

El papel del cómic político como herramienta para la divulgación de las instituciones y la comunicación electoral en Francia

The role of political comic as a tool for the dissemination of institutions and electoral communication in France

Bethlem BORONAT CLAVIJO

EAE Business School (España)

bboronat@eae.es

Recepción: Marzo 2021

Aceptación: Julio 2021

RESUMEN

La sociedad francesa tiene una larga y apasionada relación con los cómics, con especial implantación del cómic político. No se trata únicamente de un abordaje satírico o crítico sino que, usando formatos más elaborados, como la novela gráfica, nos ofrece auténticos trabajos de investigación periodística sobre los entresijos del funcionamiento de las grandes instituciones o del desarrollo de escándalos políticos. A través del análisis de tres cómics políticos muy exitosos en Francia, este trabajo expone cómo los cómics políticos mejoran el conocimiento de las instituciones por parte de los ciudadanos, desvelando cómo funcionan algunos procesos y espacios de decisión general inaccesibles al gran público y cómo puede ser una buena herramienta de transmisión de mensajes.

Palabras clave: Comunicación política, comic, novela gráfica, elecciones.

Clasificación JEL: D72.

ABSTRACT

French society has a long and passionate relationship with comics, with a special emphasis on political comics. It is not only a satirical or critical approach but, using more elaborate formats, such as the graphic novel, it offers us authentic journalistic research works on the intricacies of the operation of large institutions or the development of political scandals. Through the analysis of three very successful political comics in France, this work exposes how political comics improve citizens' knowledge of institutions, revealing how some processes and general decision spaces that are inaccessible to the general public work and how they can be a good tool for transmitting messages.

KEYWORDS: Political communication, comic, graphic novel, elections.

JEL Classification: D72.



1. INTRODUCCIÓN

El ser humano ha usado las representaciones gráficas para explicar las circunstancias de su existencia desde las primeras pinturas rupestres que, a pesar de carecer de guion o de texto, ya pretendían inmortalizar un acontecimiento humano. La fuerza de las imágenes como herramienta para explicar lo que resulta difícil de comprender se presenta también en grandes obras de arte como la Puerta del Paraíso, del Baptisterio de Florencia, en la que, a través de 10 escenas gráficas, el autor intenta explicar a los feligreses analfabetos que acceden al templo algunos momentos seleccionados del Antiguo Testamento.

Casi 400 años antes de la Puerta del Paraíso encontramos el que muchos consideran en Francia el precursor de la actual historieta, el tapiz de Bayeux, creado entre 1066 y 1082 que relata las conquistas realizadas por Guillermo el Normando para el rey de Inglaterra, Eduardo el Confesor. Posteriormente, en el siglo XVIII el grabador inglés William Hogart comenzó a publicar secuencias de escenas bajo el título general *Modern Moral Subjects*, que incluían narraciones como *La carrera de una prostituta*, *Industriosidad y pereza* o *Vida de un libertino* y que pretendían mostrar momentos puntuales de personajes concretos con intenciones moralizantes. Pero el bisabuelo más cercano del cómic actual, según Bergado y coautores, es Rodolphe Töpffer, pedagogo, artista y dibujante suizo a quien se considera el padre de la novela gráfica. Formado en París, dibujó álbumes orientados a adultos que relataban peripecias de personajes no sólo de forma gráfica, sino añadiendo al pie de cada viñeta una o dos líneas de texto. Entre sus obras encontramos *Viajes y aventuras del Doctor Festus* o la divertida *Historia de Monsieur Jabot*.

141

La novedad que aportaba Töpffer era, sin duda, su construcción visual y de relato y su combinación de imagen y texto en una narración continua. Las historietas de Töpffer se extendieron de forma legal (y a veces de forma clandestina) por Europa, generando la aparición de historietistas en prácticamente todos los países europeos.

Una de las características de las historietas es su capacidad para explicar cuestiones complicadas y por eso, de forma natural fue ganando un lugar en la prensa generalista, como nota de humor, de polémica o de sátira, apoyando los contenidos noticiables. De ahí surgieron las populares tiras cómicas, que aún podemos encontrar en algunos periódicos generalistas, o las ilustraciones que mantienen publicaciones como *The New Yorker*.

Dado este contacto entre ilustración, historieta y actualidad resulta casi natural que, a la larga, el cómic comience a ocuparse no solo de aventuras fantásticas sino también de historias reales. Y ya no solo en formatos sencillos, como la gacetilla, el español tebeo o las viñetas o tiras en periódicos, sino en forma de libros. Una vez superada la Segunda

Guerra Mundial, cuando los países aliados empezaban a recuperarse económicamente se inició de forma estable la publicación de libros de historietas, tanto únicos como en forma de álbumes de personajes que vivían historias episódicas. Grandes personajes como Tintin, Lucky Luke, El Capitán Trueno, Asterix el Galo, Barbarella o El Corto Maltés fueron educando el paladar *historietístico* de miles de personas a partir de los años 50 del siglo XX y hasta nuestros días.

El éxito de ventas de estos álbumes fue animando a autores y editoriales a retomar el formato de novela gráfica y a sumergirse, recuperando una vez más el origen del grafismo como herramienta de comprensión del mundo, en temas más elaborados, como las biografías, autobiografías o investigaciones políticas o sociales con rigor casi periodístico.

2. OBJETIVOS

El principal objetivo de este trabajo es entender cómo los cómics políticos informan a los ciudadanos de forma alternativa a los medios tradicionales y cómo esta forma alternativa de comunicarse es y puede ser utilizada por partidos políticos y gobiernos para transmitir mensajes o reforzar posicionamientos concretos como por ejemplo, en uno de los casos que tratamos, un posicionamiento gubernamental de fomento de la transparencia institucional.

En resumen, el trabajo se cuestiona si un cómic político, gracias a su abordaje más directo y humano y a la ventaja “emocional” del uso de imágenes, puede mejorar la percepción de un político, un gobierno o una institución y si ese logro puede hacerse incluso sin comprometer la libertad creativa de los autores. También se cuestiona si el beneficio para la institución es el mismo si la obra se realizar con o sin el auspicio de la propia institución.

3. METODOLOGÍA

Para desarrollar esta investigación se ha realizado un análisis de contenido de tres novelas gráficas: *Quai d'Orsay* volúmenes 1 y 2, de la edición española de Norma Cómics, dibujada por Christophe Blain y guionizada por Abel Lanzac (pseudónimo de Antonin Baudry) y ‘Campagne Présidentielle’ (reedición 2017) y *Le Château*, de Mathieu Sapin, editado por Dargaud. El análisis se ha centrado, especialmente, en la descripción de personajes y líneas narrativas de las diversas obras para, a través de ellas, de su elección y de su disposición en la narración, interpretar las segundas líneas de lectura.

En todas ellas se ha estudiado la narración completa, entrando levemente en la primera línea narrativa, es decir, la historia que cuenta la obra como tal, y descifrando más profundamente los aspectos complementarios que componen la segunda línea narrativa,



aquella que muestra los detalles, acciones y palabras tras las que se ubican los mensajes transmitidos por las propias instituciones.

4. ESTADO DEL ARTE EN FRANCIA

Mientras que en otros países europeos, el cómic aún está luchando para quitarse de encima el sambenito de lectura juvenil o la consideración exclusivamente humorística o de narrativa de ficción, en Francia, las *bandes-dessinées* son un auténtico eje de la expresión cultural con tratamiento también de la información de actualidad y el ámbito de la política.

La historieta francesa se engarza en la tradición de historieta francófona, que incluye también a las obras belgas y suizas, generando una de las escuelas más importantes del mundo, junto a la estadounidense y la japonesa. Algunos datos para mostrar el papel de la historieta en Francia: en 2005, los cómics representaban un 7% de la producción editorial francesa¹, en 2017 la venta de cómics, manga y *bandes-dessinées* (así se divide en el mercado francés en función de su origen estadounidense, japonés o local) representó un 10% del total de ventas editoriales², lo que supuso un incremento del 13% en relación con el año anterior. Por primera vez, en 2017, la *bande-dessinée* se situó como el tercer actor del mercado editorial francés, detrás de la literatura generalista y la literatura infantil y juvenil (Paquett, 2017).

143

En un panorama social en el que la venta y consumo de historietas es tan importante, no es extraño que los autores busquen su inspiración en las facetas de la vida cotidiana que atraen e interesan a los franceses. Y la política es uno de los temas estrella en la actualidad francesa.

No se trata del interés casi *obligatorio* por el devenir del país que, en una medida u otra, tienen todos los ciudadanos de cualquiera de los estados europeos. Por ejemplo, en 2016 el principal tema de discusión de los franceses en Facebook no fue otro que las elecciones presidenciales del año siguiente, por delante incluso de la Eurocopa de fútbol (Lausson, 2016).

En Francia, los políticos son auténticas *celebrities* que ocupan las portadas de los semanarios de información política pero también las de los magazines sociales, como VSD o Closer. De ellos se conoce su trabajo y su vida privada, y se sigue con intenso interés el devenir de las acciones y decisiones de aquellos más representativos (Dakhli, 2005, Delporte, 2008).

En la televisión francesa son habituales los programas de información política, que suelen tener un formato semejante al magazine, con debate integrado y, a menudo, con participación de los ciudadanos. En 1954 *Face à l'opinion*, con Pierre Coval se convirtió en pionero en estas emisiones y en los últimos años han destacado, *Des Paroles et Des Actes*, con David Pujadas, *Parole Directe*, con Laurence Ferrari, *Mots Croisés*, con Alain

Duhamel y Arlette Chabot, uno de los más longevos ya que lleva en emisión desde 1997, o *L'Emission Politique* de France 2, conducido por Léa Salame.

Por hacer una comparativa que permita entender el impacto de las emisiones políticas en Francia, la participación de Emmanuel Macron previa a la primera vuelta de las presidenciales de 2017 en *L'Emission Politique* de France 2 obtuvo un 16,7% de share³, más de un punto y medio por encima que la audiencia que logró la primera gala de *Operación Triunfo* en 2017 (15,9%) (Juste, 2017), un programa que representa un auténtico fenómeno televisivo en España. En datos globales, Macron obtuvo la atención de 3,6 millones de franceses contra los algo más de 2 millones que escucharon las primeras actuaciones de la nueva generación de 'triumfitos'. Hablando de formatos de telerrealidad, Dailymotion y LCP lanzaron dos propuestas de este estilo protagonizadas por políticos: *J'aimerais vous y voir* (LCP-AN) et *Politique à domicile* (DailyMotion). Ninguna de las dos tuvo demasiado alcance, pero el mero hecho de proponer una experiencia así indica el nivel de interés que genera la política en el país vecino.

144

Tras acabar la Segunda Guerra Mundial, la producción de cómics se anima en Francia. Probablemente las sensibilidades no estén para muchas historietas políticas, al menos en la superficie, pero en entornos *underground* comienzan a aparecer *fanzines* con contenido político a partir de los años 40 (Lefort, 1991). En los años 60, cuya turbulencia política acabará desembocando en el Mayo del 68, la actividad de los *fanzines underground* aumenta, y aunque no siempre incluyen contenidos que puedan ser calificados de cómic, alimentan un cierto abordaje disruptivo del discurso político que veremos reflejado posteriormente en algunos cómics políticos.

A partir de los años 70, al hilo de las publicaciones satíricas políticas como *Charlie Hebdo* comienzan a surgir álbumes políticos que, generalmente, son una recopilación de tiras breves, como *Giscard n'est pas drôle* (1976), de Wolinsky, fallecido en el atentado de 2015 o *Mitterrand et son boeuf* (1981), de Cabu, quien también desapareció en el mismo atentado. En 1993 también aparece un cómic satírico sobre Jean Marie Le Pen llamado *Captain Nepel* y que, de la mano de Cauvin y Lambil, carga duramente contra el político ultraderechista.

Pero el momento en el que las editoras comienzan realmente a apostar fuerte por los contenidos políticos llega con la elección presidencial de 2007. Es un momento francamente *viñetable*. Jacques Chirac, un tipo carismático, deja la presidencia de la República y para sustituirle se presentan dos personajes caricaturizables (y ampliamente caricaturizados): Ségolène Royal y Nicolas Sarkozy. Este último es la *víctima* favorita de los dibujantes. Sus rasgos físicos contribuyen a la caricatura (escasa estatura, nariz prominente...) y el estilo con el que se comunica facilita líneas y líneas de frases contundentes. Además, su peculiar biografía y carrera política (el alcalde más joven de Francia, la traición a Chirac por Edouard Balladur, el regreso a Chirac, la contundencia como Ministro del Interior...) contribuye a generar una cierta mitificación del personaje.



A partir de este momento comienza una pequeña edad de oro del cómic político francés. Vents d'Ouest publica *La Face Karchée de Sarkozy*, de Riss, Cohen y Malka, que será el primer volumen de una saga de novelas gráficas que, a través de un ingrediente satírico, repasan la biografía, el desempeño político y el devenir vital del entonces candidato y posteriormente presidente de la República. Fue un rotundo éxito que logró vender más de 200.000 ejemplares y que se tradujo a diversos idiomas, entre ellos el español, gracias a Glénat. Corresponden a esta saga otros títulos como *Sarkozy 1er* y *Carla and Carlito*.

Sarkozy será el centro de otros muchos cómics políticos, como *Sarkozy, kit de survie* de Charb; *Tout sour Sarko*, una de las Soleil Guides firmada por Brenard Cire que también se ocupará de su contrincante en "Tout sur Ségol"; la colección "Les Aventures de Sarkozix (Tout pour ma gueule)" de Lupano, Bazile y Maffre, en la que, en diversos volúmenes, se transporta la actualidad y los personajes de la política francesa a un escenario inspirado en la Galia de Astérix; *Les Chroniques du Regne de Nicolas 1er* de Patrick Rambaud y Olivier Grojonowsky; o *J'aurais voulu faire président* de Bercovici, publicado en 2011 y en el que se dibuja el intento de cambio de tono del entonces presidente de la República para ser capaz de ser reelegido.

Este florecimiento se enriquecerá con la aparición de otros títulos desvinculados ya del político de la UMP, pero que aprovecharán el tirón del interés por la política, como *De Gaulle a la plage* de Jean-Yves Ferri o *Jacques Chirac, les aventures de l'Ex*, de Olivier Ranson.

A partir de este momento de efervescencia, los autores interesados en política comienzan a diversificar sus temáticas. No solo se dibuja sátira o biografía, sino que se empiezan a explorar otros formatos, como el periodismo de investigación, el cómic histórico, la política ficción o el testimonial (más o menos satírico en ocasiones).

En 2010 aparece *Quai d'Orsay* que se convertirá rápidamente en un éxito de ventas. Christophe Blain y Abel Lanzac (de quien se sabrá después que su nombre real es Antonin Baudry, un ex trabajador del Quai), firman una historia en la que, al estilo de Tintin, se explica lo que pasa dentro del Ministerio de Exteriores francés y los entresijos de la diplomacia usando situaciones ficticias muy parecidas a las reales. Por ejemplo, Dominique De Villepin, quien había estado al frente del ministerio, es fácilmente reconocible en el personaje del ficticio ministro Taillard de Vorms.

En 2011 aparece el segundo volumen y en 2013 se alza con la Fauve d'Or de Angoulême, por lo que abre la puerta al cómic político más allá de la simple parodia. Un brillante ejemplo de este cómic político fortalecido es *L'Affaire des affaires* del periodista Dennis Robert, Yann Lindingre y Laurent Astier: cuatro intensos volúmenes en los que se relata el proceso que supuso el reportaje de periodismo de investigación de Robert para desvelar el Caso Clearstream, que mostró los desagües de las estructuras financieras europeas y

que puso en el punto de mira a diversos políticos franceses entre ellos Dominique de Villepin y el propio Sarkozy.

La relación entre política y políticos franceses continúa con la elección de François Hollande y títulos como *Moi, Président*, de Marie-Eve Malouines y Faro. Pero el personaje de Hollande da algo menos juego a autores y audiencias. En cambio, ese proceso electoral se convierte en el objeto de un cómic que se mueve entre la narración testimonial y el reportaje periodístico y que marca un estilo más divulgador: *Campagne Présidentielle*, de Mathieu Sapin. En él, el autor, que se convierte en narrador en primera persona, dibuja y describe los entresijos de la campaña electoral de François Hollande, desde una tono ingenuo que, un poco al estilo del primer Jordi Évole⁴, lo que permite descubrir buena parte de los entresijos poco visibles del desarrollo de una campaña de esa entidad. Posteriormente, Sapin publicará *Le Château*, un cómic de estilo semejante pero en el que, esta vez, describe el funcionamiento del palacio del Elíseo. De estos dos cómics y de *Quai d'Orsay* se ocupa el análisis específico de la presente comunicación.

Entre periodos electorales, el cómic que se publica suele estar más orientado a personajes históricos, como el *Jaurès* de Macutay, Voulyzé y Morvan o el *Clemenceau* de Dély, Regnault, Carloni y Garrigues.

146

La llegada de Macron al poder, obviamente, le convirtió en el nuevo personaje del cómic político. Sobre la campaña de 2017 se publicó un interesante volumen *Le Journal du Off: Dans les coulisses d'une campagne présidentielle folle*, firmado por Gerschel, Saint-Cricq y James que viene a ser una especie de metareportaje, es decir, un reportaje sobre un reportaje, en este caso, de un periodista que sigue la campaña electoral. El personaje central, el periodista-narrador, es ficticio, pero el resto de contenidos dibujan de forma muy certera el devenir de una campaña, efectivamente, loca. Y lo dibuja tan bien que, durante la mayor parte del cómic, los protagonistas son los perdedores, dando así a entender lo sorpresivo de la victoria del político de Amiens.

El devenir de los primeros compases de la presidencia de Emmanuel Macron se reflejan en *Macron An 1*, de Zef, Kak y Degreff, quienes, a modo de reportaje-ficción, describen lo sucedido durante el primer año de gobierno a través de las confidencias a su perro Némó, quien es la supuesta fuente de los autores [he aquí la parte de ficción del reportaje]. Sobre Macron también se ha publicado un volumen de la colección *Silex and the City* y una recopilación de ilustraciones de Willem, bajo el título *Macron, amour fou*.

5. PROPUESTA

A la hora de sumergirnos en el análisis del contenido de las obras que nos van a ocupar, es fundamental tener en cuenta algunos aspectos relacionados con el análisis de contenido en el cómic en el que la interdependencia del texto y la imagen en la narración compromete en buena manera su examen. Obviamente, no podemos limitarnos al análisis



del texto escrito, ya que buena parte del mensaje y el contenido -sobre todo, aquel que es contextual- se transmite a través de la imagen, y no solo de la imagen *per se* sino también mediante el montaje de la narración y en el uso de elementos de apoyo de la narrativa visual, como la ubicación de las frases escritas, el uso o no de recuadros en las viñetas, las líneas cinéticas o la aplicación del color.

En este sentido tenemos que tener también muy presente el formato de las obras que vamos a analizar. En este caso, se trata de tres novelas gráficas, es decir obras de gran extensión con un hilo narrativo complejo. Para el análisis del cómic político, y concretamente de estas obras que van más allá de la explicación de una simple historia, consideramos importante romper la vieja concepción de que el texto escrito (tanto la incorporación de información suplementaria como el propio diálogo) solamente importa para desentrañar la ambigüedad de la imagen que, por la propia idiosincrasia de la narrativa y el formato del cómic, suele tender hacia la simplificación. Esta concepción ha sido criticada en diversas ocasiones (Baetens, 1998) y, precisamente, en las obras que vamos a analizar se percibe cómo las frases escritas, en especial los diálogos, no apoyan a las imágenes en tanto que descodificadores de una cierta ambigüedad sino que, más al estilo del diálogo cinematográfico, pueden incluso llegar a oponerse a la imagen, creando una tercera significación, en una capa superior a las del texto escrito y la imagen (Ségas, 2012).

147

En el análisis de la novela gráfica contemporánea, además de la citada influencia de la imagen cinematográfica – no solo en el aspecto dialógico, sino también en el visual a través de la selección de los planos de cada viñeta, por ejemplo-, cabe no desmerecer la influencia de los esquemas de contenido propios del diseño de las páginas webs. Esto se hace visible en la utilización de nuevos montajes en las planchas que no responden específicamente al esquema clásico de sucesión de viñetas, sino que optan por otros formatos que, a priori, parecerían romper el hilo narrativo, pero que, por el contrario, simulan las ampliaciones de contenido que pueden obtenerse de un texto tras pulsar en un enlace concreto. De todo esto hablaremos un poco más detenidamente cuando analicemos, especialmente, las obras de Mathieu Sapin.

Un elemento clave en la narración de cómic es el montaje y la selección de elementos que tiene que acompañar al lector visualmente durante la lectura. Es importante tener en cuenta el uso o no de recuadros para las viñetas, que puede (y, de hecho, debe) influir en la construcción del significado global de la conjunción imagen-texto. Como decía Will Eisner: “El marco de la viñeta o su ausencia puede llegar a ser parte de la misma historia. Se puede utilizar para transmitir algo referente al sonido o al clima emotivo en el que transcurre la acción, así como contribuir a la atmósfera de la página en su conjunto. En algunos casos el propósito de la viñeta es, más que proporcionar un escenario, involucrar aún más al lector en la narración” (Eisner, 2003:46).

Y decimos global, porque aunque tengamos la tentación de analizar partiendo de la viñeta como unidad de análisis, lo cierto es que en la novela gráfica especialmente, esto es harto complicado, porque precisamente la gracia de la narración está en la capacidad del autor de añadir elementos que conecten partes de la historia más allá de la simple línea narrativa, en una capa superior, que da coherencia y amplía la lectura del conjunto. A modo de ejemplo muy básico, no solo vemos cómo se desarrolla la historia basal, sino que podemos percibir cómo se desarrollan a su vez las relaciones entre los personajes o la evolución personal de cada personaje a medida de que avanza la historia.

También el tipo de dibujo tiene mucho que decir en el análisis de contenido. El hecho de que las tres obras analizadas sean novelas gráficas, y su temática se considere *anclada* (Gálvez, 2017), es decir, vinculada a hechos reales, aunque luego puedan ficcionarse algunos aspectos para preservar cierta intimidad, evitar algún tipo de represalias o ganar libertad narrativa⁵, invita a un estilo de ilustración más clara y que economiza alardes artísticos en favor de una mejor comprensión y de una mayor fluidez en la lectura. Otro fenómeno vinculado a los cómics “anclados” es la posibilidad y querencia por recurrir a referencias conocidas y compartidas por el lector y el autor, que además, permiten ampliar el alcance del mensaje economizando en textos y grafismo.

148

También el uso del color es importante a la hora de analizar el contenido de las obras seleccionadas. Más allá de los criterios estilísticos de los autores y el esfuerzo por mantenerse fidedignos al escenario en el que se desarrollan las acciones, el uso de tonos más alegres o más paleta de color invita a pensar en momentos más informales o festivos (por ejemplo, los mítines en *Campagne Présidentielle* o los momentos de relax en casa de Arthur Vlamnick en *Quai d’Orsay*) mientras que el uso de tonos más neutros, suele implicar momentos más formales, vinculados al desarrollo de las actividades diplomáticas o reuniones internas. Este uso del color permite al lector, de un vistazo, ubicar también el clima emocional del momento narrativo.

La combinación del uso de todas estas herramientas y estrategias narrativas son el eje para desarrollar, por un lado, la historia que conduce las tres novelas, y por el otro, la intrahistoria que presenta el funcionamiento de las instituciones escenario de la historia y que es el objeto del análisis que vamos a iniciar a continuación.

5.1 *Quai d’Orsay*: entender los entresijos de la burocracia del Estado.

Antonin Baudry había sido funcionario en diversos ministerios pero, probablemente, lo que dejó más huella en él por aquel entonces treintañero, fue su paso por el Quai d’Orsay, el ministerio de Exteriores francés. Además, su paso por la institución coincidió con el de uno de los ministros más emblemáticos de la cartera de los últimos años, el muy peculiar Dominique de Villepin. Diplomático, ex primer ministro (con Jacques Chirac) y escritor, su personalidad de “caballero entre la espada y la pluma” y su porte aristocrático generaron no pocos comentarios en torno a su persona y a su peculiar manera de gestionar el trabajo en los diversos cargos que ocupó.



Camuflado tras el pseudónimo de Abel Lanzac, Baudry se unió al dibujante Christophe Blain para, en una primera capa de la línea narrativa, narrar la historia de la relación de Arthur Vlamnick, un joven recién contratado como asesor ministerial en temas de *lenguajes*⁶ y Alexandre Taillard de Vorms, ficticio ministro de Exteriores de la historieta, tras el que se camufla la descripción del propio Villepin (Ségas, 2012). Aunque el eje narrativo es la experiencia de Vlamnick y los contratiempos profesionales, ideológicos y personales vinculados a su paso por el ministerio y la complicada convivencia con la curiosa personalidad del ministro, la segunda capa de la narración nos presenta de forma pormenorizada y no exenta de crítica y, en ocasiones, algo de caricatura, el funcionamiento burocrático, complicado, farragoso y a veces caótico del Quai d'Orsay. “Quería explicar la historia de aquello que había visto en la institución y que a la vez me había agobiado y fascinado. Quería abrir las puertas al gran público de una institución y unos procedimientos misteriosos, pero que no son más que gente normal haciendo su trabajo y que a menudo se encuentran en situaciones excepcionales”⁷, explicaba Baudry en 2013, en un vídeo promocional vinculado al lanzamiento de la película homónima dirigida por Bertrand Tavernier que se hizo basada en el cómic.

Sin embargo, a pesar del peso central de los personajes de Vlamnick y Taillard de Vorms, vamos a centrar el análisis en cómo los personajes secundarios son los que realmente dibujan a la institución, mostrando su comportamiento, sus retos y desvelando muchas de las facetas ocultas al gran público del trabajo de la diplomacia.

149

El cómic de Lanzac y Blain es, al igual que los otros dos cómics que analizaremos a continuación, un producto del subgénero *testimonial*, pero a diferencia de los otros dos, es un cómic *no autorizado*. El testimonio tiene todo lo bueno y todo lo malo de la posición subjetiva y libre de los autores, especialmente de su guionista que es quien vivió esas experiencias. Sin cortapisas, pero sin la garantía de que algunas de las cuestiones mostradas contengan algo de, llamémosle rencor o, en el otro fiel de la balanza emocional, algo de síndrome de Estocolmo producido por la experiencia personal.

Más allá de los dos protagonistas, hay un elenco de personajes secundarios que crean esa imagen del funcionamiento interno del Ministerio. Como personaje central, está el director del gabinete, Claude Maupas, un diplomático de carrera, con años de experiencia en el ministerio al que los autores dibujan con aspecto venerable y que, en la construcción del personaje, van definiendo como discreto, eficaz y, en muchas ocasiones, algo superado por la dificultad de combinar la delirante personalidad del ministro con las circunstancias reales de las relaciones diplomáticas. Maupas es tratado por los autores con cariño y aunque también tiene puntos paródicos, como por ejemplo, su tendencia dormirse o su peculiar relación con el gato del ministerio (herencia del anterior ministro), su personaje vertebró la descripción de la institución. Maupas -y por ende, el funcionario menos visible para el gran público- es el auténtico gestor del ministerio, quien al final resuelve los conflictos. Sin su figura, la del director de gabinete, el cómic da a entender

que los engranajes se estancarían a cada momento. Los autores le dibujan siempre con un rictus preocupado y triste, prácticamente encerrado en su despacho y pegado a su teléfono. Eso sí, sus maneras -de diplomático experto-, son siempre exquisitas y durante toda la narración muestra un especial querencia por el personaje de Vlamnick, dando a entender que comprende la dificultad que tiene para alguien de “fuera del entorno”, asimilar el laberíntico devenir de un ministerio así. Sin tener papel de narrador, Maupas sí que se convierte en el *cicerone* del lector dentro de las bambalinas de la institución, sobre todo porque, a medida que avanza la narración, el lector se va identificando más y más con el personaje de Vlamnick que vive su paso por el ministerio con asombro. Este asombro del narrador con lo que pasa dentro de las instituciones lo observaremos también en *Campagne Présidentielle* y en *Le Château*, y supone un fuerte elemento de conexión con el lector, intensificando el vínculo humano que se establece entre lector e institución.

Las herramientas narrativas son los elementos que van revelando los *secretos* del Quai. Entre las que se usan para describir la complicada posición en la que se encuentra Maupas durante todo el cómic está la ausencia de viñetas y el fondo blanco, que pretenden transmitir la soledad y responsabilidad que acompañan casi siempre a un jefe de gabinete de este nivel de decisión

150

Durante la historia Maupas parece representar en sí mismo a la institución. Él es el Quai d’Orsay por más que el grandilocuente personaje del ministro pueda oscurecer la importancia central de su papel. Pero, obviamente, él no puede abordar solo todos los asuntos, y a través de su labor vamos conociendo a otros personajes del funcionamiento del ministerio. Lanzac/Baudry opta por presentar en las primeras páginas a algunos de los directores adjuntos y consejeros que forman parte del engranaje y con las que se las tendrá que ver Vlamnick cada vez que intenta crear un discurso.

Si con Maupas, los autores son benévolos, con los consejeros son inclementes. Podría decirse que en algunas ocasiones parecen incluso menospreciar el papel que tienen, al menos en lo referente a la construcción de los mensajes que transmite la institución. De hecho, según Sebastian Sergas, experto en ciencia política y autor de un análisis sobre *Quai d’Orsay*, el enfoque centrado en la habilidad de Maupas y esa visión menos benevolente con los consejeros podría indicar una cierta nostalgia del autor del guion respecto de la función mítica de la diplomacia (Ségas, 2012) aunque desde nuestro punto de vista hay algo también de la necesidad narrativa de tener personajes cercanos y sus némesis para mantener la tensión conflictual dentro de la trama central de la historieta y no ubicar a los villanos únicamente fuera del propio objeto de la narración, es decir del ministerio. De esta forma, a nuestro parecer, el autor consolida la credibilidad de la historia y se distancia del peligro de que el enfoque de la historieta parezca demasiado propagandístico.

Así, los personajes de los consejeros y asesores están dibujados desde una parodia, en ocasiones, bastante descarnada. Y eso que el autor confiesa que la mayoría está basada en personas reales, algunos incluso, se parecen físicamente al dibujo realizado por Blain.⁸



Lanzac/Baudry y Blain dibujan los eventos cumbre de la diplomacia como momentos de máximo estrés trufados de situaciones casi de vodevil producidas, en general, por el ego del ministro o los egos de los diversos altos y medios cargos que le acompañan. Los cambios de discurso de última hora, una vez más, protagonizados por la veleidades de Taillard de Vorms o la filtración que se produce cuando a Vlamnick se le pierde una hoja de un discurso por haber sido expulsado de la caravana oficial y haber tenido que viajar en el autobús de los periodistas, muestran cómo a pesar de los años y la experiencia, el factor humano sigue resultando clave para entender cómo se gestionan las decisiones políticas en nuestro mundo. No lo hacen solo desde un punto de vista negativo: en muchas ocasiones los autores muestran a los funcionarios como auténticos superhéroes capaces de resolver cualquier cosa en las peores circunstancias y con todo en contra. Por eso, también son interesantes y muy ricas en impacto, en lo que a comunicación da las instituciones políticas se refiere, las partes del cómic en las que se muestra el momento después del pico de estrés, las cenas de equipo, las salidas nocturnas en busca de liberar tensiones..., momentos que invitan a una cierta distensión y a que los autores puedan poner en boca de sus personajes confesiones inauditas como la que hace Pierre Jean Bouillon, director de Naciones Unidas en el Ministerio de Exteriores a Arthur Vlamnick en la plancha 7 del segundo volumen y en la que le explica cómo se traía a las *amiguitas* a las diversas ciudades donde estaba destinada su guarnición en el servicio militar.

151

Un elemento muy destacable de esta descripción de la institución es el papel que los autores otorgan en la narración a los asistentes y secretarios, personal de inferior rango cuyo trabajo, a menudo, es completamente desconocido para los ciudadanos. Odile, la secretaria de Maupas no es solamente descrita como una profesional muy competente, sino que se convierte en la cómplice del director de gabinete cuando éste necesita tiempo sin interrupciones o realizar algún movimiento que no piensa explicar al ministro (esos movimientos que resultan tan reveladores y que generalmente no se hacen públicos). Además, ejerce un papel de confesora y apoyo psicológico de Maupas cuando las cosas están más tensas. En el personaje se nota ese componente relacional, más allá del papel de subordinada y jefe, con el que los autores parecen querer mostrar la importancia de aquellos roles dentro del ministerio que tienen menos visibilidad pública. Algo parecido sucede con la paciente secretaria del ministro Taillard de Vorms, Martine, que aguanta estoicamente sus caprichos -especialmente remarcable por lo que transmite del personaje y por lo divertido del enfoque son las escenas con los rotuladores fluorescentes-, y que parece poner cordura ante las actitudes de un personaje a menudo desbocado y excesivo.

5.2 *Campagne Présidentielle* y *Le Château*: una herramienta inesperada de comunicación electoral

Por más que el interés social francés en la política es más elevado que en muchos otros países europeos y que los ciudadanos franceses tienen muy presente los valores republicanos, aún quedan muchos detalles de la vida cotidiana en los entornos de poder

que no son plenamente conocidos. Es habitual, en los últimos diez o doce años, que las campañas electorales e incluso el acceso de los presidentes al Palacio del Elíseo queden documentados a través de trabajos audiovisuales más o menos ambiciosos⁹, pero al final, la edición de esos trabajos acaba cumpliendo más con una labor informativa que satisfaciendo plenamente la curiosidad de los televidentes.

Faltaba un relato menos ambicioso, más humano y más cercano de las bambalinas de los lugares y momentos decisivos de la vida política. Esa fue una de las motivaciones del dibujante, Mathieu Sapin, como explica en el making off de su cómic¹⁰, para embarcarse en un proyecto inédito: reportar, mediante una novela gráfica, cómo se desarrolla una campaña electoral para unas elecciones presidenciales francesas. De ahí surgirá *Campagne Présidentielle* en el que Sapin se mimetiza, como quien dice, con un Tintín periodista que indagará en primera persona el desarrollo del proceso electoral. De hecho, el autor hará algún guiño al mítico personaje belga durante la narración.

El éxito del trabajo y los buenos contactos y experiencias recogidos en *Campagne...* le permitirán, algunos años después, acometer otro gran proyecto, esta vez, para describir, en un relato que ocupa un año completo, los entresijos del lugar clave del poder francés, el Palacio del Elíseo: *Le Château*.

152

Es por esa fuerte vinculación entre ambos proyectos, y porque el estilo y las formas de narración son similares, por lo que abordaremos el análisis de ambos trabajos de forma conjunta, equiparándolos a los dos volúmenes de *Quai d'Orsay* previamente analizados.

Si podíamos calificar la obra de Lanzac/Baudry y Blain como ficción pero muy bien documentada -los personajes son inspirados en reales pero no corresponden a personas reales, así como las situaciones que se describen en la historieta- el trabajo de Sapin no es ficción. Es la realidad vista por los ojos del autor, algo muy cercano al reportaje periodístico, pero sustituyendo las fotos por dibujos y aportando algunos comentarios personales que, probablemente, un periodista no podría permitirse en respuesta al rigor debido a la profesión. Sapin se convierte a sí mismo en personaje y en el narrador de la historia y su ingenuidad y su asombro constantes son las señas de identidad de este cómic que permite al lector identificarse rápidamente con su autor/narrador.

La historia de nuestro personaje, el Sapin narrador, comienza en la convención de le Halle Freyssinet en octubre de 2011, en el primer gran acto de François Hollande tras ganar en las primarias a Martine Aubry (Le Parisien, 2011). Nada más llegar a la sala donde se celebrará el mitin, Sapin se presenta como dibujante y ante los responsables del acceso dice que está preparando un “documento feroz y divertido sobre el mundo de la política explicado a los que no saben nada de política (como yo)” (Sapin, 2017:4).

A través de su viaje personal y laboral, Sapin va desvelando no solo cómo funciona la campaña, sino cómo los personajes que la forman evolucionan y se transforman. Y probablemente, lo mejor de toda esta historieta es que, a pesar de que a medida que avanza



la historia el autor se va haciendo más experto en materia política, el enfoque no abandona nunca la ingenuidad que permite a Sapin explicar de manera muy comprensible para el lector de cualquier nivel político los hechos que van aconteciendo.

La historieta no cuenta solo el funcionamiento político de la campaña, sino también el periodístico, y permite conocer la intensidad del trabajo de los redactores y también sus temores, suspicacias y situaciones comprometidas. Explica con especial detenimiento las logísticas de los desplazamientos y describe los otros personajes de una infraestructura así: seguridad, equipo de prensa, asesores, elegidos locales... Un elemento valioso para planificar las relaciones con los medios en futuras campañas, ya que los comentarios expresados son los que no suelen llegar a los responsables de las campañas.

Sapin no opta por una narración continuada, sino que divide cada uno de los eventos individuales en historietas autoconclusivas, pero que, hiladas, permiten comprender la historia completa. Además, incorpora elementos periodísticos muy poco usados en el cómic, para mejorar la comprensión de los elementos más complejos. Así, dibuja infografías manteniendo el estilo de dibujo del resto del álbum, para describir el equipo de Hollande o para explicar cada una de las tareas que se llevan a cabo en el cuartel general de campaña y las personas al cargo de cada una de ellas. Sapin intercala también pequeñas tiras de tres o cuatro viñetas para incluir las opiniones de los ciudadanos dentro de la narración, como si de entrevistas a pie de calle se tratara. Y en el caso de los grandes mítines -de Hollande o de Sarkozy, a los que también asiste- rompe la estructura en viñetas de la página habitual para crear un gran cuadro, generalmente a dos páginas, que permita entender la grandilocuencia de uno de estos eventos, a la vez que, gracias a bocadillos y anotaciones *off* permite conocer detalles, conversaciones o anécdotas que recoge *in situ* y que dan aún más sensación de *cómic verité* a la obra.

153

En *Campagne Présidentielle*, los personajes se dibujan alineados con la realidad. No hay parodia como tal, aunque en ocasiones da la impresión que el autor magnifica algunos rasgos, pero más con la intención de mejorar la comprensión del alcance de los hechos y de la construcción de los personajes que buscando la crítica o la sátira. Eso sí, no pierde la ocasión de incluir momentos humorísticos e incluso, momentos en los que el propio autor reconoce haber sido un poco más complaciente de lo habitual con su entorno, hechos con los que fomenta la burla de sí mismo, pero a la vez refleja el tono general que suele mantenerse en procesos electorales, esa mezcla de relajación y tensión, de mostrar una imagen mejorada intentando que parezca que es la propia imagen real.

Tanto el formato como el tono descriptivo y solo ligeramente humorístico, lejano a críticas o posicionamientos demasiado definitivos del autor, se encuentra en *Le Château* (Sapin, 2015), el segundo, y más ambicioso, proyecto político de Sapin.

Le Château aprovecha el éxito de *Campagne Présidentielle* (que incluso fue reeditado con páginas extra en 2017 aprovechando la campaña presidencial), para embarcarse en la

aventura de abrir las puertas del Palacio del Elíseo a los ciudadanos. Una vez más lo hace en primera persona, como el autor/narrador que pasa un año entero accediendo al recinto y, de la misma manera que en el anterior álbum, inicia de manera tímida su incursión pero acaba accediendo poco a poco a los lugares más recónditos del centro del poder presidencial francés.

Definitivamente, *Le Château* es el mejor ejemplo de cómo divulgar las instituciones a través de la mirada del dibujo, que tiene una gran ventaja sobre el relato audiovisual de cara a los responsables del lugar: lo que se verá está dibujado, levemente caricaturizado en ocasiones, pero en ningún caso se ven las cosas exactamente cómo son, permitiendo resguardar la privacidad, la seguridad o la confidencialidad de algunos asuntos a la vez que se explica una parte razonable de los mismos y se transmite un mensaje de transparencia [inédito hasta entonces en el entorno francés].

El buen resultado del anterior álbum permite al autor trabajar con la confianza de los inquilinos del Elíseo, que son, en ese momento, muchos de los que aparecieron en el anterior álbum, ya que el retrato del Palacio se hace durante la presidencia de Hollande. Al autor/narrador se le nota más ducho en política y aunque mantiene ciertos momentos de ingenuidad y muchos momentos de asombro compartido con el lector, también hay muchos más momentos en los que no tiene reparos en mostrar las debilidades humanas e institucionales del equipo que ocupar el poder.

De la misma forma que en *Campagne Présidentielle*, Sapin juega con historias autoconclusivas que van hilando la descripción general y trufa la obra con viñetas breves en las que destaca anécdotas o situaciones que le parecen interesantes para describir la atmósfera de la institución. Así destaca la anécdota que comparte con él Évelyne Richard miembro del servicio de prensa desde Giscard d'Estaing y que sirve para definir el estilo del lugar, a pesar de sus distintos inquilinos (Sapin, 2017:15).

Sapin desvela en esta historia los detalles, digamos, logísticos del palacio, mostrando el funcionamiento de las cocinas o explicando las peculiaridades del personal de seguridad del Presidente que le confiesa, para sorpresa del autor, que a Hollande la seguridad “le da igual”. Y no es una confesión gratuita porque logra transmitir la imagen de un presidente que quiere ir por donde quiere, rompiendo el protocolo y acercándose a la gente, lejos de la imagen endiosada de anteriores mandatarios. Además, tiene la suerte de coincidir con algunos de los momentos críticos del mandato de Hollande, como el asunto Leonarda (Trévert, 2014) o las fotos en Closer (La Dépeche, 2014), y ahí, el autor sabe describir magistralmente cómo cambia el estado de ánimo de todo el engranaje presidencial.

Cuando las cosas empiezan a torcerse, Sapin afila el lápiz para captar ese cambio en la atmósfera del Palacio y en el álbum se detecta cómo, en momentos concretos, el simpático dibujante puede llegar a ser alguien complicado de ubicar. El propio Sapin lo define muy bien en una entrevista en BMFTV¹¹: “Nadie me prohibía ir a ningún sitio o asistir a ningún evento, pero nadie me informaba de los acontecimientos que podían suceder dentro del



Elíseo, más allá de la propia agenda para periodistas”. A pesar de estas declaraciones, y vinculado al epílogo final que desarrollaremos más adelante, la sensación que da el cómic no es tanto de que no fuera informado, sino de que era informado en virtud de los mensajes que el equipo de comunicación del gobierno intentaba transmitir. Con todo, la presencia constante del autor en el Elíseo le llevó a poder reportar momentos que, probablemente, el equipo de comunicación gubernamental hubiera preferido que no aparecieran en la historieta.

Ese parece ser el mensaje que el autor/narrador intenta transmitir en la página 118, en la historia titulada “Overture”. Hollande invita a los medallistas franceses en Sochi a ver el primer partido de la selección francesa en el Mundial y se acerca al autor/narrador para preguntarle cuándo va a finalizar su libro. Ante la respuesta de Sapin que en el Elíseo aún hay muchas cosas que contar, el dibujante muestra a un Hollande intranquilo que parece no querer que se cuente mucho más. Quizás por eso, o quizás porque, como el mismo autor dice al final de esta historia, es bonito acabar el álbum con una esperanzadora victoria de la selección en el Mundial, la historia de *Le Château* acababa en este punto.

Salvo que, mientras el autor finalizaba el libro, el 7 de enero de 2015, se produjo el atentado en *Charlie Hebdo*. Sapin regresa al Elíseo para contar cómo se suceden los acontecimientos en un día tristemente histórico para Francia y para el gobierno de Hollande. En esta ocasión sí que el enfoque es más crítico, seguramente por el componente emocional de Sapin, dibujante como los asesinados. Este primer epílogo no solo contribuye a completar el cuadro descriptivo de la obra, sino que parece servir al autor para despegarse de un ambiente ante el que puede haber sufrido un cierto síndrome de Estocolmo (Sapin, 2017,123-129).

155

El “segundo epílogo” (Sapin, 2015) que comentábamos unas líneas atrás, muestra a Sapin reunido con Gaspard Gantzer, por entonces responsable de comunicación de Hollande. En esta plancha final el autor/narrador y el consejero de Hollande debaten sobre el título que tendrá el álbum. Sapin informa a Gantzer de un cambio de título y este le indica que llamarle *Le Château* (el castillo en español, nombre popular con el que se conoce al Elíseo entre los que lo frecuentan habitualmente) parece no casar con la imagen de apertura que quiere lanzar el gobierno de Hollande. Con esta plancha final el autor/narrador parece insinuar que, a pesar de la posibilidad de acceder a lugares insólitos y de explicar aspectos desconocidos del lugar, ha habido un marcaje de cerca por parte de los responsables de la imagen del gobierno, quién sabe si como aviso a navegantes sobre algunas partes del propio contenido.

6. CONCLUSIONES

A través del análisis de estos tres títulos hemos podido observar las diferencias que se aprecian en el mensaje transmitido cuando detrás de la obra está exclusivamente el interés

del autor o cuando se suma el interés de una organización o de la propia institución y la habilidad que tiene el formato cómic para dar a conocer instituciones y fenómenos políticos complejos como un ministerio, una campaña electoral o el funcionamiento de una sede de jefatura de estado.

Cuando la obra se *independiza* de la institución, como en el caso de *Quai d'Orsay*, se percibe una mayor libertad creativa y crítica lo que a su vez, permite descubrir aspectos menos burocráticos y más emocionales y personales de la gestión de una institución. Más allá de la sátira incluida que es, obviamente, uno de los ganchos para el éxito del cómic, el documento resulta un excelente manual para que los ciudadanos puedan entender el funcionamiento de un espacio complejo de poder, en este caso, uno de los más complejos, la diplomacia.

En resumen podemos decir que *Quai d'Orsay* como confesaba su propio autor es una apertura de las puertas de un lugar misterioso que pretende (y logra) saciar la curiosidad del público, no solo gracias a la documentación y precisión de su descripción, sino también gracias a la humanización de los personajes, que se logra a través de situarlos ante un espejo ligeramente deformante y a exacerbar, con diversos grados de parodia, su condición humana.

156

El relato resulta, de todas formas, bastante objetivo a pesar de ser testimonial aunque sí que es llamativo que se haga un especial hincapié en lo mucho que trabajan los funcionarios que forman la institución. Parece pues que el autor, más allá de visibilizar (y criticar desde el humor) algunas de las extravagancias y las peculiaridades de la diplomacia quiere contribuir a mejorar la imagen pública de la institución. En todo caso, se puede hacer una división entre las dos lecturas que nos interesan: a nivel de personajes, el autor juega con la sátira y hace un acercamiento crítico a ciertos miembros del equipo, a sus decisiones y comportamientos, mientras a nivel de institución descubre y, en cierto modo, halaga un estilo de trabajo. En este caso, la línea argumental de la definición y crítica de los personajes se percibe en primer plano, mientras que la descripción y la (relativa) alabanza a la institución queda en el fondo, a modo de escenario, imprescindible pero no central de la obra. La conjunción de ambas líneas, pues, cumple esa misión de dar a conocer el funcionamiento de una institución al gran público en un formato sencillo, accesible y cercano.

En cambio, cuando nos encontramos ante un proyecto que es auspiciado por los responsables de la organización o la institución, como son el caso de *Campagne Présidentielle* y *Le Château*, apoyado el primero por el Partido Socialista y el equipo de campaña de Hollande y por el gabinete presidencial el segundo, parece que las tornas cambian. Los escenarios [por ejemplo, con las viñetas de gran formato] y los procesos o la institución como tal ganan peso sobre los personajes. Quizás en un ejercicio de mantenimiento de la imparcialidad (sobre todo en *Campagne Présidentielle*) es difícil encontrar elementos que pongan tan en tela de juicio a los personajes como los que encontramos en *Quai d'Orsay*. En las obras de Sapin, en cambio, la primera línea



narrativa está ocupada por el proceso (la campaña electoral) o el espacio de gobierno (el Elíseo). Los personajes, obviamente, son necesarios, pero el foco no está puesto en describirlos o ponerlos en tela de juicio, sino en colocarlos en un cierto escenario, en moverlos como figuras que apoyan la narración, y por tanto, la descripción de la institución. Su punto fuerte es la posibilidad que tiene Sapin, y que sabe transmitir de forma magistral, de colarse en momentos y situaciones concretos. Pero ahí, el centro de la acción no son los personajes, en este caso los políticos reales en sí, sino el contenido de sus diálogos, el qué sucede sobre el quién lo hace. Sapin, además de narrar un momento en la historia de un país, narra una institución y, además, una forma de hacer política concreta de una opción política concreta.

Por eso, encontramos en las dos obras de Sapin momentos en que es posible *colocar el mensaje*, es decir, que entre anécdota y anécdota, de la misma forma que sucede en muchos grandes documentales sobre campañas electorales o sobre el funcionamiento del gobierno, hay la ocasión de encajar conceptos que llegarán al público lector de una forma más familiar que como llegarían a través de los medios tradicionales de comunicación. Aquí sí que ganan importancia esos personajes porque son los que humanizan el proceso y el mensaje. Son, probablemente, esos momentos los que los responsables de la campaña y de la presidencia de Hollande valoraron muy positivamente cuando se plantearon permitir o no el acceso del autor para crear ambas obras.

157

En descargo del autor, esos mensajes no llegan a tiempo para modificar el sentido del voto. La obra se publica posteriormente a la elección y es por eso que el autor puede recurrir a las conversaciones en “off” que, como ha negociado con Christian Gravel, podrían publicarse tras la elección.

Para el equipo de Hollande, el efecto positivo de la primera obra de Sapin es suficientemente importante como para que le abran la puerta a una segunda parte, más ambiciosa, y podríamos incluso decir que más peligrosa. Con casi total certeza, hay mucho más que controlar y muchos más imponderables en lo que sucede en un equipo de gobierno que en la vorágine de la campaña, y aún y así, los responsables de comunicación optan por permitir acceder *libremente* al Elíseo a Sapin, y durante todo un año. Una vez más, en *Le Château* la descripción de la institución y de sus costumbres se ubica por encima de la descripción de los personajes (eso se aprecia especialmente en lo elaborado del dibujo y la precisión de los detalles), pero también una vez más, el mero hecho de ser necesarios para comprender la institución sitúa a los personajes en un lugar estratégico para introducir parte del mensaje político del gobierno. Aunque en esta ocasión el autor también parezca caer en ocasiones en un cierto encariñamiento con el objeto del reportaje, a veces (ciertamente algunas más que en la obra anterior) muestra las debilidades del Presidente y su equipo, probablemente porque el propio autor podía llegar a sentirse incómodo en un rol de *dibujante oficial*.

Con todo, y partiendo del punto de que a ninguna organización política le puede convenir un formato en el que el control del mensaje fuera flagrante, la publicación de *Le Château* fue, para el equipo de Hollande, una excelente estrategia de comunicación. El propio autor lo indica en una entrevista a LCP: “Yo sé, que a mi pesar, este libro formaba parte de una cierta intención de mostrar transparencia, pero con todo, intenté vivir con ello” (Mediapol, 2014).

BIBLIOGRAFÍA

BAETENS, J. (1998). *Formes et politique de la bande dessinée*, Lovaina: Peeters Vrin.

BERGADO R, GÁLVEZ P. (2016). *Cómics: Manual de Instrucciones*. Bilbao: Astiberri.

Blain, Christophe & Lanzac, Abel (2014). *Quai d'Orsay: Crónicas Diplomáticas*, vols. 1-2, Barcelona: Norma Comics.

DAKHLIA, J. (2005). *L'image en échos: Formes et contenus du récit people*. Réseaux, no 132(4), 73-91.

DELPORTE, C. (2008). «Quand la peopolisation des hommes politique sa-t-elle commencé? Le cas français». *Temps Des Médias*, 10(1), 27–52.

EISNER, W. (2003). *La narración gráfica*, Barcelona: Norma Editorial.

FAURE, O. (2007). *Ségo, François, papa et moi*, Paris: Hachette Littératures.

JUSTE, V. (2017). *¿Cómo ha evolucionado OT para vencer a LQSA?*, Madrid, El Televisero, 19 de diciembre de 2017. <http://www.eltevisero.com/2017/12/como-ha-evolucionado-el-publico-de-ot-2017-para-vencer-a-lqsa/> [Consulta: 7-4-2021].

LA DEPECHE (2014). “Révélations sur la “liaison secrète” de François Hollande et l’actrice Julie Gayet”, *La Dépeche*, 10 de enero de 2014. <https://www.ladepeche.fr/article/2014/01/10/1791589-revelations-liaison-secrete-francois-hollande-actrice-julie-gayet.html> [Consulta: 12-1-2019].

LAUSSON, J. (2016). “Quelles actualités ont le plus intéressé aux Français sur la web en 2016?”, París, *Numerama*, <https://www.numerama.com/politique/215352-queelles-actualites-ont-le-plus-interesse-les-francais-sur-le-web-en-2016.html> [Consulta: 7-4-2021].

LEFORT, D., (1991). *Les bandes dessinées et dessins de presse de l'extrême droite*, Marseille: Bédésup.



LE MONDE (abril 2017). “Avec Macron, «L’Emission politique» réalise sa meilleure audience”, *Le Monde*, 7 de abril de 2017. https://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2017/article/2017/04/07/avec-macron-l-emission-politique-realise-sa-meilleure-audience_5107420_4854003.html [Consulta: 7-4-2021].

LE PARISIEN (2017). “Vainqueur a la primaire, Hollande veut “réenchanter le rêve français”, París: *Le Parisien*, 16 de octubre de 2011 <http://www.leparisien.fr/election-presidentielle-2012/vainqueur-de-la-primaire-hollande-veut-reenchanter-le-reve-francais-16-10-2011-1655571.php> [Consulta: 12-1-2019].

PAQUETT, E. (2017). “Gros plan sur la bande dessinée”, París, *L’Express*.

SAPIN, M. (2015). *Le Château*, París : Dargaud.

SAPIN, M. (2017). *Campagne Présidentielle*, París : Dargaud.

159

SÉGAS, S. (2012). “La diplomatie en images. Discours politique et mythe technocratique dans la bande dessinée Quai d’Orsay (tome I)”, *Mots. Les langages du politique*. URL : <http://journals.openedition.org/mots/20692>. [Consulta: 6-1-2019].

SYNDICAT NATIONAL DE L’EDITION (2017). *L’edition de livres en France: repères statistiques 2016x2017*. París, Syndicat National de l’Edition <https://www.sne.fr/document/synthese-des-reperes-statistiques-20162017/> [Consulta: 7-4-2021].

TREVERT, É. (2014). “Leonarda : ‘Vous avez ma parole qu’on rentrera en France !’”, París: *Le Point* https://www.lepoint.fr/societe/leonarda-vous-avez-ma-parole-qu-on-rentre-en-france-21-05-2014-1826476_23.php [Consulta: 7-4-2021].

ENLACES CONSULTADOS

Baudry. A. (2013) “Antonin Baudry nos parle de Quai d’Orsay”, París: Canal de Youtube del Ministerio de Exteriores francés. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=CmJl6bee60Y> [Consulta: 7-4-2021].

BFMTV (2015), “Mathieu Sapin face à Laurent Neumann”, París: , BFMTV, 8 de mayo de 2015. Disponible en: <https://www.bfmtv.com/mediaplayer/video/mathieu-sapin-face-a-laurent-neumann-521443.html> [Consulta: 7-4-2021].

Dijan, J-M., (2017), “Elysée, la solitude du pouvoir”, París: France3. Disponible en: <https://www.dailymotion.com/video/x6fmobd> [Consulta: 7-4-2021].

Mediapol (2014): *4 min pour un BD: Le Château de Mathieu Sapin*, Paris: LCP. Disponible en : <https://www.youtube.com/watch?v=dS0DIXP7sxxw> [Consulta: 7-4-2021].

Rotman, P. (2006), “Chirac Le Vieux Lion”, Ginebra, TV5 Monde. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=T9QRSCTx6TA> [Consulta: 7-4-2021].

Sapin, M. (2015), “Mathieu Sapin dans les coulisses de François Hollande”, París:

Dargaud Live, Éditions Dargaud. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=9U6uLCd39C4> (min 2:55) [Consulta: 7-4-2021].

NOTAS

160

- 1 L’édición de livres en France : repères statistiques 2006, données 2005. Syndicat National de l’Édition. Paris : Syndicat National de l’Édition, 2006.
- 2 Chiffres clés de l’édition, données 2017. Syndicat national de l’Édition, Paris, 2018, <https://www.sne.fr/economie/chiffres-cles/>
- 3 Avec Macron, «L’Emission politique» réalise sa meilleure audience, Le Monde, 7 de abril de 2017. https://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2017/article/2017/04/07/avec-macron-l-emission-politique-realise-sa-meilleure-audience_5107420_4854003.html
- 4 Jordi Évole es un periodista español que creó el exitoso programa “Salvados” y que introdujo en España una forma distinta de hacer entrevistas: en lugar de situarse en el rol de periodista muy documentado, forzaba una cierta ingenuidad en las preguntas que realizaba para lograr extraer informaciones inéditas de los personajes entrevistados. [n.d.a]
- 5 Cómo comentábamos en un punto anterior del texto, en “Quai d’Orsay” los nombres de los personajes y de los conflictos internacionales de los que se habla son ficticios, pero a la vez, fácilmente identificables con hechos y personajes reales, en un tipo de recursos habitual, por ejemplo, en los “Tintin” de Hergé. [n. d. a.]
- 6 “Elements de langage” en el original y que se refiere a la creación de discursos a través de los contenidos del ministerio en cada asunto y de la posición política que quiera mostrar el ministro encargado. [n. d. a.]
- 7 Antonin Baudry sobre los motivos del proyecto en “Antonin Baudry nous parle de Quai d’Orsay”, Canal de Youtube del Ministerio de Exteriores francés, <https://www.youtube.com/watch?v=CmJl6bee60Y>
- 8 Antonin Baudry sobre los personajes que aparecen en el cómic en “Antonin Baudry nous parle de Quai d’Orsay”, Canal de Youtube del Ministerio de Exteriores francés, <https://www.youtube.com/watch?v=CmJl6bee60Y>



9 Son ejemplos de estos documentales, “Elysée, la solitude du pouvoir” de Jean-Michel Dijan, “Chirac, le vieux lion” del programa La Case du Siècle, o el capítulo de Secrets d’Histoire de Jean-Louis Remilleux sobre el palacio. [n. d. a.]

10 Mathieu Sapin dans les coulisses de François Hollande, Dargaud Live, Éditions Dargaud, 2015.
<https://www.youtube.com/watch?v=9U6uLCd39C4> (min 2:55). [Consulta: 7-4-2021].

11 Mathieu Sapin face à Laurent Neumann, BFMTV, 8 de mayo de 2015,
<https://www.bfmtv.com/mediaplayer/video/mathieu-sapin-face-a-laurent-neumann-521443.html>
[Consulta: 7-4-2021].

