



PIEZA INVITADA
DICIEMBRE 2011

Sombrero *cloché*
procedente del Museo
del Traje-CIPE



Días 3, 10, y 17
a las 12:30 horas en la Planta Entresuelo

por Charo Iglesias Pajares, modista del sombrero

PIEZA INVITADA
DICIEMBRE 2011

SOMBRERO *CLOCHÉ*
PROCEDENTE DEL MUSEO
DEL TRAJE-CIPE

Días 3, 10, y 17 de diciembre a las 12:30 h.
por **Charo Iglesias Pajares**



Ventura Rodríguez, 17
28008 Madrid

Texto: Charo Iglesias Pajares

Coordinación: Cecilia Casas Desantes - Ismael Hernández Valverde

Maquetación: Gráficas Pedraza

© Museo Cerralbo, 2011

N.I.P.O. 551-11-001-7

SOMBRERO *CLOCHÉ* PROCEDENTE DEL MUSEO DEL TRAJE-CIPE

El Museo Cerralbo tiene por sede el palacio que don Enrique de Aguilera y Gamboa, XVII marqués de Cerralbo, y su familia habitaron entre 1893 y 1927. En él se reúnen las importantes colecciones artísticas que el Marqués atesoró a lo largo de su vida, junto a elementos contemporáneos que permiten ilustrar la forma de vida de la alta sociedad en el tránsito del siglo XIX al XX, erigiéndose, así, en testimonio de una época.

El programa *Pieza invitada* tiene por objeto contextualizar la sociedad del cambio de siglo a través de obras que no están presentes en la Colección Cerralbo. Para esta primera convocatoria, la pieza seleccionada es un

sombrero *cloché* perteneciente a los fondos del Museo del Traje-Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico, museo gestionado por el Ministerio de Cultura.

Este sombrero *cloché*, datado entre 1924 y 1928, simboliza a la perfección a la nueva mujer más activa e independiente que nace al amparo de las transformaciones acaecidas tras la Primera Guerra Mundial. Doña Amelia del Valle, hija política del Marqués y última superviviente de la saga familiar, era en aquella época una mujer de más de setenta años, ajena ya a este revolucionario cambio en el vestir. Resulta, por tanto, mucho más viable vincular esta pieza a la imagen de aquellas primeras visitantes que acudirían al Museo deseosas de conocer las colecciones que el Marqués legó al Estado.

Detrás de un sombrero *cloché*, se escondía una mujer de los años 20 que caminaba con la cabeza alta, tras una guerra devastadora. La nueva actitud femenina se recoge en imágenes de mujeres altivas coronadas por sencillos y contundentes sombreros: los *cloché*.

Este sombrero fue el broche definitivo de la imagen de la nueva mujer que rompía con los cánones establecidos del papel femenino en la sociedad. El cambio en la silueta fue drástico. Los cortes de pelo sesgaron la imagen tradicional de la mujer, y se acompañaron de estos fascinantes *clochés* que lograban la imagen andrógina de la mujer de los años 20. La forma de campana inspirada en los cascos militares era, a un tiempo, divertida y sofisticada. El *cloché*, calado hasta los ojos, lograba una mujer de suave feminidad y misteriosa atracción. Es el símbolo de una forma de vestir y un estilo de vida.

LA ÉPOCA DEL SOMBRERO *CLOCHÉ*

De los escombros de la Primera Guerra Mundial (1914-1918), tras el armisticio, surge una sociedad muy diferente en la que no queda casi nada del mundo anterior a 1914.

Son varios los factores que van a influir en las nuevas tendencias de la moda. La Guerra trae consigo un profundo cambio en las clases sociales; muchas fortunas se han extinguido pero también han surgido nuevos ricos enriquecidos con la industria y las actividades comerciales.

París era el epicentro cultural de Europa. Príncipes y nobles rusos que huyen de la Revolución se instalan en París, y su gusto por el lujo se hará notar. Escritores, artistas, americanos adinerados, actrices de cine y de teatro, bailarinas, etc., completan este círculo. Por este motivo la Alta Costura se ve obligada a trabajar para una clientela totalmente diferente, muy variopinta y ávida de placeres.

El fin de la Guerra logró una apertura hacia las ideas frescas, las nuevas formas de vida y una ficción de optimismo hacia el futuro. A ambos lados del Atlántico la exuberancia, ingeniosidad y productividad trajeron consigo una prosperidad que se reflejó tanto en un estilo de vida como en un arte y una moda nueva y peculiar. Los hombres y muchas mujeres solteras trabajaban y tenían ingresos producidos por prósperos negocios e industrias.

Estos cambios se reflejaron en la vida cotidiana; la electricidad había llegado a muchos hogares y muchas familias habían optado por radios portátiles; algunas hasta tenían teléfono. En América, las lavadoras ya se habían inventado y

espléndidos automóviles estaban disponibles para las personas que podían pagarlos. El aviador americano Charles Lindbergh hizo el primer viaje sin paradas cruzando el Atlántico, y también el primer viaje comercial entre Europa y América.



La Princesa de Gales (1907).

El desarrollo industrial era imparable, las fábricas demandaban trabajadores y la incorporación al mundo laboral de la mujer era una necesidad, ya que los hombres escaseaban; había uno por cada tres mujeres. Por otro lado, las mujeres habían saboreado una forma de libertad que, hasta entonces, les había sido negada y a la que ellas no deseaban renunciar. De esta emancipación social de la mujer surge la predilección por la moda llamada “a la *garçonne*”, en francés o “a lo *flapperr*” en inglés (1).

Durante la Guerra no había muchas opciones en cuanto al vestir: ropa de trabajo, uniformes y vestidos de luto. Las revistas de moda estaban llenas de diseños para la viuda “decente”, trajes cerrados negros, holgados y con faldas anchas. No podía faltar el sombrero, que era de uso obligado

y, a menudo, llevaba velo. Pero en vista de la duración de la Guerra y que cada vez había más fallecimientos, las normas sobre el vestuario empezaron a relajarse. Pocas guardaban el luto un año entero y se limitaban a llevar, en su lugar, joyas de ámbar negro. Pronto el gris y el malva, como colores de luto, empezaron a estar bien vistos.

Así, poco a poco, la sociedad entra en una dinámica imparable de cambios, no sólo en el vestir, sino también en que las normas morales se vuelven menos rígidas. La mujer se hace consciente de su situación con respecto al hombre y no le agrada, y reivindica su nuevo papel estando presente en ámbitos en los que no era bien vista. La vida social y los deportes, ámbito esencialmente masculino hasta entonces, incorporó a esta nueva mujer que practicaba el tenis, el golf, el polo o la natación, y asistía a las innumerables fiestas que clamaban por la diversión y la recuperación del tiempo perdido.

La moda atendió a esta nueva demanda con diseños de trajes deportivos muy peculiares y atrevidos para la época, y con la mencionada moda “a la *garçonne*” con el sombrero *cloché* como elemento imprescindible. Esta moda también llegó a España cuyos artistas vinculados al progresismo ponían sus ojos en París como referente, viajando a la capital francesa.

La sociedad española había experimentado al mismo tiempo una transformación importante. Una generación de intelectuales impulsó la modernización de España. En los años 20 la actividad industrial y los servicios se impusieron sobre la actividad agrícola; las mujeres por primera vez estaban presentes en la universidad, la prensa, la radio y el cine. Se iniciaba una carrera imparable.



Modelo deportivo de Jean Patou, traje de golf tiempo perdido (1924).

INFLUENCIAS DE LOS BALLETS RUSOS, LO ORIENTAL, LO AFRICANO, LO AZTECA Y OTRAS CULTURAS. ARTE Y MODA

Tras el debut y enorme éxito de los Ballets Rusos de Serguéi Diaghilev, nada volvió a ser lo mismo en París. Una verdadera revolución se produjo en el escenario cuando los pintores triunfaron al unísono con la música y los bailarines. Esta explosión se trasladó a la moda. Adiós a los colores apagados, los tonos pastel, la humildad de las jovencitas y el comedimiento de las damas. Los Ballets revolucionaron la imagen de toda una década con sus opulentos trajes, sus decorados fastuosos y sus impresionantes puestas en escena de *Sherezade* y *Le Dieu Bleu*.

Cecil Beaton, fotógrafo de moda y vida social, recordaba años más tarde: “*un nuevo mundo me abrió la puertas. Nunca había visto algo tan emocionante*”. La misma Helena Rubinstein, fundadora de la primera multinacional de cosméticos de la

historia, se quedó fascinada por los intensos tonos púrpura y oro que influyeron en el color de sus futuras creaciones. El “*tout Paris*” se rindió ante el genio empresarial de Diaghilev; parecía que tenía en sus manos no sólo el vestuario de los Ballets Rusos sino también la moda, el maquillaje y todo el estilo de vida de la sociedad parisina.

En la primera década del siglo XX se abrieron los primeros teatros del Paralelo de Barcelona, emulando las grandes salas de Broadway, París o Berlín. Los Ballets se estrenaron en Barcelona en 1909 inspirando las corrientes artísticas y la moda al igual que en París.

La pintura orientalista, popularizada a finales del siglo XIX, la publicación de la traducción de *Las mil y una noches*, el descubrimiento de la tumba de Tutankhamon, unido al éxito de los Ballets Rusos, fomentaron un anhelo por los temas orientales. Este gusto por lo exótico lo reflejaron creadores de moda como Poiret, Fortuny (su famosa túnica *Delfhos*), Chanel, Patou, Molyneux y Madelaine Vionnet, que fue la gran arquitecta de la moda, con la creación del corte al bias; y se inspiraba en la sencilla construcción del kimono japonés.

En los años veinte la relación entre moda y arte se estrechó de una forma sin precedentes. Trabajaban en equipo diseñadores y artistas para buscar nuevas formas de inspiración. Los movimientos artísticos modernos y las vanguardias tiñeron los estampados y colores de los tejidos y sus formas con propuestas de cambios radicales. De esta colaboración surgieron por ejemplo, accesorios decorativos y textiles *Art Déco* que adoptan diversas técnicas artísticas, como la de la laca oriental. La Exposición Internacional de Artes

Decorativas (París, 1925) fue uno de los mayores exponentes de estas tendencias.



Detalle de ilustración para la revista Art, Goût, Beauté (1920-1929).

EL ESTILO DE LOS AÑOS VEINTE

Durante la Guerra el ideal de mujer fue la enfermera de la Cruz Roja Internacional, y hasta las damas de la alta sociedad se hacían retratos vestidas de monjas o enfermeras para enviárselos a sus esposos.

Una vez finalizada la contienda, apareció un nuevo estereotipo de mujer que podía ser al mismo tiempo ángel o demonio. La moda de estos años, a pesar de su aparente superficialidad, es un símbolo de rebeldía; estar a la moda se consideraba importante, pues era un reto, una actitud femenina de desafío frente a una sociedad que se resistía al cambio.

Ahora los nuevos ídolos eran las actrices del cine mudo, del teatro, las cantantes y las bailarinas. Con la escasez de hombres, ¿quién iba a soñar con el ideal de esposa y madre?; era infinitamente mejor interpretar el papel de devoradora de hombres, como las de las películas. Por esta razón las mujeres se cortaban el pelo y se maquillaban y perfumaban como si fueran actrices.

Las actrices teatrales fueron eclipsadas por los ídolos de la pantalla grande que encarnaban esa dualidad y ambigüedad propia de la época que se movía entre la mujer abnegada y fiel y la vampíresa segura de sí misma. El huracán Josephine Baker barrió a muchos de los ídolos que París había adorado. Aquella muchacha de 19 años, que ya llevaba varios años cantando y bailando en los clubs de Harlem, necesitó una pluma y un par de plátanos para revolucionar París, que, de todas formas, ya estaba preparada, porque el arte y la estética africana tenían cada vez más entusiastas. La actriz sueca Greta Garbo, escandinava, rubia, de boca grande, pecho plano, hombros cuadrados, caderas estrechas, pantorrillas y pies grandes, nunca hubiera sido un ideal de belleza en épocas pasadas y logró ser otro prototipo de la moda de los años 20. O Gloria Swanson y sus papeles escandalosos sobre la traición, el amor a tres bandas y la liberación sexual; todo ello con gran elegancia. Hubo muchas otras, como la actriz norteamericana Theda Vara, o Djuna Barnes, escritora, periodista y dibujante, también norteamericana, instalada en París.

Los años 20 son la gran ruptura con la tradición femenina de faldas largas, vestidos incómodos y cinturas ajustadas por fastidiosos corsés. La figura femenina en forma de "S" desaparece y adquiere un aspecto cilíndrico, dando paso al modelo característico de esta época: el de talle largo a la altura de las caderas, sin marcar la cintura.

No obstante, los primeros años de esta década también estuvieron marcados por la inseguridad y la ambigüedad, incluso en lo que a moda se refiere. De hecho, la silueta cilíndrica o en forma de tubo no quedó definida hasta 1923. Esta simplicidad era un concepto “moderno.”

El concepto y la imagen de una mujer joven, libre y segura era impactante para las generaciones anteriores, éstas sentían que no usar corsé era indecente; andar a zancadas, bailar el charlestón y escuchar la nueva música americana, el jazz, era un claro signo del decaimiento de la moral. Como siempre, la generación más joven ganó al final del día; trajes prácticos, vestidos y ropa deportiva, que respondían a otro estilo de vida, gradualmente se volvieron aceptables para todos.

Este nuevo estilo andrógino o moda “a la *garçonne*”, no deseaba en absoluto renunciar a atraer las miradas masculinas. El corte de pelo “a lo chico”, tal y como recogían las revistas de moda, se acompañaba de una ropa suelta y funcional que no marcaba pechos ni caderas. El cabello se solía engominar y los rizos o caracoles que adornaban la sien y sobresalían bajo los sombreros eran las únicas concesiones hechas a la feminidad. Las faldas se acortaron hasta llegar a la altura de la rodilla en 1925, los pechos se eliminaban comprimiéndolos con bandas, y la cintura se borraba para instalarse en las caderas adornadas por un cinturón flojo.

Por primera vez en la historia de la moda, los vestidos de noche eran tan cortos como los de día, aunque se les podían añadir flecos o cola. Las chicas verdaderamente modernas llevaban el vestidito corto de tirantes que hoy identificamos con los años veinte.

En contraste con estos vestidos minimalistas, los abrigos eran opulentos y envolvían el cuerpo a modo de kimonos. Se cerraban con la mano o con un único botón de gran tamaño, llevaban el cuello esmoquin y anchos puños que solían confeccionarse en piel de pelo largo.

No era fácil distinguir la silueta de una mujer de un colegial, de un chico o chica de 15 años. El corte de pelo llamado “a la *garçonnette*”, junto con atuendos totalmente masculinos, les ayudaba a crear ese ideal erótico basado en lo andrógino.



Moda parisina de los años 20.

Otro aspecto novedoso era el uso que hacían del maquillaje, con líneas más definidas y formas más simples: los labios muy rojos, delgados y en forma de corazón, los párpados con brillantes sombras, las pestañas con rímel y las cejas delgadas y perfiladas. Asimismo, dejó de estar de moda la piel blanca, siendo Chanel la gran impulsora del bronceado.

Las necesidades de los nuevos tiempos propiciaron la

aparición de accesorios, que se convirtieron en un reclamo, una manera de llamar la atención.

Los zapatos, ahora a la vista, se elegirán con cuidadosa atención. Son zapatos de tacón medio y trabilla en forma de “T”, que permiten bailar hasta el amanecer. Las medias de color carne son uno de los artículos más codiciados. Los guantes largos se vuelven imprescindibles, e indisolubles del vestidito corto que deja el brazo al aire. Se hacen en tejidos de seda o rayón y se lucen en sugerentes tonos pastel denominados: *honey pastel*, *teatime*, *rosa*, *spanish brown*... Los collares son de perlas falsas y las joyas con piedras de cristal de roca o lacas. Otros accesorios comunes eran las boas de plumas, los abanicos de plumas de avestruz teñidas, las largas boquillas de cigarrillos, las pitilleras, cajitas de maquillaje, y los perfumeros, del mismo estilo, extremadamente planos y decorados con motivos geométricos, los bolsos también planos siguiendo la línea *Art Déco*, o las sombrillas de tejidos muy frágiles como el tul o el *georgette* bordados con perlas.

Y como icono de esta moda, el sombrero *cloché*.



Jóvenes maquillándose en público (1920-1929).

EL SOMBRERO *CLOCHÉ*

Los sombreros que acompañaban esta moda eran un complemento esencial. Aunque se llegaron a producir de forma industrial, se hacían muchas veces a medida y se probaban con la misma atención que los vestidos. Se elegía el color y los materiales, y tras tomar la medida de la cliente se definía el ángulo y la proporción adecuadas. El nuevo estilo de sombrero tuvo en cuenta los nuevos peinados de cabellos cortos, y alargó la copa escondiendo la frente y dejando que se enfundara hasta las cejas. Los modelos más emblemáticos de la época son el *cloché* y la **capelina**.

Los cambios en la vida de la mujer ya mencionados, tales como la práctica del deporte y su incorporación a la vida laboral, así como las restricciones ocasionadas por la Guerra, inducen a la simplificación del volumen y al abandono del exceso de ornamentos. Nunca en las crónicas de moda las referencias a la sencillez de una forma habían sido tan frecuentes, lo que refleja el cambio tan decisivo del sombrero: “*sencillo, que siente bien, práctico, para caminar rápido*”; eran expresiones habituales en las revistas de moda y requerimientos para los nuevos tiempos.

El *cloché* constituye una de las formas más extremas de la sombrerería, siempre con un aspecto semejante a un casco, o bien, siguiendo la etimología de la palabra “*cloché*”, a una campana. Se identifica por su contorno básico de campana y por la copa en forma de bulbo. Es el modelo icono de la moda de los años 20 aunque surgió en 1908 y pervivió hasta 1933.

De hecho, en 1908 surgen los primeros prototipos: unos sombreritos con copas profundas que se ajustaban sobre la frente. Es a partir de 1916 cuando el *cloché* se establece firmemente en el atuendo de la mujer. De 1922 a 1925 empieza a caer más sobre la frente, de manera que su pequeña ala cubría parte de sus ojos, por lo que tenían que caminar con la cabeza alta. Esto sugiere una imagen de altivez muy representativa de la nueva actitud de las mujeres.



Sombrero cloché en paja con adorno de terciopelo. MTO15357,
Museo del Traje- CIPE.

Y ahí llega el momento en que la única forma de poner al día el cloché era suprimir el ala; esto ocurrió en 1926. A nivel oficial, en 1917, la sombrerera Lucy Hamar diseñó el primer sombrero *cloché*. Fue descrito por la revista Vogue como “*el más novedoso sombrero de París*”. Las primeras versiones las lucieron damas como Lady Diana Cooper o la duquesa de Gramont, y no eran tan acampanados como llegarían a verse

en los años 20. Flexibles, con largas alas y copas más cuadradas o semiplanas, eran generalmente negros y estaban decorados con discretos adornos o joyas, delante o detrás. El velo les añadía elegancia y sofisticación.

Al ser un sombrero de formas tan sencillas, los *clochés* permitían ser producidos en serie, solamente era necesario el material y una horma acampanada. El fieltro era el material más usado por ser el que se adaptaba mejor a las hormas.

Los *clochés* para el verano se hacían de paja, balibuntal o bakú. La paja de Bakú (Tailandia) se barnizaba para hacer el *cloché* brillante. La paja se podía también pintar o bordar. Agatha Christie describe en su autobiografía cómo ella pintaba los sombreros para renovarlos.

También se hacían en telas: sedas, **otomanes**, terciopelos rizados, tela encerada o piel metalizada, aprovechando los avances en el campo de la industria textil y ofreciendo precios más competitivos.

El gusto por lo brillante y los reflejos se manifiesta claramente en el uso de los tejidos que aún quedan más enfatizados por las guarniciones de acero, **strass**, gelatina o celofán. Para preservar la forma genuina del *cloché*, los adornos se redujeron al mínimo.

La forma de campana del *cloché* era divertida y sofisticada. Calado hasta los ojos, confería a la mujer una suave feminidad y una misteriosa atracción sexual. Ya estaba unido a una forma de vestir y a un estilo de vida. Los clientes impusieron la moda del *cloché*.



Diseño de Jean Lavin, perfecto modelo de cloché con adorno a la moda (1927-1928).

París era el centro del estilo y triunfan los talleres especializados como Rebox, Agnès y Paulette, que cuentan con más de 300 personas a su cargo, entre costureras y vendedoras (3). Incluso Lucie Hamar, inventora del *cloché*, reunió a los sombrereros de París en un manifiesto de desaprobación. Todas las protestas fueron desoídas, pues desde las refinadas duquesas hasta las dependientas estaban encantadas con el práctico y sexy *cloché*. Para relanzar el negocio los sombrereros se centraron en la creatividad de los adornos. En su salón de la Place Vendôme, María Guy imitó los cascos de la Primera Guerra Mundial y los adornó con lazos y rosas para dar la impresión de mayor altura y grandeza a sus clientas. Suzanne Talbot, en ese afán de dotar de mayor altura a la mujer, aplicó sus habilidades técnicas al incluir un extra de tela en la copa.

Camilla Roger enrolló los adornos en la frente, haciéndolo más coqueto para la mujer de edad. Madame Agnès, en su selecto salón de Rue du Faubourg St-Honoré, ganó reputación mundial por sus detalles y su estilo artístico. Caroline Reboux (1840-1927), la “*reina de las sombrereras*”, es la primera de una serie de modistas del sombrero que alcanza fama internacional. Sus materiales favoritos son limpios y estructurados. Adopta métodos similares a los que Madeleine Vionnet utilizaba para sus vestidos al biés: crea sombreros cortando y drapeando el material directamente sobre la cabeza de la cliente. Para el adorno prefería motivos simples que complementarían el estilo del sombrero.



Capelina de señora y chistera de caballero. Portada de Vogue titulada “En las carreras” (1928).

Este modelo no sólo pervivió hasta los años 30, sino que prevaleció sobre otros modelos con los que convivió (4). El *cloché*, con todas sus variantes, pero calado hasta los ojos, lograba una mujer de suave feminidad y misteriosa atracción. Es el símbolo de una forma de vestir y un estilo de vida.



Actrices luciendo sombreros característicos de los años veinte.

NOTAS

- (1) El nombre “a la *garçonne*” lo inventó Victor Margueritte en su novela del año 1922. El libro se censuró porque describía a mujeres de pelo corto, que trabajaban, vestían ropa masculina y se entregaban sin remordimientos a los placeres del amor libre. No obstante, obtuvo un gran éxito, ya que simbolizaba a la joven de aspecto andrógino que disfrutaba con todo lo prohibido o escandaloso. Esta novela habla de los nuevos valores sociales, culturales, morales y estéticos de la época, del culto a la juventud, que fue un “invento” de los años veinte, pero es el glamour de una juventud privilegiada. Nos ha llegado la imagen tópica de esta década de los veinte que ha eliminado la edad madura, la inflación, el paro, los conflictos sociales y políticos.
- (2) El término “moderno”, así como el de “chic” o “ultramoderno” empieza a utilizarse en la prensa de moda de la época y es la gente moderna la que impone la moda.
- (3) El taller de sombrerería se estructura en torno a una jefa de taller y una oficiala, ambas denominadas *Madame*, de 10 a 20 costureras y 2 aprendices. Los dos primeros años de trabajo eran meras ayudantes y aprendían “*avec les yeux*” los colores, materiales, texturas... Las sombrereras eran consideradas superiores al resto de modistas y lucían una apariencia muy cuidada y refinada. Por primera vez en la historia del sombrero, un único modelo supone una auténtica revolución. Los sombrereros consagrados quisieron impedir el triunfo del pequeño sombrerito, al que consideraban negativo para el negocio.
- (4) Si bien el *cloché* atraía la mayor atención de la década, convivía con otros tocados y sombreros femeninos y también masculinos:
 -Grandes capelinas: de paja en verano y color pastel, se utilizaban para protegerse del sol. En invierno eran de fieltro y se llevaban con abrigos de fina piel. Era para vestir bien. Su ala de forma ovalada, corta detrás, fue muy característica de esta época. La evolución de su forma corrió paralela a la del *cloché*.
 -Turbantes: tuvieron, de nuevo, una época de esplendor. Asociados al gusto por lo oriental, se usaban sobre todo de noche. Los peinados más glamurosos se adornaban con bandas, plumas o delicadas flores que simbolizaban la exhuberancia y la locura de aquellos años.

- Sombreros deportivos: panamás, bandas para tenis, boinas para golf, *cossak* para deportes de invierno.
- La **capota**: la década de los veinte trajo consigo la moda de los gorros *boudoir*. Una capota de lencería realizada con costosa seda y puntillas.
- La **chistera**: rígida, negra, brillante y alta. Representando los valores de la Inglaterra victoriana, produjo un gran impacto en todo el mundo; todo caballero elegante la elegía para completar su indumentaria.
- El **bombín**: lo usaban las clases altas rurales.
- El **canotier**: muy popular, usado por hombres, mujeres y niños, especialmente en verano. Cocó Chanel le dio categoría y fama internacional.

GLOSARIO

Bombín

Sombrero de copa baja, rígida y forma semiesférica, con ala, propio de la moda masculina de principios del siglo XX.

Bordado

Adorno, con o sin realce, que es aplicado a las telas por medio de una aguja y diversas clases de hilos.

Capelina

Sombrero de mujer de ala grande de fieltro en invierno y de paja en verano, denominada también pamela. En los años 20 se llevaba con el ala muy ovalada y muy corta por la parte de atrás. Término con el que se denominan las piezas preconformadas de paja o fieltro para su conformado.

Capota

Tocado femenino ceñido a la cabeza, sujeto con cintas por debajo de la barbilla y con ala enmarcando el rostro. Sus formas y tamaños variaron mucho desde su aparición a principios del siglo XIX con la desaparición de la moda imperio, hasta su desarrollo en el prerromanticismo y romanticismo. En los años 70 del siglo desapareció y quedó como prenda de la moda infantil durante el siglo XX.

Cloché

Sombrero con forma acampanada que imita la forma de los cascos militares apuntando una ligera ala, que cubre la frente hasta los ojos. De uso en la moda femenina desde 1908 a 1933 como símbolo e icono de la mujer liberada de los años 20.

Canotiér

Sombrero de paja con ala recta estrecha y casco bajo.

Chistera o sombrero de copa

Sombrero de ala corta y curva, y copa plana propia de la moda masculina. La forma de la copa, cilíndrica o cónica, varía de altura y forma según la moda.

Georgette

Nombre francés de un tejido de seda o rayón, parecido al *chiffon*, que se utiliza en la confección de prendas de noche o de fiesta. Variedad de crespón con una superficie de textura mate.

Otomán

Tejido grueso, generalmente de seda, con una trama acanalada en sentido horizontal, de un solo color y brillante. Tela muy usada en decoración y tapicería. Toma su nombre de su origen turco, del Imperio Otomano.

Strass

Borosilicato de potasa y plomo que se utiliza para hacer pedrería artificial y que imita al diamante casi a la perfección. Se puso de moda en el diseño y manufactura de bisutería en el siglo XVIII en Francia e Inglaterra. En español se denomina pasta.

BIBLIOGRAFÍA

BELANGER GRAFTON, C., *French fashion. Illustrations of the Twenties*, Nueva York, 1987.

DESLANDERS, Y. y MÜLLER, F., *Histoire de la mode au XX siècle*, París, 1986.

HOPKINS, S., *The century of hats*, New Jersey, 1999.

KYBALOVA, L., *Den stora mode boken*, Praga, 1976.

INSTITUTO DE LA INDUMENTARIA DE KIOTO, *Moda, una historia desde el siglo XIII al XX*, Barcelona, 2003.

LE MAUX, N., *Histoire du chapeau féminin*, París, 2000.

MARTÍN, J. L., MARTINEZ SHAW, C. y TUSELL, J., *Historia de España*, Madrid, 1998.

MIR BALMACEDA, M. J., *La moda femenina en el París de entreguerras. Las diseñadoras Coco Chanel y Elsa Schiaparelli*, Barcelona, 1995

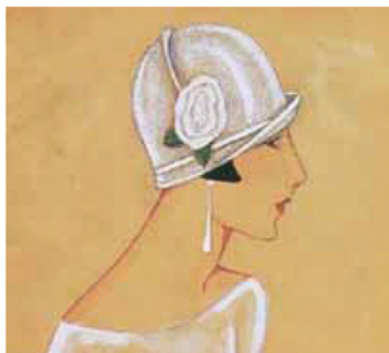
MC DOWELL, C., *Le chapeau et la mode*, París, 2004.

SEELING, CH., *Moda, el siglo de los diseñadores 1900-1999*, Madrid, 1999.

WORSLEY, H., *Décadas de moda*, Barcelona, 2004.

CRÉDITOS FOTOGRÁFICOS

- PORTADA. Sombrero cloché en paja con adorno de terciopelo. MTO15357, Museo del Traje- CIPE
- CONTRAPORTADA. Diseño de Jean Lavin, perfecto modelo de cloché con adorno a la moda (1927-1928). Hopkins, S., *The century of hats*, New Jersey, 1999, p. 42.
- Pág. 6: La Princesa de Gales (1907). Worsley, H., *Décadas de Moda*, Barcelona, 2004, p. 16.
- Pág. 8: Modelo deportivo de Jean Patou, traje de golf tiempo perdido (1924). Hopkins, S., *The Century of the hats*, New Jersey, 1999, p.40.
- Pág. 10: Detalle de ilustración para la revista *Art, Goût, Beauté* (1920-1929). Seeling, Ch., *Moda, el siglo de los diseñadores, 1900-1999*, Madrid, 1999, p.89.
- Pág. 13: Moda parisina de los años 20. Belanger Grafton, C., *French fashion ilustrations of the twenties*, Nueva York, 1987.
- Pág. 14: Jóvenes maquillándose en público (1920-1929). Seeling, Ch., *Moda, el siglo de los diseñadores, 1900-1999*, Madrid, 1999, p.86.
- Pág. 16: Sombrero cloché en paja con adorno de terciopelo. MTO15357, Museo del Traje- CIPE.
- Pág. 17: Diseño de Jean Lavin, perfecto modelo de cloché con adorno a la moda (1927-1928). Hopkins, S., *The century of hats*, New Jersey, 1999, p. 42.
- Pág. 19: Capelina de señora y chistera de caballero. Portada de *Vogue* titulada “En las carreras” (1928). Hopkins, S., *The century of hats*, New Jersey, 1999, p. 46.
Actrices luciendo sombreros característicos de los años veinte. Worsley, H., *Décadas de Moda*, Barcelona, 2004, pp. 216 y 217.



Museo Cerralbo
Ventura Rodríguez, 17
28008 Madrid
Teléfono: 91 547 36 46
Fax: 91 559 11 71
museo.cerralbo@mcu.es
<http://museocerralbo.mcu.es>

