

# La identidad profesional del periodista en juego: el caso de *Headliner: NoviNews*

## The professional identity of the journalist in play: the case of *Headliner: NoviNews*

[https://doi.org/10.14195/2183-5462\\_44\\_5](https://doi.org/10.14195/2183-5462_44_5)

### Mireya Vicent-Ibáñez

Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, España  
mireyavi@ucm.es

### Adrián Merinero-Sánchez

Universidad Complutense de Madrid, España  
admerine@ucm.es

Enviado: 2024-01-15 | Aceptado: 2024-06-03  
Submitted: 2024-01-15 | Accepted: 2024-06-03

### Resumen

El periodismo es una profesión que, con frecuencia, aparece representada en la ficción audiovisual. Estas representaciones, ayudan a configurar una imagen concreta del periodista y de su profesión que ha sido objeto de estudio académico en numerosas ocasiones. Sin embargo, esos trabajos se han centrado, principalmente, en las ficciones televisivas y cinematográficas. La investigación que aquí se presenta ha buscado explorar representaciones audiovisuales menos estudiadas, las presentes en las ficciones ludonarrativas de los videojuegos. Por medio del estudio de la obra *Headliner: NoviNews*, se ha analizado la representación del periodismo y del periodista en los videojuegos. El trabajo realizado muestra cómo la interactividad inherente de este medio es un elemento diferenciador que permite al jugador conocer y ejercer los diferentes roles del periodista y sus dificultades por medio de una sola obra.

### Palabras clave

videojuegos, representación, ficción, periodismo

### Abstract

Journalism is a profession that frequently appears represented in audiovisual fiction. These representations help shape a specific image of the journalist and their profession, which has been the subject of academic study on numerous occasions. However, these works have primarily focused on television and cinematic fictions. The research presented here has sought to explore less studied audiovisual representations, those found in the ludonarrative fictions of video games. Through the study of the work *Headliner: NoviNews*, the representation of journalism and the journalist in

video games has been analyzed. The work conducted demonstrates how the inherent interactivity of this medium is a differentiating element that allows the player to understand and enact the various roles of the journalist and their challenges through a single work.

## **Keywords**

video games, representation, fiction, journalism

## **1. Introducción**

De manera genérica, puede decirse que el periodista se asocia a una serie de rutinas diarias relacionadas con la producción y difusión de noticias. No obstante, esta actividad exige, no sólo una forma de trabajar, sino también un conjunto de valores compartidos y una definición de funciones e intereses que dan sentido a su trabajo y cohesionan la profesión. Entre los valores se destaca la imparcialidad y la objetividad y entre sus funciones la defensa del interés público y la promoción de la democracia. Hay autores que atribuyen a la profesión además un aura de autoridad basada en un conjunto de competencias o una especie de pericia que los periodistas poseen para saber qué es noticia y verificar los hechos (Le Cam, Pereira y Ruellán, 2019).

Ahora bien, existe una gran heterogeneidad en el desarrollo de la profesión periodística que condiciona el status y la práctica, puesto que un periodista puede formar parte de la plantilla de un medio de comunicación, generalista o especializado, pero también ser autónomo, reportero, o periodista de datos, entre otros desempeños profesionales. Quiere decirse que las cualidades indispensables para ser un buen periodista cambian según las condiciones específicas del trabajo desempeñado, y también varían en función del contexto nacional –las condiciones sociopolíticas– y de la época.

Desde el final de la Segunda Guerra Mundial hasta la década de 1980 se extendió el modelo “de responsabilidad social”, basado en una fe explícita en los profesionales del periodismo para actuar como expertos al servicio del público (Williams, Guglietti y Haney, 2018). Pero en las últimas décadas han surgido una serie de aspectos, que pueden denominarse como “perturbadores”, puesto que han trastocado las normas aceptadas hasta entonces, generando nuevas maneras de concebir el periodismo. Un elemento crucial entre estos aspectos perturbadores ha sido la tecnología porque ha alterado las formas en que se produce y distribuye el contenido de las noticias en los medios de comunicación. Hay autores que señalan las implicaciones negativas de los cambios tecnológicos y de la reestructuración de la industria que los mismos han ocasionado. En concreto, se mencionan las relacionadas con cuestiones regulatorias, el aumento de las noticias falsas a través del periodismo móvil, la privacidad digital y la seguridad (Park, 2019). No obstante, otros autores coinciden en resaltar los aspectos positivos, puesto que gracias a esta tecnología se ha simplificado y facilitado la producción y distribución de noticias (Drula, 2015).

Otro aspecto clave se refiere al uso de las redes sociales porque ha exigido repensar y redefinir la profesión para ampliar los valores y las pautas tradicionales de manera que se ha normalizado su inclusión en la práctica periodística ordinaria (Bossio, 2023). Este nuevo medio ha generado además una inclinación a expresar opiniones

con mayor libertad y una tendencia a crear una marca personal no vinculada necesariamente a un medio de comunicación (Olausson, 2017). De hecho, esta actividad puede constituir una de las causas que expliquen la pérdida de audiencia y el descenso de la buena reputación de la profesión. En este sentido, Willnat, Weaver y Wilhoit (2019) demuestran que, por ejemplo, la imagen que los periodistas estadounidenses tienen de sí mismos no coincide con la que el público manifiesta y la razón, según su estudio, se sitúa en el objetivo de su trabajo: mientras los periodistas consideran más importante la interpretación de las noticias que la información neutral, el público prefiere la neutralidad a la interpretación.

Finalmente, cabe señalar que, en las últimas décadas, se presta especial atención al papel de los medios de comunicación en la difusión y asimilación de la desinformación, así como a la función de los periodistas y las organizaciones de noticias en la lucha contra esta propagación. En este sentido, los estudios académicos confían en el “periodismo constructivo” como una forma de evitar la desinformación aumentando el compromiso con las noticias y las instituciones, reduciendo la polarización e incrementando la confianza (Bro, 2019; van Antwerpen, Turnbull y Searston, 2023). Como se sabe la cobertura de la polarización aumenta la motivación para compartir y creer en la información errónea (van Bavel et al. 2021). Por esta razón, el periodismo constructivo pretende ser más amplio y diverso para lo cual incluye historias más desarrolladas y soluciones (Egelhofer y Lecheler, 2019), y opta por un mayor uso de los medios de comunicación convencionales, frente a las fuentes no convencionales (Strömbäck et al. 2020).

Estas cuestiones plantean una distancia entre los roles profesionales ideales y su concreción práctica. Habitualmente se conciben siete roles profesionales (Roses y Humanes-Humanes, 2019): el *diseminador* o periodista objetivo; el *intervencionista* cuyo análisis de las noticias influye en la opinión pública y en los grupos de poder; el *vigilante* (o *perro guardián*), que controla y observa al poder político y económico; el *leal-facilitador* que apoya al gobierno; el rol de *servicio*, puesto que sus informaciones son útiles para la ciudadanía; el *infoentretenimiento*, cuando su objetivo es entretener; y *cívico* cuando promueve valores positivos entre la ciudadanía y les motiva a participar en la vida social y política. En España, por ejemplo, las mayores divergencias se localizan en los roles vigilante, cívico y diseminador. Los conflictos relacionados con estos roles se resuelven en muchos de los casos a favor de los intereses de quienes detentan el poder y en contra de las opiniones de los periodistas (Roses y Humanes-Humanes, 2019). Pero, en general, se muestra la flexibilidad y la tolerancia de la profesión como un recurso para ayudar a afrontar el cambio y la incertidumbre (Grubenmann y Meckel, 2017).

### 1.1. El periodista en la ficción

Los estudios sobre la representación audiovisual del periodista comenzaron abordando producciones cinematográficas (Tello, 2011), pero la abundante producción de series en las plataformas de VOD con esta temática ha redirigido las investigaciones hacia este medio, con ficciones como *The Hour* (Featherstone et al., 2011-2012), *Borgen* (Brøndsted et al., 2010-2022), *Treme* (Kostroff et al., 2010-2013), *The*

*Newsroom* (Biggs et al., 2012-2014), *Scandal* (Beers et al., 2012-2018), *House of Cards* (Brunetti et al., 2013-2018), *Shot in the dark* (Bacal et al., 2017), *Axios* (Abraham et al., 2018), *Tijuana* (Al-Rahmoun et al., 2019), *The Morning Show* (Aniston et al., 2019), entre otras.

Los medios audiovisuales (cine y televisión) generalmente dan cuenta de las rutinas periodísticas en situaciones excepcionales o acontecimientos importantes, algunos basados en hechos reales, como *Todos los hombres del presidente* (Pakula, 1976), o ficticios como *Luna nueva* (Hawks, 1940). En las producciones que recogen hechos reales, Mera Fernández (2008) distingue entre el qué y el cómo, porque entiende que se pueden utilizar métodos poco lícitos para obtener información, pero la imagen de la profesión cambia cuando el periodista actúa como vigilante en *Todos los hombres del presidente*, a cuando utiliza esas prácticas para su propio beneficio en *El precio de la verdad* (Ray, 2003). En las producciones cinematográficas no falta la crítica hacia el periodista cínico, de comportamiento poco honroso que busca el sensacionalismo y no comprueba los datos. También la sociedad es acusada, en ocasiones, de realizar un consumo de noticias superficial y poco responsable como en *La reina de Nueva York* (Wellman, 1937).

Tal vez uno de los problemas de los estudios sobre la representación de la profesión periodística en las películas o series de televisión es que no se atiende al contexto histórico en el que las producciones se realizan, salvo excepciones (Osorio, 2014); o que se centran en arquetipos cinematográficos, como el héroe, el villano, el rebelde, el cuidador, etc., que se trasponen al profesional del periodismo (Ghiglione y Saltzman, 2005), sin tener en cuenta los roles auténticos de su actividad.

Esta tendencia a analizar la presencia de los periodistas en las pantallas a través de teorías y estructuras narrativas propias de los estudios cinematográficos incluye la consideración de las funciones establecidas por Vladimir Propp, en su libro *Morfología del cuento* (1928/1998), a la hora de analizar ficciones televisivas con periodistas como protagonistas (Gil-Torres y Miguel-Borrás, 2023). El estudio de Laviana (1996), sin embargo, va más allá de los personajes propios del guion cinematográfico para centrar el análisis en las figuras del periodismo de los años noventa (el editor, el redactor jefe, el reportero, etc.) a través de diferentes obras. Este mismo tratamiento de los personajes en función del puesto profesional desempeñado se ha aplicado en el estudio de series de televisión (Novoa-Jaso y Serrano-Puche, 2018).

En general, las investigaciones que destacan el papel de los periodistas como héroes (San José de la Rosa y Gil-Torres, 2019; San José de la Rosa, Miguel Borrás y Gil-Torres, 2020; San José de la Rosa, 2021) dispuestos a luchar por desvelar la verdad y a actuar como el cuarto poder (Mínguez Santos, 2012). No obstante, se evidencian muchos de los estereotipos que la sociedad posee sobre los medios de comunicación y sobre los periodistas. Estos rasgos se han recrudecido en las ficciones televisivas que resaltan algunos de los aspectos negativos de la profesión como la ausencia de verificación de datos, la difusión de noticias falsas o la supeditación a los intereses de la empresa informativa (Novoa-Jaso y Serrano-Puche, 2018).

Una de las críticas más reiteradas por los medios audiovisuales hacia la profesión es la tendencia al sensacionalismo, evidenciándose las consecuencias de estas prácticas tanto en la vida de los diversos agentes sociales como en temas trascendentales de la política o la economía de un país (San José de la Rosa, Gil-Torres y

Miguel Borrás, 2020). En los estudios sobre la mujer periodista se constata que tanto el cine como la televisión simplifican la caracterización de los personajes, atribuyendo a las mujeres los mismos roles que a sus homólogos masculinos (Tello, 2012).

En definitiva, las investigaciones sobre la imagen del periodista en la ficción (cinematográfica o televisiva) aportan datos muy interesantes sobre los recelos, las críticas y también las alabanzas de la sociedad hacia los periodistas como profesionales al servicio de la ciudadanía, pero en la mayoría de estos estudios falta conectar la realidad del periodismo con estas representaciones a través de metodologías que combinen lo audiovisual con las circunstancias, retos y actividades del desarrollo profesional en cada momento. También se observa una ausencia de estudios sobre propuestas interactivas que proporcionan al espectador/usuario otra experiencia, más próxima e inmersiva, al ejercicio profesional del periodismo. Estas propuestas lúdico-narrativas ofrecen nuevas posibilidades en la transmisión de la realidad (Ferrer-Conill et al., 2020).

## 1.2. El periodista en la ficción ludonarrativa

Al igual que en los medios de entretenimiento más tradicionales (cine y televisión), los videojuegos contienen representaciones de los periodistas y de su profesión entre sus ficciones ludonarrativas. Estas representaciones varían en función de diversos factores, entre los que destaca especialmente el propósito con el que el videojuego ha sido realizado: serio o lúdico. Un videojuego diseñado con un objetivo serio (*serious games*) busca desempeñar una función significativa como concienciar o educar sobre un tema (Álvarez y Djaouti, 2011, pp. 11–12); en contraposición con este tipo de creaciones, los videojuegos diseñados con fines lúdicos se centran en ofrecer entretenimiento, lo cual no impide que puedan tratar temas relevantes a nivel social (Martínez et al., 2022, p. 1084).

En los *serious games*, el periodismo se emplea, con frecuencia, como base para la construcción de ludonarraciones destinadas a la alfabetización mediática. En este sentido, juegos como *iReporter* (BBC, 2018) o *La fábrica de bulos* (Maldita.es y Oxfam Intermón, 2022) sitúan al jugador como un periodista que debe realizar de forma correcta su trabajo, al tiempo que se enfrenta a la desinformación. Con ello, el personaje jugable del periodista se convierte en una especie de docente ya que, por medio de su manejo, es el jugador el que genera su propio conocimiento (Contreras-Espinosa y Eguía-Gomez, 2023, p. 12).

En este sentido, los juegos serios, como imitación/simulación de procesos profesionales reales, ofrecen importantes oportunidades para la práctica de habilidades profesionales, el desarrollo de capacidades cognitivas y la competencia para resolver diversos problemas (Kuindersma et al., 2017; Adarve et al., 2019). Precisamente por ello las investigaciones se han centrado en la utilización de videojuegos para lograr resultados de aprendizaje en la enseñanza del periodismo (Hanghøj, Lützen y Geer, 2020; Luhova, 2021; Alonso Martínez et al., 2020). Juegos como *Fibber* (Seek Change, 2012, para aprender la importancia de la comprobación de hechos), *Breaking Harmony Square* (2020, para conocer cómo se produce y difunde la desinformación política), *Datak* (RTS, 2016, para concienciar al público sobre los efectos de la protección de

datos, los datos personales y *Big Data*), entre otros, se citan como ejemplos de métodos tecno-creativos que ofrecen una inmersión más profunda, activa y agradable en cuestiones profesionales periodísticas (Blazhko et al., 2017).

En las narraciones de los videojuegos lúdicos, la representación de los periodistas ofrece una mayor diversidad en función del género del propio juego. De esta forma, en obras de acción y aventura como *Beyond Good & Evil* (Ubisoft, 2003), el periodista ejerce la función de héroe de acción clásico que se enfrenta físicamente a los enemigos, sin plantearse cuestiones propias de la ética o responsabilidad de la profesión. En obras pertenecientes al género de la aventura gráfica (Montes, 2010), como *Hollywood Monsters* (Pendulo Studios, 1997) o *Broken Sword* (Revolution Software, 2010), el periodista se convierte en un detective que debe desentrañar un misterio en base a la lógica, la resolución de puzles y la búsqueda de pistas.

En otros casos, el periodismo se puede considerar como una mecánica en sí misma. En obras *indie*, como *1979 Revolution: Black Friday* (iNK Stories, 2016), calificado también como *documentary game* (Dowling, 2020), la acción de ejercer la labor de fotoperiodista es una de las principales mecánicas que el usuario puede realizar a lo largo del juego, basado en un acontecimiento real: la revolución iraní de 1979, aunque con personajes ficticios. De forma similar, en *Shin Chan: Mi verano con el Profesor* (Neos, 2021), el periodismo se presenta como una mecánica adicional del juego al presentar la posibilidad de que el jugador ejerza de periodista infantil en un pequeño pueblo nipón durante las vacaciones de verano.

Estos videojuegos son solo algunos ejemplos de cómo el periodismo y los periodistas ejercen un papel relevante dentro de las ficciones ludonarrativas. Sin embargo, a diferencia de las películas o de las series de televisión, el análisis de esta profesión en los videojuegos apenas ha sido abordado hasta la fecha. Por ello, el objetivo de esta investigación es realizar un estudio de caso basado en el análisis en profundidad de un videojuego lúdico, *Headliner: NoviNews* (Unbound Creations, 2018).

## 2. Objetivos y metodología

En *Headliner: NoviNews* el jugador asume el papel del *headliner*, un cargo similar al del editor o director de noticias, de un medio de comunicación de gran alcance e influencia dentro de la ciudad ficticia de Novistan. Como tal, su trabajo consiste en decidir qué piezas informativas van a ser publicadas en dicho medio, teniendo en cuenta que toda elección que se haga tendrá una consecuencia directa e inmediata en Novistan y sus habitantes. Igualmente, cada decisión conducirá la ludonarración en una dirección u otra, dirigiendo al jugador a un final distinto en función de sus elecciones. Se ha seleccionado esta obra en concreto porque cumple con tres requisitos importantes.

En primer lugar, este juego no solo representa a los periodistas, convirtiéndolos en los personajes jugables de la historia, sino que sus mecánicas se basan en ejercer el periodismo. En otras palabras, las mecánicas principales del juego, entendidas estas como la acción o acciones con las que el jugador participa en el juego (Fernández-Vara, 2019, p.108), consisten en realizar acciones propias del trabajo periodístico. Por lo tanto, el periodista y su profesión se encuentran doblemente representados, tanto a

nivel de narración (mediante el personaje jugable del periodista), como a nivel lúdico (mediante las mecánicas con las que se realizan acciones propias de la profesión).

En segundo lugar, *Headliner: NoviNews* es un videojuego desarrollado con objetivos lúdicos, no es un *serious game*. Por lo tanto, la ficción ludonarrativa que presenta no está diseñada con el propósito de educar en la profesión periodística. Ello hace que, por extensión, el realismo que contiene el juego no se deba a la necesidad de ofrecer una experiencia educativa realista. Por consiguiente, la ficción de este videojuego se puede equiparar a la ofrecida por otras ficciones audiovisuales mencionadas en el apartado anterior, como *The Morning Show*, creadas como un producto ficcional de entretenimiento.

Por último, y en tercer lugar, pese a tratarse de un videojuego *indie*, es decir, que no cuenta con los mismos recursos de desarrollo y promoción que una superproducción, ha alcanzado considerable notoriedad dentro y fuera de la industria. El juego ha participado, y ganado, diversos premios a nivel mundial como la *intelbuzz* de Seattle de 2008, los *serious play* de 2019 o los *TIGA awards* de 2018. Además, cuenta con una mayoría de valoraciones positivas por parte de usuarios en conocidas plataformas como *Steam*, donde se estima que ha vendido más de 26600 copias (SteamDB, s. f.).

A través del análisis de *Headliner: NoviNews* se trata de conocer cómo es la representación de la profesión periodística, es decir, hasta qué punto se trata de una representación fidedigna dentro de las licencias que se pueden tomar en la ficción. Al mismo tiempo, se investiga la interrelación entre la parte lúdica y la parte narrativa para crear, conjuntamente, una representación concreta del periodismo y del periodista.

Se utiliza un estudio de caso, siguiendo las propuestas de otros autores en el ámbito de los *game studies* (Pérez Latorre, 2015; May y Hall, 2023; Mukherjee, 2023; Vicent-Ibáñez, 2023, entre otros). El análisis desarrollado ha partido del modelo del propuesto por Pérez-Latorre et al. (2016) en relación con la dimensión ludonarrativa de los videojuegos. En él los autores identifican tres elementos o bloques de análisis principales a la hora de estudiar la dimensión ludonarrativa: el personaje principal (personaje jugable con el que el jugador se identifica), el mundo ludoficcional en el que se desarrolla todo y las mecánicas del juego. Estos tres elementos constituyen el centro del análisis realizado en esta investigación.

El análisis de las mecánicas se ha centrado en aquellas que son más relevantes a la hora de desempeñar la función periodística dentro del juego. En el caso del mundo ludoficcional, la atención se ha centrado en aquellos elementos y aspectos en los que se refleja de forma más clara las consecuencias de las acciones periodísticas desempeñadas. Finalmente, en relación con el personaje principal, el análisis se centra en la forma en la que las acciones del jugador contribuyen a la construcción de dicho personaje y la relación que ello presenta con la profesión periodística.

### **3. Análisis y resultados**

#### **3.1. Mecánicas**

A nivel de mecánicas, este videojuego presenta una relativa y engañosa simpleza. Además de las acciones básicas de movimiento que permiten al jugador desplazarse

mediante un *scroll* lateral por la pantalla, el resto de las acciones posibles se resumen en un solo verbo: elegir. Esta elección puede ser de dos clases, las elecciones profesionales y las elecciones conversacionales. Las elecciones conversacionales permiten avanzar la ludonarración en lo que respecta a la vida personal del personaje principal y sus relaciones sociales (vida amorosa, familiar...). Por otro lado, las elecciones profesionales avanzan la ludonarración en relación con el entorno laboral del trabajo, es decir, dentro de la redacción. Ambos tipos son importantes para el conjunto de la ludonarración puesto que ambas partes se encuentran relacionadas. Sin embargo, en esta investigación, el foco se va a centrar en las elecciones profesionales.

Siempre que el jugador se encuentra en el entorno laboral, aparecen los mismos elementos en pantalla: una serie de folios con diferentes noticias y dos sellos, uno para aceptar las piezas y otro para rechazarlas (Figura 1). Cada una de las noticias puede pertenecer a tres secciones diferentes: política exterior e inmigración, política sanitaria y negocios/empresa.



**Figura 1:** Captura de la pantalla de elección del juego a la hora de seleccionar noticias  
Fuente: *Headliner: NoviNews* (Unbound Creations, 2018)

Mediante el uso de los sellos, el jugador debe leer la noticia y decidir si quiere publicarla o no. Para ello debe hacer uso de su propio criterio y determinar qué línea editorial quiere seguir: puede apoyar la apertura de la ciudad a los extranjeros, puede decidir estar a favor de la privatización de la sanidad, puede apostar por respaldar los intereses mercantilistas de grandes grupos corporativos, etc.

No existe forma de contrastar la información que aparece en las noticias, por lo que el jugador es situado en una posición de enfrentamiento directo con una potencial situación de desinformación. A su vez, existen “fuerzas” exteriores al propio jugador que trataran de orientar las elecciones del *headliner* en una u otra dirección. Estas “fuerzas” aparecen en el juego en forma de NPCs, personajes no jugables con los que el protagonista interactúa diariamente: su jefe, su compañera de trabajo, su hermano, grupos de presión conspiranoicos... Todos ellos, especialmente su jefe, transmiten al jugador cierta información que puede influir en su toma de decisiones.

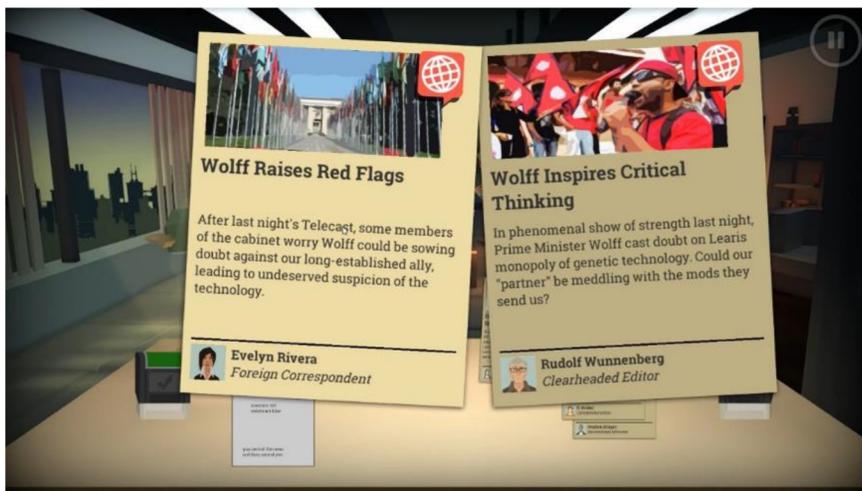
Por ejemplo, antes de comenzar la jornada laboral, el jefe del *headliner* le puede decir que es mejor no enfadar a las grandes corporaciones porque el medio de comunicación necesita el dinero que aportan mediante su publicidad.

### 3.2. Mundo ludoficcional

Todas las decisiones que el jugador toma con respecto a las publicaciones tienen una serie de consecuencias inmediatas, puesto que los comportamientos y pensamientos de la población dependerán del posicionamiento ideológico del *headliner*. Por lo tanto, las elecciones del jugador son las que configuran y dan forma al mundo ludoficcional de Novistan. Sin embargo, en el momento de decidir qué noticias van a ser publicadas, el jugador desconoce la forma en la que su decisión afectará al mundo del juego.

Cada nuevo día del juego, la primera acción que realiza el jugador es seleccionar las noticias del día. Una acción que realiza habiendo interactuado previamente con un NPC, su jefe. Tras completar la selección de las noticias, el jugador es automáticamente trasladado a la calle, donde recorre un breve trayecto hasta su apartamento, lugar donde finaliza el día. En ese transcurso el jugador puede ver, por primera vez, las consecuencias de las elecciones que acaba de realizar. Estas consecuencias se pueden manifestar en el mundo del juego por medio de grafitis en las paredes, manifestaciones en la calle o altercados similares, acciones de propaganda política como un mitin, entre otras acciones.

Por ejemplo, el jugador se puede encontrar, en relación con las noticias pertenecientes a la sección de política exterior, en la situación que deba decidir si apoyar una relación positiva con países extranjeros o, por el contrario, transmitir a la ciudadanía ideas negativas respecto esa cuestión (Figura 2). En función de la elección que realice, los ciudadanos mostrarán una actitud u otra en relación con los inmigrantes de Novistan, la cual se podrá manifestar en por medio de pintadas en las paredes (Figura 3).



**Figura 2:** Elección de piezas informativas contrarias respecto a la política exterior

Fuente: *Headliner: NoviNews* (Unbound Creations, 2018)



**Figura 3:** Grafiti en la pared que muestra el apoyo de la ciudadanía a la inmigración  
Fuente: *Headliner: NoviNews* (Unbound Creations, 2018)

Pero eso no es todo, al igual que las decisiones del *headliner* configuran la ciudad de Novistan, también contribuyen a escribir el destino y desarrollo de los NPCs que rodean al personaje principal. Por ejemplo, retomando el anterior ejemplo sobre la información sobre política exterior, la compañera de trabajo del personaje principal, con la cual se puede establecer amistad, es una inmigrante dentro de Novistan. Por medio de las conversaciones con ella después del trabajo, tras haber hecho la selección diaria de noticias, el jugador puede llegar a conocer cómo son tratados los inmigrantes en la ciudad. Esta información puede influir en las futuras elecciones del jugador respecto a la política exterior (si se vuelve a dar la oportunidad) y, al mismo tiempo, sirve para que el jugador conozca, de una forma más personal, las consecuencias de sus decisiones.

### 3.3. Personaje principal

Al igual que las decisiones del jugador determinan la composición y el desarrollo del mundo ludoficcional del juego, también determinan cómo es el personaje principal y cuál es su desarrollo. Al comenzar el juego, el personaje jugable es un lienzo en blanco; se escoge el nombre, apellido, sexo y apariencia física (Figura 4).

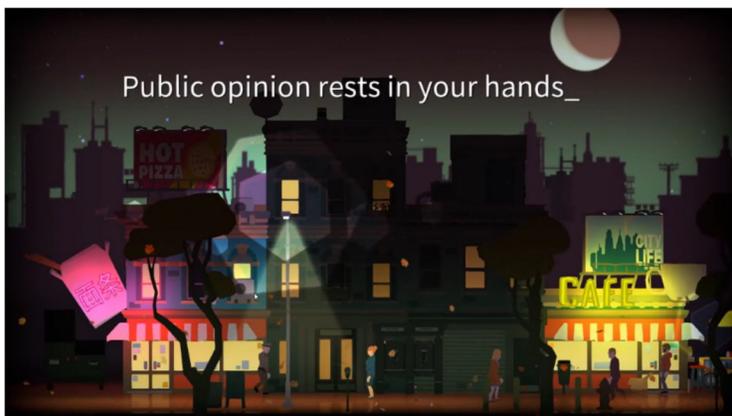
Conforme el jugador toma decisiones con respecto a las noticias que se van a publicar, el personaje principal va tomando forma y perfilándose. Debido, en parte, a que el juego cuenta con un diseño narrativo en el que se ofrecen múltiples finales diferentes, las elecciones del jugador pueden llevar al personaje a encarnar la práctica totalidad de los roles profesionales periodísticos identificados por Roses y Humanes-Humanes (2019).



**Figura 4:** Pantalla inicial de creación del personaje

Fuente: *Headliner: NoviNews* (Unbound Creations, 2018)

Quando el jugador inicia la partida el personaje principal es una especie de neófito que aún no se ha decantado por un tipo de actuación y otra; por ello, en este punto, se puede hablar de que este representa el rol del *diseminador*. Junto con ese rol de periodista objetivo, el juego asigna al personaje principal el rol de *servicio* y de *intervencionista* al informar al jugador de que sus elecciones son las que guían las opiniones de los ciudadanos (Figura 5). Este último rol, el de *intervencionista* se puede ver muy claramente cuando el jugador se encuentra en la tesitura de respaldar o criticar una nueva bebida comercial que se ha sacado al mercado. Según el posicionamiento que se tome, el producto será un éxito o un fracaso comercial, lo cual, a su vez, influirá en la decisión de la empresa creadora de la bebida en su decisión de publicitar sus productos dentro del medio en el que trabaja el *headliner*.



**Figura 5:** Texto de inicio de juego

Fuente: *Headliner: NoviNews* (Unbound Creations, 2018)

El rol del *vigilante* y del *leal-facilitador* se pueden asumir en función de las elecciones del jugador respecto a las noticias de política internacional y de política sanitaria. Si el jugador opta por apoyar al gobierno con respecto a sus políticas de privatización de la sanidad y de confrontación con sus países vecinos, se estará representando el rol del *leal-facilitador*, además puede dar pie al desarrollo de un mundo ludoficcional dictatorial y capitalista. Pero si, por el contrario, el jugador decide ir contra esas políticas se activará el rol del *vigilante*, al impedir que el gobierno actúe descontroladamente, y el *cívico*, al contribuir a promover valores positivos entre la ciudadanía como, por ejemplo, la integración de los inmigrantes en Novistan. Todo ello puede contribuir, entre otras cosas, al cambio de gobierno en Novistan.

#### 4. Conclusiones

Las ficciones ludonarrativas tienen la novedad de que, en una sola obra ficticia, se puede representar la profesión periodística y a sus profesionales de múltiples formas, tal y como se ha podido comprobar en este análisis. Esto se puede deber a que las ludonarraciones de los videojuegos permiten, entre otras cuestiones, diseñar narrativas con un alto grado de interacción. Esto posibilita crear ficciones con estructuras narrativas diversas que no cuenten con un final único, sino con múltiples desenlaces provenientes, a su vez, de diferentes líneas narrativas, algo que no se puede dar al mismo nivel en los medios audiovisuales más tradicionales como son el cine y la televisión (Ryan, 2015, p. 161).

En concreto, en este videojuego aparecen representados todos los roles profesionales destacados por Roses y Humanes-Humanes (2019), a excepción del de *in-fomentretenimiento*, aunque eso se puede deber a la propia naturaleza del trabajo que realiza el *headliner*. Así, a diferencia de las ficciones cinematográficas o televisivas, los videojuegos pueden ofrecer una experiencia más amplia de la identidad profesional del periodista. De hecho, esta ludonarración no solo representa la profesión periodística, sino que permite al jugador adoptar los roles que están siendo representados. A ello cabe añadir la posibilidad de trasladar al jugador a la posición de los periodistas en los momentos en los que se tienen que enfrentar a diversas dificultades dentro de su profesión: presión por parte del gobierno, las empresas y el jefe; presión para atraer ingresos económicos por medio de la publicidad, desinformación, la lucha entre la ética periodística y tener seguir una línea editorial concreta, entre otras cuestiones.

Ni el uso de nuevas tecnologías ni la presencia de los medios en las redes sociales (Drula, 2015; Park, 2019) parece condicionar el trabajo profesional del periodista en este videojuego. Su función más destacada es la de *diseminador* de información. Ahora bien, a través de este rol se observan otros aspectos importantes relacionados con el periodismo. Uno, el poder de la información. Se evidencia que la información es capaz de cambiar la política de una ciudad incluso de hacer triunfar o fracasar un producto o marca. Este poder adjudicado al jugador/periodista remite indirectamente también al sentido de responsabilidad social de la profesión (Williams, Guglietti y Haney, 2018).

Un segundo aspecto presente en *Headliner: NoviNews* es la verificación de la información que está presente, pero de manera indirecta, puesto que el jugador/periodista

dista comprueba la realidad sobre determinadas noticias a través del testimonio de personas cercanas que conoce, constituyendo esas mismas personas fuentes no convencionales pero fidedignas a diferencia de lo propuesto por el periodismo constructivo, como se ha explicado (Strömbäck et al. 2020).

Aunque en este videojuego no se trasponen los arquetipos cinematográficos (Ghiglione y Saltzman, 2005), porque la dinámica ludonarrativa permite otra experiencia como se ha comprobado, sí se localizan algunos estereotipos presentes en la sociedad en relación con el ejercicio del periodismo, especialmente la suspicacia existente respecto a la supeditación del profesional a los intereses de la empresa informativa (Novoa-Jaso, Serrano-Puche, 2018). Finalmente, cabe destacar que, al igual que en la ficción cinematográfica, se atribuyen a las mujeres periodistas los mismos roles que a sus homólogos masculinos (Tello, 2012).

En definitiva, los videojuegos ofrecen nuevas perspectivas de la identidad profesional del periodista. A través de las propuestas ludonarrativas como la que aquí se analiza se puede acercar la realidad a la sociedad, pero sobre todo gracias a la mecánica de juego, a la interacción y a las posibilidades de elección el jugador se logra conectar con el ejercicio de la profesión de manera más proactiva e inmersiva, puesto que cada decisión exige una reflexión, aunque sea mínima, de la experiencia y de sus consecuencias para la ciudadanía.

## Financiación

Este trabajo se ha realizado en el marco de una estancia de investigación en la Universidad de Zaragoza y ha contado con la financiación del Ministerio de Universidades y la Unión Europea-Next Generation EU (convocatoria de ayudas para la recualificación del sistema universitario español Margarita Salas concedida por la Universidad Complutense de Madrid).

## Referencias

- Abraham, N., Allen, M., Heller, L., y Schwartz, R. (Productores ejecutivos). (2018-2021). *Axios* [Serie de Televisión]. C5; Downtown Community Television Center; Running Man.
- Adarve Gómez, C., Castillo Carvajal, D. A., Restrepo Zapata, E. J., y Villar-Vega, H. (2019). A review of virtual reality videogames for job-training applications. *Revista CINTEX*, 24(1), 64–70. <https://doi.org/10.33131/24222208.346>
- Ahva, L., y Hautakangas, M. (2018). Why Do We Suddenly Talk So Much About Constructiveness? *Journalism Practice*, 12(6), 657–661. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1470474>
- Alonso Martínez, D., Navazo-Ostúa, P., y Pérez-Escolar, M. (2020). Narrativa periodística en videojuegos. Estudio de caso del serious game 'The Republica Times'. *Miguel Hernández Communication Journal*, 11, 181–199. <https://doi.org/10.21134/mhcj.v11i0.338>
- Álvarez, J., y Djaouti, D. (2011). An introduction to Serious game: Definitions and concepts. *Proceedings of the Serious Games & Simulation Workshop*, París, 10-15. <http://hayka-kultura.com/larsen.html>
- Al-Rahmoun, H., Roquet, C., Vargas, F., Posada, D., y Rincones, C. (Productores ejecutivos). (2019). *Tijuana* [Serie de Televisión]. Bad Idea; Netflix Studios; Story House; Univision.

- Aniston, J., Ehrin, K., Ellenberg, M., Hahn, K., Leder, M., Levy, L., y Witherspoon, R. (Productores ejecutivos). (2019). *The Morning Show* [Serie de Televisión]. Echo Films; Media Res; Kerry Ehrin Productions; Hello Sunshine.
- BBC. (2018) *iReporter*.
- Beers, B., Rhimes, S., y Wilding, M. (Productores ejecutivos). (2012-2018). *Scandal* [Serie de Televisión]. ABC Studios; Shondaland.
- Biggs, D., Lieberstein, P., Poul, A., Rudin, S., y Sorkin, A. (2012-2014). *The Newsroom* [Serie de Televisión]. HBO Entertainment.
- Blazhko, O., Gdowska, K., Gawel, B., Dziabenko, O., y Luhova, T. (2017). Deeper learning approaches integrated in serious games. *Project, Program, Portfolio Management*. En *The Proceedings of the International Research Conference* (Vol. 2, pp. 18–21).
- Bossio, D. (2023) Journalists on Instagram: Presenting Professional Identity and Role on Image-focused social media. *Journalism Practice*, 17(8), 1773–1789.  
<https://doi.org/10.1080/17512786.2021.2001359>
- Bro, P. (2019). Constructive Journalism: Proponents, Precedents, and Principles. *Journalism*, 20(4), 504–519. <https://doi.org/10.1177/1464884918770523>
- Brøndsted, T., Halsen, C., Housøe, B., Sprongøe, M., Sunde, T., y Wiesneck, M. (Productores ejecutivos). (2010-2022). *Borgen* [Serie de Televisión]. SAM Productions.
- Brunetti, D., Coles, J.D., Davies, A., Doobs, M., Donen, J., Fincher, D., Pugliese, F. Spacey, K., y Wright, K. (2013-2018). *House of Cards* [Serie de Televisión]. Knight Takes King Productions; MRC; Trigger Street Productions; Wade/Thomas Productions.
- Contreras-Espinosa, R. S., y Eguía-Gomez, J. L. (2023). Evaluating video games as tools for education on fake news and misinformation. *Computers*, 12(9), 188–208.  
<https://doi.org/10.3390/computers12090188>
- Bacal, T., Begley, J.C., McPherson, K., Raishbrook, H., Sahin, E., Watts, S., y Wetherbee, S. (Productores ejecutivos). (2017). *Shot in the Dark* [Serie de Televisión]. Karga Seven Pictures.
- Biggs, D., Lieberstein, P., Poul, A., Rudin, S., y Sorkin, A. (Productores ejecutivos). (2012-2014). *The Newsroom* [Serie de Televisión]. HBO Entertainment.
- Dowling, D. O. (2020). Documentary games for social change: Recasting violence in the latest generation of i-docs. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 12(2), 287–299.  
[https://doi.org/10.1386/cjcs\\_00033\\_1](https://doi.org/10.1386/cjcs_00033_1)
- DROG. (2020). *Breaking Harmony Square*.
- Drula, G. (2015). Forms of media convergence and multimedia content-A Romanian perspective. *Comunicar*, 22(44), 131–140. <http://dx.doi.org/10.3916/C44-2015-14>
- Egelhofer, J. L., y Lecheler, S. (2019). Fake News as a two-Dimensional Phenomenon: A Framework and Research Agenda. *Annals of the International Communication Association*, 43(2), 97–116. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>
- Featherstone, J., Morgan, A., Richer, L. y Wax, D. (Productores ejecutivos). (2011-2012). *The Hour* [Serie de Televisión]. Kudos Film and Television.
- Fernández-Vara, C. (2019). *Introduction to game analysis*. Routledge.
- Ferrer-Conill, R., Foxman, M., Jones, J., Sihvonen, T., y Siitonen, M. (2020). Playful approaches to news engagement. *Convergence*, 26(3), 457–469. <https://doi.org/10.1177/1354856520923964>
- Gil-Torres, A., y Miguel-Borrás, M. (2023). El periodismo como elemento decisivo en la trama de las series policíacas. *Historia y Comunicación Social*, 28(1), 191–204. <https://doi.org/10.5209/hics.82199>
- Ghiglione, L., y Saltzman, J. (2005). Fact or Fiction: Hollywood looks at the News. *Image of the Journalist in Popular Culture*, 1–26. <https://www.ijpc.org/uploads/files/hollywoodlooksathenews2.pdf>

- Grubenmann, S., y Meckel, M. (2017). Journalists' Professional Identity. *Journalism Studies*, 18(6), 732–748. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1087812>
- Hanghøj, T., Lützen, P. H., y Geer, S. L. (2020). Positioning students as game journalists: Transforming everyday experiences into professional discourse. *Nordic Journal of Literacy Research*, 6(1), 1–19. <https://doi.org/10.23865/njlr.v6.1991>
- Hawks, H. (Director). (1949). *Luna Nueva* [Película]. Columbia Pictures.
- iNK Stories. (2016). *Revolution: Black Friday*.
- Kostroff, N., Overmyer, E., Pelecanos, G., Simon, D., Strauss, C., y Yoshimura, J. (Productores ejecutivos). (2010-2013). *Treme* [Serie de Televisión]. Blown Deadline Productions; HBO Entertainment.
- Kuindersma, E., Van Der Pal, J., Van Den Herik, J., y Plaat, A. (2017). Building a game to build competencies. En J. Dias, P. A. Santos, y R. C. Veltkamp (Eds.), *Games and Learning Alliance* (Vol. 10653, pp. 14–24). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-71940-5\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-319-71940-5_2)
- Lars, W., Weaver, D., y Cleveland, G. (2019). The American Journalist in the Digital Age. *Journalism Studies*, 20(3), 423–441. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1387071>
- Laviana, J. C. (1996). *Los chicos de la prensa*. Nickel Odeon.
- Le Cam, F., Pereira, F. H., y Ruellan, D. (2019). Professional identity of Journalists. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, 1–7. <https://doi.org/10.1093/ct/qtaa019>
- Luhova, T. (2021). Journalism Education Based on Serious Games. *Open educational e-environment of modern University*, (11), 92-105. <https://doi.org/10.28925/2414-0325.2021.118>
- Maldita.es, y Oxfam Intermón. (2022). *La fábrica de bulos*.
- Martinez, L., Gimenes, M., y Lambert, E. (2022). Entertainment Video Games for Academic Learning: A Systematic Review. *Journal of Educational Computing Research*, 60(5), 1083–1109 <https://doi.org/10.1177/073563312111053848>
- May, L., y Hall, B. (2023). From aesthetics to asymmetry: Contradictions of ecological play in Cities: Skylines. *Games and Culture*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/15554120231219729>
- Mera-Fernández, M. (2008). Periodistas de película. La imagen de la profesión periodística a través del cine. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, 505–525. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110505A>
- Mínguez Santos, L. (2012). *Periodistas de cine. El cuarto poder en el séptimo arte*. T&B Editores.
- Montes, M. (2010). Narrativa en las aventuras gráficas. *FRAME*, (6), 243–264. <https://biblus.us.es/fama2/com/frame/frame6/estudios/1.12.pdf>
- Mukherjee, H. (2024). Fear the old blood: The gothicism of Bloodborne. *Games and Culture*, 19(1), 94–115. <https://doi.org/10.1177/15554120231155325>
- Neos. (2021). *Shin Chan: Mi verano con el Profesor*.
- Novoa-Jaso, M.F., y Serrano-Puche, J. (2018). The representation of television journalism in tv series Argon (Netflix, 2017). *Sphera Publica*, 2(18), 43–67. <https://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/351>
- Osorio Iglesias, O. (2014). Despersonalización de los medios, poder y guerras de audiencia en el retrato del periodismo en el cine de los años 90. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 20(2), 789–804. [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2014.v20.n2.47034](http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n2.47034)
- Park, S. (2019). *Technological convergence: Regulatory, digital privacy, and data security issues*. Congressional Research Service. <https://fas.org/sgp/crs/misc/R45746.pdf>
- Pakula, A. J. (Director). (1976). *Todos los hombres del presidente* [Película]. Warner Bros. Pictures.
- Pendulo Studios. (1997). *Hollywood Monsters*.

- Pérez Latorre, Ó. (2015). The social discourse of video games analysis model and case study: GTA IV. *Games and Culture*, 10(5), 415–437. <https://doi.org/10.1177/1555412014565639>
- Pérez-Latorre, Ó., Oliva, M., y Besalú, R. (2016). Videogame analysis: A social-semiotic approach. *Social Semiotics*, 27(5), 586–603. <https://doi.org/10.1080/10350330.2016.1191146>
- Propp, V. (1998). *Morfología de un cuento* (Trad, F. Díez del Corral). AKAL. (Trabajo original publicado en 1928).
- Ray, B. (Director). (2003). *El precio de la verdad* [Película]. Lionsgate.
- Revolution Software. (2010). *Broken Sword*.
- Roses, S., y Humanes-Humanes, M. L. (2019). Conflictos en los roles profesionales de los periodistas en España: Ideales y práctica. *Comunicar*, 58(27), 65–74. <https://doi.org/10.3916/C58-2019-06>
- RTS. (2016). *Datak*.
- Ryan, M. L. (2015). *Narrative as virtual reality 2: revisiting immersion and interactivity in literature and electronic media*. Johns Hopkins University Press.
- San José de la Rosa, C., y Gil-Torres, A. (2019). Héroe de la noticia: periodismo, política e historia en el cine español desde 'El sótano' (1949) hasta '23-F' (2011). *Ogigia, Revista electrónica de estudios hispánicos*, (27), 235–258. <https://doi.org/10.24197/ogigia.27.2020.235-258>
- San José de la Rosa, C., Miguel Borrás, M., y Gil-Torres, A. (2020). Periodistas en el cine español: héroes comprometidos con la verdad. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26(1), 317–326. <https://doi.org/10.5209/esmp.67310>
- San José de la Rosa, C., Gil-Torres, A. y Miguel Borrás, M. (2020). El periodismo como protagonista esencial en la trama de la serie The Crown. *Revista de Comunicación*, 21(2), 263–283. <https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A13>
- San José de la Rosa, C. (2021). Estructuralismo de Propp en los periodistas héroes y villanos del cine español. *Vivat Academia*, (154), 245–262. <https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1350>
- Seek Change. (2012). *Fibber*.
- SteamDB. (s. f.). *Headliner: Novinews*. <https://steamdb.info/app/918820/charts/#max>
- Strömbäck, J., Yariv, T., Hajo, B., Alyt, D., Elin, L., Rens, V., y Torun, L. (2020). News media Trust and its Impact on media use: Toward a Framework for Future Research. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 139–156. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1755338>
- Tello Díaz, L. (2011). *La imagen y la ética del periodista en el cine español (1896-2010)*. Universidad Complutense de Madrid.
- Tello Díaz, L. (2012). La representación de la mujer periodista en el cine español (1896-2010): estereotipo, ética y estética. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, (7), 99–117. <https://doi.org/10.18002/cg.v0i7.905>
- Ubisoft. (2003). *Beyond Good & Evil*.
- Unbound Creations. (2018). *Headliner: NoviNews*.
- van Antwerpen, N., Turnbull, D., y Searston, R. A. (2023). Perspectives from journalism professionals on the application and benefits of constructive reporting for addressing misinformation. *The international journal of press/politics*, 28(4), 1037–1058. <https://doi.org/10.1177/1940161221107278>
- van Bavel, J. J., Harris, E., Pärnamets, P., Rathje, S., Doell, K., y Tucker, J. (2021). Political Psychology in the Digital (mis)Information age: A Model of News Belief and Sharing. *Social Issues and Policy Review* 15(1), 84–113. <https://doi.org/10.1111/sipr.12077>

Vicent-Ibáñez, M. (2023). El género romántico en los videojuegos más allá de las producciones orientales. *Hipertext.net*, (26), 149–157. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2023.i26.18>

Wellman, W. A. (Director). (1937). *La reina de Nueva York* [Película]. United Artist.

Williams, A., Guglietti, M. V., y Haney, S. (2018). Journalism students' professional identity in the making: Implications for education and practice. *Journalism*, 19(6), 820–836. <https://doi.org/10.1177/146488491769234>

## Conflicto de intereses | Conflict of interest |

Los autores no tienen conflictos de intereses que declarar.  
The authors have no conflicts of interest to declare.

## Notas biográficas | Biographical notes

Mireya Vicent-Ibáñez es Doctora en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid (con mención internacional), Graduada en Comunicación Audiovisual, y posee dos másters, uno en Estudios Fílmicos y otro en Game Studies y Diseño de Narrativas. Actualmente es investigadora posdoctoral Margarita Salas en la Universidad Complutense de Madrid, siendo también investigadora visitante en la Universidad de Zaragoza. Sus actuales líneas de investigación se centran en los game studies y los medios digitales; en relación con esto último, su trabajo se centra en el estudio de los discursos del odio.

**Orcid ID:** <https://orcid.org/0000-0002-8331-5387>

Scopus: 57562188600

**Dirección Institucional:** Avda. Complutense, s/n, Ciudad Universitaria, 28040 - Madrid

Adrián Merinero-Sánchez es Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid. Actualmente está realizando un máster en la Universidad Complutense de Madrid, donde también ejerce de Becario en la Facultad de Ciencias de la Información.

**Orcid ID:** <https://orcid.org/0009-0000-0393-0762>

**Dirección Institucional:** Avda. Complutense, s/n, Ciudad Universitaria, 28040 - Madrid

## Cómo citar | How to cite

Vicent-Ibáñez, M., y Merinero-Sánchez, A. (2024). La identidad profesional del periodista en juego: el caso de Headliner: NoviNews. *Media & Jornalismo*, 24(44), e44045. [https://doi.org/10.14195/2183-5462\\_44\\_5](https://doi.org/10.14195/2183-5462_44_5)

Esta obra está bajo protegida por una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License