



La prensa histórica como fuente documental generadora de credibilidad en la ficción: el caso de *El tiempo entre costuras*

Francisco Cabezuelo Lorenzo¹; Raquel Caerols Mateo²; Joaquín Sotelo González³

Enviado: 22 de agosto de 2018 / Aceptado: 28 de septiembre de 2018

Resumen. Este trabajo analiza la presencia de los medios de comunicación (prensa impresa, radio y cine) en *El tiempo entre costuras*, novela de María Dueñas llevada posteriormente a la televisión por Atresmedia. La investigación demuestra que el recurso consistente en la presencia de los medios en el relato es una de las claves del éxito de este fenómeno de masas. Las referencias constantes a los medios sirven para generar credibilidad y realismo en la historia. A través de una metodología 'ad hoc' y tras el análisis de fuentes primarias y secundarias, disecciona la presencia de la prensa en la narración de los acontecimientos recogidos. En los resultados de la investigación, se cataloga la prensa por su origen geográfico, tipología o área de especialización informativa, con el fin de identificar y exponer las razones de este éxito mediático internacional de la industria cultural española cuando la economía española atravesaba una época de crisis.

Palabras clave: Medios de comunicación; Periodismo; Literatura; Historia contemporánea; Televisión; *El tiempo entre costuras*.

[en] Historical Press as a Documentary Source and Credibility Maker in the Fiction: the case of *The Time in Between*

Abstract: This article analyzes the presence of the media (printed press, radio and cinema) comprehensively on the bestselling novel *The Time in Between*, written by María Dueñas, and later adapted as a successful TV drama series. The research shows that the references of the mass media in the story are one of the keys that explain the success of this cultural product. The permanent references to the mass media are used to generate credibility and realism by Dueñas. Using an 'ad hoc' methodology and after analysis of primary and secondary sources, this paper dissects the presence of the printed press, radio and cinema in the story. Finally, the newspapers and magazines found are classified by geographical origin, type or area of specialization. Therefore, this paper identifies and explains the reasons of the international success of this product of the Spanish cultural industry in a former time of crisis.

Keywords: Mass Media; Journalism; Literature; Contemporary History; Television; *The Time in Between*.

Sumario: 1.- Introducción y justificación. 2.- Metodología de análisis. 3.- Análisis y resultados. 3.1. Análisis de las menciones explícitas a medios de comunicación. 3.1.1. La prensa según su adscripción

¹ Universidad Complutense de Madrid
fcabezue@ucm.es

² Universidad Francisco de Vitoria
r.caerols.prof@ufv.es

³ Universidad Complutense de Madrid
joaquin.sotelo@ccinf.ucm.es

geográfica. 3.1.2. La prensa política. 3.1.3. Publicaciones de estilo y moda. 3.1.4. Otras menciones explícitas. 3.2. Análisis de las menciones generales al sector de la comunicación social. 4.- Conclusiones. 5.- Referencias bibliográficas.

Cómo citar. Cabezuelo Lorenzo, F.; Caerols Mateo, R.; Sotelo González, J. (2018) La prensa histórica como fuente documental generadora de credibilidad en la ficción: el caso de *El tiempo entre costuras* en *Documentación de las Ciencias de la Información* 41, 135-145.

1. Introducción y justificación

A pesar de la gran crisis del mercado de la comunicación en España durante los últimos años (Cabezuelo, 2013: 703), la editorial Grupo Planeta y su grupo audiovisual Atresmedia han podido celebrar logros empresariales gracias al respaldo de la crítica y el favor del público, y, por supuesto, a potentes campañas de promoción. Es el caso de *El tiempo entre costuras*, una novela publicada por Planeta en 2009, *opera prima* de María Dueñas (Puertollano, Ciudad Real, 1964), uno de los debuts literarios de más éxito en lo que va de siglo en España. Se trata de un fenómeno literario y mediático de la literatura en lengua española digno de convertirse en objeto de estudio por diferentes motivos. Se han vendido un total de tres millones de ejemplares en todo el mundo, de los que dos millones corresponden a las copias vendidas en lengua española entre España y Latinoamérica, y el otro millón a los ejemplares vendidos en el resto del mundo. La novela se sigue vendiendo en una treintena de países, entre los que destacan las ventas en Alemania, Austria, Australia, Bulgaria, Canadá, China, Reino Unido, Rusia, Estados Unidos, Francia, Holanda, Italia, Portugal y Brasil, entre otros. Para ello, la obra se ha traducido a más de 25 idiomas.

Del mismo modo, la novela ha inspirado la serie homónima de Antena 3 Televisión, producida por Boomerang TV. Su estreno el 21 de octubre de 2013 se convirtió en el debut de ficción más visto de la cadena en los últimos 12 años y de todas las series nacionales en televisión desde enero de 2005, con 5.018.000 espectadores (25,5% del share). Y en su último episodio, el 20 de enero de 2014 se despidió con récord histórico de 5.536.000 espectadores (el 27,8% del share). A lo largo de sus once episodios, la producción logró una media de más de 4,9 millones de espectadores y el 25,5% de cuota, líder absoluta de audiencia, de acuerdo con los datos de Kantar Media facilitados por Atresmedia, superando los habituales y tradicionales desencuentros entre las grandes producciones audiovisuales españolas y un público nacional poco identificado a veces con las producciones patrias (García Fernández, Reyes Moreno y Clemente Mediavilla, 2014: 685-718).

La distribuidora francesa Lagardère adquirió la serie para su distribución en territorios francófonos como Bélgica, Canadá, Francia y Suiza. Asimismo en Rumanía se ha podido ver en abierto la producción de Series Atresmedia, Croacia cerró la compra para los canales RTL1 y RTL 2, y en Filipinas se ha visto la serie a través del canal Life Style Network. En otros países de Europa también se ha visto la serie, como en Italia (Mediaset), Alemania y Portugal (TVI). Además, Atresmedia negocia la venta de la serie en Rusia, Hungría, Serbia, Bosnia, Montenegro, Macedonia y Eslovenia donde se están cerrando los detalles de la adquisición de los derechos. En

Latinoamérica, la serie se ha emitido en el canal Netflix y Hola TV, cadena lanzada por Atresmedia TV y la revista *Hola*. Incluso la productora Boomerang TV también cerró un acuerdo para que la serie basada en la novela pudiera ser vista por los viajeros usuarios de Renfe e Iberia, de acuerdo con los datos facilitados por Atresmedia para este análisis.

Además, la serie fue elegida por la prestigiosa agencia The Wit como uno de los estrenos de ficción mundial más destacados del año. La ficción audiovisual recibió cuatro premios de la Unión de Actores, el Fotogramas de Plata a la Mejor Actriz de televisión, Adriana Ugarte, y el Premio Zapping a Mejor Actor para Tristán Ulloa. De la misma manera, *El tiempo entre costuras* recibió el Premio Líber a la Mejor Adaptación Audiovisual de una obra literaria por parte de la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) en el marco de la XXII Feria Internacional del Libro celebrada en Barcelona en 2014.

2. Metodología de análisis

Este trabajo contempla dos grandes objetivos. Un primer objetivo general es vislumbrar el uso hecho de la prensa histórica no solo como herramienta de investigación por parte de Dueñas, sino como argumento comunicativo para generar credibilidad en el relato. En segundo lugar, como objetivo específico y propio de este trabajo se pretende enumerar e identificar toda alusión directa o indirecta realizada a medios de comunicación (especialmente las cabeceras de medios impresos) en el seno de la novela.

A su vez, este trabajo se fundamenta en la hipótesis de que uno de los pilares del éxito de *El tiempo entre costuras*, tanto en su versión en papel como audiovisual, es su excelente reconstrucción histórica basada en la investigación exhaustiva en la prensa del momento. La necesidad de saber contextualizar las narraciones históricas ha dado lugar a figuras de especialización profesional como la del *film researcher* (López de Solís, 2013). Esos méritos en la reconstrucción de la estética del momento destacan tanto en la novela como en la versión audiovisual, aunque este trabajo solo analiza la obra impresa. A su vez, una segunda hipótesis establece que el uso de la prensa citada en la novela sirve sobre todo como herramienta para dotar de realismo y credibilidad a la ficción literaria puesta en marcha por la escritora castellano-manchega.

El análisis se ha completado con la consulta de las obras y autores de referencia en el campo de la Historia del Periodismo Español y Universal. Del mismo modo, también se han consultado fuentes directas en la Hemeroteca Nacional, dependiente de la Biblioteca Nacional de España, en Madrid, bien con visitas presenciales a su sede como a través de las herramientas de acceso digital online.

3. Análisis y resultados

3.1. Análisis de las menciones explícitas a medios de comunicación

El texto de la novela desvela un total de 61 alusiones a los medios de comunicación recopiladas tras su búsqueda en las 638 páginas de la novela. De las 61, un total de 28 son menciones (45,9% del total) directas y explícitas a medios de comunicación

existentes en la primera mitad del siglo pasado, mientras que 33 menciones (54,01% del total) son alusiones indirectas al mundo del Periodismo, la Comunicación Social e incluso las Relaciones Públicas. En esas 28 menciones directas a publicaciones impresas se citan un total de 18 cabeceras. Todas aparecen una vez citadas, a excepción del *Abc* (3), *Arriba* (3), *Harper's Bazaar* (3) y *Gaceta de África* (2), *Madame Figaro* (2), *Vanity Fair* (2) y *Vogue* (2). El resto de medios recibe una mención explícita tal y como se puede comprobar en la Tabla 1.

Publicación	Menciones	Porcentaje	Páginas
<i>Abc</i>	3	10.71%	352a, 352b, 473
<i>Alcázar</i>	1	3.57%	473
<i>Arriba</i>	3	10.71%	364, 366, 473
<i>Blanco y Negro</i>	1	3.57%	170
<i>BOE</i>	1	3.57%	432
<i>Diario España</i>	1	3.57%	337
<i>El Debate</i>	1	3.57%	14
<i>El Heraldo</i>	1	3.57%	14
<i>Gaceta de África</i>	2	7.14%	148 y 204
<i>Harper's Bazaar</i>	3	10.71%	162, 166 y 217
<i>Ketama</i>	1	3.57%	170
<i>La Esfera</i>	1	3.57%	170
<i>Madame Figaro</i>	2	7.14%	162 y 217
<i>Marruecos Gráfico</i>	1	3.57%	170
<i>Mundo Obrero</i>	1	3.57%	19
<i>Nuevo Mundo</i>	1	3.57%	170
<i>Vanity Fair</i>	2	7.14%	162 y 307
<i>Vogue</i>	2	7.14%	155 y 162
	28	100%	Total = 28

Tabla 1.- Menciones directas a medios de comunicación del momento.
Elaboración propia a partir de los datos localizados en la obra analizada.

3.1.1. La prensa según su adscripción geográfica

El análisis de la nacionalidad u origen geográfico de las citadas publicaciones referidas en *El tiempo entre costuras* descubre que las publicaciones españolas editadas en la Península y que son citadas explícitamente en la novela son un total de diez, lo que supone el 56% del total. La publicaciones españolas editadas en Protectorado de Marruecos y Norte de África suman un total de cuatro medios, lo que supone un 22%, mientras que finalmente los medios internacionales son cuatro, lo que representa una presencia del 22%. De esas cuatro publicaciones extranjeras o de perfil internacional,

hay que destacar que todas son revistas de moda. Tres son anglosajonas, como *Harper's Bazaar*, *Vanity Fair* y *Vogue*, y una es francófona, como *Madame Figaro*. Las revistas de moda de lengua inglesa son archiconocidas y se siguen publicando hoy en ediciones tanto internacionales como en lengua española. Por su parte *Madame Figaro* es hoy la revista *Woman*, que también cuenta con edición en castellano.

Origen	Menciones	Porcentaje
Prensa española de la Península	10	56%
Prensa española del Protectorado de Marruecos	4	22%
Prensa Internacional	4	22%

Tabla 2.- La prensa en *El tiempo entre costuras* según su origen geográfico (Elaboración propia).

Sin embargo, mucho más desconocidas tanto entre el gran público como entre los expertos, son las publicaciones propias del Protectorado de Marruecos recogidas por María Dueñas. Destacan cabeceras propias de la zona, como *Diario España*, *Gaceta de África*, *Ketama* o *Marruecos Gráfico*. El *Diario España* se publicó entre 1938 y 1967 en Tánger, que entonces estaba considerado territorio internacional. Por su parte, *Gaceta de África* era la fusión de los diarios *Eco de Tetuán* y *El Norte de África*, medios existentes ya desde 1860, y la revista *Ketama* era una publicación cultural nacida en 1925 (De Ágreda Burillo, 2012: 149-156). De estos medios, que podrían denominarse prensa colonial, probablemente el más sobresaliente sea *Marruecos Gráfico*. Se trataba de una revista semanal ilustrada editada en Tetuán con números de casi medio centenar de páginas, en lengua española, cuyo principal redactor artístico fue Salvador Rojo Jover. Probablemente era la publicación más destacada por su innovación técnica de toda la prensa colonial. Contaba con secciones como la “Página israelita” y la “Página femenina” o “Notas financieras”. También publicaba artículos de historia, arte, sociedad, moda e incluso de creación literaria. Estaba especializada en crónicas gráficas de actualidad, con profusión de fotografías, referentes especialmente al protectorado español en Marruecos con guías turísticas de Ceuta, Melilla, Tánger, Alcazarquivir, Tetuán y Larache, tal y como se puede constatar revisando sus páginas en la Hemeroteca Nacional.

3.1.2. La prensa política

Si se realiza un análisis por áreas de especialización periodística, encontramos que un total de 16 publicaciones son cabeceras de información general y política (57% del total), mientras que 11 lo son del campo de las publicaciones especializadas en estilo y moda (39% del total). Entre las publicaciones de hondo calado político destacan *Abc*, *Alcázar*, *Arriba*, *El Debate*, *El Herald* o *Mundo Obrero*.

Tipología	Menciones	Porcentaje
Prensa de información general y política	16	57%
Prensa especializada en estilo y moda	11	39%
Otras publicaciones	1	4%

Tabla 3.- La prensa en *El tiempo entre costuras* según su área de especialización periodística (Elaboración propia).

Si se realiza una revisión de la prensa de información general y política es preciso resaltar que María Dueñas cita tanto publicaciones de derechas como de izquierdas, lo que dota a la obra de un equilibrio ideológico poco habitual en obras ambientadas en estos convulsos años.

En relación a la prensa política aparecida en la novela, son necesarios los siguientes comentarios. Respecto al diario *Abc*, es bien conocida la tradición conservadora, monárquica y católica de este legendario periódico fundado en enero de 1903 por Torcuato Luca de Tena y Álvarez-Ossorio, en un primer momento como semanario, y desde 1905, como diario. Con otro posicionamiento también conservador, pero muy diferente, encontramos el diario *Alcázar*. Se trata de una publicación de extrema derecha. Fue fundado en 1936 durante el asedio al Alcázar de Toledo, entonces Academia de Arma de Infantería, por el comandante Víctor Martínez Simancas. Este medio terminó convirtiéndose en unos meses en el órgano de los requetés. Terminada la contienda bélica fratricida, el ministro Ramón Serrano Suñer favorece esta publicación convirtiéndose en un órgano de propaganda del régimen (Rodríguez Virgili, 2000 y 2005).

Duras connotaciones políticas tenía también el periódico *Arriba*, desde el mismo día de su lanzamiento en marzo de 1935 por el mismísimo José Antonio Primo de Rivera para ser el órgano oficial de la Falange Española. *Arriba* fue cerrado por el Gobierno de la Segunda República un año más tarde de su fundación (Checa Godoy *et alt.*, 2007). Estas actuaciones permiten establecer algunos de los valores que ordenaban la sociedad española de la época y también sus principales temores y miedos en el orden político y social (Paz Rebollo y Montero Díaz, 2010: 363). *Arriba* reapareció en 1939 con la victoria del bando franquista, convirtiéndose en el ejemplo por antonomasia de la denominada Prensa del Movimiento hasta su cierre en 1979.

María Dueñas también cita *El Debate*, nacido con este nombre en 1910 y que alcanzaría sus mayores cotas de éxito con el liderazgo de Ángel Herrera Oria, quien lo dirigió entre 1911 y 1931 (Serrano Oceja y Cantavella Blasco,) y el apoyo de la Asociación Católica de Propagandistas (ACdP). Se publicó hasta 1936. Tras la victoria franquista de 1939 ya no volvió a ver la luz a pesar de múltiples intentos. Su matriz, Prensa Católica, optó por reforzar el diario *Ya*. Por su parte, *El Debate* era ideológicamente conservador y clerical, pero era a la vez muy moderno en su diseño, estructuración de secciones y maquetación (Núñez-Olmo Romero, Pérez-Cuadrado y González-Díaz, 2010: 291).

Los medios mencionados por María Dueñas y que viran a la izquierda son *El Heraldo* y *Mundo Obrero*. El diario *El Heraldo* fue un periódico nacido en 1890 en el seno de los valores de la ideología liberal que poco a poco fue evolucionando hasta posicionarse como un periódico republicano de izquierdas en la época de la Segunda República, con gran éxito entre el público hasta su cierre en 1939 (Cantavella Blasco y Serrano Oceja, 2011).

Por su parte, la histórica y legendaria publicación *Mundo Obrero*, nacida en el verano de 1930, todavía hoy existente, aunque con muy poca difusión o influencia, comparada con la que tuvo en otros años, sobre todo en sus orígenes. Volvió a tener peso en la Transición (Barrera del Barrio, 1995). Sigue siendo la publicación oficial del Partido Comunista de España (PCE). Es una de las más veteranas de nuestro país.

La presencia cuantitativa en la novela de dos medios de izquierdas frente a cuatro de derechas no debe llevarnos a engaños. Lo que podría definirse más o menos como

un desequilibrio numérico alcanza su empate cuando las referencias a medios como *Arriba* o *Alcázar* se producen únicamente para referirse directamente a ellos como meros órganos de propaganda del régimen que orquestaban campañas de propaganda contra Reino Unido y a favor de Alemania.

3.1.3. Publicaciones de estilo y moda

Fuera del mundo de la política, entre las publicaciones de estilo y moda españolas citadas por María Dueñas destacan, entre las de origen español, las revistas *Blanco y Negro* o *La Esfera* además de las revistas internacionales previamente citadas en lengua inglesa y francesa. Al igual que su publicación hermana, el diario *Abc*, la revista *Blanco y Negro* fue creada también por Torcuato Luca de Tena. Nació en 1891 y tiene entre sus méritos el haber sido la primera publicación española en utilizar el papel *couché* y el color, a pesar de su nombre. Del mismo modo, el 15 de mayo de 1912 consiguió publicar la primera fotografía en color de la prensa en España. Por su parte, *La Esfera*, como revista gráfica de información general, también marcó una época y para muchos historiadores fue la mejor de su tiempo. En esto coinciden los estudiosos como M^a Cruz Seoane, M^a Dolores Sáiz (1983) y Jean-Michel Desvois (1996) que la consideran una publicación paradigma del periodismo gráfico de actualidad.

3.1.4. Otras menciones explícitas

En la sección de otras publicaciones quedaría catalogado de manera aislada el *Boletín Oficial del Estado (BOE)* como publicación *sui generis* de una naturaleza diferente, pero que al fin y al cabo no deja de ser un periódico diario, heredero de la *Gazeta de Madrid* ya existente en 1660 (Sánchez Aranda y Barrera del Barrio, 1992).

3.2. Otras menciones ligadas al mundo de la comunicación social

En el apartado de alusiones indirectas, destacan menciones al mundo de la radio y del cine, como medios de comunicación existentes en el período histórico en el que se ambienta la novela. Se hacen un total de cuatro referencias a la radio, como cuando, por ejemplo, escuchan los partes sobre la Guerra Civil Española a través de las ondas (pág. 188), o en la recta final de la novela, cuando se hace mención a un discurso del primer ministro británico Sir Winston Churchill en la radio inglesa (pág. 491).

Destacan también las alusiones al mundo del séptimo arte. El cine aparece citado en tres ocasiones. Destacan las menciones explícitas a películas del momento. Así, en la página 228 se habla de *La hermana San Sulpicio* o de *Don Quintín, el Amargao*, como ejemplos del cine patrio, o esa misma página cuando se cita *Sombrero de copa*, de Fred Astaire y Ginger Rogers, por ejemplo. Posteriormente, en la página 445 menciona el estreno de la cinta *Rebeca* en la Gran Vía de Madrid. Más allá de estas creaciones artísticas es curioso que la única novela que aparece mencionada en *El tiempo entre costuras* sea *Fortunata y Jacinta* (pág. 368), de Benito Pérez Galdós.

Categoría	Menciones	Porcentaje
Medios impresos	28	80%
Radio	4	11,5%
Cine	3	8,5%

Tabla 4.- Menciones a los diferentes medios de comunicación (prensa, radio y cine) en *El tiempo entre costuras* (Elaboración propia).

En la novela, constantemente se hacen referencias directas o indirectas al oficio del periodista, pues uno de los protagonistas es un supuesto periodista inglés, llamado Marcus Logan (págs. 290 y 560), destinado como corresponsal en España para informar a la opinión pública británica de nuestra Guerra Civil. En una ocasión se refieren a él despectivamente con el término “plumilla” (pág. 309). En general, sobre el trabajo del periodista se encuentran varias alusiones (págs. 309, 312 y 316), en especial sobre sus relaciones con las fuentes informativas.

Puesto que en la historia narrada el espionaje y la propaganda son dos aspectos sustanciales, en numerosas ocasiones se encuentran varias alusiones al mundo de la propaganda. En el relato, hay varios casos en los que se puede identificar a la prensa del Franquismo como una herramienta de propaganda a favor o en contra de alguna causa. Así, por ejemplo, se habla de una campaña contra Reino Unido. “La prensa emprendió una agresiva campaña acusando a Gran Bretaña de ser culpable del hambre que España padecía” (pág. 362). Se identifica la prensa franquista como una herramienta al servicio del ministro Ramón Serrano Suñer (pág. 363). La prensa como herramienta de propaganda recoge menciones en las páginas 362, 363, 364, 367, 404, 460 y 485.

Pero no siempre la prensa en *El tiempo entre costuras* es el espejo de la propaganda, manipulación o tergiversación de la opinión pública. También hay menciones neutras como, por ejemplo, la de la página 487, en la que simplemente se informa de la inauguración del nuevo hipódromo de La Zarzuela en Madrid en mayo de 1941. Del mismo modo, la prensa recoge connotaciones positivas en las páginas 290, 301, 303, y 415, cuando se habla de ella como reflejo de herramienta de inspiración a través de sus fotografías para la creación de piezas de vestuario femenino. Es muy destacado el uso de la prensa como herramienta para el aprendizaje de la moda por imitación a través de la prensa, fotos y anuarios en los que inspirarse para la creación de modelos para trajes de fiesta, por ejemplo. No hay que olvidar que la protagonista es una modista.

Otras menciones al sector de la comunicación	Páginas
Radio	164, 188, 369, 491
Referencias a los anuncios en prensa	198 y 487
Cine	228, 290 y 445
Supuesto trabajo de Marcus Logan como periodista	290 y 560
Alusiones generales al mundo de la fotografía y de las revistas de moda	290, 301, 303, 415

Uso del protocolo como herramienta comunicativa en eventos	303
Definición y funciones del oficio de periodista	309, 312 y 316
Relaciones públicas	312 y 313
Referencia a la agencia de información	341
Propaganda alemana	364, 404 y 485
La prensa como rumor y/o extensión de la propaganda	362, 363, 367, 460
Fortunata y Jacinta	368
Periódicos y crisis de gobierno	484
Publicación inglesa de la Embajada Británica	486
Corresponsales extranjeros acreditados en Lisboa	523
Total de menciones	Total = 33

Tabla 5.- Menciones al sector de la comunicación en *El tiempo entre costuras*, excluyendo las alusiones directas a medios de comunicación. Elaboración propia a partir de los datos localizados en la obra analizada.

Finalmente, es digna de ser destacada la aparición en la novela de otro campo propio de las Ciencias de la Comunicación Social, como son las Relaciones Públicas (págs. 312 y 313) y el Protocolo (pág. 303). Estas menciones, sin embargo, puede que no sean muy afortunadas, sobre todo las referidas a las Relaciones Públicas. En los años en los que se contextualiza la historia, este término no era usado, y en el caso de serlo, sin duda alguna, no lo era con el significado que tiene en la actualidad y que es con el que parece que la autora lo utiliza en la novela.

4. Conclusiones

A pesar de las críticas que haya podido recibir en su contra *El tiempo entre costuras*, esta creación de ficción ha supuesto todo un fenómeno mediático en el panorama cultural español, tanto literario como audiovisual, digno de estudio desde la perspectiva de las Ciencias de la Comunicación Social. Desde una metodología *ad hoc*, en este trabajo se han dado respuestas a los interrogantes iniciales que tenían como objetivo identificar cuáles eran los medios citados en la novela, su naturaleza, área de especialización informativa, orígenes e incluso posibles orientaciones políticas. Gracias al análisis de las 61 alusiones a medios de comunicación recogidas en 46 páginas, del total de 638 que dan forma a la novela, se puede afirmar sin temor a equivocarse que:

1.- Las menciones tanto directas como indirectas a los medios de comunicación se han podido cuantificar, estableciendo un total de 28 menciones (45,9%) directas y explícitas a medios de comunicación, mientras que 33 menciones (54,01%) son indirectas. Este equilibrio entre menciones directas e indirectas reparte de manera correcta posibles desviaciones de atención del lector hacia un detallismo excesivo que puede ser contraproducente por el exceso de detalle e interrumpir un ritmo ágil de la lectura.

2.- Las cifras del análisis confirman la hipótesis que afirmaba que uno de los pilares del éxito es su excelente reconstrucción histórica basada en la investigación exhaustiva en la prensa del momento. Se cita sobre todo la prensa impresa, pero también se hace referencia a la radio y al cine del momento. La presencia de referencias a medios de comunicación de manera regular a lo largo del texto narrativo dota de rigor al texto narrativo de ficción de María Dueñas.

3.- Del mismo modo, los datos extraídos del análisis también corroboran que el uso de la prensa citada en la novela sirve como herramienta para dotar de realismo y credibilidad a la ficción literaria escrita por la profesora y escritora manchega. El contar con referencias a medios de diferente ideología, como *Arriba*, *Alcázar* o *Mundo Obrero*, también hace que la balanza ideológica no se decante hacia un posicionamiento político concreto, algo harto difícil cuando se trata de una historia ambientada en la Segunda República, la Guerra Civil y los primeros años del Franquismo. El citar medios de diferentes extremos ideológicos no decanta la novela hacia una ideología determinada, lo que puede ser otra de las claves del éxito de esta historia, que se centra en las peripecias de la existencia humana y no en una posible faceta política de su personaje protagonista.

4.- El equilibrio entre citas a medios españoles de la Península, de medios propios del Protectorado de Marruecos y de medios internacionales puede estar detrás de la buena acogida de la novela dentro y fuera de nuestras fronteras. Una vez realizado el análisis de la nacionalidad u origen geográfico de las citadas publicaciones, se constata que las publicaciones españolas editadas en la Península son un total de diez (56%) y las publicaciones editadas en Protectorado de Marruecos son cuatro (22%) al igual que las internacionales. Los referentes periodísticos citados en *El tiempo entre costuras* van desde grandes publicaciones internacionales y archiconocidas, como *Vanity Fair* o *Vogue*, hasta otras muy locales, como *Gaceta de África* o *Ketama*, pasando por prensa nacional política, como *Abc*, *El Debate* o *El Heraldo*.

De este modo, *El tiempo entre costuras* se ha convertido en un *best-seller made in Spain*, pero de carácter universal. Se ha traducido a más de 25 idiomas y se comercializa con éxito en una treintena de países de todo el mundo. Lo mismo ha ocurrido con la serie de televisión de Atresmedia, presente hoy en día en las plataformas digitales de video bajo demanda de más de una veintena de países. El estudio demuestra que la documentación e investigación de calidad usando fuentes hemerográficas dota a las creaciones de ficción, ya sean literarias o televisivas, de mayor credibilidad, rigor y, por tanto, posibilidades de éxito.

5. Bibliografía

- Barrera del Barrio, Carlos: *Periodismo y franquismo: de la censura a la apertura*. Barcelona, Ediciones Internacionales Universitarias, 1995, 188 págs.
- Cabezuelo Lorenzo, Francisco: “Cinco años de crisis en el sector de la comunicación (2008-2013)”, *Revista Historia y Comunicación Social*, 2013, 18/Extra, 703-715. http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44358
- Cantavella Blasco, Juan y Serrano Oceja, José Francisco (Eds.): *La prensa anticlerical en la historia*. Madrid, Fragua, 2011, 219 págs.
- Checa Godoy, Antonio *et alt.*: *La comunicación durante la Segunda República y la Guerra Civil*. Madrid, Fragua, 2007, 547 págs.

- De Ágreda Burillo, Fernando: “Recuerdos de un tiempo de revistas hispano-árabes en Marruecos”, *Revista Miscelánea de Estudios Árabes y Hebraicos - Sección Árabe-Islam*, 2012, 61, 149-156.
- Desvois, Jean-Michel: “El estatus de periodista en España de 1898 a 1936: nacimiento y consolidación de una profesión”. *Revista Comunicación y estudios universitarios*, 1996, 6, 33-46.
- García Fernández, Emilio; Reyes Moreno, Maribel & Clemente Mediavilla, Jorge: “Público y cine en España. Problemas de identidad y marca para un cine propio”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 2014, 20/2, 685-718 http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n2.47029
- López De Solís, Iris: *El film researcher*. Barcelona, Editorial UOC, 2013, 118 págs.
- Núñez-Romero Olmo, Francisco; Pérez Cuadrado, Pedro & González Díaz, Laura: “Los deportes y la estructura visual de *El Debate* (1910-1936). El cambio a la maqueta horizontal”, *Revista Latina de Comunicación Social*, 2010, 65, 291-309. http://www.revistalatinacs.org/10/art2/901_Madrid/23_Romero.html DOI:10.4185/RLCS-65-2010-901-291-309
- Paz Rebollo, María Antonia y Montero Díaz, Julio: “Las películas censuradas durante la Segunda República. Valores y temores de la sociedad republicana española (1931-1936)”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 2010, 16, 369-393.
- Rodríguez Virgili, Jordi: *El Alcázar y Nuevo Diario, del asedio al expolio*. Madrid, CIE Dossat, 2005, 485 págs.
- Rodríguez Virgili, Jordi: “La cooperativa del diario *El Alcázar* (1945-1948)”, *Historia y Comunicación Social*, 2000, 5, 171-187.
- Sánchez Aranda, José Javier & Barrera del Barrio, Carlos: *Historia del periodismo español: desde sus orígenes hasta 1975*. Pamplona, Ediciones de la Universidad de Navarra (EUNSA), 1992, 548 págs.
- Sáiz García, María Dolores. & Seoane, María Cruz: *Historia del Periodismo en España*. Madrid, Alianza Editorial, 1983, 576 págs.
- Seoane, María Cruz y Sáiz García, María Dolores: *Cuatro siglos de periodismo en España: De los avisos a los periódicos digitales*. Madrid, Alianza Editorial, 2007, 400 págs.
- Serrano Oceja, José Francisco y Cantavella Blasco, Juan (Eds.): *Ángel Herrera Oria y el diario El Debate*. Madrid, Edibesa, 2006, 307 págs.