



Historia y MEMORIA

ISSN: 2027-5137

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia
(UPTC)

Simón Alegre, Ana I.

**Prensa, publicidad y masculinidades a través del periódico
madrileño *El Album Ibero-Americano* (1890-1909)***

Historia y MEMORIA, núm. 22, 2021, Enero-Junio, pp. 29-75

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC)

DOI: <https://doi.org/10.7440/res64.2018.03>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=325169407002>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

UPTC [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Prensa, publicidad y masculinidades a través del periódico madrileño *El Álbum Ibero-Americano* (1890-1909)*

Ana I. Simón Alegre¹


Adelphi University- Estados Unidos

Recepción: 24/06/2020

Evaluación: 26/07/2020

Aprobación: 11/10/2020

Artículo de Investigación e Innovación

 <https://doi.org/10.19053/20275137.n22.2021.12102>

Resumen

Durante el periodo comprendido entre 1890 a 1909 la prensa jugó un papel importante en la difusión de las identidades de género. Será a través de los medios de comunicación de esta época donde se condenen, se señalen y se fomenten expresiones diferentes de masculinidad y feminidad. En esta investigación, el periódico madrileño *El Álbum Ibero-Americano* es la fuente principal para rastrear estas alteraciones. La metodología seguida para localizar las huellas de estos cambios, sobre todo

* Esta investigación se ha realizado gracias a la beca de investigación que recibí de Adelphi University (Provost Internal Grant 2019-2020), así como de las ayudas para la investigación que obtuve de Northeast Modern Language Association [NeMLA] (Summer Fellowship Program 2020-2021) y The American Association of Teachers of Spanish and Portuguese [AATSP] (Summer Fellowship Program 2019).

1 Assistant Professor en Adelphi University (New York). Tres últimas publicaciones: «Face to Face with Carmen de Burgos: The Influence of Other Women Writers on Her Career and Her Work,» en *Multiple Modernities. Carmen de Burgos, Author and Activist*, ed. Anja Louis y Michelle M. Sharp, 60-75. New York, Routledge, 2017; «El suicidio en el ejército español como detonante de la crisis en la masculinidad hegemónica a principios del siglo XX,» en *Muerte y crisis en el mundo hispano: respuestas culturales*, ed. Esther Alarcón-Arana, 83-102. (Boston: Peter Lang International Publisher, 2020). «Soldados que fueron presos, Cuba 1898: arquetipo viril, ciudadanía y violencia,» en *Historia de la Prisión y las Instituciones punitivas: Desde los controles disciplinarios al control securitario*, ed. Pedro Oliver Olmo y M.^a Carmen Cubero, 587-597. (Cuenca, Universidad de Castilla-La Mancha Press, 2020).

✉ aisimon@adelphi.edu  <https://orcid.org/0000-0002-2027-1559>.

las relacionadas con el ámbito masculino, ha sido seleccionar los artículos de opinión más sobresalientes conectados con las modificaciones en estos paradigmas de género. La información obtenida a partir del análisis de estos artículos se ha complementado con la localización en la sección de publicidad de este periódico, de productos vinculados con estos cambios como las Pastillas Bonald o los Polvos Coza. La conclusión de esta investigación es cómo *El Álbum Ibero-Americano* fue más que un medio de prensa femenina. Desde sus páginas se insistió en ofrecer alternativas masculinas para que sus lectores dejaran de lado expresiones sociales más propias de lo que desde este medio se definió como el «sexo feo» que de hombres que pretendían vivir en una sociedad abierta a la paridad entre sexos.

Palabras clave: Periodismo, Masculinidad, Femenidad, Feminismo, Publicidad, Siglo XIX, Siglo XX.

Press, publicity and masculinities through the Madrid newspaper *El Álbum Ibero-Americano* (1890-1909)

Abstract

During the period between 1890 and 1909, the press played a crucial role in the dissemination of gender identities. It would be through the media of this era where the different expressions of masculinity and femininity were condemned, signaled, and promoted. In this investigation, the Madrid newspaper, *El Álbum Ibero-Americano*, is the principal source used in order to trace these alterations. The methodology used to localize the marks of these changes, above all those related to the masculine, has been to select the opinion articles most connected with the modifications in these gender paradigms. The information obtained from the analysis of these articles has been complemented with the localization of the advertising section of the newspaper, of products linked to these changes, such as Pastillas Bonald or the Polvos Coza. This research concludes that *El Álbum Ibero-Americano* was more than a feminine newspaper. From its pages, masculine alternatives were offered so that their readers would leave aside social

expressions that were more typical of what from this medium was defined as «ugly sex» than of men who intended to live in an open society with parity between the sexes.

Key words: Journalism, masculinity, femininity, feminism, advertising, 19th century, 20th century

Presse, publicité et masculinités dans le journal *El Álbum Ibero-Americano* de Madrid (1890-1909)

Résumé

Pendant la période entre 1890 et 1909 la presse a joué un rôle important dans la diffusion des identités de genre. C'est dans la presse de cette époque où vont se condamner, se signaler ou se promouvoir des manifestations inédites de la masculinité et de la féminité. En ce qui concerne cette recherche, le journal *El Álbum Ibero-Americano* constitue la source principale qui permet de retracer ces changements. La méthodologie mise en place pour repérer les traces de ces changements, notamment celles qui sont en rapport avec le masculin, a consisté à sélectionner les articles d'opinion les plus marquants autour des transformations opérées sur les paradigmes de genre. L'information obtenue à partir de l'analyse de ces articles a été complétée par l'examen des publicités de produits tels que Pastillas Bonald ou les Polvos Coza, ce qui montre bien que *El Álbum Ibero-Americano* a été bien plus qu'un journal féminin, et que ses pages ont servi à offrir des alternatives masculines pour donner aux lecteurs des expressions masculines autres que celles du «sexe laid», des expériences, en outre, plus en accord avec des hommes qui prétendaient vivre dans une société ouverte à la parité entre les sexes.

Mots-clés: journalisme, masculinité, féminité, féminisme, publicité, XIX^e siècle, XX^e siècle.

1. Introducción

La característica más sobresaliente de *El Álbum Ibero-Americano* (AIA) es que fue un medio de comunicación que cobijó a voces muy diversas de la literatura, del pensamiento político, del arte o incluso del campo médico que, aunque cuando este periódico estuvo activo (1890-1909) gozaron de gran popularidad y que desde la crítica y la historiografía actuales responden a la categoría de «raros y olvidados»². Algunas de estas firmas, muy conocidas a principios del siglo XX, y cada vez menos desconocidas para el público actual, son Concepción Gimeno de Flaquer, Francisco Flaquer, Julia Asensi o Manuel Ossorio, entre otras. Este grupo estuvo compuesto tanto por mujeres como por hombres que, durante la época más resplandeciente del periodismo en Madrid y en toda España, desde finales del siglo XIX hasta el primer tercio del siglo XX, contó con el AIA para difundir sus ideas y además conectar con un público lector, de ambos sexos, en pleno crecimiento.

La metodología empleada en esta investigación es el análisis crítico tanto de los artículos seleccionados, que tratan del cuestionamiento en los paradigmas de género, como de las imágenes de anuncios que añaden información acerca de cómo se estaban produciendo estos cambios desde 1890 hasta principios del siglo XX. El estudio del AIA ha seguido el análisis propuesto por Josep-Frances Valls para trabajar con prensa histórica en el que hay que «pergeñar en el máximo número de datos sobre la clase social que instrumentaliza el medio, su conducta frente a ella; [y] la ascendencia de clase de quienes [escriben]»³. El periódico AIA es una fuente que conjuntamente cabe interpretarla como uno de «los resortes necesarios para recuperar y recomponer a discreción la memoria colectiva en un momento dado»⁴. A lo largo de este artículo se analizarán

² Cecilio Alonso, «Sobre la categoría canónica de raros y olvidados,» *Anales de Literatura Española*, n° 20 (2008): 11, <http://www.cervantesvirtual.com/obra/sobre-la-categoria-canonica-de-raros-y-olvidados/>.

³ Josep-Frances Valls, *Prensa y burguesía en el siglo XIX español* (Barcelona: Anthropos, 1988), 18-19.

⁴ Alonso, «Sobre la categoría canónica,» 12.

algunas voces recuperadas aquí, como las del matrimonio Flaquer, Ángel Pulido, Emilio Romera Navarro o Antonio de Hoyos, que aunque conocidas en su contemporaneidad, puede que «no congeniaran con la común opinión» de su época, y por eso, años después, quedaron en los márgenes y cayeron en una especie de olvido cultural⁵. Esta situación fronteriza potenció que tanto el propio medio donde se expresaron como quiénes colaboraron en él terminaran alejados de la «memoria colectiva»⁶.

Este proceso está dentro de lo que Matilde Eiroa San Francisco ha nombrado «movimiento social de la memoria»⁷. Aunque esta investigadora basa su trabajo en los procesos de recuperación de la memoria relacionados con la Guerra Civil española y el Franquismo, es posible crear paralelismos entre el impacto producido por trabajos centrados en estos periodos históricos desde otros enfoques, con el haber facilitado la apertura de investigaciones a nuevas perspectivas y sujetos de análisis también válidos para otros periodos históricos anteriores a la guerra como el de la Restauración borbónica (1874-1923), momento en que el AIA estuvo activo. Como Matilde Eiroa señala «[l]a ruptura del silencio y la restitución de figuras y acontecimientos relegados» han ayudado a que emerjan más fuentes que reflejen, por ejemplo, las alteraciones que se estaban produciendo en el paradigma de género y especialmente en el arquetipo viril⁸.

El AIA fue un periódico híbrido donde el matrimonio Flaquer jugó con las apariencias. Parecía un tipo de prensa destinada a mujeres, pero lo que en realidad este periódico puso sobre la mesa de los medios de comunicación fue una publicación de corte moderno que buscaba lectores de ambos sexos. Las investigaciones acerca de este periódico no han insistido lo suficiente en cómo el AIA cuidó su imagen de ser un

5 Alonso, «Sobre la categoría canónica,» 12.

6 Alonso, «Sobre la categoría canónica,» 20 y 13.

7 Matilde Eiroa San Francisco, «Memoria e historia en redes sociales: nuevos soportes de resistencia al olvido de la Guerra Civil española y el Franquismo,» *Historia Y MEMORIA*, n° 21 (2020): 81, DOI: <https://doi.org/10.19053/20275137.n21.2020.9659>.

8 Eiroa San Francisco, «Memoria e historia en redes sociales,» 81.

medio tanto para mujeres como para hombres en su calidad de lectores como también de potenciales colaboradores⁹. Además, a lo largo de este artículo, la figura de Concepción Gimeno de Flaquer emergerá como una agente directa en el proceso editorial que señala la vinculación de las mujeres en los procesos de edición y escritura¹⁰. Tampoco la historiografía actual ha destacado la visión que Concepción Gimeno desarrolló en este medio de comunicación adaptando los artículos, las imágenes y los anuncios que se incluían en el AIA a los cambios que en las identidades de género se estaban produciendo mientras este periódico se mantuvo en activo¹¹. Por tanto, la hipótesis de partida de esta investigación presenta al AIA como un medio al que accedían mujeres y hombres y en el que sus artículos buscaban reflexionar acerca de las alteraciones que se estaban produciendo en los paradigmas de género.

La perspectiva transversal que atraviesa este trabajo es la recuperación de las voces que apuntaron a que lo masculino arquetípico estaba cuestionándose. El periodista Antonio Ambroa definió a todo aquello que formaba parte del arquetipo viril negativo como el «sexo feo»¹². El AIA es una fuente importante para acercarse a los temas de género porque en sus páginas coincidieron voces cercanas al intento de «generar espacios discursivos compatibles con la masculinizada modernidad burguesa»¹³. A esta modernidad burguesa, caracterizada por el culto a las tertulias, la visita a los casinos o los veraneos en San Sebastián, hay que añadir

9 Diego Chozas Ruiz-Belloso, «La mujer según el Álbum Ibero-Americano (1890-1891) de Concepción Gimeno de Flaquer,» *Especulo*, n° 29 (2005): sp, <https://webs.ucm.es/info/especulo/numero29/albumib.html>. M.^a Isabel Hernández Prieto, «Escritores hispanoamericanos en *El álbum Ibero-Americano* (1890 - 1899),» *Documentación de las Ciencias de la Información*, n° 16 (1993): 118, <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN9393110115A/20154s>.

10 Pura Fernández, «¿Una empresa de mujeres? Editoras Iberoamericanas contemporáneas,» *Lectora*, n° 25 (2019): 11-39, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=1437846>.

11 Pura Fernández, ed., *No hay nación para este sexo* (Madrid: Ediciones de Iberoamericana, 2015), 396, DOI: <https://doi.org/10.31819/9783954870523>.

12 Antonio Ambroa, «Crónica parisiense», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 30 de septiembre de 1899, 422.

13 Íñigo Sánchez-Llama, «La forja de la «Alta Cultura» española de la Restauración (1874-1931): una perspectiva post-isabelina,» *Hispanic Research Journal*, n° 5, 2 (2004): 111, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1179/hrj.2004.5.2.111>.

la feminidad que le acompañó y que tuvo en las crónicas de Concepción Gimeno de Flaquer de lo que ocurría en las reuniones sociales un referente de expresión¹⁴.

Concretamente las voces masculinas se pueden interpretar como «sujetos que construyen su precaria identidad en el terreno de las contradicciones de género, sobre todo frente a las mujeres, desde su posición de privilegio, pero también respecto a los hombres, en el marco de desigualdades de clase, orientación sexual, nacionales o de otro tipo»¹⁵. Por último, en AIA se van a apreciar los efectos colaterales de la crisis del 98 en España, ya que en la publicidad incluida en este periódico se abrirá un espacio para medicamentos reconstituyentes y otros remedios para aliviar adicciones como fueron las Pastillas Bonald y los Polvos Coza.

2. El Álbum Ibero-Americano como referente para la recuperación de la memoria

El primer número de *El Álbum Ibero-Americano* (AIA) salió el 7 de agosto de 1890 en Madrid. En el editorial de este primer AIA que estaba firmado por «La Redacción» se insistía en dos aspectos importantes. El primero era que aunque el AIA fuera una publicación nueva en esta ciudad, contaba con una sólida trayectoria en el mundo de la prensa. Su origen se remontaba a *El Álbum de la Mujer* (AM) que se había publicado en la ciudad de México desde agosto de 1883 hasta mayo de 1890. El AIA era la edición madrileña del AM y por tanto representaba la segunda etapa para esta publicación: «desde México en donde salió a la luz por vez primera, se ha dedicado a estrechar las relaciones entre españoles y americanos»¹⁶. El siguiente aspecto subrayado en este editorial era que el AIA estaba pensado para un público femenino. Por

14 Véase el trabajo de María Zozaya, *Identidades en juego: formas de representación social del poder de la élite en un espacio de sociabilidad masculino, 1836-1936* (Madrid: Siglo XXI, 2015), 464.

15 Nerea Aresti, «La historia de género y el estudio de las masculinidades. Reflexiones sobre conceptos y métodos,» en *Feminidades y masculinidades en la historiografía de género*, ed. Henar Gallego Franco (Granada: Comares, 2018), 174.

16 «Saludo», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 7 de agosto de 1890, 2.

consiguiente, las referencias a la política serían mínimas y solo para «que la mujer no desconozca el desenvolvimiento de los acontecimientos a que no puede ser ajena, ya que en ella toman parte los seres más queridos de su corazón»¹⁷. Con esta declaración de principios, el AIA marcaba que los temas de actualidad, con un peso importante dentro de esta publicación, intentarían respetar los cauces del fomento de una identidad femenina normativa conectada con el arquetipo del ángel del hogar. Pero como a lo largo de este artículo se presenta, esta declaración de principios se quedó en papel mojado. El AIA fue una publicación que mostró que a la vez que otras formas de expresar la feminidad eran posibles, ocurría algo parecido en el terreno de la masculinidad. Ninguno de estos dos matices se mantuvo como una constante en los más de ochocientos números que compondrán el AIA y que el 30 de diciembre de 1909 publicará su último número.

Respecto a que el AIA fuera la continuación del AM hay que señalar que en abril de 1890, poco antes de que el matrimonio Flaquer abandonara México, Concepción Gimeno consiguió que la Sección de Instrucción Pública de este país destinara una subvención específica para la publicación del AM en España. Esta financiación duró aproximadamente hasta el año 1895¹⁸. Por un lado, esta negociación subraya el papel activo que ejerció Concepción Gimeno para sacar adelante sus proyectos editoriales y por otro, la necesidad de contar con dinero suficiente para que esta empresa editorial continuara en Madrid. La actitud activa y negociadora de Concepción Gimeno está en relación con lo que Henriette Partzsch ha señalado que «las literatas del canon isabelino» combinaron «su pasión por las Letras con la necesidad de construir una actividad económicamente viable»¹⁹. Las escritoras de la generación siguiente a las isabelinas, grupo al

¹⁷ «Saludo», 2.

¹⁸ Ana I. Simón-Alegre, «Concepción Gimeno de Flaquer entre Ciudad de México y Madrid (1883-1910),» en *Maura, Sofía y una Eva Moderna*, ed. Concepción Gimeno de Flaquer (Sevilla: Renacimiento, 2021), próxima publicación.

¹⁹ Henriette Partzsch, «Editoras en ciernes el espíritu empresarial de las llamadas escritoras isabelinas,» *Lectora*, n° 25 (2019): 80, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=1437846>.

que pertenecía Gimeno, fueron también «agentes económicas de clase media» que editaban periódicos «como un reto al que se enfrentaban aparentemente con mucha lucidez, aunque lo comentaran públicamente solo en contadas ocasiones»²⁰. Es probable que la insistencia en el primer editorial del AIA de su continuidad respecto del AM fuera más bien para justificar el empleo del dinero mexicano que en mantener un mismo tipo de publicación al regreso a España del matrimonio Flaquer.

Concepción Gimeno de Flaquer ejerció de editora y de directora del AM desde el inicio de este periódico en 1883 hasta su final en 1890. La presencia de Francisco Flaquer en esta publicación fue secundaria, aunque se encargara del suplemento incluido en ella: *La Crónica*. En el caso del AIA, sobresale cómo el matrimonio colaboró conjuntamente más. Por ejemplo, en el primer número del AIA, el editorial estaba firmado bajo la rúbrica de «La Redacción» que representaba a ambos cónyuges. Además, se repartieron la dirección del AIA: estuvo a cargo de Concepción Gimeno desde 1890 hasta el número del 14 de junio de 1900 y a partir del siguiente número y hasta el final del periódico, en diciembre de 1909, Francisco Flaquer asumió su dirección²¹. Hay que destacar cómo a partir de este segundo periodo en la dirección del AIA los artículos de Concepción Gimeno aumentaron y se orientaron más hacia el feminismo. La coordinación de Francisco Flaquer en la dirección del AIA sirvió para que Concepción Gimeno se centrara en difundir sus ideas políticas. Además, este momento en el AIA es indicativo de cómo Francisco Flaquer apoyó el camino del activismo que había iniciado su mujer, haciéndolo coincidir con el periodo en el que él figuró como director. Este rasgo es importante señalarlo y conectarlo con el cambio en el paradigma de las relaciones de género, del que esta publicación se hizo eco y, especialmente, en las alternativas masculinas, para que los hombres se alejaran de actitudes menos dialogantes respecto al ejercicio de la libertad y la actuación activa de las mujeres en el espacio público.

²⁰ Partzsch, «Editoras en ciernes el espíritu empresarial de las llamadas escritoras isabelinas,» 80.

²¹ Actualmente no sabemos los motivos para que se diera este cambio en la dirección.

Ni es enteramente falso, ni completamente cierto que el AIA fuera la continuación del AM. Por ejemplo, ninguna de estas publicaciones incluyó recetas de cocina. Además, la prolongación de una publicación en la otra es acertada señalarla si tenemos en cuenta lo que Concepción Gimeno puso en práctica en el AM y, Aurélie Vialette ha definido como «crear nodos» que tocaron lo literario, histórico, geográfico y visual, y pasaron después a la estructura del AIA. El AIA continuó presentándose como un medio donde confluían firmas muy variadas del mundo hispanoamericano, y como sugiere Vialette para el AM y también se mantuvo en el AIA, en ambas publicaciones se puede rastrear un «intento de conectar dos mundos y desarrollar un proyecto de reforma en la transición del discurso histórico»²².

Estos «nodos» se quedaron en un plano formal para la etapa del AIA. La continuidad del AM en el AIA es de índole estructural pues se mantuvo el formato, las secciones incluidas en él como la crónica de salones, los grabados y el espacio para los anuncios. Tal y como ya se había puesto en práctica en el AM, el AIA combinó en cada uno de sus números grabados e imágenes del mundo americano y europeo. También acogió en sus artículos a firmas de ambos lados del Atlántico. El AM fue un periódico más de entretenimiento literario y cultural. En cambio el AIA representó un medio de información más cercano al mundo de la política y los debates sociales del momento. Los temas más sobresalientes del AIA fueron sus reflexiones acerca de la evolución de las identidades de género²³.

Es necesario subrayar la importancia de las crónicas de las diferentes reuniones de la aristocracia y la burguesía madrileñas escritas por Concepción Gimeno para el AIA. Esta escritora ya había firmado relatos de este tipo en el AM y sabía de su importancia para tejer redes de contactos e intereses. Gimeno de Flaquer reconoció la potencia que la

²² Aurélie Vialette, «Vidas paralelas e historias conectadas: Concepción Gimeno de Flaquer (1850-1919) y sus redes transatlánticas,» en *No hay nación para este sexo*, ed. Pura Fernández (Madrid: Ediciones de Iberoamericana, 2015), 152. DOI: <https://doi.org/10.31819/9783954870523-007>.

²³ Vialette, «Vidas paralelas e historias conectadas,» 151.

circulación de estos relatos tenía tanto de cara a estrechar conexiones como para poner en movimiento ideas, productos, modas y tendencias. Además estos relatos que, aunque a primera vista pueden parecer frívolos, son parte importante para recuperar la memoria tanto del AIA como de su época. Estas crónicas solían ser breves comentarios donde se insistía en los nombres de quienes habían sido invitados, cómo iban vestidos, los espectáculos que se habían puesto en marcha y/o los regalos intercambiados. Estos relatos nos presentan a las personas suscriptoras del AIA tanto como a otras quizás interesadas en poder hacerlo. También en estas crónicas quedaron registrados quienes colaboraban en el AIA como parte de los círculos de amistades del matrimonio Flaquer, como por ejemplo, el doctor Ángel Pulido²⁴. En estos relatos, el papel de escritora de Concepción Gimeno está en la línea de lo que Roland Barthes ha expuesto como una actitud de mediación para destacar más al medio que a quien estaba escribiendo acerca de él²⁵. Conjuntamente, estos relatos de sociedad se pueden interpretar como resortes para recuperar la memoria de la faceta como editora, relaciones públicas y activista que fue Concepción Gimeno de Flaquer. Con estas crónicas es posible compensar parte del vacío de fuentes que existe cuando se quiere rastrear el paso de las mujeres por el mundo editorial²⁶.

Incluso años después, la continuidad del AIA respecto al AM fue un tema recurrente para destacar la experiencia que el matrimonio Flaquer-Gimeno tenía en el mundo de la edición periodística de corte trasatlántico. Por ejemplo, en el número del 7 de enero de 1909, en la sección de informaciones

24 El doctor Ángel Pulido fue una figura primordial para despertar el interés por los temas sefardís en España, además de ser una de las voces más importantes dentro del higienismo social. Víctor Manuel Álvarez Antuña y Delfín García Guerra, «Regeneracionismo y Salud Pública: el bienio de Ángel Pulido al frente de la Dirección General de Sanidad (1901-1902),» *Dynamis: Acta hispanica ad medicinae scientiarumque historiam illustrandam*, n° 14 (1994): 23-42, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=131166>.

25 Federico Vida, «Del autor, de la escritura y la voz,» *Ciencias sociales*, n° 5.2 (Junio 2013): 1631, <https://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/2577/67-319-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

26 Fernández, «¿Una empresa de mujeres?, » 11-39.

se anunciaba que era el vigesimoséptimo cumpleaños del AIA y aprovechando esta celebración se saludaba «a los altos poderes de los Estados españoles y americanos, deseándoles bienandanzas, como a nuestros lectores»²⁷. Los motivos para incluir este anuncio hay que ponerlos en relación con un intento de fortalecer los contactos de la pareja en América del Sur, pues allí se dirigirán en los siguientes años, para no regresar más a España, muriendo ambos en Buenos Aires, Argentina²⁸. Como vemos la insistencia de la continuidad de una publicación respecto a la otra respondió más bien al deseo de presentarse como un medio con una sólida presencia en temas hispanoamericanos que a una realidad.

El AM fue una publicación orientada más bien hacia lectoras y el AIA estaba más enfocado en captar la atención de un público lector de ambos sexos. El AM dedicó muchas de sus portadas a mujeres. Además en sus contenidos incorporó una publicación más regular de artículos y de obras literarias firmadas por mujeres. La presencia de las mujeres tanto en imágenes como firmando artículos en el AIA no destaca tanto y solo comenzó a sobresalir en los números publicados ya en el siglo XX²⁹. Durante un periodo no muy largo, ambos periódicos incorporaron una publicación extra como regalo; para el AM fue *La Crónica* (1886-1890) y para el AIA fue *La Elegancia* (1890-1893). *La Crónica* pretendía capturar la atención de los hombres que rodeaban a las suscriptoras del AM («Regalo a los suscriptores de *El Álbum de la Mujer*»). Por su parte, *La Elegancia* añadía comentarios detallados acerca de los atuendos femeninos más a la moda a finales del siglo XIX. Este efímero suplemento del AIA, solo duró tres años, de los casi once que se mantuvo este periódico en activo y se presentó como un «Regalo a las señoras suscriptoras». Hay

27 Anónimo, «Informaciones», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 7 de enero de 1909, 9.

28 Francisco Flaquer murió el 13 de junio de 1918 y Concepción Gimeno de Flaquer murió el 11 de abril de 1919. Margarita Pintos, *Concepción Gimeno de Flaquer. Del sí de las niñas al yo de las mujeres* (Madrid: Plaza y Janés, 2016), 221.

29 Ana I. Simón-Alegre, «Imágenes, grabados y retratos trasatlánticos en *El Álbum de la Mujer* y en *El Álbum Ibero-Americano*,» en *Del salvaje siglo XIX al inestable siglo XX en las letras peninsulares: una mirada retrospectiva a través de hispanistas*, ed. Ana I. Simón-Alegre (Delaware: Vernon Press, 2021), próxima publicación.

que destacar que cuando *La Elegancia* se entregaba como un regalo, coincidió con los números del AIA donde había más grabados relacionados con el mundo de las tendencias femeninas más novedosas para vestir.

En los números del AIA de principios del siglo XX y hasta su final, las imágenes y referencias al mundo de la moda desaparecieron. Lo que es sintomático de cómo el AIA fue adaptándose a un público lector más diverso. Por tanto, catalogar al AIA únicamente como «prensa femenina» deja de lado tanto su riqueza de contenido como se pierde la oportunidad de profundizar en la evolución de este tipo de prensa dentro del periodismo³⁰. La publicación madrileña respecto a la mexicana significó la adaptación del proyecto editorial de Concepción Gimeno y Francisco Flaquer al ambiente político y social que rodeó a este medio de información.

El AIA se publicó desde principios de agosto de 1890 hasta finales de diciembre de 1909, en Madrid. Durante estos casi veinte años, el AIA sacó 883 ejemplares. Como otros periódicos de la época –véase *España Médica*– el AIA incluyó en sus portadas los días de su salida. La única vez que este periódico no salió fue el 7 de mayo de 1898. Como muestra de la publicación seria y rigurosa que era y también para no defraudar a su público suscriptor que ya había pagado el número que no llegó a salir, la edición del 30 de mayo de ese mismo año pasó de las 12 páginas que solía incluir un número normal a 20³¹. Aunque todavía no contamos con investigaciones específicas acerca de la repercusión de esta publicación, siguiendo la información incluida en sus portadas, el AIA se distribuyó en España, las «Repúblicas Americanas», y a partir

30 Manqing Qiu, «Las mujeres en la prensa de 1898 (*El Socialista*, *La Revista Blanca*, *El Álbum Ibero-americano*, *Diario de Barcelona*, *Heraldo de Madrid*, *El Imparcial*)», *Comunicación y Género*, n.º 1, 2 (2018): 193, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6824497>.

31 Según la nota incluida en el número siguiente, del 14 de mayo, no lo hizo debido al traslado tanto de su redacción como de su administración, pasando de la calle Barquillo a la de San Marcos. En el número del 14 de mayo se indicaba que pronto «compensaría a nuestros suscriptores aumentando en otro número pliegos y grabados». «A nuestros suscriptores», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 14 de mayo de 1898, 203. «A nuestros suscriptores», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 30 de mayo de 1898, 235.

de 1901 también en Francia. Una longeva trayectoria en la que sobresale su abrupto final ya que en el último número, el del 30 de diciembre de 1909, no se incluyó nota alguna que explicara su conclusión y nada parecía indicar que este iba a ser su último número³².

Parte de estos 883 números está disponible en la Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional de España, en Madrid. Pero esta colección no está completa y para consultar los números que faltan es imprescindible recurrir tanto a los fondos que se conservan en la Biblioteca del Ateneo de Madrid como los que la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos custodia en Washington D.C.³³ Como hemos mencionado en la introducción, el AIA es una fuente importante para recuperar otras voces que formaron parte del espacio público español finisecular. Además fue un medio que insistió en los cambios que se estaban dando en los arquetipos de género. Es posible que esta característica del AIA haya pasado desapercibida en otras investigaciones porque muchos de estos trabajos se han centrado en los ejemplares digitalizados. Otro de los problemas derivados de no haber manejado la colección completa del AIA es que todavía se considere a este periódico uno de temática y orientación femenina³⁴.

Concepción Gimeno de Flaquer supo sacar partido, además del económico, al valor simbólico que tenían tanto el AM como el AIA. Aunque esta escritora usó a ambos periódicos como altavoces para divulgar sus obras, esta práctica sobresale más al consultar los ejemplares del AIA y sobre todo los publicados desde 1900 a 1909. La publicidad incluida en

32 Por ejemplo, un artículo sobre el Teatro Real de Madrid decía que «según vaya adelantando la temporada, continuaremos ocupándonos de obras y artistas». También en la sección de bibliografía se mencionaba un libro sobre Guanajuato indicándose que «más adelante dedicaremos extenso artículo a este asunto», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 30 de diciembre de 1909, 568 y 574.

33 Existen más ejemplares de esta revista repartidos por España, los Estados Unidos y México. Quiero dar las gracias a las bibliotecarias del Ateneo de Madrid por su ayuda en esta investigación: Manuela Sánchez Quero y Pilar Fernández Vera.

34 M.^a del Pilar Palomo Vázquez, «Las revistas femeninas españolas del siglo XIX. Reivindicación, literatura y moda.» *Arbor*, n.º 190, 767 (2014): 2-3, DOI: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2014.767n3001>.

el AIA de los trabajos de Concepción Gimeno abarcó tanto comentarios y críticas de ellos como referencias a dónde poder conseguirlos. Pero lo más destacado fue como el AIA es la fuente más completa que tenemos de cómo Gimeno de Flaquer unió su posición dentro del movimiento de las mujeres con el ejercicio de su activismo a través de este periódico. El AIA representa el testigo de la memoria de sus intervenciones en diferentes conferencias y los comentarios que motivaron sus palabras³⁵. También el AIA sirvió como un órgano de expresión para voces variopintas y muy distintas que formaron parte del mundo de las letras, las artes y el espectáculo de esta época. Y por tanto, el AIA emerge a la altura del siglo XXI como un referente para recuperar la memoria de la labor como editora y activista dentro del feminismo de Concepción Gimeno de Flaquer. Al mismo tiempo, es posible recuperar la presencia de esas otras voces que estaban dentro de la opinión pública de la época y que señalaban los cambios que se estaban dando en las identidades de género.

3. Anuncios para una audiencia diversa: Pastillas Bonald y los Polvos Coza

El AIA, al igual que otras publicaciones españolas del periodo de entre siglos como *Blanco y Negro* o *La Ilustración Española y Americana*, incorporaron una sección dedicada íntegramente a anuncios. En el caso del AIA, las dos últimas páginas estaban reservadas para la publicidad. El análisis de los anuncios insertos en esta publicación insiste en la orientación de este medio hacia un público variado y con un perfil femenino y masculino. Esta publicidad fue muy diversa desde anunciar sastrerías para hombres (imagen 1), modistas, zapaterías, tabacos, cajas de alquiler, balnearios hasta hacerlo de diferentes pastillas, como las Bonald (imágenes 2 a 7) o tónicos y reconstituyentes como los Polvos Coza (imagen

³⁵ Ángeles Ezama Gil, «La pionera: Concepción Gimeno de Flaquer,» en *Las musas suben a la tribuna. Visibilidad y autoridad de las mujeres en el Ateneo de Madrid (1882-1939)* (Madrid: Genuève, 2018), 165-169, DOI: <https://doi.org/10.22429/Euc2019.008>.

9)³⁶. En la segunda mitad del siglo XIX, publicitar remedios y medicamentos en medios no médicos, estaba prohibido, pero como muestra el AIA este veto no fue tan estricto³⁷. Los variados anuncios incluidos en el AIA permiten acercarse a quienes formaron el público lector de este periódico. La audiencia del AIA perteneció a una clase media inserta de lleno en la Modernidad y con ansias de, si no podía alcanzar los ámbitos de la alta burguesía y aristocracia, al menos poder imitar lo que allí ocurría³⁸. Este público perteneció a ámbitos muy diversos como el de los negocios, las finanzas, la administración, la literatura, las artes, la música y el espectáculo, además del sector de las comunicaciones. Uno de los posibles deseos que tenía este público y que el AIA, con cada nueva edición quería hacer realidad, era mantenerse informado acerca de lo que pasaba en su día a día de una manera más personal y abierta a diferentes interpretaciones, además de lo que ocurría en otros lugares.



Imagen nº 1.- *El Álbum Ibero-Americano*, 22 de mayo de 1894.

Fuente: *El Álbum Ibero-Americano*, 22 de mayo de 1894.

M.^a Dolores Fernández Poyatos ha insistido en la importancia de examinar la publicidad incluida en los periódicos porque da cuenta de su audiencia. Este público era el que tenía el poder adquisitivo para consumir lo que se anunciaba. A medida que avanzó el siglo XIX, la publicidad se convirtió en un negocio cada vez más rentable por lo

³⁶ Margarita Pintos señala la relación del anuncio «Balneario de Guadarrama» incluido en el AIA con las visitas de Gimeno de Flaquer a sus instalaciones en *Concepción Gimeno de Flaquer*, 180-182.

³⁷ Esta prohibición apareció en las Ordenanzas de Farmacia de 1860. Joan Carles Usó i Arnal, «San Sebastián (Donostia), 1917: la sobredosis que cambió la historia de las drogas en el estado español,» *Norte de Salud Mental*, nº 12, 50 (2014): 101-102, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4893207>.

³⁸ Esta afirmación sigue lo planteado por Valls, *Prensa y burguesía en el siglo XIX español*.

que los anunciantes podían mostrarse reacios a «gastar en un periódico leído por clases que *no pueden responder al anuncio*, es decir que no dispongan de renta para gastar»³⁹. Añade Fernández Poyatos que, quienes se anunciaban en las publicaciones «conocían el valor de medio publicitario de las distintas cabeceras»⁴⁰. Prueba de que en el AIA también se valoraba a su audiencia como consumidores son los anuncios que la Casa Thomas, un bazar situado en la madrileña calle Sevilla, incluyó en el AIA. En concreto, sobresale su anuncio de 1909 que anunciaba la venta de tarjetas postales «ilustradas de artistas, bellezas y asuntos españoles». Pero esta era una venta diferente. El anuncio añadía que este producto lo tenían preparado para quien quisiera comenzar un negocio: «Enviamos catálogos a los que quieran dedicarse a la venta de este artículo»⁴¹. No tuvo que ser casualidad la presencia de esta publicidad y que uno de los promotores de la difusión y uso de las tarjetas postales en España fuera un colaborador del AIA, el escritor Mariano Pardo de Figueroa, más conocido como el doctor Thebussem⁴².



Imagen nº 2.- *El Álbum Ibero-Americano*,

Fuente: *El Álbum Ibero-Americano*, 7 de enero de 1902 a 30 de marzo de 1903

39 A partir de aquí todas las cursivas son de la propia fuente. M.^a Dolores Fernández Poyatos, «Orígenes y evolución de la actividad publicitaria en España» (Tesis doctoral, Universidad de Alicante, 2006), 194.

40 Fernández Poyatos, «Orígenes y evolución de la actividad publicitaria en España», 194.

41 *El Álbum Ibero-Americano*, 1909.

42 Iñigo Ybarra Mencos, *El doctor Thebussem y la realidad de la ficción* (Sevilla: Renacimiento, 2009), 256.

El AIA representó una de las mayores fuentes de ingreso para el matrimonio Flaquer. Al parecer no pagaban a quienes estuvieran interesados en publicar e indicaban que no devolvían los originales. Así tanto se podrían asegurar cierta exclusividad en cuanto al contenido de los artículos como ahorrar los gastos de envío de los originales. De esta manera, por la exclusividad de lo que ofrecían en cada número podían incentivar las suscripciones y la venta individual de números del AIA. Respecto a los gastos relacionados con los grabados que ilustraban el AIA también fueron pocos pues muchos de estos ya los tenían de la etapa del AM. En 1903 invitaron a quienes estuvieran interesados en estas imágenes a alquilarlas, para después ofrecer la posibilidad de poder comprarlas⁴³. Estas dos opciones apuntaban a cierta interacción entre el público lector y la propia publicación.



Imagen n° 3.- *El Álbum Ibero-Americano*,

Fuente: *El Álbum Ibero-Americano*, 7 de abril de 1903 a 30 septiembre de 1903

Incluso, esta publicación pudo darles algunos beneficios tanto por el dinero que recibían de las suscripciones como de los anuncios. Las ganancias que sacaron por la publicidad tuvieron que ser importantes pues en las páginas finales de los números correspondientes al año 1903 anunciaban que «no se reciben anuncios por menos de un trimestre»⁴⁴. Aunque

⁴³ Simón-Alegre, «Imágenes, grabados y retratos trasatlánticos,» próxima publicación.

⁴⁴ *El Álbum Ibero-Americano* (consultar los números de 1903).

todavía no se ha podido localizar información específica de cómo gestionaron la publicidad del AIA, es posible que una persona vinculada a una agencia de anuncios lo hiciera ya que esta sección siempre presentó un mismo formato. De esta manera, los Flaquer recibían una cantidad determinada en función del espacio pactado. Tampoco es desacertado plantear que fuera la propia Concepción o Francisco quienes se encargaran de algunas de las transacciones necesarias, para conseguir que algún negocio pagara por anunciarse en el AIA⁴⁵. Como tuvo que pasar cuando algún anuncio desaparecía, quizás porque la persona anunciante no había conseguido los beneficios esperados, y mientras llegaba uno nuevo, este hueco se usaba para anunciar algo relacionado con el AIA. Una advertencia que ya no salía cuando tenían uno nuevo.



Imagen nº 4.- *El Álbum Ibero-Americano*,

Fuente: *El Álbum Ibero-Americano*, 7 de abril de 1904 a 30 de diciembre de 1904

Gracias a la continuidad de los anuncios de las Pastillas Bonald, a base de cocaína, dentro de la sección de publicidad del AIA, desde 1902 hasta 1909, es posible rastrear la campaña publicitaria que rodeó a este singular y popular producto⁴⁶. La evolución de estas pastillas en la sección de publicidad del

⁴⁵ Fernández Poyatos, «Orígenes y evolución de la actividad publicitaria en España,» 153.

⁴⁶ Lou Charnon-Deutsch, *Hold That Pose. Visual Culture in the Late-Nineteenth Century Spanish Periodical* (Louisville: Pennsylvania University Press, 2008), 83-108.

AIA destaca cómo lo anunciado en este periódico tenía una audiencia potencial que lo podía consumir porque cambió su formato largo, presente en los primeros números donde apareció (imágenes 2 a 6), hasta como fue el último de estos anuncios en el AIA (imagen 7) donde era más corto y se reducía a destacar sus cualidades más emblemáticas. Este anuncio, el de formato corto, estuvo en el AIA hasta su final en diciembre de 1909⁴⁷.

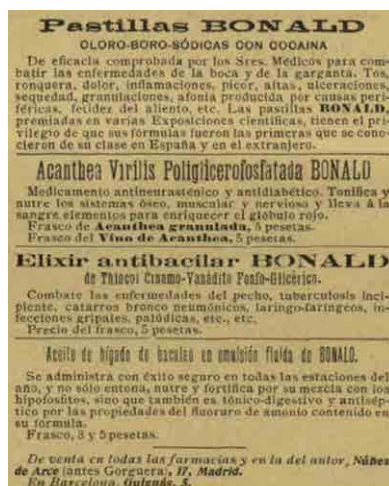


Imagen nº 5.- *El Álbum Ibero-Americano*,

Fuente: *El Álbum Ibero-Americano*, 7 de enero de 1905 a 30 de enero de 1906

Las pastillas creadas por el farmacéutico Bonald, además de estar hechas de cocaína y/o heroína tenían «compuestos bóricos y de los cloratos»⁴⁸. Prácticamente servían para curarlo todo, según lo que señalaba el extenso anuncio del producto en el *Boletín de los Colegios de Practicantes de Medicina y Cirugía* (imagen 8). Eran efectivas ante cualquier síntoma ya que actuaban nutriendo tanto al sistema muscular como al nervioso. Un «solo preparado» ofrecía «las acciones calmantes, tónicas y antisépticas de la cocaína»⁴⁹. En el siglo XXI puede

47 Este anuncio que solo desapareció del AIA entre el 7 de octubre y el 30 de diciembre de 1903.

48 Anónimo, «Terapéutica recomendada: Las pastillas cloro-boro-sódicas del Dr. Bonald», *España Médica*, Madrid, 1 de septiembre de 1912, 13-14.

49 Anónimo, «Terapéutica recomendada,» 13-14.

sorprender que un producto así se anunciara sin más. Pero a finales del siglo XIX y hasta bien entrado el siglo XX, la persecución de este tipo de sustancias estuvo orientada más bien hacia el fraude, respecto a la calidad del producto, que a su consumo. Conseguir opio, cocaína, cannabis y heroína era sencillo ya que se vendían sin prescripción⁵⁰. Antes de que en 1903 las Pastillas Bonald comenzaran a anunciarse en el AIA, hay que destacar cómo a finales del siglo XIX en este periódico se publicaron algunas referencias en relación al consumo de estas sustancias. Estos comentarios destacan porque por un lado, se relaciona su uso con mujeres y hombres, eso sí siempre pertenecientes a clases medias conectadas con la Modernidad, y por otro, porque estas referencias estaban acercando al público lector a plantearse el uso de preparados con ingredientes similares a los de las Pastillas Bonald.



Imagen nº 6.- *El Álbum Ibero-Americano*,

Fuente: *El Álbum Ibero-Americano*, 7 febrero de 1906 a 30 de septiembre de 1906

Las referencias incluidas en el AIA son una especie de prepublicidad para el consumo de preparados con estos ingredientes. Por ejemplo, Concepción Gimeno comparó los efectos tanto positivos como negativos de la felicidad con los producidos al consumir opio «en poca cantidad, fortalece, pero en gran dosis, aniquila, envenena»⁵¹. La

⁵⁰ Usó i Arnal, «San Sebastián (Donostia), 1917,» 101.

⁵¹ Concepción Gimeno de Flaquer, «La felicidad», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 15 de mayo de 1899, 207. Mucho antes de que Gimeno de Flaquer publicara este artículo ya mencionó su aparente familiaridad con lugares en Madrid donde se consumían estos productos: Ana I. Simón-Alegre, «Concepción Gimeno y el ocio teatral madrileño, en 1873,» en *Pasado, presente y porvenir de las humanidades y las artes*, ed. Diana Arauz (México: AZECME, 2013), 433-466.

segunda referencia es del periodista Antonio Ambroa que comentó el consumo de estas sustancias en París. También nombró a quienes usaban estos productos como a «los *smarts*»⁵². Este calificativo estaba a medio camino entre ser una definición positiva y negativa para este grupo de la Modernidad. Independientemente de lo que se consumiera y dónde se hiciera, para Ambroa el acto en sí era revelador de la presencia de una «neurosis». La conexión entre el consumo de este tipo de sustancias y la existencia de algo que no funcionaba correctamente ayudó a la exitosa difusión posterior de preparados como los de Bonald. En la crónica de Ambroa hay cuatro referencias específicas acerca del uso y consumo de estos alucinógenos. La primera señalaba a un grupo étnico, social y económico muy concreto, «los degenerados latinos», que, en uno de los barrios más ricos de París, acudían a «un salón para fumar opio». El segundo colocaba en un contexto europeo este tipo de actos, advirtiendo que en Irlanda lo que se consumía era éter y láudano. El tercero insistía que estas prácticas eran herencia de otros tiempos ya que Baudelaire y su grupo hicieron lo mismo, pero usando «*haschich*». Y en el cuarto abría su uso a las mujeres de clase media ya que indicaba que en las «*bourdoirs*» se regalaban «pequeñas copas de éter»⁵³. A este variado grupo, añadía a los hombres que usaban corsé y a «las mujeres que se visten de hombre con sus trajes de ciclistas y de hechura de sastre»⁵⁴. Por último, mencionaba que el feminismo era una parte ideológica importante de este grupo y que mientras este pensamiento avanzaba algunas expresiones viriles perdían fuerza: «El feminismo progresa; el sexo feo, galante o temeroso, cede sus derechos (...)»⁵⁵.

⁵² Ambroa, «Crónica parisiense,» 422.

⁵³ Con «*bourdoirs*» podía referirse tanto a un espacio femenino de la casa como unas fiestas.

⁵⁴ Ambroa, «Crónica parisiense,» 422.

⁵⁵ Ambroa, «Crónica parisiense,» 422.



Imagen nº 7.- *El Álbum Ibero-Americano*,

Fuente: El Álbum Ibero-Americano, 7 de octubre de 1906 a 30 de diciembre de 1909

Como se puede apreciar en las imágenes de este producto (de la 2 a la 7), el anuncio de las Pastillas Bonald fue evolucionando. Solo fue a partir de 1904 cuando en su publicidad se incluyó la cocaína como uno de sus ingredientes (imagen 4), una advertencia que seguramente ayudó tanto a aumentar sus ventas como a ganarse a sus consumidores. Paulatinamente los diferentes anuncios de este producto ampliaron su uso para las enfermedades y los trastornos que combatían gracias a sus «maravillosos efectos» como paliar la neurastenia, la «debilidad de los centros nerviosos», las enfermedades respiratorias, «la fetidez del aliento»⁵⁶, ayudar con los «efectos de la nicotina», «los efectos nerviosos del estómago»⁵⁷ y «los accidentes mercuriales» (imagen 8)⁵⁸. Estas pastillas se recomendaban «a los cantantes, oradores, catedráticos y a cuantos hayan de usar excesivamente la voz o la palabra»⁵⁹. La transformación del anuncio de las Pastillas Bonald consistió en ir abreviando su información hasta casi dejarla en unas pocas palabras (imágenes 6 y 7). Así su

⁵⁶ *Revista de farmacia*, año 1904, 13.

⁵⁷ *Revista de farmacia*, año 1904, 13.

⁵⁸ *Revista de farmacia*, año 1904, 13.

⁵⁹ *Revista de farmacia*, año 1904, 13.

audiencia no se olvidaba de tener siempre a mano alguna de estas pastillas. Su último anuncio presente en el AIA (imagen 7) desde octubre de 1906 hasta diciembre de 1909, coincidió con el momento en el que las pastillas eran más famosas. El anuncio no necesitaba cambiar ni tampoco presentar novedades pues tenía un público consumidor fiel.



Imagen nº 8.- *Boletín de los Colegios de Practicantes de Medicina y Cirugía*, Año XIII, Número 113.

Fuente: *Boletín de los Colegios de Practicantes de Medicina y Cirugía*, Año XIII, Número 113.

El siguiente anuncio a tener en cuenta para apreciar la audiencia diversa de este periódico es el de los Polvos Coza (Imagen 9) que incluyó el AIA desde su número del 22 de octubre de 1908 hasta el último de diciembre de 1909. Otras publicaciones como *Blanco y Negro* o de tirada más provincial como *La Aspiración* también incluyeron este mismo anuncio pero hasta 1910⁶⁰. Los Polvos Coza eran un remedio que venía de Inglaterra y el anuncio que se utilizaba era el mismo, independientemente del país o del medio en el que se anunciara; lo único que variaba era el idioma en que se presentaba. Como muestra la imagen 9 el anuncio jugaba con la percepción de beber hasta llegar a un estado de borrachera. Este acto estaba tratado como una adicción: era una mano la que conseguía acabar con el dominio que ejercía la botella en

60 Carlos M. Fernández y Xosé M.ª Veiga Ferreira, «La Medicina de ayer a través de la publicidad en la prensa de Betanzos,» *Anuario Brigantino*, nº 15 (1992): 138, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2509449>.

la persona. Para que la mano pudiera tomar ese control, la solución estaba en los Polvos Coza. A partir de 1910 el anuncio cambió a una imagen más conservadora donde ya el acto de beber no se presentaba como una adicción (imagen 10). Esta nueva publicidad mostraba el beber hasta emborracharse como un vicio de hombres que las mujeres, ayudadas por los Polvos Coza, debían controlar (imagen 10)⁶¹.



Imagen nº 9.- *El Álbum Ibero-Americano*, números desde 1908 a 1909.

Fuente: *El Álbum Ibero-Americano*, números desde 1908 a 1909.

Los Polvos Coza estaban rodeados de cierto misterio pues en el anuncio, aunque no se mencionaran sus ingredientes, sí se avisaba de lo imperceptible de su presencia al añadirse a una bebida (imagen 9). Este producto, que, al parecer, estaba compuesto de bicarbonato, canela y comino, había que pedirlo a través de las farmacias que lo distribuían y que aparecían listadas en el propio anuncio (imagen 9). En la publicidad anterior a 1910, dentro de la descripción del

61 Esta última campaña fue la que más se difundió por América del Sur y se mantuvo así en la prensa sobre todo de habla española hasta 1924. Sebastián Quiroga Cubides, *Cultura líquida: Transformación en el consumo de bebidas alcohólicas en Bogotá 1880-1930* (Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2017).

producto, la borrachera estaba localizada como un problema de los hombres que les conducía al «oprobio y el deshonor» (imagen 9). Esta situación podía cambiar si una figura femenina de su vida intervenía y añadía estos polvos a lo que bebía, acto que convertía nuevamente a este hombre en un «ciudadano vigoroso»⁶². Desde que los Polvos Coza comenzaron a distribuirse existió la sospecha de que pudieran ser un placebo⁶³. Aun así el anuncio continuó, posiblemente por lo bien que se pagaba el incluirlo y por la demanda que podría existir por un producto así.



FIGURA 15. Anuncio de Polvo Coza

Fuente: *El Tiempo*, agosto 12 de 1912.

Imagen nº 10.- *Cultura líquida*.

Fuente: *Cultura líquida*, figura 15.

4. La actualidad vista de otra manera: suicidio, guerra y la crítica al toreo

Desde 1890 hasta 1909, el AIA ofreció a su audiencia un análisis de la actualidad desde diferentes perspectivas y ópticas. Esta pluralidad llevó a este medio incluso a mostrar opiniones en contradicción. Por ejemplo, el periodista Eugenio Prat, aunque describió de manera positiva los adelantos que las mujeres estaban protagonizando en todos los terrenos: «Los adversarios

⁶² *El Álbum Ibero-Americano*, números desde 1908 a 1909.

⁶³ *The Journal of the American Medical Association* (22 de junio de 1903) informada de la multa impuesta a un editor en Hamburgo por publicitar un producto para parar la borrachera que no funcionaba.

de la ilustración de la mujer (...) niegan el genio de inventiva a la más hermosa mitad del género humano»⁶⁴. Terminó esta crónica, acerca del aumento de mujeres presentando patentes en Nueva York, recordando un arquetipo de género: «Todo esto sin contar con un privilegio que todas poseen y que explotan hasta la crueldad: las innumerables modificaciones que la mujer ha introducido en la aguja de marear»⁶⁵.

También Concepción Gimeno de Flaquer cayó en contradicciones, especialmente cuando se acercó al tema del suicidio. A finales del siglo XIX, la prensa trató este tema y el AIA fue un medio de comunicación más en reflejarlo⁶⁶. Esta escritora aprovechó la noticia del suicidio del «erudito escritor» Manuel Villar y Macías para criticar los estereotipos que circulaban en «las naciones extranjeras» acerca de los motivos por los que en España «un literato o un maestro de escuela» tomaba esta drástica determinación⁶⁷. Gimeno de Flaquer decía que esas naciones no preguntaban «por qué se ha suicidado, [están] firmemente convencidas de que ha sido por hambre»⁶⁸. Con esta referencia, la autora nos desvela que no solo conocía el trabajo de Emile Durkheim acerca del suicidio, sino también cómo ella sabía que este autor había relacionado el suicidio en el caso español con el hambre⁶⁹. Gimeno de Flaquer señaló que Villar lo hizo a causa de las consecuencias psicológicas que un incidente relacionado con «la *Cronología*, esa pícara, tan odiada por las mujeres» le había dejado⁷⁰. La escritora sugería con esta referencia dos aspectos clave para comprender la decisión del escritor. El primero es que Villar no supo asumir su derrota en un debate. Esta situación «le desconcertó de tal

64 Eugenio Prat, «Crónica Policromada», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 7 de julio de 1894, 45.

65 Prat, «Crónica Policromada», 45.

66 Ana I. Simón-Alegre, «El suicidio en el ejército español como detonante de la crisis en la masculinidad hegemónica a principios del siglo XX», en *Muerte y crisis en el mundo hispano: respuestas culturales*, ed. Esther Alarcón-Arana (Boston: Peter Lang International Publisher, 2020): 83-102.

67 Concepción Gimeno de Flaquer, «Crónica policromada», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 30 de junio de 1891, 278.

68 Gimeno de Flaquer, «Crónica policromada», 278.

69 Simón-Alegre, «El suicidio en el ejército español», 83-102.

70 Gimeno de Flaquer, «Crónica policromada», 278.

modo, que trastornó su cerebro»⁷¹. Y el segundo aspecto es que con la referencia a «Cronología», Gimeno de Flaquer señalaba lo que los estudios acerca del suicidio estaban apuntando: que era una acción protagonizada mayoritariamente por hombres, y en muchas ocasiones a causa de sus dificultades para asumir el paso del tiempo o las enfermedades⁷². Hasta aquí la autora se había mostrado objetiva, pero decidió terminar su artículo condenando y juzgando un acto así: «Dicen algunos que el suicidio es rasgo de valor; yo creo que es prueba de cobardía y sobre todo, falta de fe religiosa»⁷³.

El AIA se especializó en aportar una crítica de lo que ocurría en la actualidad con un toque de discreción. Sirve de ejemplo, cómo Gimeno de Flaquer aprovechó el intenso calor del verano de 1891 para relacionar las altas temperaturas con los numerosos acontecimientos violentos como «reyertas, colisiones, navajazos, insurrecciones, tiros, suicidios y hasta asesinatos»⁷⁴. Violencia y calor estaban unidos porque este último podía «producir irritabilidad nerviosa y hacer fogosos los glóbulos rojos de la sangre: en tal causa hay que buscar los terribles efectos que estamos lamentando en estos días»⁷⁵. Esta ligazón le servía para opinar acerca del intento de asesinato del cabo Pablo Gironés contra un capitán general y su ayudante. Para Gimeno de Flaquer era evidente que este fue un caso claro de locura: «La verdad es que si hubiera cometido el crimen con premeditación, lo hubiera perpetrado antes del santo de la Reina, en cuya fecha podía contar con probabilidades de indulto»⁷⁶.

Otro ejemplo de la inquietud del AIA, fueron las reflexiones de Francisco Flaquer ante el clima bélico, que se respiraba en Melilla a finales de 1893⁷⁷. Flaquer pedía al

71 Gimeno de Flaquer, «Crónica policromada», 278.

72 Simón-Alegre, «El suicidio en el ejército español», 83-102.

73 Gimeno de Flaquer, «Crónica policromada», 278.

74 Concepción Gimeno de Flaquer, «Crónica policromada», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 30 de septiembre de 1891, 38.

75 Gimeno de Flaquer, «Crónica policromada», 38.

76 Gimeno de Flaquer, «Crónica policromada», 38.

77 Francisco de Paula Flaquer, «Crónica española y americana», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 22 de noviembre de 1893, 218.

Ministro de la Guerra un cambio en la manera de tratar el conflicto para que se pusiera en un segundo plano su resolución violenta. Planteaba que en vez de dejar que «nuestros soldados [fueran] los que han de castigar a los rifeños», el ministro tomara la vía diplomática para solucionar el conflicto⁷⁸.

Es cierto que el AIA no cultivó posturas políticas radicales ni criticó al gobierno de turno. Tras el atentado anarquista del Liceo el 7 de noviembre de 1893 en Barcelona, Francisco Flaquer reprochó el uso de la violencia: «esa manera brutal de proceder contra la sociedad no resuelve nada»⁷⁹. Su crítica hacia el anarquismo estaba orientada más bien hacia las consecuencias que el uso de la violencia extrema provocó en las «clases proletarias» que en atacar a esta ideología: «vengan las represalias, no llevando los anarquistas ventaja alguna en este hecho»⁸⁰. Según Flaquer, las consecuencias de este atentado las estaban sufriendo tanto las personas cercanas a este pensamiento como toda la clase proletaria, más que las clases poderosas a las que la bomba iba dirigida. Tras el atentado, el Liceo se había cerrado tanto para «la sociedad», o más bien para quienes pudieran pagar una de sus entradas, ya que se habían quedado privados «de [uno de] los grandes centros de recreo» como para quienes trabajaban en él y este trabajo era «el sostén de numerosas familias necesitadas»⁸¹. Otro ejemplo, es cuando en 1909 los acontecimientos en el norte de África se agravaron y Concepción Gimeno comenzó a insistir en cómo las altas clases españolas también estaban acudiendo a la lucha: «Por doquier brotan generosos arranques individuales, hácese sacrificios por una guerra que se miró con repulsión y que hoy exalta los ánimos, encendiéndose los corazones en ímpetus patrióticos»⁸².

En el AIA se puede rastrear el inicio de una reflexión acerca de cualidades y comportamientos viriles negativos que

78 Flaquer, «Crónica española y americana,» 218.

79 Flaquer, «Crónica española y americana,» 218.

80 Flaquer, «Crónica española y americana,» 218.

81 Flaquer, «Crónica española y americana,» 218.

82 Concepción Gimeno de Flaquer, «Crónica», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 7 de julio de 1909, 350.

formaban parte de lo que Ambroa había señalado como el «sexo feo»⁸³. Por ejemplo, en 1893, Gimeno de Flaquer reprochó el despliegue de medios para la despedida del torero Lagartijo: «La coleta del *diestro* ha preocupado más a los taurómacos, y lo son casi todos los españoles, que los decretos del Congreso»⁸⁴. Este espectáculo ejercía tal poder, que incluso «el alto clero» dobló «la cerviz ante el torero» y aceptó cambiar la hora de una procesión para que no coincidiera con la «fiesta cornúpeta»⁸⁵. También Concepción Gimeno aprovechó esta crónica para señalar que el gobierno y la gente de a pío gastaban dinero en estos espectáculos, cuando la tendencia que recorría el país era una «*sindineritis crónica*»⁸⁶. Gobierno y ciudadanía justificaban el no invertir en crear bibliotecas por la falta de recursos «pero tienen dinero para ir a los toros una o dos veces por semana». Gimeno de Flaquer terminaba señalando que al toreo le rodeaba un fanatismo más propio de otros tiempos: «los pelos de la coleta de *Lagartijo* se han distribuido con más veneración que distribuyeron los primeros cristianos los trozos de la túnica de Jesucristo»⁸⁷.

Además de Concepción Gimeno, el escritor Ángel Ossorio también criticó el fanatismo que existía en el mundo del toreo. Ossorio señalaba que esta «afición» la tenían sobre todo los chicos jóvenes pertenecientes a las clases populares: «Ellos toorean a todo lo nacido, a sus amigos del arroyo, al perro que cruza la calle, (...)»⁸⁸. Este escritor advertía que era un gusto que comenzaba «en la más tierna infancia» y al surgir, los llevaba a dejar de ir a la escuela pues hacían «novillos seis días de cada semana» porque se «pasan las horas muertas» practicando o en el Café Imperial donde se juntaba la gente del toreo. Estos chicos presumían de que solo habían leído un libro, *El Toreo* de José Sánchez de Neira, que era «suma y

83 Ambroa, «Crónica parisiense», 422.

84 Concepción Gimeno de Flaquer, «Crónica española y americana», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 7 de junio de 1893, 242.

85 Gimeno de Flaquer, «Crónica española y americana», 242.

86 Gimeno de Flaquer, «Crónica española y americana», 242.

87 Gimeno de Flaquer, «Crónica española y americana», 242.

88 Ángel Ossorio, «Aficiones toreras», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 7 de junio de 1893, 244.

compendio (...) de toda la humana ciencia»⁸⁹. Ossorio señalaba que se podía reconocer a uno de estos fanáticos por su peculiar manera de hablar, por ejemplo pasaban a contar de otra manera «dicen que tienen un hermanito de cinco hiervas» y traducían todo lo que veían a términos taurinos: «Dicen de una moza que toma varas, de otra que consiente»⁹⁰. Todo lo que les rodeaba debía tener alguna connotación taurina como, por ejemplo, para decorar las paredes de sus cuartos usaban el periódico taurino *La Lidia*. Y por último, Ossorio aprovechó a referirse a que solo se alimentaban de cosas con cuernos para así burlarse de lo que comían cuando no podían pagar carne de vacuno. Decía que aunque su manjar favorito fuera la vaca se consolaban «chupando caracoles, no precisamente por la sustancia, sino porque tienen cuernos»⁹¹.

En 1909, algunos años después del artículo de Ossorio, Emilio Ferraz indicó cómo junto al toreo se había mezclado otro juego más entre los chicos: «Nuestras calles tan pronto se convierten en ruedos taurinos como en campos de batalla, de combates infantiles»⁹². Este escritor señalaba una fuerte conexión entre la exaltación del uso de la violencia, ya fuera contra un animal o contra otro ser humano, desde la infancia. El problema para Ferraz estaba en que estos chicos solo tenían referencias violentas o por lo que escuchaban, nada «más que de guerra», o de lo que veían «fotografías marciales»⁹³. Estos estímulos «les enardece[n], les entusiasma[n]» y así trasladaban a sus juegos el imitar esa violencia. Según Ferraz era una tendencia generalizada entre todos los niños independientemente de su clase social. Todos jugaban a la guerra en la calle, excepto los de «mejor posición» que lo

89 Ossorio, «Aficiones toreras,» 244.

90 Ossorio, «Aficiones toreras,» 244.

91 Ossorio, «Aficiones toreras,» 244. También la escritora Emilia Pardo Bazán fue crítica con el mundo del toreo. José Manuel González Herrán, «Emilia Pardo Bazán y la fiesta de los toros (1875-1921),» en *Fiestas de toros y sociedad*, coord. Antonio García-Baquero González y Pedro Romero de Solís (Sevilla: Universidad de Sevilla, 2003): 591-604. Agradezco a la profesora Lou Charnon-Deutsch esta referencia.

92 Emilio Ferraz Revenga, «Los chicos belicosos», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 14 de agosto de 1909, 350.

93 Ferraz Revenga, «Los chicos belicosos,» 351.

hacían en «sus casas con soldaditos de plomo»⁹⁴. Los niños de los barrios menos populares, pero todavía humildes, mostraban su posición social algo superior, porque tenían más destrezas a la hora de imitar la disciplina del ejército: «En algunas plazas [se] ve a niños haciendo la instrucción con toda formalidad. El mejor vestido, uno que llevaros y coraza, ordena acompasadamente»⁹⁵. Los niños de las clases populares jugaban a la guerra utilizando todo lo que tuvieran a mano: «Por un callejón desemboca un nutrido regimiento de chicos. A la cabeza (¡y qué cabeza!) marcha el más enérgico, con la visera de gorra levantada, con el cinturón abrochado por encima del delantal (...) y con una espada de palo (...)»⁹⁶. Ferraz insistía que estos chicos ya fueran pobres o ricos jugaban incluso imitando el llevar y usar armas: «Todos acuden con sus armas, con escopetas que hacen ruido, con sables de latón. Algunos infelices, a falta de otra cosa, doblan trabajosamente un periódico en forma de batuta (...)»⁹⁷. La última parte del artículo de Ferraz estaba dedicado a las niñas que también jugaban a esta clase de juegos porque «a veces se sienten guerreras»⁹⁸. Lo que este artículo estaba señalando era cómo la violencia y su aprendizaje para incorporarla en la vida diaria fue parte de una generación que relativamente pronto, en 1936, vivió una guerra civil y puso en práctica lo aprendido en estos juegos. Las calles de Madrid que vieron cómo niños y niñas jugaban a la guerra, años después presenciaron cómo los juegos pasaron a convertirse en realidad, dejando rastros reales de muerte y violencia.

5. Alternativas masculinas para salirse del «sexo feo»⁹⁹

Iñigo Sánchez-Llama señala cómo la obra de Concepción Gimeno de Flaquer se adhirió intelectualmente «a los principios estéticos de la modernización burguesa desde el momento en que dignifica las figuras literarias más señeras

94 Ferraz Revenga, «Los chicos belicosos,» 351.

95 Ros es una gorra militar, normalmente está hecha de fieltro y tiene visera.

96 Ferraz Revenga, «Los chicos belicosos,» 350-351.

97 Ferraz Revenga, «Los chicos belicosos,» 351.

98 Ferraz Revenga, «Los chicos belicosos,» 351.

99 Ambroa, «Crónica parisiense,» 422.

del periodo post-isabelino»¹⁰⁰. El AIA fue un medio donde se dieron cita tanto firmas consagradas, por ejemplo Julia Asensi, como nombres emergentes de principios del siglo XX véase Antonio de Hoyos. Aunque todavía alguna de estas firmas resulte desconocida, cada vez son las menos¹⁰¹. Hay que tener en cuenta que el público lector que estaba suscrito al AIA sí que sabía quiénes eran y también que sus trabajos eran sinónimo de modernidad o incluso excentricidad, como en el caso de Antonio de Hoyos. Esta publicación ayudó a Concepción Gimeno a ligar sus planes tanto con la vanguardia como con el desarrollo del mundo burgués catapultado desde las letras. En este proyecto el AIA fue el elemento clave para ponerlo en marcha¹⁰².

De las obras y de los proyectos editoriales que Concepción Gimeno desarrolló sobresale su pretensión de convertirlos tanto en ejemplos de modernidad como de servir de referentes para las mujeres y los hombres que pretendían salirse de comportamientos arquetípicos de género. Además, el AIA fue un cauce para que otras formas de expresar lo masculino comenzaran a circular. Esta fue una tendencia que ha llevado a Ignacio Álvarez a definir a los pensadores que exploraron este camino como «unos hombres buenos»¹⁰³ y que escritores como Ángel Pulido, Manuel Ossorio o Emilio Romera Navarro siguieron. Todos ellos fueron autores que Gimeno de Flaquer citó y que escribieron para el AIA. Esta alternativa viril se fue traduciendo en la exteriorización de una masculinidad más acorde con la Modernidad conectada a los valores de la «burguesía trabajadora»¹⁰⁴. Poco a poco

100 Sánchez-Llama, «La forja de la 'Alta Cultura'» 118.

101 M.^a de los Ángeles Ayala, «Una rareza bibliográfica: 'La república de las letras', de Manuel Ossorio y Bernard.» en *Actas del XIV Congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas*, Vol. III, eds. Isaías Lerner, Robert Nival y Alejandro Alonso (Newark-Delaware: Juan de la Cuesta, 2004), 65-73.

102 Valls, *Prensa y burguesía en el siglo XIX español*, 24.

103 Ignacio Álvarez Rodríguez, «El feminismo de algunos hombres buenos». E-Prints Complutense: 1-9, https://eprints.ucm.es/57066/1/Algunos%20hombres%20buenos_WP%20%281%29.pdf.

104 Nerea Aresti, *Médicos, Donjuanes y Mujeres Modernas. Los ideales de feminidad y masculinidad en el primer tercio del siglo XX* (Bilbao: Universidad del País Vasco, 2001), 138. Es una referencia al pensamiento de Gregorio Marañón.

esta novedosa expresión intentó dejar sin sentido toda acción y comportamiento masculino ligados con el arquetipo viril que Ambroa había nombrado como el «sexo feo»¹⁰⁵. Aunque la tendencia que más costó aparcarse a quienes estuvieron dispuestos a transformar su masculinidad fue el uso de valoraciones de corte paternalista en relación a la articulación de la autoridad de las mujeres en la sociedad¹⁰⁶.

Un ejemplo de esas incoherencias acerca de cómo expresarse fuera de los parámetros del «sexo feo» fueron los comentarios que un colaborador habitual del AIA, Eugenio Prat, publicó en 1894 tras la conferencia del poeta Víctor Balaguer en Madrid¹⁰⁷. Prat destacó cómo Balaguer insistió en «la gran influencia que ejercen la mujer y el arte en la civilización»¹⁰⁸. También resaltó la presencia de mujeres en este acto, como la propia directora del periódico, Concepción Gimeno. Pero a partir de aquí, esta crónica cambió su tono positivo al detallar el «incidente galante» ocurrido ese día. Lo que pasó es que Gimeno de Flaquer felicitó al poeta diciéndole: «*Será usted nuestro último trovador; la galantería morirá con usted*»¹⁰⁹. Unas palabras que provocaron en «un grupo de admiradores de dicha escritora» el siguiente comentario: «*No, la galantería no acabará mientras existan mujeres que inspiren al artista la belleza y la poesía*»¹¹⁰. Esta explicación restaba fuerza a las palabras de Balaguer ya que en su presentación había señalado a las mujeres como motor de conocimiento. Este incidente es paradigmático de la complejidad en las relaciones sociales de hombres y mujeres durante este periodo y, en especial, de los hombres que pretendían salirse de unas expresiones arquetípicas de género sin, a veces, lograrlo enteramente.

105 Ambroa, «Crónica parisiense,» 422.

106 Aresti, *Médicos, Donjuanes y Mujeres Modernas*, 69-114. Chozas Ruiz-Belloso, «La mujer según el *Álbum Ibero-Americano*,».

107 Eugenio Prat y Gil, «Crónica española y americana,» *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 22 de febrero de 1894, 74.

108 Prat y Gil, «Crónica española y americana,» 74.

109 Prat y Gil, «Crónica española y americana,» 74.

110 Prat y Gil, «Crónica española y americana,» 74.

La propia Concepción Gimeno colaboró en facilitar ejemplos a aquellos hombres que estuvieran interesados en emprender un camino de transformación viril. Por ejemplo, aprovechó el anuncio de una nueva producción de la obra *Don Juan Tenorio*, para indicar cómo esta historia mostraba la errónea forma de expresar la masculinidad¹¹¹. Decía que «el donjuanismo» era un tema polémico ya que «no se acepta el *Tenorio* tradicional como ideal moderno; los ideales de hoy son más prácticos»¹¹². Las cualidades de los hombres que seguían al don Juan como modelo eran «la exageración y petulancia» que les conducían a ponerse «en ridículo». Según ella, lo que los hombres tenían que adaptar a su comportamiento era ser «tipos menos declamatorios, más humanos, más reales»¹¹³.

Otra pista que Gimeno de Flaquer ofreció para seguir esta senda viril de transformación fue cómo los hombres no debían hacer una investigación acerca de temas relacionados con mujeres. La autora aprovechó la muerte del criminalista Cesare Lombroso, en 1909, para criticar, no tanto su pensamiento, como la manera en que había estigmatizado a las mujeres en sus investigaciones: «No andaba bien el sabio de psicología femenina»¹¹⁴. En concreto, la escritora restaba validez a las aproximaciones teóricas y empíricas de Lombroso en relación a las «mujeres criminales»¹¹⁵. Lombroso, después de tener listo el aparato crítico de su libro, buscó «en todas partes documentos que sirviesen a sus teorías». Según cuenta Gimeno de Flaquer, cuando Lombroso tuvo listo su ensayo acerca de «mujeres *delincuentes*» pidió al jefe de la policía francesa imágenes que respondieran a este prototipo¹¹⁶. Aunque la

111 Concepción Gimeno de Flaquer, «Crónica semanal», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 7 de noviembre de 1909, 482.

112 Gimeno de Flaquer, «Crónica semanal», 482.

113 Gimeno de Flaquer, «Crónica semanal», 482. La escritora se estaba adelantando con sus matizaciones a los debates entorno a la figura y arquetipo negativo de la viril presente en el mito de don Juan y que a partir de los años veinte circularán en círculos intelectuales véase: Aresti, *Médicos, Donjuanes y Mujeres Modernas*, 115-154.

114 Concepción Gimeno de Flaquer, «Crónica», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 14 de noviembre de 1909, 45.

115 Gimeno de Flaquer, «Crónica», 45.

116 El libro al que se refería Gimeno de Flaquer es *La femme criminelle et la prostituée* (París: Félix Alcan, 1896) que lo escribió Lombroso junto a Guglielmo Ferrero y lo tradujo del italiano al francés Louise Meille.

jefatura le envió lo que aparentemente había solicitado, parece que por una confusión, las fotografías enviadas fueron de «verduleras, buenas mujeres y honradas madres de familia»¹¹⁷. Cuando Lombroso recibió estas imágenes no dudó de que correspondían a retratos de mujeres delincuentes. Lombroso publicó esta investigación usando estas fotos para ilustrar en las mujeres tanto los «estigmas del alcoholismo» como las fisonomías marcadas por el crimen: «Con su frente baja, (...) con su mandíbula feroz, suda crimen por todos sus poros, (...)»¹¹⁸. Así Gimeno de Flaquer cuestionaba las conclusiones a las que Lombroso había llegado en su trabajo¹¹⁹.

Para Concepción Gimeno de Flaquer, el escritor Miguel Romera Navarro representó un buen modelo para que otros hombres siguieran¹²⁰. La escritora le describía como joven aunque muy «versado» y que «cree que el pueblo que no se renueva perece»¹²¹. Los trabajos de Romera estaban guiados por resaltar la importancia de la mujer como el «ser que da al hombre la vida física y la vida moral (...) la creadora de almas»¹²². Gimeno de Flaquer elogió su libro, *Ensayo de una filosofía feminista*, porque criticaba los planteamientos misóginos de Paul J. Moebius¹²³, una acción que valió a Romera que esta escritora le nombrara «feminista español»¹²⁴. Así Romera quedaba situado dentro del grupo de hombres cercanos a Saint Simone, otro buen ejemplo de cómo expresar una masculinidad dialogante: «heraldo de justicia, campeón del oprimido, caballero del ideal, portador del más sano

117 Gimeno de Flaquer, «Crónica,» 45.

118 Gimeno de Flaquer, «Crónica,» 45.

119 Nuevamente tenemos a Concepción Gimeno de Flaquer adelantándose a los debates acerca de los estudios científicos con cierto tono misógino, véase: Aresti, *Médicos, Donjuanes y Mujeres Modernas*, 44-49.

120 Concepción Gimeno de Flaquer, «Crónica feminista», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 14 de mayo de 1909, 206.

121 Gimeno de Flaquer, «Crónica feminista,» 206.

122 Gimeno de Flaquer, «Crónica feminista,» 206.

123 Para explorar la relación del libro de Moebius con Gimeno de Flaquer: Ana I. Simón-Alegre, «Face to Face with Carmen de Burgos: The Influence of Other Women Writers on Her Career and Her Work,» en *Multiple Modernities. Carmen de Burgos, Author and Activist*, ed. Anja Louis y Michelle M. Sharp (New York: Routledge, 2017), 60-75.

124 Gimeno de Flaquer, «Crónica feminista,» 206.

feminismo, porque transformación no es deformación»¹²⁵. Gimeno de Flaquer apoyó a Romera porque sus reflexiones continuaban lo que ella ya había sostenido en sus ensayos: «Si se excluye a la mujer del desempeño de las profesiones intelectuales por suponerla incapaz ¿por qué no hacer igual exclusión absoluta de todos los hombres de escasa inteligencia?»¹²⁶. Es importante recordar que en España funcionó el sufragio universal masculino desde 1890 hasta que se dieron las primeras elecciones en 1933 en las que hombres y mujeres pudieron ejercer su derecho a voto. Gimeno de Flaquer insistía en que algunos de los argumentos misóginos en circulación durante este periodo sostenían que las mujeres no podían ejercer este derecho por incapacidad intelectual. Esta escritora puntualizó este argumento indicando que no todos los hombres que votaban presentaban las mismas actitudes intelectuales y nadie se lo había impedido.

Otros escritores que participaron dentro del AIA en expresar actitudes masculinas desde posiciones menos agresivas respecto al otro y en relación a las mujeres, como Ángel Pulido, críticos respecto a determinadas formas de sociabilización masculina, como Manuel Ossorio, o valedores de la autoridad de las escritoras, véase Antonio de Hoyos, tuvieron un hueco en este periódico. Una de las colaboraciones más destacadas del doctor Ángel Pulido en el AIA fue la que dedicó a defender la música callejera. Pulido estaba respondiendo al artículo de Mariano de Cavia en contra de este tipo de música¹²⁷. Este doctor defendía que las ciudades tenían sonidos característicos que hablaban positivamente de su diversidad. Además, indicaba que sugerir prohibiciones así era peligroso pues podía derivar en extremismos como que «se persigan los colores y se llene todo con el dulce gris»¹²⁸. Para Pulido, la música en la calle era «uno de tantos ruidos, si se quiere calificar así, que atestiguan la vida de una población; y

125 Gimeno de Flaquer, «Crónica feminista,» 206.

126 Gimeno de Flaquer, «Crónica feminista,» 206.

127 Ángel Pulido, «Fonofobia», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 22 de marzo de 1892, 124-125. Mariano de Cavia, «Plato del día: Estruendópolis», *El Liberal*, Madrid, 28 de febrero de 1890 y 2 de marzo de 1890, 2.

128 Pulido, «Fonofobia,» 124.

toda ciudad, por la sola razón de su existencia, debe tener sus ruidos»¹²⁹. Hablando como representante del mundo médico, señalaba a la música como un «estímulo cerebral»¹³⁰. Pulido insistía en lo beneficioso de que circularan libremente los organillos que «vomita[n] notas y notas» con «más o menos delicadeza», pero que no molestaban. Pulido terminaba su artículo indicando que donde había música todo permanecía sereno. La satisfacción que producía la música se traducía en «las fisonomías de los transeúntes» al escuchar estas melodías¹³¹. Con estas reflexiones, Ángel Pulido pretendía tender lazos de entendimiento con otras expresiones de ocio musical que a su vez incluían maneras diferentes de expresar la masculinidad.

Por su parte, Manuel Ossorio lanzó una crítica ácida en contra de los círculos de hombres que se estaban formando en las ciudades¹³². Los criticó tanto por su elevado número como por cualidades del «sexo feo» que potenciaban. Ossorio mostró su desconformidad por su incremento tanto porque algunos de ellos tendían a marcar una identidad regional dentro de las ciudades, como por agrupar a los hombres en función de su clase social, «fundar otro Círculo de personas pudientes para limpiarse mutuamente el calzado»¹³³ o su profesión, como el círculo de los cocheros: «Tampoco acierto a explicarme cómo podrán los socios asistir al Círculo y cuidar simultáneamente de sus coches (...)»¹³⁴. Ossorio criticó duramente a estos círculos al presentar la relación de estos lugares con rasgos masculinos negativos. Estos espacios eran agrupaciones netamente destinadas a la sociabilidad masculina: «En lo antiguo regía

129 Pulido, «Fonofobia,» 124.

130 Pulido, «Fonofobia,» 124.

131 Pulido, «Fonofobia,» 124.

132 Manuel Ossorio y Bernard publicó «Apuntes para un diccionario de escritoras españolas del siglo XIX,» en *La España Moderna* (1889) donde incluyó una biografía de Concepción Gimeno de cuando todavía estaba en México (página 201). Manuel Ossorio, «Vida de círculo», *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 30 de noviembre de 1892, 237 y 7 de diciembre de 1892, 249. Para adentrarse en este tipo de lugares: Zozaya, *Identidades en juego*.

133 Ossorio, «Vida de círculo,» 249.

134 Ossorio, «Vida de círculo,» 249.

el hogar, hoy el club»¹³⁵. Unía a los hombres que frecuentaban estos lugares con aquellos que señalaban a sus familias como una carga: «mediante ellos podemos cómodamente prescindir del hogar aburrido, de la familia incómoda, de los cuidados de la parentela y las pesadeces de la amistad»¹³⁶. Donde todos se reunían alrededor de los sofás para «entregarnos al placer de una siesta» y de las mesas de juego. Lo que se hacía aquí era discutir «durante horas y horas [de] todos los temas del momento» además de ocuparse de otros asuntos: «seguimos las fases de la crónica escandalosa del día» y evitaban hablar de manera personal. Ni siquiera se preguntaban por su estado civil que quedaba como un «misterio». A lo más que llegaban era a que les constara «que [al socio] le gustan las mujeres; pero esta desgracia puede ocurrir a un casado lo mismo que a un soltero»¹³⁷.

Concepción Gimeno de Flaquer pidió a Antonio de Hoyos que escribiera su autobiografía para el AIA¹³⁸. Una petición que Hoyos respondió reconociendo la influencia de la escritora Emilia Pardo Bazán en su decisión de convertirse en escritor. De esta manera, Hoyos reconocía la autoridad de Pardo Bazán en el mundo de las letras y la influencia que ejercía en la generación de escritores de principios del siglo XX. Así se situaba él mismo alejado de expresiones de masculinidad no dialogantes con la presencia y el reconocimiento de las mujeres dentro de este ámbito. Además Hoyos contaba cómo la desilusión de «la vida brillante de los salones», el observar «el adverso de las mentiras sociales» y de verse «rodeado de necios y frívolos» le habían llevado a comenzar a escribir. Por

135 Ossorio, «Vida de círculo», 237.

136 Ossorio, «Vida de círculo», 249.

137 Ossorio, «Vida de círculo», 237.

138 Antonio de Hoyos, «Fragmento de unas memorias futuras. Autobiografía.» *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 7 de marzo 1909, 100-101. Carmen de Burgos se inspiró en Antonio de Hoyos para escribir su cuento «El veneno del arte» (1910). Entre los numerosos trabajos que existen sobre este autor véase: Julio Monteverde, «Antonio de Hoyos y Vinent: la revolución será elegante o no será,» *Quimera: Revista de literatura*, n° 360 (2013): 15-17. Es importante destacar que Antonio de Hoyos murió en la cárcel madrileña de Porlier en 1940, estaba detenido allí por su compromiso político durante la II República. Begoña Sáez Martínez, «Las sombras del modernismo. Efectos del decadentismo en España: la narrativa de Antonio de Hoyos Vinent» (Tesis de doctorado, Universitat de València, 2000).

la estrecha relación que tenía en el desarrollo de su estilo narrativo el momento en el que abrió los ojos a la realidad que le rodeaba, Hoyos destacaba que siempre escribía de experiencias «sinceras, verdaderas, vividas»¹³⁹. Hoyos pertenecía a la aristocracia madrileña, una posición en la que el escritor no estaba del todo a gusto, y siempre que podía intentaba alejarse de esos círculos y abrirse a otro tipo de ambientes. Por la experiencia que estas exploraciones sociales le habían dado, su obra literaria insistía en «que los hombres y las mujeres son siempre iguales» y que todas las clases sociales quedaban igualadas por «las pasiones, las ambiciones y los deseos»¹⁴⁰. Por su parte, Concepción Gimeno describió a Hoyos como a un autor «elegante en su estilo (...) galante, siempre caballero» y la escritora aprovechó para caracterizar a todos aquellos que criticaran a Hoyos por ser personas «de mala educación»¹⁴¹. Así Gimeno de Flaquer reconocía públicamente y de manera positiva a un escritor que se había alejado de arquetipos de género nocivos. Antonio de Hoyos se presentaba en el AIA como un escritor que había llegado a desarrollar un estilo propio por cómo la vida le había ido llevando por diferentes ambientes. Esta mundología le había hecho saber reconocer la autoridad de las mujeres y además le había permitido explorar otras opciones fuera de arquetipos de masculinidad conectados con el «sexo feo».

6. Conclusiones

El Álbum Ibero-Americano fue una publicación que se puede definir más bien por su carácter híbrido que por haber sido un periódico femenino. El AIA se mantuvo a medio camino entre diferentes géneros periodísticos y se enfocó tanto de cara a un público de lectoras como de lectores, ambos con capacidad y deseo de consumir, debatir y experimentar lo que la Modernidad estaba poniendo a su disposición en el espacio público. El cuestionamiento en las actitudes masculinas cercanas a lo que desde las páginas del AIA el periodista

139 Hoyos, «Fragmento de unas memorias futuras,» 100.

140 Hoyos, «Fragmento de unas memorias futuras,» 100.

141 Hoyos, «Fragmento de unas memorias futuras,» 100.

Antonio Ambroa había señalado como «sexo feo» circuló entre este público ávido de conversaciones. En esta investigación se han incluido las opciones a este arquetipo que Concepción Gimeno de Flaquer y algunos de los colaboradores habituales en esta publicación, véase al escritor Emilio Ferraz, señalaron.

El público lector del AIA, cada vez que abría uno de sus números esperaba encontrar un reflejo de las ambivalencias que se estaban produciendo en el terreno de las expresiones de género mientras esta publicación circulaba (1890-1909). Como a lo largo de esta investigación se ha destacado, señalar al AIA como un referente de la memoria ha facilitado un trabajo de recuperación de voces que hasta hace poco estaban relegadas a planos secundarios dentro de las letras españolas. Además, el recuperar a firmas del periodismo poco conocidas en el siglo XXI, pero con mucha resonancia en la España finisecular, posibilita acceder a cómo desde la prensa mujeres y hombres estaban cuestionando los paradigmas de género asignados a los sexos. Especialmente es importante destacar cómo desde las páginas del AIA se insistía en que los hombres podían tener alternativas para no tener como referente al arquetipo del «sexo feo». En concreto, se identificaba con esta expresión negativa al gusto por la tauromaquia, el ir demasiado al casino y el uso de la violencia para todo, incluso para jugar. Además, parte de la publicidad incluida en el AIA mostraba cómo hombres y mujeres estaban demandando pastillas y productos que tanto les ayudaran a lidiar con enfermedades de índole físico y psíquico, véanse las Pastillas Bonald, como a paliar adicciones, como los Polvos Coza. Estos padecimientos y dependencias también apuntaban a las alteraciones que se estaban dando dentro de los arquetipos de género. Y por último, hay que destacar cómo en este artículo sobresale la labor editorial que realizaron Concepción Gimeno de Flaquer y Francisco de Flaquer manteniendo un periódico en activo durante casi veinte años y haciéndole evolucionar a la par que la sociedad española lo hacía. A través de la labor como editora y escritora en el AIA la figura de Concepción Gimeno emerge como una activista en pro de potenciar una sociedad más equitativa entre mujeres y hombres y que sobresalió, por ejemplo, en su defensa del escritor Antonio de Hoyos.

Bibliografía

Fuentes primarias

El Álbum Ibero-Americano, Madrid, 30 de diciembre de 1909, 568 y 574.

«A nuestros suscriptores». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 14 de mayo de 1898, 203.

«A nuestros suscriptores». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 30 de mayo de 1898, 235.

«Saludo». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 7 de agosto de 1890, 2.

Ambroa, Antonio. «Crónica parisiense». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 30 de septiembre de 1899, 422.

Anónimo. «Informaciones». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 7 de enero de 1909, 9.

Anónimo. «Terapéutica recomendada: Las pastillas cloro-boro-sódicas del Dr. Bonald.» *España Médica*, Madrid, 1 de septiembre de 1912, 13-14.

Cávia, Mariano de. «Plato del día: Estruendópolis». *El Liberal*, Madrid, 28 de febrero de 1890 y 2 de marzo de 1890.

Ferraz Revenga, Emilio. «Los chicos belicosos». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 14 de agosto de 1909, 350-351.

Flaquer, Francisco de Paula. «Crónica española y americana». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 22 de noviembre de 1893, 218.

Gimeno de Flaquer, Concepción. «Crónica policromada». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 30 de septiembre de 1891, 38.

Gimeno de Flaquer, Concepción. «Crónica policromada». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 30 de junio de 1891, 278.

Gimeno de Flaquer, Concepción. «Crónica española y americana». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 7 de junio de 1893, 242.

Gimeno de Flaquer, Concepción. «La felicidad». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 15 de mayo de 1899, 207.

Gimeno de Flaquer, Concepción. «Crónica feminista». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 14 de mayo de 1909, 206.

Gimeno de Flaquer, Concepción. «Crónica». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 7 de julio de 1909, 350.

Gimeno de Flaquer, Concepción. «Crónica semanal». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 7 de noviembre de 1909, 482.

Gimeno de Flaquer, Concepción. «Crónica». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 14 de noviembre de 1909, 45.

Hoyos, Antonio de. «Fragmento de unas memorias futuras. Autobiografía». *Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 7 de marzo de 1909, 100-101.

Ossorio, Ángel. «Aficiones torera». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 7 de junio de 1893, 243-244.

Ossorio, Manuel. «Vida de círculo». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 30 de noviembre de 1892, 237 y 7 de diciembre de 1892, 249.

Prat y Gil, Eugenio. «Crónica española y americana». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 22 de febrero de 1894, 74.

Prat y Gil, Eugenio. «Crónica Policromada». *Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 7 de julio de 1894, 2.

Pulido, Ángel. «Fonofobia». *El Álbum Ibero-Americano*, Madrid, 22 de marzo de 1892, 124-125.

Fuentes secundarias

Alonso, Cecilio. «Sobre la categoría canónica de raros y olvidados.» *Anales de Literatura Española*, nº 20 (2008): 11-38. <http://www.cervantesvirtual.com/obra/sobre-la-categoria-canonica-de-raros-y-olvidados/>.

Álvarez Antuña, Víctor Manuel, y Delfín García Guerra. «Regeneracionismo y Salud Pública: el bienio de Ángel Pulido

al frente de la Dirección General de Sanidad (1901-1902).» *Dynamis: Acta hispanica ad medicinae scientiarumque historiam illustrandam*, nº 14 (1994): 23-42. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=131166>.

Álvarez Rodríguez, Ignacio. «El feminismo de algunos hombres buenos». E-Prints Complutense. https://eprints.ucm.es/57066/1/Algunos%20hombres%20buenos_WP%20%281%29.pdf.

Aresti, Nerea. *Médicos, Donjuanes y Mujeres Modernas. Los ideales de feminidad y masculinidad en el primer tercio del siglo XX*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2001.

_____. «La historia de género y el estudio de las masculinidades. Reflexiones sobre conceptos y métodos.» En *Feminidades y masculinidades en la historiografía de género*, editado por Henar Gallego Franco, 173-194. Granada: Comares, 2018.

Ayala, M.^a de los Ángeles. «Una rareza bibliográfica: 'La república de las letras', de Manuel Ossorio y Bernard.» En *Actas del XIV Congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas, Vol. III*, editado por Isaías Lerner, Robert Nival y Alejandro Alonso, 65-73, Newark-Delaware: Juan de la Cuesta, 2004.

Charnon-Deutsch, Lou. *Hold That Pose. Visual Culture in the Late-Nineteenth Century Spanish Periodical*. Louisville: Pennsylvania University Press, 2008.

Chozas Ruiz-Belloso, Diego. «La mujer según *el Álbum Ibero-Americano* (1890 -1891) de Concepción Gimeno de Flaquer.» *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*, nº 29 (2005). <https://webs.ucm.es/info/especulo/numero29/albumib.html>.

Eiroa San Francisco, Matilde. «Memoria e historia en redes sociales: nuevos soportes de resistencia al olvido de la Guerra Civil española y el Franquismo.» *Historia Y MEMORIA*, nº 21 (2020): 71-108. DOI: <https://doi.org/10.19053/20275137.n21.2020.9659>.

Ezama Gil, Ángeles. «La pionera: Concepción Gimeno de Flaquer.» En *Las musas suben a la tribuna. Visibilidad y autoridad de las mujeres en el Ateneo de Madrid (1882-1939)*, 165-

169. Madrid: Ediciones Genuvee, 2018. DOI: <https://doi.org/10.22429/Euc2019.008>.
- Fernández, Pura, ed. *No hay nación para este sexo*. Madrid: Ediciones de Iberoamericana, 2015. DOI: <https://doi.org/10.31819/9783954870523>.
- Fernández, Pura. «¿Una empresa de mujeres? Editoras Iberoamericanas contemporáneas.» *Lectora*, nº 25 (2019): 11-39. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=1437846>.
- Fernández, Carlos M., y Xosé M.^a Veiga Ferreira. «La Medicina de ayer a través de la publicidad en la prensa de Betanzos.» *Anuario Brigantino*, nº 15 (1992): 123-140.
- Fernández Poyatos, M.^a Dolores. «Orígenes y evolución de la actividad publicitaria en España.» Tesis doctoral, Universidad de Alicante, 2006.
- González Herrán, José Manuel. «Emilia Pardo Bazán y la fiesta de los toros (1875-1921).» En *Fiestas de toros y sociedad*, coordinado por Antonio García-Baquero González y Pedro Romero de Solís, 591-604. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2003.
- Hernández Prieto, M.^a Isabel. «Escritores hispanoamericanos en *El álbum Ibero-Americano (1890-1899)*» *Documentación de las Ciencias de la Información*, nº 16 (1993): 118-153. <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN9393110115A/20154>.
- Qiu, Manqing. «Las mujeres en la prensa de 1898 (*El Socialista*, *La Revista Blanca*, *El Álbum Ibero-americano*, *Diario de Barcelona*, *Heraldo de Madrid*, *El Imparcial*).» *Comunicación y Género* nº 1, 2 (2018): 193-209. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6824497>.
- Quiroga Cubides, Sebastián. *Cultura líquida: Transformación en el consumo de bebidas alcohólicas en Bogotá 1880-1930*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2017.
- Monteverde, Julio. «Antonio de Hoyos y Vinent: la revolución será elegante o no será.» *Quimera: Revista de literatura*, nº 360 (2013): 15-17.

Palomo Vázquez, M.^a Del Pilar. «Las revistas femeninas españolas del siglo XIX. Reivindicación, literatura y moda.» *Arbor*, n° 190, 767 (2014). DOI: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2014.767n3001>.

Partzsch, Henriette. «Editoras en ciernes el espíritu empresarial de las llamadas escritoras isabelinas.» *Lectora*, n° 25 (2019): 77-91. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=1437846>.

Pintos, Margarita. *Concepción Gimeno de Flaquer. Del sí de las niñas al yo de las mujeres*. Madrid: Plaza y Janes, 2016.

Sáez Martínez, Begoña. «Las sombras del modernismo. Efectos del decadentismo en España: la narrativa de Antonio de Hoyos Vinent.» Tesis de doctorado, Universitat de València, 2000.

Sánchez-Llama, Iñigo. «La forja de la ‘Alta Cultura’ española de la Restauración (1874-1931): una perspectiva post-isabelina.» *Hispanic Research Journal*, n° 5, 2 (2004): 111-128. DOI: <https://doi.org/10.1179/hrj.2004.5.2.111>.

Simón-Alegre, Ana I. «Concepción Gimeno y el ocio teatral madrileño, en 1873.» En *Pasado, presente y porvenir de las humanidades y las artes*, editado por Diana Arauz, 433-466. México: AZECME, 2013.

_____. «Face to Face with Carmen de Burgos: The Influence of Other Women Writers on her career and her work.» En *Multiple Modernities. Carmen de Burgos, Author and Activist*, editado por Anja Louis y Michelle M. Sharp, 60-75. New York: Routledge, 2017. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315172248-5>.

_____. «El suicidio en el ejército español como detonante de la crisis en la masculinidad hegemónica a principios del siglo XX.» En *Muerte y crisis en el mundo hispano: respuestas culturales*, editado por Esther Alarcón-Arana, 83-102. Boston: Peter Lang International Publisher, 2020.

_____. «Imágenes, grabados y retratos trasatlánticos en *El Álbum de la Mujer* y en *El Álbum Ibero-Americano*.» En *Del salvaje siglo XIX al inestable siglo XX en las letras peninsulares: una mirada retrospectiva a través de hispanistas*, editado por Ana I. Simón-Alegre. Delaware: Vernon Press, 2021. (próxima publicación).

- _____. «Concepción Gimeno de Flaquer entre Ciudad de México y Madrid (1883-1910).» En *Maura, Sofía y Una Eva Moderna*, Concepción Gimeno de Flaquer. Sevilla: Renacimiento, 2021. (próxima publicación).
- Usó i Arnal, Joan Carles. «San Sebastián (Donostia), 1917: la sobredosis que cambió la historia de las drogas en el estado español.» *Norte de Salud Mental*, 12, nº 50 (2014): 101-115. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4893207>.
- Valls, Josep-Frances. *Prensa y burguesía en el siglo XIX español*. Barcelona: Anthropos, 1988.
- Vialette, Aurélie. «Vidas paralelas e historias conectadas: Concepción Gimeno de Flaquer (1850-1919) y sus redes transatlánticas.» En *No hay nación para este sexo. La Re(d) pública transatlántica de las Letras: escritoras españolas y latinoamericanas (1824-1936)*, editado por Pura Fernández, 147-166. Madrid: Ediciones de Iberoamericana, 2015. DOI: <https://doi.org/10.31819/9783954870523-007>.
- Vida, Federico. «Del autor, de la escritura y la voz.» *Ciencias sociales*, nº 5.2 (2013): 1631-1635. <https://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/2577/67-319-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Ybarra Mencos, Iñigo. *El doctor Thebussem y la realidad de la ficción*. Sevilla: Renacimiento, 2009.
- Zozaya, María. *Identidades en juego: formas de representación social del poder de la élite en un espacio de sociabilidad masculino, 1836-1936*. Madrid: Siglo XXI, 2015.

Citar este artículo

Simón Alegre, Ana Isabel. «Prensa, publicidad masculinidades a través de *El Álbum Ibero-Americano*.» *Historia Y MEMORIA*, nº 22 (2021): 29-75. DOI: <https://doi.org/10.19053/20275137.n22.2021.12102>.

