Redgrave i d'altres— així com el mestratge de Pugin, mort feia només nou anys, començaven a donar els seus fruits. S'estava abandonant el neobarroc, aquell estil tan criticat —i tan exagerat— popular en els anys cinquanta;

d'altra banda, l'estil gòtic, el disseny neogòtic inspirat més en els models tradicionals i vernacles de les cases populars que en els grans monuments de les catedrals, esdevenia cada vegada més una veritable opció per trobar solucions adequades a les necessitats modernes. A més, començava a haver-hi un públic disposat a comprar productes per criteris estètics, sobretot si tenien garantia de qualitat artística. Aquesta fou la gran intuïció de Rossetti quan proposà la creació de l'empresa: el prestigi dels artistes socis, alguns d'ells ja prou coneguts en els cercles artístics del Londres de l'època, oferia la garantia artística necessària. El procediment era clar: Cole l'havia teoritzat en termes d'«Art Manufactura». Per a Rossetti i els bohemis de la Red House no calia que fossin «manufactures», n'hi havia prou que fossin objectes d'art que es poguessin usar en la decoració i en el parament de la llar. D'aquesta manera, l'empresa Morris, Marshall, Faulkner & Co (MMF&Co) naixia com un veritable taller d'artesanía artística on l'accent requeria més en la idea d'art que en el procés de producció artesanal, que, evidentment, ho era i per necessitat. En la circular de presentació de l'empresa apareguda l'11 d'abril del 1861, la redacció de la qual s'atribueix a Rossetti, ells mateixos es definien com a «Fine workmen in Painting. Carving. Furniture and Metals», i establien com a àmbits d'actuació propis: «Qualsevol mena de decoració, mural o d'una altra manera, des de la pintura pròpiament dita fins a arribar a considerar el més petit treball susceptible de bellesa artística».¹

Les coses no tardaren a canviar. En presentar l'empresa en societat a l'Exposició de Londres del 1862, Morris va adonar-se que calia modificar alguns plantejaments. Presentar-se a una fira requeria disposar d'un catàleg i, sobretot, d'un estoc d'articles confeccionats sense un encàrrec previ concret i, per tant, havent d'imaginar encàrrecs possibles i versemblants. Aquest fou un primer pas en la transformació interna de l'empresa vers una estructura industrial, canvi que no s'assoliria completament fins al 1875. Hi ha una persona i un fet clau en aquesta transformació. La persona és Warrington Taylor (1835-1870), el comptable o responsable econòmic de l'empresa que havia substituït Faulkner en el càrrec quan aquest darrer, matemàtic de professió, va decidir quedar-se de professor a Oxford;

1. Vegeu Henderson (1950), apèndix 1; MM CW II, Introd. p. 10; Watkinson (1967) p. 16; per la versió traduïda al castellà, vegeu Metken (1982) i Manieri Elia (1976).

el fet és el disseny i la producció de la cadira Sussex a instàncies i inspiració de Taylor. Pel que fa a la història del disseny, es pot dir que fou Taylor qui millor comprengué dins l'empresa de Morris quines eren les necessitats modernes quant a mobiliari, i s'adonà que eren molt més avançades les propostes en disseny de mobiliari dels socis més grans —els artistes prerafaèlites pròpiament dits— que les de Morris, Webb i Burne Jones —és a dir, els joves, eclèctics i simbolistes, respectivament—. ² El catàleg de cadires Sussex, la producció i venda de les quals començà vers el 1868, es mantingué constant durant molt de temps. És probablement un dels productes més avançats en l'esperit del disseny i en els acabats de tot el catàleg de l'empresa. No és estrany, doncs, que aviat tingués un gran èxit de públic fins al punt que sovint apareixia dibuixada entre els mobles de les cases dels ridiculitzats «esteticistes» de la dècada dels noranta.

Era una cadira de boga i de fusta tornejada, estilitzada i pintada de negre, amb un acabat gairebé de laca, on tots els components s'encaixaven. Es podia perfectament fabricar en sèrie, doncs. Era lleugera, esvelta i simple, potser no tan simple però més elegant que les de Michael Thonet, que les cadires populars en què s'inspirava i que els models Windsor.

L'altre aspecte destacable en la labor de Taylor entra de ple en el que ara s'anomena «Design Management». Taylor fou una de les primeres persones que es plantejà què podia ser una empresa que produís i comercialitzés disseny i com s'havia de fer això: considerà qüestions com són el posar preu a unes obres d'artesanía artística en l'elaboració de les quals s'esmerçava tant de temps; o quin valor tenia la competència artística, quin podia ser el preu d'un disseny, o quin pes tenia la idea en el valor final d'un article i quin la dificultat del procés d'elaboració, el preu del treball i la mà d'obra, els costos dels materials de qualitat i de l'utilatge tècnic; en definitiva, on eren els beneficis per a l'empresa. Vista l'evolució política posterior de Morris, ³ no cal dir que a Warrington Taylor li ha quedat una imatge no massa afalagadora, però cal dir que si Morris no es va arruïnar del tot en aquells moments i va poder reconduir l'empresa fins a ser molt exitosa econòmicament parlant, això es deu a la labor de Taylor. Va ser ell qui va posar Morris davant la disjuntiva indefugible d'industrialitzar l'empresa, modificar el catàleg de productes, i parar esment en la comptabilitat i la gestió comercial, o arribar a la fallida total, a la qual s'estava arriscant Morris des de feia uns quants anys.

Amb la crisi econòmica dels darrers anys setanta, les rendes familiars de Morris s'havien acabat i, d'aleshores en endavant, la seva economia familiar només podia dependre de l'èxit de l'empresa. El 1873, quan ja pensava reestructurar la societat, Morris encara tenia en compte les advertències de Taylor:

M'agradaria molt tenir èxit amb l'empresa, i això no podrà ser si no hi treballo pel meu compte. Bé haig de dir que, si bé no em considero cobdiciós, una fallida en aquest sentit seria un enuig terrible. Tinc tants problemes, plaers, esperances i temors que no tinc temps a les meves mans per arruïnar-me i trobar-me completament pobre; per sobre de tot, això destruiria la meua llibertat de treball que és un preuat plaer per a mi.⁴

En realitat, Morris no va fer cas dels consells de Taylor fins que aquest va morir el febrer del 1870. Va ser llavors quan, a la vista de l'èxit de la cadira Sussex, va optar definitivament per l'opció de Taylor. Consistia fonamentalment a no dependre dels encàrrecs d'objectes d'art, iniciar la producció partint dels estocs, diversificar els articles segons preus i utilitats, i dedicar-se a subministrar productes segons les necessitats de l'època. El model ja estava clar. Era el que havien promogut els Reformadors des de les pàgines del *Journal*

2. De fet, els primers experiments per redissenyar cadires modernes inspirant-se en els models populars de la regió de Sussex els havia iniciat Ford Madox Brown el 1864. Taylor s'adonà del valor i la qualitat funcional d'aquests models, i pressionà Morris per continuar els experiments inspirant-se en models de la mateixa regió des del 1865. A partir del 1868 començà la producció d'altres models, el més famós dels quals, el que reportà més beneficis durant més temps a l'empresa, també és conegut com cadira Morris.

3. Jo també crec que Morris va ser un marxista convençut. També penso que si bé en algunes posicions i situacions estava molt proper als anarquistes, ell no en va ser mai. El seu fracàs com a líder de la Socialist League a l'època que la dominaven els anarquistes, i la seva sortida del partit ho apunten. Ara bé, en l'actualitat, la qüestió de si era o no era marxista no és pas una qüestió molt important ni tampoc molt interessant, ans al contrari. L'interès de les seves idees polítiques rau en moltes altres coses. Vegeu a Calvera (1992) el capítol relatiu al debat sobre el seu pensament polític; per la tesi contrària, vegeu Martínez Allier «Urbanisme i Ecologia», *Temes de Disseny*, n. 11, Barcelona, 1995. En qualsevol cas, vegeu de Morris *How I became a socialist* (1894).

4. Carta a Aglaia Coronio de l'11-2-1873 [MM.CW X, Introd. Kelvin (1894) p. 178].

of *Design* a mitjan segle, i el mateix que ja ocupava altres dissenyadors. De fet, existeixen moltes coincidències entre els oficis i articles comentats a la revista i el catàleg que acabà tenint l'empresa de Morris. El canvi operat va consistir, concretament, a posar a la venda peces de brodats petits, adaptats per a coixins per exemple, i dissenys dibuixats perquè els brodessin els compradors, tot a preus prou assequibles; potenciar la producció de rajoles pintades amb motius ornamentals repetitius i en sèrie que es poguessin vendre soles sense haver d'acompanyar una escena representada; reiniciar la producció de papers d'empaperar, començar la d'estampats de cotó i, finalment, posar en marxa l'elaboració de teixits llavorats i de catifes.

Tot es féu progressivament en els sis anys posteriors a la mort de Taylor i en fases separades, incorporant un ofici darrere l'altre als tallers de l'empresa a mesura que Morris estudiava les seves característiques, aprenia els procediments tècnics i dominava com dissenyar per a ells. El 1881, quan Morris decideix ampliar els tallers i traslladar-los fora de Londres, aquesta empresa, refundada el 1875 amb el nom de Morris & Co, era ja una empresa moderna de decoració, preparada per operar com a fàbrica si convenia o, més habitualment, com a editora de disseny, que podia subministrar tot allò que calia en un projecte d'interiorisme, feina de la qual també es feia càrrec, i, a més, a uns preus equiparables als de la competència, ni més cars ni més barats.

Des del punt de vista empresarial, la transformació d'aquell taller d'artesanía artística passa per les següents fites: el 1870, després de la mort de Taylor, Morris incorpora els canvis abans esmentats en les seccions de brodats i de rajoles, diversifica els tipus d'articles que es posen a la venda, manté el taller de vitralls amb un plantejament encara artesanal, del qual ell personalment ja gairebé no se n'ocupa, i reinicia la producció de papers d'empaperar sobre noves bases després del fracàs dels experiments fets el 1864. En aquesta secció, Morris opta per dissenyar a l'empresa i contractar l'estampació a una altra empresa, la Jeffrey & Co d'Islington, que ja fabricava per a altres clients. El 1873, Morris emprèn experiments semblants en l'estampació de cotó però, insatisfet amb els colors obtinguts, inicia una recerca sobre els tints i els oficis del ram de l'aigua que es perllongarà durant prou anys, col·laborant amb altres empreses del ram.⁵ No val la pena allargar-se ara a explicar aquests anys de recerca; tan sols cal remarcar que són interessants per com-

prendre el seu sistema de treball, la seva manera d'afrontar els condicionants tècnics de cada ofici a l'hora de dissenyar, quin és el seu concepte de disseny i què volia dir amb la noció de dissenyador tècnic que emprà sovint en els seus escrits.⁶

El 1874, Morris donà un cop de timó per alliberar-se dels socis fundadors i quedar-se com a únic amo de l'empresa. La veritat és que només ell s'havia fet càrrec de les pèrdues econòmiques quan n'hi va haver, mentre que la resta de socis sempre havien cobrat les feines que aportaven —si Morris els n'encarregava—. D'altra banda, pràcticament tots els socis eren artistes de prou prestigi i podien viure del seu art; fins i tot el soci Webb s'havia convertit, com a arquitecte, en un dels principals clients de la firma. Aquest no era el cas de Madox Brown, un dissenyador brillant i innovador a la primera època de la firma, cada cop menys conegut i valorat com a pintor. Per això no va estar d'acord amb el canvi proposat per Morris, i això féu que es distanciessin entre ells i Rossetti, que s'havia posat del costat de Madox Brown. No hi havia divergències ideològiques quant a la gestió de l'empresa. De fet, la nova Morris & Co sorgida després de la reestructuració satisfecia perfectament l'antiga idea de Rossetti quan proposà fundar-la. Hi havia altres problemes de tipus personal que distanciaven els vells amics. No cal dir que, davant la vessant aplicada i utilitària que prenia la feina de l'empresa, l'artista Rossetti —llavors ja convertit en un artista esteticista admirador del Japó— manifestà un cert menyspreu: des d'aleshores es referí a Morris anomenant-lo «el tapisser poètic» «the poetic upholsterer». En qualsevol cas, després d'un any de discussió, a principis del 1875 se signava la reconstitució de la empresa com a Morris & Co amb Morris com a únic propietari. La firma podia començar a desenvolupar-se fins a convertir-se en molt pocs anys en una de les capdavanteres del sector, com ho proven, d'una banda, la fortuna guanyada per Morris en aquests anys, i de l'altra, els plets iniciats per l'empresa contra els imitadors dels seus models i del seu estil.⁷

5. «I am up to the neck in turning out designs for papers, chindzs and carpets, and trying to get the manufacturers to do them», Carta a Murray, 26·5-1875 [Kelvin (1984), p. 255].

6. Vegeu *Technical Instruction* del 17/3/1882 a MM (1936) I, pp. 205-225.

7. Sobre els plets i actuacions empreses per Morris en contra dels imitadors dels seus productes, vegeu Mackail (1899) II, p. 97; E. P. Thompson (1955), p. 249; Lindsay (1975) i Kelvin (1984), p. 517.

El 1876 fou un any cabdal en tot aquest procés: Morris s'inicià en el disseny de catifes, moltes de les quals les féu teixir a màquina per empreses especialitzades en les diverses tècniques;⁸ instal·là telers Jacquard comprats directament a Lió per fabricar teixits llavorats en diversos tipus de fils; i, cosa que no deixa de ser significativa, es decidí a la fi a posar botiga per comercialitzar els seus productes. El «showroom» de Morris & Co obria definitivament les portes al número 264 (posteriorment 449) d'Oxford Street, a Londres, la setmana de Pasqua del 1877.

El 1881, doncs, quan traslladà els tallers a Merton Abbey i s'associà amb un ceramista per tal de disposar de més articles i li transferí la producció de rajoles, Morris & Co ja és una empresa moderna perfectament adequada a la dinàmica industrial de producció i comercialització. L'única cosa que l'allunya del model paradigmàtic d'una fàbrica vuitcentista és la falta d'una màquina de vapor. És probable que Morris no es plantegés mai la seva instal·lació. No en parla enlloc; tampoc no queda clar el grau d'aversion ideològica que ell hi sentia com a instrument de treball. Només afirmà en una conferència, quan parlava dels teixits llavorats, que la presència d'una màquina de vapor no tenia cap mena d'influència en la qualitat estètica del resultat que s'obtenia amb un tel·ler,

car la manera d'elaborar-los, amb algunes petites excepcions, ha variat poc en molts cents d'anys; aquestes alteracions trivials, com l'elevació de l'ordit mitjançant la màquina Jacquard, o l'activació de la llançadora per l'energia de vapor, no té perquè modificar-ne l'art, si bé no puc dir que no ho hagin fet.⁹

Cal assenyalar que instal·lar-ne una no hauria estat rendible vist el cost de la inversió requerida i el volum de vendes amb què comptava l'empresa àdhuc en els moments de més èxit.¹⁰ Però per decidir sobre la modernitat de l'empresa, a mi personalment em sembla molt més rellevant la seva estructura empresarial i productiva que no pas l'utilatge tècnic concret amb què treballava —difícil de generalitzar d'altra banda—. Per això, fins i tot quan entenem la noció de disseny en relació amb l'era industrial i com a procés de creació conscient i dirigit amb un objectiu determinat, crec que Morris figura de ple dret en la història del disseny tan sols pel fet d'haver posat en marxa, dirigit i fet funcionar una empresa de disseny amb un èxit comercial inèdit fins aleshores i àdhuc difícil d'assolir encara ara.

Amb aquest rerefons no té res d'estrany que Morris s'interessés pel problema del disseny dels productes industrials i totes les seves derivacions estètiques. Una darrera dada pot ser ara significativa. L'únic ofici que Morris practicà ininterrompudament fins poc abans de morir va ser el disseny de papers d'empaperar. El darrer sortia al mercat el 1894 quan ja estava malalt, mentre que el primer, que, cal dir-ho tot, no va tenir cap èxit, data del 1862. Entre el 1873, quan reinicia la producció, i el 1894, anaren apareixent regularment dos models diferents cada any. Per això són els papers d'empaperar aquella part de l'obra de Morris que millor serveix per resseguir l'evolució del seu estil i la del seu concepte de disseny, com ja han posat en relleu alguns estudiosos.¹¹ És prou comprensible, per tant, que en escriure les seves conferències reservés no pocs comentaris a productes industrials com els papers pintats, els estampats de cotó i els teixits que l'havien ocupat durant tant de temps. També és lògic que siguin aquests, vistos ara a la distància de més de cent anys, els que donen a Morris un rol en la història del disseny industrial.

2. Morris & Co: una política de disseny i un model de confort

No tan sols és significatiu que Morris s'interessés pel disseny i fabricació de productes essencialment industrials; també ho és quin tipus de productes, materials i tècniques són. Aquí val la pena esmentar els experiments en disseny de paviments per a linòleum fets després del 1865 i abandonats al cap de poc per moltes i diverses raons. Ni el paper continu ni el teixit de plana de cotó, però molt menys el linòleum, són materials nobles i cars, ans al contrari, i, en tot cas, ho són molt

8. Vegeu Linda Parry (1983).

9. *The Lesser Arts of Life* (1882), CW XXII, p. 249.

10. Morris en un article al *Commonweal* del 6-8-1897 afirmava: «because my capital can't compass a power loom». Citat per P. Thompson (1967) p. 117. Quant a les idees de Morris sobre la màquina expressades a les conferències, vegeu Calvera (1992).

11. Els tres primers models de papers pintats, «Daisy», «Trellis» i «Pomegranate» o «Fruit», ara prou famosos, no es van vendre gens, per la qual cosa en aquell moment Morris preferí no continuar l'experiment. Pel que fa a l'estudi dels papers de Morris, vegeu Floud (1959), Fiona Clark (1973) i Parry (1983).

menys en el sentit que Ruskin havia definit els materials adequats per al treball artístic honest i veritable. Això demostra, si més no, la gran distància existent entre les actituds que inspiren el treball professional de Morris i moltes de les idees de Ruskin, especialment les relatives al concepte d'art. Però això pot ser tema per a un assaig específic. Pel que fa a la teoria morrissiana del disseny i la modernitat de la seva recerca, és molt més important el caràcter industrial d'aquests productes i el sector de mercat a què pertanyen. Morris mateix ho anuncia prou clarament quan manifesta el seu interès per a aquesta mena d'activitats: «El força modern i molt humil, però tal com van les coses, útil art d'imprimir sobre paper per a decorar les parets».¹²

El que actualment es coneix en el comerç com a papers pintats eren en aquella època papers impresos per decorar els murs com a sistema barat d'aconseguir els efectes decoratius de la pintura mural, i se'ls coneixia tècnicament amb el nom genèric de paper bonic. Per això es pot dir que són productes sorgits amb l'avenç de la indústria i són representatius de la nova era. Apareguts en l'origen com a substituïts de tècniques artístiques més nobles, acabaren tenint caràcter i identitat propis. És veritat que ja eren prou populars en el segle XVIII, i fins i tot abans. Aleshores eren realment papers pintats, o sia, pintures murals sobre un suport de paper i, per tant, uns models únics adequats a les necessitats d'una cambra concreta. Per això s'hi pintaven escenes, paisatges, personatges i tot allò de més propi de la pintura. L'adveniment de la indústria va modificar radicalment la naturalesa del producte, la manera de produir-los, exemplificat pel procés de l'estampació, i la funció que acomplien, per la qual cosa varià lògicament el concepte i els criteris de disseny. L'aparició del paper continu vers el 1842 va permetre, en primer lloc, llargues franges de paper que, en longitud, tendien vers l'infinit mentre que, en l'altra dimensió, s'havien d'acoblar entre si, tendint també vers l'infinit. Les mides del dibuix deixaven per tant de dependre de les mesures d'espais reals. Calia doncs modificar totalment la concepció del motiu que s'hi representava. Hi havia un model de solució possible en un altre producte similar, barat i assequible: les indianes. El teixit de plana també se servia en bobines i s'hi estampaven, sia al bac, sia amb màquines de cilindres, motius ornamentals repetitius i modulars, que podien combinar-se entre si fins a l'infinit en totes les direccions del pla bidimensional. En ambdós casos, quan Morris inicià els seus experiments, feia uns quants anys que el

problema de disseny per a l'estampació industrial estava perfectament definit: consistia a establir motius modulats i combinables per repetició del mòdul elemental, que poguessin anar-se juxtaposant fins a l'infinit per poder presentar-se en estoc i vendre's a metres, o a peces. L'efecte estètic depenia ara del resultat obtingut de la combinatòria amb el treball basat en la noció d'una superfície il·limitada.¹³

El paper d'empaperar, així com les indianes, els estampats de cotó, el linòleum i, a la llarga, també les rajoles ornamentals, no sols són productes nascuts amb l'avenç de la indústria, sinó que tots ells pertanyen, a més a més, a la producció industrial massiva, barata i assequible de l'època. Val a dir que allà on, en aquell temps, el problema del disseny per a la indústria es plantejava d'una manera més peremptòria i novedosa era precisament en aquests sectors, com també en el dels teixits llavorats, i no en els de l'orfebreria, o el mobiliari, encara a les beceroles de la mecanització.

Val la pena extreure algunes conclusions al marge de tot això en relació amb la figura històrica de Morris. Afecten sobretot la seva imatge més habitual, la del gran artista i mestre artesà només ocupat en la recuperació d'uns Bells Oficis obsolets i en la defensa de processos de producció artesanal. Però si val la pena destacar aquest interès seu pels productes de naturalesa industrial més barats és perquè contradiu aquella altra idea, no menys difosa que l'anterior, segons la qual els productes de Morris & Co eren molt cars pel fet de ser produïts artesanalment, i, per tant, fora de les possibilitats adquisitives de la majoria de la gent. És veritat que Morris se sentí atret per oficis artesanals antics, però no ho és menys que aquest era un interès degut de vegades a una qüestió artística, com en el cas dels tapisos, però molt més sovint a un interès empresarial, com en el cas de la ceràmica i la seva associació amb William de Morgan. Servien per mantenir el prestigi artístic de l'empresa i, per tant, eren, a l'ensem, la pro-

12. *The Lesser Arts of Life* (1882) CW XXII, p. 260.

13. Tant Pugin com O. Jones, o William Dyce a nivell pedagògic i metodològic, com també els altres col·laboradors del *Journal of Design*, havien comparat el disseny d'estampats sobre teixit i sobre paper, i havien centrat el problema conceptual, en termes teòrics, en la qüestió del disseny dels models, dels motius ornamentals (del «pattern designing» per fer servir el terme exacte) més que no pas en el domini dels condicionants tècnics en l'elaboració de cada article. Sobre la història del paper d'empaperar a l'Anglaterra victoriana, vegeu Floud (1954, 1959), Parry (1983) i Gloag (1961).

va i la garantia de la qualitat «artística» de tots els seus productes. Morris era perfectament conscient d'aquest fet com ho demostra una carta del 1878 adreçada a un proveïdor: «El meu coneixement artístic i el meu gust, dels quals depèn tot el meu negoci».¹⁴ De tota manera, el diferent grau de constància que Morris dedicà a uns oficis o als altres n'és un bon indicatiu: aviat abandonarà el taller de vitralls on només participarà amb una supervisió general, i també ho anà fent amb el de brodats, el de tapissos, i el de les catifes teixides a mà; no fou així, com s'ha dit més amunt, amb els teixits, les indianes, i els papers pintats.

Pel que fa als preus dels productes, també cal fer algunes puntualitzacions. És evident que els articles de Morris & Co estaven fora de les possibilitats econòmiques de la classe obrera de l'època, però llavors la classe obrera encara no formava part de la noció de mercat i estava exclosa del consum. Haurien de passar encara unes quantes dècades perquè, en els països desenvolupats, comencés una cultura i un mercat veritablement de masses. No succeïa el mateix amb les classes mitjanes, com es veu en les novel·les costumistes de l'època, en les quals els productes Morris es van convertir en un element identificador d'una classe social moderna i atenta a qüestions estètiques. En qualsevol cas, els beneficis obtinguts per Morris & Co només en deu anys, així com el fet que els tallers i la botiga pervivessin fins a la Segona Guerra Mundial, palesen, si més no, que aquesta era una empresa adequada al seu temps, que coneixia el sector i el seu mercat potencial i que, si bé el seu prestigi artístic depenia en bona mesura de la producció —i exposició— d'articles d'art fets a mà, el pes comercial i empresarial depenia dels productes produïts industrialment i sobretot dels més barats: les indianes, els papers pintats, les rajoles decorades i les cadires Sussex.

És evident que tot allò sobre el qual se suporta la imatge habitual de Morris té un fonament real. En la primera època de l'empresa, durant la fase artesana, artística i preraphaelita, els productes elaborats eren tots cars. El seu mercat, encara incipient, era el de l'obra d'art, encara que es tractés d'arts aplicades. El testimoni més eloqüent al respecte és la descripció que feia Henry James de Morris després d'una visita a la família.¹⁵ Ara bé, quan es consolida la transformació de l'empresa després de signada la refundació, la seva filosofia ha variat i la necessitat de continuar comporta una clarificació de la política empresarial quant a gestió, inversions i recerques tècniques que s'hi desen-

volupen. Les cartes de Morris adreçades a proveïdors, amics, confidents i col·laboradors dels anys compresos entre el 1870 i el 1875 ho demostren. S'hi pot veure també fins a quin punt Morris coneix el seu sector potencial de mercat, quin considera que és l'element diferencial dels seus productes, i quina ha de ser la política de preus. El resultat és una empresa que busca el mercat de qualitat, el de l'excel·lència segons les seves pròpies paraules, el públic de la qual són les classes mitjanes intel·lectuals i cultes que busquen productes de qualitat. Morris és clar al respecte,

perquè en conjunt, hom pot pensar que la bellesa és una qualitat amb valor comercial, i que quan millor és el treball per tots costats, tant com a obra d'art com per la seva tècnica, més probable és que trobi acceptació entre el públic.

També en això Morris demostrava ser un home del seu temps. La viabilitat econòmica de les empreses dedicades a la producció d'objectes amb bon disseny ja feia anys que es debatia i havia estat assajada per altres professionals. El 1868 Charles Eastlake ho havia plantejat en els termes més punyents: «el que volen és una botiga on tinguin en estoc aquesta mena d'articles i que es puguin comprar per 2 o 3 lliures».¹⁶

Des de la perspectiva actual, l'opció morrissiana no sembla ja aquella creuada idealista que vol reviure un passat somiat. Ben al contrari, esdevé una opció empresarial moderna només comprensible en la lògica de la competència de mercat. El seu valor més gran rau en l'haver-se mantingut fidel a una idea de disseny i haver sabut ser coherent amb una política d'empresa.

14. Carta a Wardle, 15-11-1878. Kelvin (1984) p. 275.

15. Carta d'Henry James a Alice James (1869): «He is a manufacturer of stained glass windows, tiles, ecclesiastical and medieval tapestry, altarcloths, and in fine everything quaint, archaic, Pre-Raphaelite —and I may add exquisite. Of course his business is small and may be carried on his hous [es refereix a l'època en què els tallers i la sala d'exposicions eren tots a la casa de Queens Square a Bloomsbury]. The things he makes are so handsome, rich and expressive (besides being articles of the very last luxury) that his fabrique can't be in a very large scale. But everything he has and does is superb and beautiful». [Faulkner (1973) p. 77, i trad. castellà Metken (1982) apèndix].

16. Respectivament, *Technical Instruction* (1882) [MM (1936 I, p. 209)] i Charles Eastlake: *Hints on Household Taste* (1868) Londres; Dover Publications, Nova York 1969; al respecte, vegeu Pevsner (1968) p. 330.

3. L'estètica morrissiana del disseny: la funció decorativa

També en els seus escrits Morris va dedicar no pocs esforços a tractar el producte industrial incorporant-se així al debat que se'n feia al Londres de l'època. En aquest cas, la seva recerca continuava la dels Reformadors i és amb ells amb qui dialogava de manera més oberta. Havia acceptat d'ells tots i cada un dels principis del bon disseny així com el mètode de disseny més adequat i, de fet, els havia aplicat en la seva obra. Ara bé, entre el seu estil de disseny i el de Redgrave, Jones i Dresser, hi havia unes quantes diferències que no derivaven tan sols de la preferència per allò clàssic dels primers o per l'atracció del gòtic en el de Morris. De fet, Pugin també havia estat neogòtic però el seu plantejament era el mateix que el dels Reformadors, i Morris els superà ambdós. Si els Reformadors i Pugin establiren l'estil característic dels anys seixanta, portaren a terme la gran reforma del gust victorià i imposaren un estil geomètric, bidimensional i heràldicament convencionalitzat, l'estil de Morris, que n'era la continuació, amb la incorporació d'un plantejament orgànic i organista, definí el model dels anys setanta i vuitanta, el mateix que, al seu torn, superarà el japonèsisme de William Godwin i dels esteticistes una dècada més tard. Per això, l'obra de Morris esdevé l'evolució de l'obra dels autors anteriors, i comparteix amb ells el punt de partida i els criteris principals, que foren, bàsicament, la comprensió de l'ofici de dissenyar «patterns» en termes de mòdul i superfície il·limitada, que depèn de la creació d'una estructura geomètrica de base, i de la convencionalització plana en el tractament dels motius modulats representats: «la creació d'un model repetitiu per a una superfície plana».¹⁷

En aquest context, les explicacions de Morris sobre com i partint de quins criteris s'han de dissenyar els «patterns» són, a més a més d'una exposició de com ell treballa, un intent per esbrinar el seu mecanisme estètic. És veritat que mai no va dedicar un text a considerar el producte industrial per si sol i com a tal. Sí que té, en canvi, un escrit dedicat a l'art de dissenyar «patterns» ornamentals, *Some Hints on Pattern Designing* (1881) —que, d'altra banda, il·lustrà amb litografies extretes de la *Grammar of Design* de Jones—, un de dedicat exclusivament als teixits, *Arts & Crafts Essays* (1892), un altre dedicat a la història de l'ornament, *History of Pattern-Designing* (1879), un altre als criteris que regeixen el disseny en totes les arts decoratives i

en els projectes d'interiorisme, *Making the Best of It* (1880) i un altre a totes les arts decoratives, *The Lesser Arts of Life* (1882),¹⁸ el text on probablement millor es veu com varia el seu punt de vista en considerar el treball manual i el treball industrial segons si fa referència al caràcter del procediment tècnic de cada ofici —com els teixits o la ceràmica— o si deriva de l'esperit capitalista —de l'interès comercialista— i aleshores és una qüestió social i de civilització. De fet, el sistema de producció per a Morris no fou mai un criteri de classificació suficient en si mateix, encara que era important, això sí, per comprendre l'indole d'un ofici i els criteris de disseny que se'n deriven. Li interessava molt més explicar per a què servien, com s'havien de fer servir i amb quina finalitat. Per això, des d'aquesta perspectiva, encara resulta més significatiu que tractés els oficis més humils i els productes més barats conjuntament, i els comparés amb els més cars i nobles, o sia els tapisos i brodats. La seva és una recerca que, en primer lloc, vol entendre aquestes arts que s'han ocupat sempre de subministrar a la comunitat les eines per viure, com explica a gairebé totes les seves conferències, i en segon lloc, tal com queda clar a la introducció de *Some Hints on Pattern-Designing*, que pren en consideració i en igualtat de condicions tots els recursos disponibles per decorar: «Després de tot, l'ús més estès del disseny de “patterns” ornamentals és vestir les parets d'una habitació, d'una casa, d'una església, o de l'edifici que vulgueu» [CW XXII, p. 183].

Pel que fa a la naturalesa estètica de les arts decoratives, Morris sabia, en part perquè ho havia dit Pugin, però sobretot perquè ho havien demostrat a bastament els Reformadors —especialment Dyce, Redgrave, Jones i Wornum— que l'apreciació estètica dels objectes d'ús quotidià no funciona de la mateixa manera que en les arts plàstiques, i pensar així l'allunyava irremissiblement de Ruskin i la seva noció d'art.¹⁹ Per a Morris, la finalitat estètica d'un paper pintat, d'un estampat, d'un paviment o d'un sostre, o de qualsevol objec-

17. *Some Hints on Pattern-Designing* (1881) CW XXII p. 175.

18. Vegeu *Some Hints on Pattern-Designing* (1881) i *History of Pattern-Designing* (1879) ambdós publicats a CW XXII. Vegeu també l'assaig sobre teixits aparegut als *Arts & Crafts Essays* (1893).

19. Vegeu de Ruskin, *The Seven Lamps of Architecture* (1849), els paràgrafs dedicats a l'art aplicat a les estacions de tren, i a *The Two Paths* (1857) la polèmica amb Wornum sobre l'ornament.

te decoratiu, fins i tot de l'interiorisme d'una cambra, és la recerca d'un plaer estètic reposat i tranquil, tal i com l'atmosfera que la gent desitja trobar quan arriba a casa seva. Una idea de confort, doncs, pràctic i còmode però, sobretot, agradable i acollidor si cal definir-lo amb categories estètiques. Per això, el principal criteri que ha d'orientar el disseny en aquests casos és renunciar als efectes plàstics, o a aquelles vivències estètiques característiques de les Belles Arts. En algun dels seus escrits, Morris apunta, oposant-se a Ruskin, que seria esgotador arribar a un saló on totes les parets et fessin pensar sobre els grans problemes espirituals de la humanitat, com també ho seria quan un ambient excessivament estimulants per als sentits provoqués en l'habitant excessives sensacions artístiques.²⁰ Si aquest és el criteri general, en parlar de disseny específicament, la distància respecte de la pintura i les arts plàstiques es planteja en termes de contingut i de tractament gràfic:

Les necessitats absolutes d'aquest art [del disseny de «patterns»] són la bellesa del color i l'assossec de la forma; el color es pot obtenir per les combinacions més simples; la forma pot ser merament línies abstractes o espais, i no necessita per força tenir un significat identificable o explicar una història expressable en paraules. D'altra banda, per a la puresa de l'art és necessari que la seva forma i el seu color, quan tenen una relació amb els fets de la natura (com la major part en tenen), suggereixin aquestes parts i no les descriu.

En un altre text, Morris és encara més taxatiu:

Ara, una altra vegada, pel que fa als papers d'empaperar, hom pot acceptar com axioma, i això també val per a altres coses, que quan més mecànic és un procés, menys directa pot ser la imitació de les formes de la naturalesa.

El mateix dirà quan vulgui explicar com cal dibuixar per als teixits llavorats. El criteri és sempre l'adequació al medi per al qual s'està dissenyant.²¹

En aquest sentit, crec que un dels aspectes més innovadors en la reflexió estètica morrissiana és haver assumit el caràcter decoratiu de la major part dels béns de consum, i haver-ho fet tot acceptant els aspectes més humils i que menys criden l'atenció. Caldria veure si la seva proposta és englobable dins un concepte genèric de funció decorativa, equiparable en alguns aspectes

amb el de funció estètica, però específic en molts altres. Prou elements en la manera d'explicar l'ornament ho indiquen. El més important és sens dubte l'acceptació d'una finalitat estètica merament agradable; l'altre, haver-lo descrit en termes formals, i formalistes, i intentar fins i tot explicar el grau de convencionalització desitjable en el dibuix només en termes formals. Així succeeix en tots aquells paràgrafs dedicats a explicar com s'han de dissenyar els estampats, quan parla del grau d'abstracció del tractament gràfic, del nivell de convencionalització i d'estilització desitjable de la forma dels motius, del pes de la forma i del color, de recursos formals com el siluetat i el massissat, de l'organització de l'estructura geomètrica i totes les pautes possibles, de com es tradueixen en forma els condicionants derivats de la manera de col·locar i percebre aquests estampats; però molt més encara quan aborda qüestions com el grau de misteri desitjable en els «patterns», aspecte fonamental per a ell, que explica en termes d'interès visual o de pregnància; o com la del significat, és a dir, el grau d'identificació desitjable de les coses representades i l'explicació dels temes que és convenient utilitzar:

20. Vegeu *Some Hints on Pattern-Designing* (1881) CW XXII, pp. 176-178. La cita és llarga però divertida: «Take note, too, that in the best art all these solemn and awful things are expressed clearly and without any vagueness, with such life and power that they impress the beholder so deeply that he is brought face to face with the very scenes and lives among them for a time; so raising his life above the daily tangle of small things that wearies him, to the level of the heroism which they represent [...] This is the best art [...] yet its very greatness makes it a thing to be handled carefully, for we cannot always be having our emotions deeply stirred: that wearies us body and soul; and man, an animal that longs for rest like other animals, defends himself against the weariness by hardening his heart, and refusing to be moved every hour of the day by tragic emotions; nay, even by beauty that claims his attention over-much. [...] Meantime, I cannot allow that it is good for any hour of the day to be wholly stripped of life and beauty; therefore we must provide ourselves with lesser art to surround our common workaday or restful times; and for those times, I think, it will be enough for us to clothe our daily and domestic walls with ornament that reminds us of the outward face of the earth, of the innocent love of animals, or of man passing his days between work and rest as he does. I say, with ornament that reminds us of these things, and sets our minds and memories at work easily creating them».

21. Vegeu respectivament i per ordre *History of Pattern-Designing* (1879) CW XXII p. 209, *Some Hints on Pattern-Designing* (1881) CW XXII, p. 190, i *The Lesser Arts of Life* (1882).

El que hem de fer [...] és crear les flors i les fulles que convenen als papers pintats, formes que s'adeqüen de manera evident per a ser estampades amb un motlle de fusta; d'encobrir suficientment la construcció del «pàtern» per tal d'evitar que la gent en conti les repeticions, mentre aconseguim de calmar la seva curiositat per resseguir-lo; tenir cura de cobrir equilibradament el fons. Si reeixim en aquestes dues darreres coses, aconseguirem una impressió de misteri satisfactòria, que és una característica essencial de tots els articles ornamentals i que en els papers pintats obtenir-la és feina del dissenyador, car, com s'ha dit abans, no cau a plecs, i el seu material tampoc no té cap bellesa especial que atregui la vista.

Potser és veritat que Morris no va comprendre ni va defensar el valor estètic de les formes pures en els objectes tridimensionals, o de la simplicitat estructural per si sola en arquitectura i interiorisme, i això el converteix inevitablement en un bon representant del gust victorià. Tanmateix, sí que considerarà les formes abstractes com a ornament bidimensional: «...la nostra paret pot estar ornamentada simplement amb franges de color» i en què consistia el valor decoratiu:

La bellesa que pot haver-hi en elles es limita a la bellesa d'una molt senzilla proporció, i dels tints emprats, mentre que el seu significat es redueix a cridar l'atenció de la gent sobre l'encant del material, i en la construcció ordenada i convenient d'una paret.²²

És més, fins i tot quan explicà les característiques dels bons estampats sempre es va remetre a elements estructurals com la varietat de possibilitats combinatòries de la trama geomètrica de fons, els colors i els seus contrastos en tant que tintes planes, i al joc de traços i taques que componen un dibuix i organitzen un relleu entre plans bidimensionals. D'aquesta manera, l'efecte estètic d'un estampat, o de qualsevol model ornamental, depèn exclusivament de la seva qualitat interna i de la seva riquesa, o sia del seu grau d'elaboració formal, com un factor oposat al més habitual d'exuberància o de quantitat d'ornament.

Per reconèixer l'interès de l'aportació morrissiana cal oblidar les moltes connotacions negatives presents en la noció de decoració degudes, en gran part, a l'evolució de les arts plàstiques en el segle XX, però això apunta la possible gran operativitat de la noció de decoració en fenòmens com el disseny i tot allò lligat a l'experiència de la vida quotidiana. És el cas del grafis-

me, de la tipografia, del cartellisme, dels embalatges i de la senyalització. Es tracta sense anar més lluny d'aquella peculiar dimensió estètica de les coses que el moviment Pop incorporà a les arts plàstiques. Si bé ara i adés decoració és sovint sinònim de frivolitat, o de banalitat, la funció decorativa explica no pocs dels comportaments estètics de la gent, entre els quals, evidentment, el parany més freqüent en la vida moderna: l'«horror vacui».²³ Però a més, si se la considera en relació amb l'evolució posterior del disseny i l'arquitectura, en el moment en què l'estètica dels objectes d'ús es tornava cada vegada més un fenomen intel·lectual i abstracte, la posició de Morris esdevé una opció determinada i molt concreta que s'adreça a aquell sector de mercat que el Moviment Modern sempre va buscar i mai no va aconseguir; aquell mateix sector que, en paraules de Adolf Loos, «se pusieron tristes y su ánimo decayó» quan escoltaren el seu missatge: en realitat «lo que les preocupaba era saber que no se podía producir un ornamento nuevo».²⁴ Des d'aquesta perspectiva, la reflexió de Morris esdevé una recerca per trobar els criteris de qualitat estètica que regeixen la funció decorativa i, per tant, la manera d'intervenir activament en la millora de la qualitat estètica de l'entorn immediat. Un entorn que, com s'ha dit, ha de ser assossegat, reposat, tranquil i confortable.²⁵

22. *Some Hints on Pattern-Designing* (1881) CW XXII, pp. 191 i 183, respectivament.

23. En aquest sentit, vegeu els arguments de Branzi per incorporar el disseny d'elements decoratius entre les activitats del disseny actual: «Decorativo è spesso sinonimo di volgarizzazione dei fenomeni grafici e figurativi, che sarebbero trasformati nei processi ripetitivi della decorazione in segni privi di qualsiasi capacità di comunicazione culturale», Andrea Branzi, *La casa calda*, Ed. de la Universitat de Palerm, Palerm, 1984, p. 92.

24. Adolf Loos, *Ornamento y delito* (1908), GG, Barcelona, 1972, p. 30. La resposta de Morris, que també es pregunta perquè la humanitat ha invertit tant de temps i d'esforços en una activitat com l'ornament, no és un retrat molt afalagador de la gent que, com Loos, prefereix tenir les parets pintades de blanc: «Doubtless there will be some, in these days at least, who will say: "Tis most helpful to me to let the bare walls alone". So also there would be some who, when asked with what manner of books they will furnish their room, would answer, "With none". But I think you will agree with me in thinking that both these sets of people would be in and unhealthy state of mind, and probably of body also; in which case we need not trouble ourselves about their whims, since it is with healthy and sane people only that art has dealings». *Some Hints on Pattern-Designing* (1881) CW XXII, pp. 175-176.

25. Vegeu el capítol 2.3. a Calvera (1992), p. 231 i ss.

4. Ornament i decoració: dos procediments de disseny i dos tipus d'efecte estètic dels objectes

El que sovint ha estat considerada la contribució més original i important de Morris a la teoria del disseny són les moltes consideracions sobre els diversos materials amb què treballa cada art decorativa i, sobretot, el fet d'haver convertit les qualitats dels materials en el condicionant prioritari, definitiu, del procés de disseny. Ara bé, en la seva anàlisi no són només els materials els que imposen limitacions al disseny, també en posen els procediments d'execució i les tècniques de cada ofici. Llavors l'acte de dissenyar consisteix a aprofitar-les i convertir-les en esperons per a la imaginació creativa. També en això, com en molts altres aspectes del seu pensament, es pot veure l'amplitud de la síntesi morrissiana. Si per una banda aplica les indicacions genèriques d'adequació i coherència amb els materials i les tècniques donades pels Reformadors, per l'altra reprèn la descripció ruskiniana de les «falsedats» i «mentides» artístiques continguda a *Lamps of Truth and Beauty* de Ruskin (1849); però, a més a més, també hi incorpora tot el seu coneixement pràctic del fet derivat de tants anys d'experiència com a dissenyador i director tècnic de l'empresa. D'aquesta manera, amb la definició de la mateixa natura del material i de les tècniques com l'eina bàsica de la creació en les arts decoratives, Morris aconseguia convertir una regla d'or de l'artesania i de les arts plàstiques en un principi vàlid també en el disseny per a la manufactura mecanitzada, cosa que es desprèn del fet de fer servir el mateix criteri com a punt de partida per a la descripció de tots els oficis que considerarà, mecànics o no.

Ahora, mirant el comportament estètic dels materials i dels resultats obtinguts amb les diverses tècniques, se adonà de com variaven els dispositius pels quals les diverses arts aplicades assolien la funció decorativa, i com calia modificar els criteris de disseny per adaptar-se a cada cas i poder-ne extreure el màxim efecte estètic. La gran frontera s'establia entre aquelles arts decoratives en què la qualitat del material i el rastre del treball i de la tècnica aconpleixen de manera natural i per les seves pròpies qualitats la funció decorativa, i aquelles que no, les quals aleshores necessiten l'afegit d'un tractament ornamental exterior. Llavors, des de la perspectiva de Morris, com més humil, barat i mancat d'expressivitat és un material, o una tècnica d'elaboració, més ric i elaborat ha de ser el disseny del

motiu ornamental en el sentit que s'apuntava més amunt. Val la pena seguir l'argumentació de Morris:

En aquestes mercaderies que estan esteses totalment planes a la paret, i que no tenen cap bellesa especial derivada de la manera d'elaborar-les, ens podem trobar forçats a fer més que no fariem en altres casos per emascarar la construcció del model. Això ens dóna l'oportunitat de demostrar que som dissenyadors de «patterns» nats perquè acceptem contents aquest aparent dilema i posem el nostre enginy a treballar per conquerir-lo. Deixeu-me tornar a explicar la dificultat. En aquest ofici, la falta de limitacions quant al nombre de colors i la facilitat del procés de fabricació poden temptar-nos a simplement entortolligar les formes naturals en línies que poden passar com ornamentals. Cedir a aquesta temptació és gairebé segur que en resultarà una mera vulgaritat. Per l'altra banda, hi ha la temptació de dissenyar un model com es faria per a una peça de teixit, on l'estructura és vigorosament visible, i els seus membres estan fermament marcats; però un model així fabricat en un material barat té tendència a veure's superambiciós, i estant estès pla a la paret, dirigirà massa la mirada vers les línies geomètriques i tot repòs s'haurà perdut.²⁶

Tot i que Morris no ho va dir en aquests termes, es pot fer referència a aquesta diferència mitjançant les nocions d'Ornament i de Decoració. Per un seguit de circumstàncies pròpies de la història de les paraules, ornament i decoració actualment són mots gairebé sinònims, almenys així ho confessen els estudiosos de les arts decoratives.²⁷ Existeix, però, una diferència molt subtil, útil a l'hora d'explicar les idees de Morris, així com per entendre el debat, en la teoria i la història de l'art, emprès per Alois Riegl, que estudiava ornament, en contra de Gottfried Semper, qui treballava a partir de la decoració —i qui, de passada, havia col·laborat amb Henry Cole—, o per entendre les idees d'Adolf Loos i contrastar-les amb la seva pràctica professional. De fet, diferenciar entre els diversos tipus d'ornament va ser la millor via per poder adonar-se del funciona-

26. *Some Hints on Pattern-Designing* (1881) CW XXII, pp. 190-191.

27. Vegeu Durand, Stuart: *La ornamentación* (1986), Alianza Ed., Madrid, 1991, p. 7, i Gombrich, Ernst H.: *El sentido del orden* (1979), GG, Barcelona, 1980, Introd. Entre els autors que utilitzen aquesta diferència, Morpurgo Tagliabue (1960) p. 468, i Branzi (1984), p. 90.

ment estètic propi de l'objecte industrial, és a dir, d'aquells acabats tan perfectes que només poden obtenir-se mitjançant el treball a màquina; de la mateixa manera que també va servir per comprendre la proposta estètica de l'artesania, del treball artístic fet a mà amb els acabats irregulars i imperfectes, sense per això haver de ser matussers, característics de les obres dels homes.

Prenent com a base la terminologia establerta per Morpurgo Tagliabue (1960) quan analitza el famós article de Loos sobre l'ornament, la decoració es refereix a la satisfacció d'una necessitat estilística mentre que l'ornament suposa un tipus extrínsec de decoració. Fins a quin punt el terme original alemany té aquesta significació, o aquesta es va consolidar al llarg del segle XIX, sia per mitjà de les anàlisis filosòfiques de l'estètica, sia a conseqüència de l'analogia lingüística a la parla de la gent, el fet és que l'ornament fa referència a tot allò que pot separar-se de la forma estructural, un afegit de vegades superflu, de vegades necessari per augmentar la brillantor del resultat, però gairebé sempre retòric.²⁸ L'ornament consisteix llavors en un tractament extern que s'aplica a la superfície d'un objecte també amb una finalitat decorativa i estètica. En aquest sentit, és lògic que es tracti de l'ornament com d'un sistema de formes, de dibuixos bidimensionals, que s'apliquen amb posterioritat a l'obtenció d'una peça. Com que és exterior i independent d'una peça, i aquesta és la concepció de l'ornament derivada de l'historicisme vuitcentista com a estil però sobretot com a mètode de disseny, el repertori de formes ornamentals no guarden cap mena de relació amb el sistema constructiu, amb el material emprat, o amb la forma estructural projectada. Vist que en el món industrial l'obtenció de primera matèria, la creació de nous materials, els processos de fabricació de peces i els de revestiments i acabats s'havien independitzat totalment de la construcció i de la fabricació, l'ornament i el disseny d'ornaments aviat quedà establert com un sector productiu específic —la indústria de l'adorn— i sorgí el mateix concepte de revestiment com a producte per si mateix. En aquest context, es comprèn perquè bona part de la recerca dels Reformadors de mitjan segle passat, preocupats com estaven per la millora estètica de les mercaderies industrials, indagava precisament les relacions desitjables entre l'ornament i la forma estructural, entre l'ornament i el seu suport.

Per la seva banda, l'altre tipus d'ornament, que he anomenat decoració, esdevé un efecte creat pel tracta-

ment de la superfície i és un atribut de la forma dels objectes. Sorgeix inevitablement i de manera natural com efecte dels processos d'execució d'una tècnica i és la traça deixada per l'utilatge tècnic emprat en l'elaboració d'una peça, o bé per les qualitats exhibides del material. Per això Branzi el denomina «ornament natural» quan explica les obres de Loos. Els peus de les romanes lapidàries, el rastre dels dits en el fang deixat quan es treballa al torn, la textura que forma el teixit dels fils o el trenat de tiges vegetals a la cistelleria, el rastre del pinzell en aplicar-se sobre una superfície, la trama formada pels maons en la construcció d'obra vista, tots són bons exemples d'aquesta mena d'efecte decoratiu que tenen les superfícies quan estan texturades. Vist que els resultats obtinguts són inevitables, car apareixen tan bon punt s'inicia l'elaboració d'una peça i són consubstancials a ella, quan es dissenya per a aquestes tècniques cal saber controlar, i encara més aprofitar, aquests valors de superfície, les textures derivades. De fet, la feina consisteix molt sovint a dissenyar les mateixes textures —en efecte, aquesta és l'ocupació decisiva del disseny tèxtil i la que li dona raó de ser, però també del corrent del disseny primari recentment teoritzat—. Si bé és difícil destriar teòricament què separa aquests efectes de la idea de forma, és evident que, al llarg de la història de les arts decoratives i del disseny, les diferències de tramat, de teixit, de qualitat dels nusos i dels materials, la varietat de gruixos obtinguda per la diferent pressió exercida sobre la pluma en escriure o dibuixar, han estat recursos expressius repetidament emprats amb fins estètics i decoratius. Són aquells que Ruskin considerava les proves materials del gaudi experimentat en fer la seva feina per un creador concret. Finalment, la diferència és tal que, normalment, en aquestes arts, la incorporació d'ornaments en el sentit apuntat més amunt és gairebé impossible i sempre redunda en un empitjorament estètic del resultat. L'exemple més clar al respecte és la cistelleria. L'únic ornament possible, és a dir, l'aparició

28. Pel que fa a la teorització de l'ornament en l'estètica alemanya, vegeu Morgan, D.: «The Idea of Abstraction in German Theories of the Ornament», *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 50, n. 3, estiu 1992, pp. 231-242. Per una visió general, vegeu Gombrich (1979) i per l'analogia lingüística en el concepte vuitcentista d'art i d'arquitectura, vegeu Collins, Peter: *Los ideales de la arquitectura moderna* (1965), GG, Barcelona, 1981/4a. Quant al desenvolupament de la indústria de l'adorn, vegeu Giedion, Siegfried: *La mecanización toma el mando* (1948), GG, Barcelona, 1978.

d'un dibuix a més del que conforma el trenat, és de tipus abstracte i consisteix en la barreja de materials i dels seus tons que donen varietat a la trama, però res més.

Un cop copsada la capacitat estètica de la textura de la superfície, del trenat de tijes o de la trama del teixit, o sia, de la percepció d'una superfície per ella mateixa, és fàcil adonar-se de la capacitat estètica dels materials per si sols, especialment quan aquests tenen, en polir-los o sense polir, una textura pròpia que organitza un dibuix abstracte i també un «pattern». És el cas de les fustes i les seves vetes, de les rugositats i estries de les diferents pedres emprades en construcció, del gra del paper fet a mà, de les franges dels cartrons o de la seva rugositat i, en general, de tots els materials nobles, la qualitat dels quals aconsella no aplicar-los cap altre tractament ornamental. El pas següent és evidentment descobrir que fins i tot els acabats industrials, aquells que busquen la màxima perfecció, la major uniformitat i homogeneïtat en la superfície dels materials tractats, tenen també valors de superfície i operen de manera similar als materials naturals quant als efectes decoratius que s'obtenen, a les tècniques manuals i als processos de tramats. És el cas de l'acer inoxidable, o dels metalls cromats, on els reflexos de la llum supleixen les rugositats i textures dels materials naturals; com també és el cas del paper continu, o del paper estucat, o de l'enguixat de les parets pintades de color uniforme, o del vidre perfectament transparent. De la mateixa manera, també es pot veure que els punts d'engalament, les juntes i els carregaments d'una biga, és a dir, les components estructurals originades en una cadena de muntatge poden acomplir una funció decorativa segons el tractament que se'ls dona, i aquest és l'axioma que va permetre al disseny industrial i al Moviment Modern renunciar definitivament a l'ornament en la producció mecànica.

Tot aquest procés descriu d'alguna manera l'evolució del disseny des de l'època de Morris fins al Moviment Modern i, fins i tot, fins al corrent High Tech dels darrers anys. Des d'aquesta perspectiva, queda prou clar com, a partir d'Adolf Loos, l'opció de disseny preferida consistia en l'aprofitament dels efectes decoratius dels materials i de les seves textures, i per això en un ambient «modern» combinen també els objectes artesanals i els més industrials. Val la pena aquí recalcar-ho: l'opció projectual presa pel Moviment Modern està més a prop dels criteris estètics de l'artesanía, és a dir, d'aquell model d'artesanía idealitzat en aquesta

època i, en bona mesura, n'és la continuació atès que prefereixen treballar aprofitant la capacitat decorativa de tècniques i materials. El pes del disseny recau aleshores en la definició de la forma entesa, en el cas del disseny industrial, a partir de la secció i, per tant, en la silueta exterior, mentre que en l'arquitectura es concentrava en la planta de l'edifici per poder així projectar l'espai interior. D'aquesta manera es podia començar a treballar amb la forma abstracta per si sola, atès que la càrrega estètica requeia en els materials emprats i les tècniques utilitzades, tant si eren molt texturades com si no. De fet, aquest és el camí iniciat per Christopher Dresser en el sector de l'orfebreria ja a l'època de Morris. Els seus foren uns dissenys on s'aprofitava la qualitat estètica d'un material tan noble com la plata uniformement polida, combinada amb fusta, i llavors l'acció de disseny es concentrava en els punts constructius estructurals. També fou la investigació característica de l'interiorisme i els mobles lacats esteticistes de William Godwin. La gent de les Arts & Crafts preferí mantenir-se fidel als acabats manuals i als materials naturals tradicionals, exagerant-los i simplificant la forma.

Té una certa lògica que aquest debat aparegués en aquest moment. La dicotomia artesanía-indústria permetia encara apreciar els resultats obtinguts en cada sistema i comparar-los entre si. Per això tot el procés descrit abans, que pateix, com tota pauta interpretativa, d'un cert dirigisme, fou molt ràpid: entre Morris i Dresser per una banda, i Loos i el Moviment Modern per l'altra, no transcorren més de cinquanta anys. El Modernisme, amb el seu nou estil, oferí el gran laboratori d'experimentació. En aquest sentit són tan importants els experiments fets pels primers modernistes en la industrialització de procediments ornamentals per a la construcció, com les rajoles decorades de Domènech i Montaner o els paviments hidràulics, com els estudis sobre l'ús ornamental de les línies estructurals de l'edifici, o del moble, característic de tota una altra vessant del moviment, la que s'ha qualificat de més racionalista.

També la reflexió de Morris sobre els productes industrials i les arts decoratives se situa en aquest context i, de fet, aporta elements importants en ambdues vessants. Si en les tècniques texturades i altament decoratives va defensar sempre els procediments artesanals i el valor artístic propi de l'obra única feta a mà —excepte en el cas dels teixits i de les catifes, evidentment—, en el cas de les tècniques i materials barats

blasmats per Ruskin pels seus acabats mecànics, Morris proposava el disseny de l'ornament com a recurs creatiu per a mantenir, i augmentar, la seva qualitat estètica:

Només heu de recordar que, ja que es té en compte el preu del material, aquest ofici (estampar sobre roba, generalment de cotó) és especialment dificultós; per això, en dissenyar per a ell heu de posar especial cura perquè cada nou procés que apliqueu a una pobra i diàfana peça de cotó, amb un valor de quatre o cinc penics per iarda, li sigui realment una addició de bellesa i que no es faci tan sols per caprici.

En aquest camp, concretament en el cas dels papers d'empaperar, dels estampats sobre teixit de plana, de les rajoles estampades i en el paviment de linòleum però també de tot material de revestiment sorgit amb l'avenç de la indústria, tot depenia del coneixement de l'ofici de dissenyar, de la cura i de l'afecte posat en el disseny per part del dissenyador: «Quant a la resta, pel fet que en aquest art estem tan poc ajudats per un material bonic i variat ens imposa la necessitat de ser especialment sagaços en els nostres dissenys».²⁹

Tot aquest aspecte de la investigació morrissiana coincideix força amb la de Riegl. Les similituds arriben fins al punt que també Morris reconeix que, rera la qualitat estètica d'un producte, hi ha sempre una intenció i una voluntat artística conscient d'algú. És veritat que només a títol individual, però. De fet, no és més que la mateixa que defensava Ruskin quan parlava de la joia del treballador. En el cas de Morris, a més a més, hi ha també l'exigència d'una competència professional i estètica d'aquest mateix operari creador. La seva premissa sempre fou «recordin que un "pattern" o està bé o està malament».³⁰

D'aquesta manera, Morris fou el primer que intentà formular en principis de disseny una pràctica que començava a ser aplicada de manera intuïtiva per molts professionals del moment i posteriors. Ara bé, pel que fa a Morris, el que probablement és més significatiu és el fet que, de tots els productes industrials possibles, i a diferència de Dresser, Godwin, les Arts & Crafts, ell se sentí atret pels productes barats del mercat, els que s'adreçaven al segment més gran de població. Tal com conceptuà l'ornament, o el «pattern-designing», esdevingué una especialitat del disseny que, si bé el Moviment Modern va descartar de l'interiorisme i del seu model d'habitatge confortable, perviu

durant tot el segle XX desenvolupat pels estils marginals de l'avantguarda i sempre aplicat per la indústria del gran consum i dels grans magatzems, amb un mercat específic prou important. Per això, de totes aquestes idees de Morris, si s'haguessin continuat desenvolupant després del Modernisme, n'haurien pogut sorgir pautes de control importants per a tota aquesta producció d'adorns i ornaments —de bibelots i «subdisseny», si es vol— i per al sector dels revestiments industrials, i tenir resultats de molta més qualitat dels existents en l'actualitat. No fa pas massa temps que aquells papers pintats de «província» inspiraren Sottsass, el disseny Radical i Pop. La gran paradoxa del segle XX és que hagin estat precisament aquests els únics productes realment industrials, i que hagi sorgit d'ells el veritable gust popular de l'època, el de la cultura de masses.

En definitiva, doncs, tant de les idees exposades a les conferències com de les propostes dutes a terme des de Morris & Co es desprenen dues estètiques diferents tendents a aconseguir efectes similars. Una, la pròpia dels oficis decoratius i nobles, que es podria resumir en un ideal de simplicitat de vida i costums, que no es tradueix necessàriament en austeritat sinó en el confort agradós i còmode derivat de la saviesa en la disposició dels mobles i en l'apreciació de les seves qualitats estètiques basades en el reconeixement de l'esforç creatiu i del domini de l'ofici. Un model de simplicitat, doncs, simple només en aparença atès el grau de cultura i educació que es requereix per apreciar-la, a la qual Thornstein Veblen (1899) ja va acusar d'elitista, però que és el que permet admirar tant les peces d'artesanía més primitives i rústegues com les obres més conceptuals del disseny modern i actual.

L'altra és la que s'aconsegueix per mitjà dels recobriments i revestiments industrials i que depèn exclusivament de la qualitat formal dels dissenys. La proposta morrissiana, aleshores, es podria qualificar, arran de les seves pròpies paraules, com una estètica de la delicadesa. Un efecte obtingut amb la delicadesa pròpia de les curves i del moviment de les línies que amaguen la pauta de construcció geomètrica dels estampats i que també depèn del tipus d'estilització convencional emprada en el tractament dels motius i en la subtileza de

29. *Some Hints on Pattern-Designing* (1881) CW XXII, pp. 192-3, i *The Lesser Arts of Life* (1882) CW XXII, p. 260, respectivament.

30. *Marking the Best of It* (1880) CW XXII, p. 110.

les combinacions de colors. És possible que per als ulls i el gust actuals sigui sovint difícil descobrir la delicadesa de què parla en molts dels seus estampats, alguns d'ells prou foscos, d'altres excessivament vigorosos i pesants en el dibuix, d'altres massa rics i plens de detalls. És veritat que l'energia del disseny és una de les característiques definidores del seu estil, allò que ha permès anomenar-lo «el millor dissenyador clàssic del seu temps». De fet, junt amb els models que encara es fabriquen i es comercialitzen, els més clarament aplicables segons els gustos moderns, hi ha també en la seva obra una recerca sobre els motius ornamentals històrics —el pàmpol, la fulla d'acant, el salze, els mateixos que estudià Riegl el 1893—, alguns d'ells clàssics, d'altres gòtics i d'altres indis, sobre la qual es fonamenten les seves idees generals. En qualsevol cas, no hi ha dubte que la delicadesa, com la gràcia, l'elegància, l'agraositat i altres categories estètiques similars constitueixen valors associats a tot allò que vol ser decoratiu. Llavors, l'objectiu principal de Morris és trobar els mecanismes per proscriure la vulgaritat dels dissenys, del mal gust afectat i de la sensibleria cursi («nasty & shoddy») alhora que adverteix dels perills que hi porten quan les tècniques de fabricació no presenten més dificultats ni imposen limitacions insuperables, ni són un mecanisme de control estètic, com succeeix en la indústria. Amb el fet de diferenciar ambdues estètiques i establir criteris distints per a cada una d'elles, Morris no sols palesa ser un home del seu temps ocupat en qüestions pròpies de la modernitat sinó que esdevé profètic per a comprendre tot el que ha vingut després, al llarg de tot un segle, sense, per això, haver de ser un pioner.

- HENDERSON, Philip, *The Letters of William Morris to his Family and Friends*, Longman's, Green & Co, Londres, 1950.
- KELVIN, Norman, *The Collected Letters of William Morris*, I, Princeton University Press, Princeton Nova Jersey, 1984.
- LINDSAY, Jack, *William Morris, His Life and Work*, Constable, Londres, 1975.
- MACKAIL, J. W., *The Life of William Morris*, 2 vols., Longman's, Green & Co, Londres, 1899.
- MANIERI ELI, Mario, *William Morris y la ideología de la arquitectura moderna* (1976), GG, Barcelona, 1977.
- MORRIS, May, *William Morris, Artist, Writer, Socialist*, 2 vols., Basil Blackwell, Oxford, 1936.
- MORRIS, William, *The Collected Works of William Morris*, May Morris Ed., 24 vols., Longman's, Londres [CW Vol], 1910-1915.
- METKEN, Günter, *Los Prerrafaelitas* (1982), Blume, Barcelona, 1982.
- MORPURGO TAGLIABUE, Guido, *La estética contemporánea* (1960), Losada, Buenos Aires, 1971.
- PARRY, Linda, *William Morris Textiles*, Weidenfeld and Nicolson Ltd., Londres, 1983.
- PEVSNER, Nikolaus, *Estudios sobre arte, arquitectura y diseño* (1968), GG, Barcelona, 1983.
- THOMPSON, E. P., *William Morris, Romantic to Revolutionary* (1955), Merlin Press, Londres, 1977/2a. Hi ha traducció al català a València.
- THOMPSON, Paul, *The Work of William Morris* (1967), Quartet Books, Londres, 1977/2a.
- YEBLEN, Thorstein, *Teoría de la clase ociosa* (1899), FCE, México, 1971/2a.
- WATKINSON, Ray, *William Morris as a Designer* (1967), Trefoil Books, Londres, 1983/3a.

Bibliografia citada i abreviatures

- BRANCI, Andrea, *La casa calda* (1983), Universitat de Palerm, Palerm, 1984.
- CALVERA, Anna, *La formació del pensament de William Morris*, Destino, Barcelona, 1992.
- FAULKNER, *William Morris. The Critical Heritage*, Routledge & Kewgan Paul, Londres, 1973.
- FLOUD, Peter, «William Morris as an Artist: A New View», *The Architectural Review*, Londres, juliol 1959.
- GLOAG, John, *Victorian Comfort* (1961), David & Charles, Londres 1973/2a.