

Strand 2. The Eye of an Era: Art Nouveau Interpretations of the Feminine

Alexandre de Riquer y la *pin-up* del cartel del Salón Pedal

Pau Medrano Bigas, Universitat de Barcelona.

RESUMEN:

El cartel *Salón Pedal* de Alexandre de Riquer, realizado en 1897 para un establecimiento madrileño, ha sido considerado como uno de los máximos exponentes gráficos del *Modernisme*. En el impactante retrato frontal de una ciclista finisecular – idealizado pero contemporáneo– se ha querido ver el reflejo de un nuevo espacio conquistado por la mujer frente a los convencionalismos morales y los roles de género imperantes en épocas pretendidamente superadas. Podría parecer que el cartel recogía el mensaje de libertad y progreso que ofrecía ese medio de transporte individual y autopropulsado... o quizás no. El presente artículo aporta fuentes documentales inéditas que perfilan la historia del cartel *Salón Pedal*, de las actividades del establecimiento anunciado y el papel asignado a las mujeres en los espectáculos del ciclismo de salón, contribuyendo a ofrecer una interpretación distinta y novedosa. Presenta y analiza, además, la representación iconográfica frontal de la mujer ciclista en las diferentes variantes internacionales del Modernismo y su influencia sobre los recursos gráficos y conceptuales utilizados por Alexandre De Riquer en la formalización del emblemático cartel.

PALABRAS CLAVE: Alexandre de Riquer, *Modernisme*, ciclismo, cartelismo, publicidad.

Alexandre de Riquer and the pin-up of the Salon Pedal poster.

ABSTRACT:

The famous *Salón Pedal* poster by Alexandre de Riquer, realized in 1897 to announce a Madrid-based cycling business, is regarded as one of the greatest graphic exponents of *Modernisme*. In the frontal portrait of a turn-of-the-century cyclist woman, it has wanted to see the reflection of a new space –the bicycle races– conquered by the women against the conventions and prevailing gender roles. It might seem that the poster expressed the message of freedom and progress offered by this individual and self propelled transport ... or maybe not. This article provides unpublished documentary sources that outline the story of the *Salón Pedal* poster, of the activities of the announced business and of the paper assigned to the women in sports and room-games events, contributing to offer a distinct and novel interpretation. It is analyzed, in addition, the iconographic representation of frontal cyclist women in the different international variants of Art Nouveau, and its influence on the resources used by de Riquer in formalizing the emblematic poster.

KEYWORDS: Alexandre de Riquer, *Modernisme*, Cycling, Poster-design, Advertising.

"El modernismo no es más que el pre-rafaelismo con algunas modificaciones orientales. No siempre es el japonés, el chino o el egipcio. Hay por ejemplo un modernismo que ha resultado combinando el griego con el gótico. Este modernismo es el que más me gusta"¹. En estos términos se expresaba el pintor, ilustrador, escritor y poeta catalán Alexandre de Riquer (1856-1920) en la entrevista que le dedicó la revista *Madrid Cómico* en el verano de 1898, en la que se lamentaba de que las nuevas corrientes artísticas europeas que se proyectaban a través de Francia encontraran poco calado en los artistas de la capital española y su entorno. Unos meses antes, probablemente durante el otoño de 1897, Alexandre de Riquer había diseñado un cartel promocional para el establecimiento madrileño del *Salón Pedal* en el que había aplicado algunos de los recursos gráficos propios de un estilo plenamente *Art Nouveau* (fig. 1). Su limitada producción cartelística –desarrollada entre 1895 y 1902– evolucionó partiendo de un

¹ "Los artistas de provincias", *Madrid Cómico*, 30 de julio de 1896.

premodernismo gráficamente, intimista y contenido, de raíces simbolistas y medievalizantes². Este trayecto estuvo marcado por la constante incorporación de distintos referentes de los que se nutría; en efecto, Alexandre de Riquer estaba suscrito a las revistas artísticas europeas más importantes del momento, lo que le permitía estar al día de los autores y las propuestas gráficas que despuntaban a ambos lados del Atlántico.

1. La conexión anglosajona

Como han explicado anteriormente autores como Eliseu Trenc Ballester³, especialista en la vida y la obra de Alexandre de Riquer, o Rafael Cornudella i Carré⁴, que nos desveló algunos de los referentes en los que se inspiraba el artista –ambos realizaron estudios específicos sobre el cartel del Salón Pedal–, es posible rastrear sus primeras influencias directas en los pintores prerrafaelitas y en el movimiento *Arts & Crafts* británico, así como en la reelaboración que hicieron de estos postulados los simbolistas belgas Henri Privat-Livemont (1861-1936) o Henri Meunier (1873-1922), a los que yo añadiría el francés Paul Émile Berthon (1872-1909). Todos ellos realizaron carteles comerciales retratando figuras femeninas representadas preferentemente de perfil, ataviadas con atuendos antiguos y rodeadas de ondulante vegetación, adornos florales y orlas, acentuadas gráficamente por las influencias orientales importadas y la revisión del arte de culturas antiguas como la egipcia –muy en la línea marcada por el suizo *Eugène Grasset*–, una intención que también se ve reflejada en la rotulación de los títulos y mensajes de gran parte de los carteles.

El punto de inflexión en la producción de Alexandre de Riquer hay que buscarlo en el bagaje adquirido durante los dos meses de permanencia de su segunda estancia en

² Trenc Ballester, Eliseu. "Alexandre de Riquer, capdavanter del disseny gràfic i del renaixement de l'aiguafort a Catalunya" en el catálogo *Alexandre de Riquer, obra gràfica*, Terrassa, Caixa Terrassa/Marc Martí, 2006, pág. 16.

³ Eliseu Trenc Ballester es autor de numerosos libros, artículos y capítulos de monografías y catálogos dedicados a Alexandre de Riquer, algunos de los cuales se han consultado durante la presente investigación.

⁴ Cornudella i Carré, Rafael. "Sobre els cartells d'Alexandre de Riquer i les seves fonts", *Locus Amoenus*, nº 1, 1995.

Inglaterra –entre mayo y julio de 1894⁵–, de la que regresó cargado de nuevas ideas. En lo gráfico, la obra del inglés Aubrey Beardsley (1872-1898) fue de gran influencia para él. En sus ilustraciones y carteles, Beardsley ponía en valor la sencillez de grandes espacios vacíos o rellenos de un color uniforme, apenas perfilados en su contorno, confrontándolos al dibujo de líneas ondulantes y sinuosas, al carácter esteticista, decorativo y detallista de las abigarradas orlas y fondos, de las indianas, estampados regulares, ornamentos florales y tramas que adornaban las vestimentas de las figuras.

La exploración de la combinación compositiva del ornamento y la síntesis gráfica aplicada por Beardsley en sus composiciones bidimensionales abrió los ojos de Alexandre de Riquer a la conexión anglosajona, encabezada en los Estados Unidos por el bostoniano Will H. Bradley (1868-1962) –confeso admirador de Beardsley–, Louis John Rhead (1858-1926), Ethel Reed (1874-1912) –afincada en Londres desde 1897– o Maxfield Parrish (1870-1966), una lista que, a mi entender, debería completarse con los ilustradores Frank Hazenplug (1873-1931) especialmente activo en la ilustración de revistas y en las artes del libro, y cierta producción comercial de Charles D. Farrand que pudo influir en la configuración del cartel del Salón Pedal⁶. Otra vía de exploración que probablemente tuvo presente fue la emprendida por Edward Penfield (1866-1925), que profundizó en la síntesis gráfica eliminando el decorativismo de orlas y marcos y sustituyéndolo por la densidad contundente de grandes masas de color plano y uniforme, una propuesta muy ligada a ciertas corrientes del *Art Nouveau* internacional⁷.

2. El cartel del Salón Pedal

⁵ Según indica Trenc Ballester, Eliseu. "Alexandre de Riquer (1856-1920). The British Connection in Catalan Modernisme", *The Anglo-Catalan Society occasional publications* nº 5, The Anglo-Catalan Society, 1988, pág. 28

⁶ Se sabe poco de este ilustrador. Alexandre de Riquer guardaba en sus archivos un anuncio de prensa de las bicicletas marca "White" realizado por Farrand hacia 1895-1897 que mostraba a una mujer sobre una bicicleta enmarcada en una abigarrada orla floral, una posible fuente de inspiración para el cartel del Salón Pedal. La pieza se conserva en el Museu Nacional d'Art de Catalunya. Accesible en www.museunacional.cat/es/colleccio/white/charles-d-farrand/004398-c

⁷ El cartel firmado por Penfield en 1895-96 para las bicicletas marca "Orient" de la Waltham Manufacturing Co. de Philadelphia, presentaba a un ciclista masculino retratado de frente pero con el rostro girado, de perfil, coincidiendo con la solución aplicada en el cartel del Salón Pedal.

Estas influencias, especialmente las aportadas por los artistas estadounidenses, pueden intuirse en el cartel del Salón Pedal realizado por Alexandre de Riquer, en unos años en los que el fervor ciclista estaba en su apogeo y en los que los distintos fabricantes y sus marcas precisaron de la aportación de los artistas comerciales para darse a conocer en un entorno muy competido. En este sentido, una parte de la producción de artistas como Bradley, Parrish o Penfield, además de mostrar escenas ciclistas en sus ilustraciones para portadas y artículos de revistas, fue el resultado de encargos comerciales destinados a anunciar ciertas marcas de bicicletas.

El empresario del Salón Pedal que contrató a Alexandre de Riquer buscaba proyectar una imagen de modernidad partiendo del modelo original parisino en cuanto al tipo de negocio y adoptando la estética publicitaria que allí estaba asociada íntimamente a los reclamos de espectáculos teatrales y deportivos propios de la *Belle Époque*. Parece lógica, pues, la elección de Alexandre de Riquer, considerado en ese momento como una de las figuras del *Modernisme* catalán y el representante español más reconocido del cartelismo *Art Nouveau* internacional. En este encargo, Alexandre de Riquer rehuyó la recreación medievalizante y el simbolismo que había impregnado su obra para apostar por un cartel comercial que retratara de manera evidente las actividades deportivas del Salón Pedal, presentando la figura de una mujer ciclista contemporánea, arropada por una densa ornamentación floral. El cartel fue reproducido también en anuncios de prensa del establecimiento publicados a principios de 1898 (fig. 2).

El acusado formato vertical del cartel del Salón Pedal —una cromolitografía impresa a cuatro tintas, de medidas 50 x 140 cm— es fruto del japonismo tan en boga en esa época y su composición ordena tres motivos básicos dispuestos en capas superpuestas: la figura de la ciclista montada en su bicicleta, los fondos de ornamentación floral y los textos rotulados. Tanto el encabezamiento como el zócalo del cartel albergan, respectivamente, rotulaciones con el nombre y la dirección del establecimiento. Los tipos de letra empleados también rehuyen la estética neogótica que había utilizado Alexandre de Riquer en carteles anteriores, aunque en este caso concreto están tímidamente definidos y discutiblemente encajados con el resto de las piezas, resultando poco legibles y muy alejados de la singularidad, la fuerza y la expresividad que a estos

elementos le supieron imprimir otros cartelistas. La figura de la ciclista está retratada frontalmente, utilizando una simetría respetada en su conjunto pero rota por la orientación lateral de la cabeza y por ciertos detalles –el tocado del sombrero, el lazo del busto y el fajín de la cintura o la disposición de las manos, el freno y los pedales. Esta posición de la cabeza era poco natural respecto a la del cuerpo... quizás un rostro frontal con la mirada dirigida al espectador mostraba una mujer directa, expresiva y desafiante, transgresora respecto al patrón de los personajes femeninos protagonistas de la mayor parte de la producción cartelística de Alexandre de Riquer que, imbuidos de contención, espiritualidad y melancolía, eran retratados habitualmente de perfil.

En este impactante retrato de una ciclista finisecular se ha querido ver el reflejo de un nuevo espacio conquistado por la mujer frente a los convencionalismos morales y los roles de género imperantes en épocas pretendidamente superadas. A ojos de hoy en día, podría parecernos que el cartel formalizaba el mensaje de libertad y progreso que ofrecía ese medio de transporte individual y autopropulsado... o quizás no.

3. La bicicleta estática, el ciclódromo y los primeros salones ciclistas

El fervor deportivo que se vivió durante la década anterior al cambio de siglo invadió de ciclistas los caminos y calles de las ciudades europeas y estadounidenses, fomentándose el asociacionismo y la formación de clubes ciclistas. Para responder a esta actividad social emergente, los fabricantes y comerciantes de bicicletas multiplicaron su oferta y precisaron de la publicidad para darse a conocer, una necesidad que cubrieron las revistas deportivas especializadas y los ilustradores encargados de los anuncios y carteles. En el ámbito privado, el interés por la salud propio de las corrientes higienistas de las últimas dos décadas del s. XIX también favoreció la aparición de una serie de aparatos gimnásticos ciclistas de uso doméstico e individual. Ciertos empresarios vieron la oportunidad de explotar este entusiasmo transformando el deporte en un espectáculo de competición ligado a la obtención de beneficios a través de las apuestas mutuas.

En 1889, en la 12ª edición del Stanley Cycle Show celebrado entre el 25 de enero y el 3 de febrero de 1899 en el Crystal Palace de Londres, la empresa británica Hutchins, Hamilton & Co. presentó su "Home Trainer" en el que, frente a dos bicicletas estáticas

fijadas a una tarima, se situaba un gran marcador circular que, durante el pedaleo, indicaba mediante dos flechas distintivas la velocidad de cada una, así como el correspondiente recorrido realizado. En la publicidad del artilugio ya se apuntaba su principal utilidad en espectáculos deportivos: "las competiciones sobre estos 'entrenadores' provocan en el público la misma animación y entusiasmo que las carreras sobre pista, pues se pueden seguir fácilmente las etapas y peripecias de la carrera"⁸.

En 1891, en el seno de la 14ª edición del Stanley Show, celebrada entre el 24-31 de enero en el Crystal Palace de Londres, el suizo Louis-Florian Guignard (1854-?), de Lausanne, presentó el "Vélodrome Le Cyclone", una versión individual basada en el "Home Trainer" británico. Este artilugio, a diferencia de los monociclos o bicicletas estáticas y sujetas, permitía situar cada una de las ruedas de una bicicleta convencional reposando libremente sobre un juego de tres rodillos cilíndricos horizontales. El ciclista debía mantener el equilibrio mientras los rodillos giraban al contacto de las ruedas por acción del pedaleo, controlado por un velocímetro y un cuentaquilómetros. El invento, con patente vigente desde el 1 de enero, repitió presencia con stand propio en las siguientes tres ediciones del certamen británico y estuvo presente en otras importantes citas europeas como la 1ª Exposition des Cycles celebrada en Bruselas⁹.

A finales de 1896, durante la cuarta edición del Salon du Cycle parisino celebrado entre el 12-27 de diciembre, Guignard presentó una versión aumentada de su invento, a la que denominó "Cyclodrome" (fig. 3). En esta ocasión no se trataba de un dispositivo individual: sobre una tarima se instalaron cuatro máquinas del modelo "Le Cyclone", dispuestas en paralelo, preparadas para ser utilizadas por los correspondientes *sprinters* montados en sus bicicletas. Los rodillos sobre los que rodaban estaban conectados mecánicamente a una especie de diorama, una pista o velódromo a escala reducida situado frente a la batería de bicicletas contendientes, a modo de una alargada mesa de billar. Su superficie, como sucedía con el trazado de los velódromos reales, estaba

⁸ Según puede leerse en el artículo "Courier d'Angleterre" y el anuncio publicados respectivamente en la revista ciclista francesa *Le Veloce-Sport* (Burdeos), 4 y 25 de diciembre de 1890.

⁹ Tal como puede seguirse en las diferentes reseñas de la sección "Le Stanley Show" publicada en la revista *Le Veloce-Sport*, 26 de febrero; 5, 10 y 17 de diciembre de 1891; 4 de febrero, 27 de octubre y 24 de noviembre de 1892; y 26 de enero de 1893.

surcada por carriles paralelos, adjudicados a los respectivos competidores. A cada ciclista le correspondía una diminuta bicicleta de plomo pintada en un color diferencial que se deslizaba por su carril; así, cuánto más se peladeara sobre los cilindros y mayor fuera la velocidad, más avanzaba la miniatura. Además del control visual del desarrollo de la carrera, cada plataforma de los ciclistas reales ofrecía un cuadro indicador de la velocidad y del recorrido realizado. Los espectadores de esa época, fascinados por la bicicleta, el deporte, la velocidad, el progreso tecnológico y los autómatas, encontraron en esa representación artificial de las carreras ciclistas un atractivo divertimento.¹⁰

Al acabar el Salón, este ciclódromo, propiedad de Mr. Hurel, fue trasladado e instalado en un pequeño local situado en el entorno comercial de la Maison du Pont-de-Fer, en el número 14 del céntrico boulevard Poissonnière de París, muy transitado en su momento por su oferta concentrada de comercios y bazares. El establecimiento estaba abierto por las tardes, al precio de un franco; la entrada era un poco más cara los viernes, anunciado como el día "chic" dedicado a un público selecto y con batallas ciclistas protagonizadas "por *sportsmen* y las más elegantes *sportswomen*", situadas de cara al auditorio¹¹.

A mediados del mes de enero, el aparato fue desmontado y reubicado en las salas del Musée Oller –inaugurado el 2 de abril de 1896– que ocupaba los espaciosos locales del sótano de la famosa sala de espectáculos Olympia, en el número 28 del boulevard des Capucines. El ciclódromo del Musée Oller fue inaugurado la tarde del domingo 21 de febrero de 1897, eclipsando durante varias semanas a otras atracciones allí instaladas, como un museo de cera o una colección de autómatas, y a actividades novedosas como la proyección de películas cinematográficas¹². Como sucedía ya con el Moulin Rouge y otras atracciones, cabarets y teatros de la capital, el negocio era propiedad del

¹⁰ "Le 4e Salon du Cycle", *La Biciclette*, 17 de diciembre de 1896; "Le Vélodrome 'Le Cyclone'", *L'Industrie Vélocipedique*, junio de 1894, págs. 199-201; "Le Cyclodrome", *La Nature*, 6 de febrero de 1897, págs. 159-160.

¹¹ Según informan diversas noticias publicadas entre enero y febrero de 1897 en los periódico parisinos *Le Journal*, "Le Cyclodrome", 21 de enero y "Velocipédie", 31 de enero; y *Gil Blas*, 21, 29 y 30 de enero.

¹² Según informan diversas noticias publicadas durante los meses de febrero y marzo de 1897 en periódicos parisinos como *Le Radical*, 17 de febrero; *Le Journal*, 20 y 21 de febrero; *Gil Blas*, 25 y 27 de febrero y 13 de marzo; *Le Figaro*, 20, 21 y 25 de febrero y 6 de marzo.

empresario de origen catalán Josep Oller (1839-1922), auténtico anfitrión de los dibujantes franceses del momento y de la colonia de artistas catalanes establecidos o de paso en la capital parisina, clientes habituales de sus locales. Oller, además de dominar la industria del entretenimiento parisino con sus salas de espectáculos de variedades, también invirtió en hipódromos y gimnasios. consciente de los dividendos que podían generar este tipo de instalaciones, sumamente rentable gracias a las apuestas. En efecto, Josep Oller cimentó parte de su fortuna en el sistema de apuestas mútuas Pari-Mutuel que él inventó y que, tras sortear los iniciales recelos de las autoridades, acabó convirtiéndose en una práctica legal estandarizada y adoptada en las carreras de caballos y en otros deportes y entretenimientos basados en la competición¹³.

En el espectáculo del “Cyclodrome” se conjugaron los tres ejes de los negocios de Oller. Por una parte, la concepción del deporte como espectáculo, mostrando hazañas prodigiosas realizadas por *troupes* ciclistas y organizando competiciones reales entre corredores reconocidos; por otra, explotando el entretenimiento más puramente cabaretero y cancanesco en el que la evolución de unas señoritas sobre una bicicleta entretenían a un público eminentemente masculino; por último, la utilización de estas competiciones y enfrentamientos traducidos en apuestas. No es de extrañar, pues, que los periódicos del momento al informar sobre la instalación, utilizaran frases como “Nada más atractivo para los ojos que el espectáculo de carreras de mujeres en bicicleta sobre el cyclodrome del museo Oller”¹⁴; o tal como se describía en una breve crónica publicada en marzo de 1897 en la sección de espectáculos del diario parisino *Gil Blas*: “La mujer es siempre elegante, y la vestimenta ciclista le sienta muy bien. En el Musée Oller, un grupo de bellas mujeres pedalean firmemente y con energía sobre el ciclódromo. No faltan los *amateurs* que acuden para admirarlas”¹⁵.

4. El fugaz paso del ciclódromo por Barcelona

Mientras estuvo funcionando en la capital francesa, los ecos del invento del “Cylódrome” llegaron a la prensa especializada deportiva y ciclista catalana y madrileña

¹³ Ferran CANYAMERES. *Josep Oller i la seva època. L'home del Moulin Rouge*. Barcelona, Aedos, 1959.

¹⁴ Noticia breve publicada en el periódico parisino *Le Journal*, 11 de marzo de 1897.

¹⁵ Noticia breve publicada en el periódico parisino *Gil Blas*, 20 de marzo de 1897.

—donde se tradujo prontamente como “ciclódromo”—, además de publicarse algunas reseñas en ciertas revistas y periódicos generalistas¹⁶. La Cataluña de finales del siglo XIX, próxima geográfica y culturalmente a las novedades europeas que llegaban a través de Francia, fue la vía de penetración peninsular de la moda de los salones ciclistas. La burguesía barcelonesa, atenta y permeable a las tendencias que triunfaban en París, y con una gran afición ciclista formalizada en la existencia de numerosos clubes y asociaciones, contó con dos locales en los que se instalaron sendos ciclódromos. Esta nueva modalidad venía a sumarse a los velódromos reales —el Velódromo de la Bonanova, con una pista oval de 400 m— y a las pistas ciclistas urbanas que ofrecían distintos establecimientos de la ciudad como el Cyclist's Garden —en el chaflán de la Ronda Universitat y la calle València, con 250 metros de circuito— o el Gran Salón Velocipédico —con su pista cubierta situada entre Ronda de Sant Antoni y la calle Casanovas—, ambos puestos en funcionamiento en enero de 1896¹⁷.

El Café Restaurant Cervecería Alhambra, inaugurado en mayo de 1891, era uno de los establecimientos gastronómicos y de ocio más espaciosos de la ciudad. Ubicado en un enclave estratégico, contaba con tres accesos que daban paso a la Plaça Catalunya, el Passeig de Gràcia y la Rambla de Catalunya. Además del amplísimo salón principal, tenía una gran sala de juegos y entretenimientos, un espacio de 45 x 25 m de planta en el que se distribuían hasta veinticuatro mesas de billar. Fue este local el que albergó el primer ciclódromo que llegó a la capital catalana hacia septiembre de 1897, una atracción que no arraigó y funcionó durante poco tiempo¹⁸.

El sábado 23 de octubre de 1897 abrió sus puertas el Salón Ciclómetro o Salón Ciclista en los locales de la Cervecería Café Restaurante de Strasbourg, en la calle Vergara, 12, junto a la Plaça Catalunya. Es probable que el ciclódromo allí instalado fuera el mismo

¹⁶ “Ciclogramas del extranjero”, *El Deporte Velocipédico* (Madrid), 16 de diciembre de 1896, pág. 12; “Ecos del ciclismo”, *La Correspondencia de España*, 13 de enero de 1897, pág. 4.

¹⁷ “Ciclogramas de España”, *El Deporte Velocipédico*, 29 de enero de 1896, pág. 14.

¹⁸ “Notas de España”, *El Veloz Sport*, 7 de noviembre de 1897; y “Cafè de la Alhambra” en *Barcelofília: inventari de la Barcelona desapareguda*. Publicado en abril de 2014. Accesible en <http://barcelofilia.blogspot.com.es/2014/04/cafe-alhambra-placa-catalunya-9-passeig.html>

que había funcionado brevemente en el Café Restaurant Cervecería Alhambra. Sobre el espectáculo, tal como detallaba un anuncio del negocio, insertado en la portada del diario *La Publicidad* a finales de octubre: "Grandes carreras de bicicleta todos los días, de tres a siete de la tarde y de nueve a una de la noche (...) En breve tomarán parte en las carreras varias señoritas ciclistas. Entrada libre." Esta atracción, que inicialmente recibió una buena acogida, dejó de anunciarse un mes más tarde por lo que es probable que se dismantelara a finales de diciembre de 1897, sin conocerse su destino¹⁹.

5. De los Jardines del Buen Retiro a los salones ciclistas madrileños

La primera carrera ciclista femenina profesional celebrada en España tuvo lugar en la pista de tierra acondicionada en los Jardines del Buen Retiro de Madrid. La tarde del 5 de septiembre de 1897, un público numeroso acudió al evento respondiendo a la llamada difundida a través de la prensa local. Por supuesto, la convocatoria incluía entre sus reclamos las apuestas mútuas. El equipo de las "Señoritas Ciclistas", organizado y dirigido por Silvestre Abellán y García, presentó un espectáculo velocipédico de varias carreras sobre bicicletas protagonizadas por las *sprinters* entrenadas por los hermanos Rafael y Andrés Troyano. Estas mismas y otras señoritas ciclistas serían contratadas posteriormente para actuar en los salones ciclistas que se pondrían en marcha en breve en la capital: el Salón Pedal y el de la Carrera de San Jerónimo²⁰.

A las seis de la tarde del 15 de diciembre de 1897 se inauguró el Salón Pedal, situado en el número 31 de la calle de Alcalá, en Madrid. Se trataba de un lujoso local estructurado interiormente a modo de un teatro de tamaño medio –que contaba también con un café-restaurante– con unas doscientas butacas "forradas de peluche azul" y dos palcos, con un espacio para la orquesta que amenizaba las veladas –el cuarteto dirigido por el Maestro Benaiges– y el auditorio enfrentado a una tarima en la que se situaba un ciclódromo de cuatro plazas. El tabique tras los corredores albergaba un gran panel central y dos pequeños laterales pintados al óleo con escenas de ciclismo enmarcadas en orlas decoradas con motivos ciclistas, firmados por el pintor madrileño Eduardo

¹⁹ "Notas del día", *Barcelona Sport*, 24 de octubre de 1897, pág. 12; módulo publicitario en la portada del diario barcelonés *La Publicidad*, 30 de octubre de 1897.

²⁰ "Las señoritas ciclistas", *La Revista Moderna*, 10 de septiembre de 1897, págs. 15-16; "Carreras femeninas", *El Veloz Sport*, 12 de septiembre de 1897.

Sánchez Solá (1869-1949), especializado en retratos de género costumbrista; el resto de las paredes presentaba murales decorativos con escenas femeninas campestres, obra de otros artistas. Ocho columnas "de estilo egipcio" sujetaban un techo acristalado del que pendían globos glaseados iluminados con luz eléctrica, y el público era atendido por empleados vestidos con smoking. La fachada exterior del Salón Pedal contó con la inusitada aportación de Alexandre de Riquer en labores de decorador; además del encargo del cartel anunciador del establecimiento, se ocupó de dibujar el rótulo principal y de pintar los plafones cerámicos vidriados que decoraban la entrada, una información que hasta este momento no había sido referenciada²¹.

El establecimiento estaba dirigido por el periodista deportivo aficionado al ciclismo Adolfo González Rodrigo (1870-1900) alias "Juanito Pedal", reportero en los periódicos madrileños *El Resúmen*, *El Heraldo de Madrid* y el *Veloz-Sport*, así como corresponsal en la capital de la revista barcelonesa *El Ciclista* (1891). El Salón Pedal habría las tardes de 4 a 7 y, por las noches, de 9:30 hasta la una de la madrugada. Los viernes eran las sesiones especiales "de moda", destinadas a un público distinguido, y los domingos se ofrecían sesiones "populares", abiertas a familias y sus niños. La entrada costaba una peseta, aunque se fomentaba la compra de abonos de temporada²². El argumento principal de respaldo de la existencia de este salón era el de ofrecer un lugar para entrenarse y realizar competiciones ciclistas a cubierto durante los meses de invierno... pero la realidad no era tan noble y altruista: se trataba de rentabilizar un negocio de apuestas sustentado en un espectáculo deportivo. Las primeras sesiones ofrecieron carreras masculinas, aunque ya en la inauguración del local se apuntaba a la participación femenina como una atracción más del espectáculo ciclista (fig. 4).

La apertura del Salón Sport en el número 29 de la Carrera de San Jerónimo de Madrid, apenas unos días después de inaugurado el Salón Pedal, animó la competencia en la capital. Inicialmente, los empresarios industriales González, Quinto y Rius adquirieron en París un ciclódromo para el establecimiento que, finalmente, abrió sus puertas bajo la

²¹ "La inauguración del Salón Pedal", *El Veloz Sport*, 19 de diciembre de 1897.

²² "Salón Pedal", *La Época* (Madrid), 16 de diciembre de 1897, págs. 2 y 4.

dirección de una sociedad formada por los señores Fritz, Colom y Rius²³. Este nuevo salón ciclista, con un enfoque más popular y menos elitista que el anterior, puso en marcha, el 26 de diciembre de 1897, un ciclódromo con apuestas sobre carreras exclusivamente protagonizadas por señoritas ciclistas. Los horarios de apertura, además, estaban expresamente programados para avanzarse a las sesiones del Salón Pedal: de 3 a 7 de la tarde y de 9 de la noche hasta la una de la madrugada, además del precio de butaca, de 50 céntimos, la mitad que el establecido por su competidor²⁴. Juanito Pedal reaccionó, igualando el precio de la entrada, contratando de manera continuada a mujeres ciclistas para combinar sus actuaciones en el Salón Pedal con los enfrentamientos entre corredores masculinos²⁵ y, a partir del 12 de febrero de 1898, añadiendo una nueva atracción: "Carreras ciclistas por distinguidas señoritas y notables corredores, y en los intermedios, tiro al blanco por bellas señoritas, convenientemente adiestradas"²⁶. Todo bajo el paraguas de las apuestas mutuas.

El novedoso negocio de los salones ciclistas estaba en el punto de mira de las autoridades madrileñas, que ya habían establecido un impuesto del tres por ciento sobre las apuestas que se cruzaban en espectáculos públicos como las carreras de caballos, frontones, juegos de billar o riñas de gallos²⁷. Ya fuera por la competencia desatada con el ciclódromo de la Carrera de San Jerónimo –el Salón Sport cerró sus puertas hacia el 20 de enero de 1898²⁸–, por la lluvia de críticas y descalificaciones que recibía constantemente, o por la presión de las autoridades, lo cierto es que Juanito Pedal dejó la dirección del Salón Pedal a finales de febrero de 1898 y el establecimiento cesó sus

²³ Según se explica en las reseñas publicadas en 1897 en la sección "Desde Madrid", *Barcelona Sport*, 21 de noviembre, pág. 4; y 12 de diciembre, pág. 3; y "Notas de Madrid", *El Veloz Sport*, 19 de diciembre de 1897.

²⁴ "Funciones para mañana: Salón Sport", *La Iberia* (Madrid), 31 de diciembre de 1897, pág. 3.

²⁵ "Desde Madrid", *Barcelona Sport*, 16 de enero de 1898, págs. 5-6; "En el Salón Pedal, corredoras francesas en Madrid", *El Veloz Sport*, 23 de enero de 1898; "Velocipedismo", *El Liberal* (Madrid), 31 de enero de 1898, pág. 2.

²⁶ "Sección de espectáculos: Salón Pedal", *El Imparcial*, 12 de febrero de 1898, pág. 3; "Espectáculos para mañana: Salón Pedal", *La Época*, 17 de febrero de 1898.

²⁷ "Sucesos", *La Correspondencia de España*, 7 de Enero de 1893, pág. 3; y "Sección de noticias", *El Imparcial*, 2 de Marzo de 1897, pág. 3.

²⁸ "Notas de Madrid", *El Veloz Sport*, 23 de enero de 1898.

actividades una semana más tarde²⁹. Una noticia breve publicada el 20 de marzo recogía el rumor: "Se susurra que volverá en breve a abrirse al público el Salón Pedal. No creemos que lo permita Aguilera"³⁰, haciendo referencia a la política de regeneración del escenario urbano municipal emprendida por Alberto Aguilera, Gobernador Civil de Madrid en 1898 y que sería, posteriormente, alcalde de la ciudad.

La presencia de la mujer en estos espectáculos y juegos de salón fue un reclamo explotado intensamente en el Madrid de finales de siglo. Mujeres jugando al coin –un tipo de billar–; mujeres practicando el tiro al blanco en competiciones de puntería; mujeres tiradoras en luchas de esgrima... y mujeres ciclistas proliferaron en la oferta de estos establecimientos, cuyo negocio se basaba en las ganancias de las apuestas mútuas. No hay que buscar, en esos entornos, los lugares idóneos para la reivindicación de la práctica deportiva femenina, una batalla titánica ante las barreras morales de la época que impregnaban ámbitos como las normas sociales y el recato en la esfera social o los postulados del higienismo en boga aplicados restrictivamente a las mujeres; en fin, todo tipo de elementos de control social dedicados a la preservación y perpetuación de los roles tradicionalmente asignados al género femenino.

En este sentido, sorprende la participación de Alexandre de Riquer con sus aportaciones a la decoración exterior del local y con el cartel anunciador de las actividades de un negocio de este tipo. Alexandre de Riquer estaba empapado de una sólida educación y formación religiosa, presente en el simbolismo de raíces católicas que caracterizaba su producción y evidenciada en su participación como miembro fundador del Cercle Artístic de Sant Lluç (1893), que propugnaba la presencia de una rígida moral católica en el fomento de la actividad cultural y artística. Desconocemos cual fue el criterio que le llevó a aceptar el encargo de participar en la promoción comercial de un negocio que, utilizando a la mujer como reclamo sexual, basaba su rentabilidad en las apuestas mútuas, características que Riquer debía conocer bien tras el paso previo del ciclódromo por Barcelona. El legado plasmado en el cartel del Salón Pedal, además de constituirse

²⁹ "Notas del día", *Barcelona Sport*, 27 de febrero de 1898, pág. 11; y "Desde Madrid: el cierre del Salón Pedal", *Barcelona Sport*, 6 de marzo de 1898, pág. 10-11.

³⁰ "Notas del día", *Barcelona Sport*, 20 de marzo de 1898, pág. 12.

en un bello exponente del *Modernisme* catalán fruto de las inquietudes artísticas y la conjunción de diferentes influencias con las que trabajó Alexandre de Riquer, es el testimonio de la utilización de la figura femenina en su rol de *pin-up* más o menos complaciente protagonizando los anuncios y carteles publicitarios del cambio de siglo.