



VELOZ COMO EL CRISTAL

TEXTO *Vincent Bouvet*
FOTOGRAFÍAS *Sam Armstrong*

Los rápidos vehículos, las luces fulgurantes y las líneas aerodinámicas de los años 20 brillaban junto a los adornos de René Lalique. Las piezas *art déco* para el capó, elaboradas en vidrio en vez del metal habitual, daban un acabado sublime a los automóviles de lujo.



FOTOGRAFÍAS: AGRADECIMIENTOS AL NACIONAL MOTOR MUSEUM, BEAULIEU ALAMY

La Primera Guerra Mundial inauguró una nueva era, la velocidad y el automóvil se convirtieron en señas de identidad de los locos años 20. La cultura reflejaba la obsesión por el movimiento constante, ya fuera en automóvil, tren o barco de vapor. Pensamos en *Pacific 231* (o *Movimiento sinfónico n° 1*), una evocación musical de la locomotora de Arthur Honegger (1923); en los relatos de un hombre muy apurado de Paul Morand, *L'Homme pressé* (1941) o los libros de F. Scott Fitzgerald y tantos otros.

Después de la Primera Guerra Mundial, el automóvil tomó las ciudades. Los primeros semáforos de Europa se instalaron en Berlín, en Potsdamer Platz. En París, los mayores fabricantes de automóviles abrieron lujosas tiendas en los Campos Elíseos. Las carreras y los *rallies* eran muy populares. En el mundo del ocio, que inmortalizó el fotógrafo Jacques-Henri Lartigue, las competiciones de «elegancia automovilística» valían para mostrar el talento del mundo de la moda: Jeanne Lanvin, Jean Patou o Madeleine Vionnet, al lado de fabricantes de coches como: Henri Binder, Jean-Henri Labourdette o Henri Chapron. Aunque el automóvil se consideraba una pasión masculina, también inspiró a Sonia Delaunay en 1925 a transformar un Citroën B12 en un manifiesto artístico sobre ruedas, con motivos geométricos del mismo colorido que los trajes y accesorios de sus clientas.

El joyero y maestro vidriero René Lalique (1860-1945) comenzó a trabajar en el automotor en 1906, al diseñar una placa de oro para el ganador del Targa Vincenzo Florio, una carrera por las carreteras de Sicilia. Pero no fue hasta 1925 que Lalique comenzó a producir las tapas de radiadores que ornamentaban las rejillas de los automóviles de lujo. Aunque es cierto que desaparecieron los circuitos visibles de refrigeración en el

extremo del capó y ya no era necesaria la tapa del radiador, se pensaba que este adorno en el capó completaba la estética del vehículo y servía de insignia. En los años 20 y 30 se hicieron miles de adornos en todo el mundo, para marcar la distinción del gusto y estatus de los conductores. Los elegantes adornos de figuras humanas o de animales eran de metal en su mayoría, en acabados de cromo, plata o bronce pulido.

René Lalique ofrecía una gama de 30 modelos, inspirados en la figura femenina y el reino animal (pero no en el tema de las flores, el más importante de sus piezas de joyería). La *Victoria* (o el *Espíritu del viento*), el *Cinco caballos*, la *Velocidad*, el *Epsom*, y el *Cometa*, el *Zorro*, el *Buho*, el *Longchamp A*, y *B*, y otros adornos, como la *Crisis*, se concibieron como tapas de radiador, con un anillo de cromo en la base. Lalique producía los adornos en vidrio prensado moldeado, que podía ser satinado, opalescente o coloreado, no en cristal de roca.



Doble página anterior: la *Victoria*, también conocida como el *Espíritu del viento* muestra el acabado satinado de la piel y el vidrio transparente de la melena. Página contigua: la *Libélula grande* con sus alas elevadas teñidas en

amatista a punto de iniciar el vuelo. Un dispositivo iluminaba el adorno desde dentro, con un disco giratorio para crear la ilusión de que el insecto batía las alas al ritmo de la velocidad del automóvil. Abajo: la *Victoria* en el

capó de un 1938 Packard Twelve Torpedo Cabriolet. Producida en 1928 para el 10 aniversario del Armisticio, el adorno tuvo mucho éxito en el Salon de l'Automobile de París ese año, colocada sobre un lujoso Minerva.

En 1925 Lalique lanzó el *Cinco caballos*, el *Cometa* y el *Halcón*, y en 1926, el *Arquero*; y en el año 1928 el *Gallo enano*; cabezas de *Gavilán*, *Carnero*, *Gallo*, *Águila* y *Pavo real*; un *Galgo*, *San Cristóbal*, una *Golondrina*, una *Libélula* (pequeña y grande), una *Rana*, y la *Victoria*. En el año 1929 se lanzaron el *Longchamp A* y *B*, el *Epsom*, el *Jabalí*, la *Perca*, la *Velocidad*, el *Gallo Houdan*, y la *Gallina de Guinea*. Esta línea llegó a su fin con el *Zorro* en 1930 y la *Crisis* en 1931. La altura de los adornos, sin montar, estaba entre 9 y 20,5 cm y ancho de 12,5 a 25,6 cm.

El caballo figura prominentemente en el catálogo. El *Cinco caballos*, diseñado para Citroën en 1925, es el único ornamento encargado por una empresa automovilística. El *Epsom* (con un acabado satinado y crines pulidas) y el *Longchamp* evocan los legendarios hipódromos de Inglaterra y Francia, mientras que las líneas de este último parecen inspiradas en los frisos del Partenón.

El tema de la caza se refleja en el *Halcón*, el *Galgo*, la *Gallina de Guinea*, el *Zorro* y el *Jabalí*, mientras que la *Rana* y el *Buho* continúan el tema rural. Las cabezas forman una serie de aves: de *Águila*, *Gavilán*, *Pavo real* y *Gallo*; junto a la de *Carnero*. Son animales que connotan triunfo, incluso agresión. El *Cometa*, cuya estela nos recuerda a la joya homónima diseñada por Gabrielle «Coco» Chanel en 1932, domina la Tierra, mientras que la *Perca* tiene las ondulaciones del río, al igual que la *Libélula* y la *Gaviota* sugieren los movimientos del viento.

Hay pocas representaciones de la figura humana. La *Sirena* y la *Náyade* pertenecen al mundo de la fantasía. La *Victoria* es más un símbolo que una persona, con su acabado satinado y cabello pulido por el viento. Solamente la *Velocidad* y la *Crisis* parecen disfrutar de la sensación del viento sobre sus cuerpos desnudos, como sugieren sus

Una tapa luminosa para radiadores podía encender los adornos desde dentro

posturas arqueadas. Con su motivo *intaglio* y acabado satinado, el *Arquero* evoca la escultura antigua, por la simplicidad de sus líneas contenidas en un círculo, mientras que *San Cristóbal* recuerda la tradicional figura del patrón del viajero. Se dice que a principios del siglo XX el primer adorno fue una estatua de san Cristóbal, colocada en un automóvil propiedad del segundo barón Montagu de Beaulieu.

La transparencia de los adornos de vidrio permitía añadir color mediante una luz interior. Una patente del 22 de enero de 1929, describe la «tapa luminosa para radiadores de automóvil» que utilizaba un sistema de seis voltios, impulsado por una dinamo,

para iluminar los adornos desde dentro. La luminosidad variaba según la velocidad del auto y la hora del día. Solo se requería una brizna de vidrio teñido o una lámina de gelatina para dar color al conjunto.

El mercado británico tenía pasión por los diseños Lalique, y él mismo era un anglófilo que había estudiado en Londres, entre los años 1876 y 1878, en la Crystal Palace School of Art, Science and Literature.

Para dar respuesta a la demanda de adornos, el distribuidor exclusivo de Lalique en Londres, Breves Galleries, Knightsbridge, comenzó a montar sus propias piezas sobre un soporte de metal con su propia firma. La empresa vendió la *Sirena* como un adorno,

aunque en Francia nunca se había hecho. En 1929, Lalique diseñó un *Galgo* para el príncipe de Gales (el futuro Eduardo VIII), en una edición muy limitada.

Los adornos de automóviles comenzaron a desaparecer del catálogo en 1937, pero sus ventas continuaron en el Reino Unido. Utilizando los mismos modelos y moldes, Lalique comercializó estatuas decorativas, pisapapeles y sujetalibros, montados sobre una base de vidrio opalino negro.

En Francia, la Cité de l'Automobile expone los automóviles más lujosos de los años de entreguerras, además de una colección de más de cien tapas de radiadores. El Mullin Automotive Museum de California

es otro depositario del arte automovilístico francés *art déco*, y allí se pueden ver coches Bugatti, Delage, Delahaye, Hispano-Suiza, Avions Voisin y Talbot-Lago con sus espléndidos adornos en los capós.

Desde 2018 el National Motor Museum de Gran Bretaña en Beaulieu, sirve de hogar a una colección privada de 28 adornos Lalique. El conjunto se reunió en solo seis años y actualmente se encuentra en préstamo en el museo, y esta institución está buscando fondos para comprar la colección.

Su propietario, Ben Haynes, presidente y fundador de la casa de subastas Dawsons de Londres y Maidenhead, y gran aficionado a la pesca, comenzó la colección cuando vio

la *Perca* en una subasta. Comenzó a investigar el trabajo de René Lalique y quedó atrapado para siempre. A este adorno le siguieron otras adquisiciones.

En la actualidad, a Haynes solo le faltan las piezas más buscadas, el *Cometa*, el *Buho*, y el *Zorro*, para completar su colección. La demanda de piezas singulares es internacional, y los elevados precios reflejan esto, especialmente para las que están en buen estado. Dada su fragilidad es difícil encontrar adornos sin deterioros. La *Victoria* es probablemente la pieza más preciada de su colección, con un valor de 35 000 euros. La única colección de ornamentos Lalique que puede rivalizar en cuanto a volumen se

Página contigua: esta cabeza de *Pavo real* (izqda.), diseñada en 1928, es de vidrio transparente o satinado, pero también se hicieron algunos ejemplares en azul turquesa. La *Colondrina* (también de 1928 y de vidrio transparente) baja la cabeza delicadamente, con la cola y las alas elevadas al aire. Esta página, abajo, izqda.: en 1925 André Citroën solicitó el adorno *Cinco caballos* (aquí en vidrio de color amatista) para su nuevo 5CV, un homenaje al primer Torpedo lanzado por Citroën en 1922. Abajo, dcha.: este *Gallo enano*, 1928, está fabricado en topacio, con las plumas de la cola y la cresta marrón. La firma «R Lalique» es visible en la base.

