



UNIVERSIDAD DE SEVILLA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN

LA IMAGEN DEL PERIODISTA EN EL VIDEOJUEGO

Autor: **Bernardo Martínez López**

Tutor: **Isaac López Redondo**

Trabajo de Fin de Grado

Grado en Periodismo

Curso 2021/2022

A mi familia, por apoyarme y permitirme estudiar;
A mis amigos, por ayudarme a no olvidar de dónde vengo,
y a los docentes que se preocupan y trabajan por la universidad pública.

0. Índice.....	0
1. Resumen.....	4
2. Palabras clave.....	4
3. Introducción.....	5
4. Hipótesis y objetivos.....	6
5. Metodología.....	7
5.1. Análisis de contenido.....	8
6. Marco teórico-contextual.....	14
6.1. La figura del periodista en la ficción.....	14
6.2. Periodismo entre color, dibujos y viñetas.....	17
6.3. La estampa del periodista en película de 35 milímetros.....	21
6.4. Del séptimo arte a la pequeña pantalla: la prensa en las series de TV.....	24
6.5. Insert coin & Press Start: la imagen del profesional de la información en el videojuego.....	26
7. Análisis de contenido: La imagen del periodista en el videojuego.....	29
7.1.1. Sexo: una representación paritaria de la profesión.....	30
7.1.2. Género del título: periodismo, una vida llena de... ¿aventura?.....	31
7.1.3. Cargo: lo tradicional nunca falla.....	32
7.1.4. Tipo de personaje y rol: periodistas...no siempre en el centro de la noticia.....	33
7.1.5. Compromiso con la ética periodística: respeto a la profesión.....	35
7.1.6. Edad y etapa de vida: jóvenes, pero maduros.....	36
7.1.7. Procedencia: Dios bendiga América.....	37
7.1.8. Medio donde trabaja: el eterno encanto del papel y la televisión.....	38
7.1.9. Situación laboral y modo de trabajo: periodismo como “excusa”	39
7.1.10. Vida sentimental: poco interés en el amor y el compromiso.....	40
8. Conclusiones.....	41
9. Referencias.....	42
10. Anexos.....	46
10.1. Anexo 1: Excel de resultados del análisis.....	46
10.2. Anexo 2: Fichas de análisis de los personajes.....	47

1. Resumen

Los periodistas han sido personajes omnipresentes y habituales en la cultura popular occidental. Clark Kent, Tintín, April O'Neil, Peter Parker, Cal McAffrey, Kent Brockman, Lois Lane, Will McAvoy, Kermit the Frog (en España, la rana Gustavo) o incluso Toni Alcántara son algunos de los más famosos personajes -y representantes- del periodismo en la ficción y en los medios. A lo largo de la historia, tanto el cine como la televisión, la literatura y el cómic han construido la imagen del periodista para toda aquella parte de la ciudadanía alejada del mundo profesional de la información. Unos personajes memorables que han influido incluso más que los propios medios en crear la impresión que las personas tienen sobre los medios de comunicación de masas, los periodistas, y en general, el periodismo. En su corto tiempo vida, el videojuego, que se ha consolidado artística y narrativamente como un potente producto cultural y de entretenimiento, también se ha servido de los periodistas para contar historias muy variadas. Asimismo, a nivel económico, el videojuego ha crecido de manera meteórica, consiguiendo hoy competir de tú a tú ante la poderosa industria cinematográfica. Periodistas como Frank West, Elena Fisher, Miles Upshur o Madison Paige son parte de la historia viva de los videojuegos, pero también del imaginario cultural colectivo.

El presente trabajo, basado en el análisis de contenido de una selección de 40 personajes de videojuegos que desempeñan el oficio de periodista y que pertenecen a títulos concretos de diferentes plataformas, géneros y épocas, muestra al periodista como un profesional repleto de juventud, valentía y compromiso, pero explorado de forma insuficiente y anclado en los mismos tópicos presentes en otros medios como el cine o la televisión.

2. Palabras clave

Periodismo; Televisión; Cómic; Roles profesionales; Tópicos; Videojuegos.

3. Introducción

Los datos recogidos en el último anuario hasta la fecha de la Asociación Española de Videojuegos (AEVI) demuestran la importancia de la industria del videojuego para la economía española: 1.795 millones de euros facturados y 6.948.452 videojuegos vendidos (2021). Unos números que se trasladan al resto del globo y que aupán al videojuego como el sector más importante dentro de la industria del ocio audiovisual. Es complicado cuestionar la importancia y el calado social de este medio en el presente, aunque todavía hay quien mira a los videojuegos por encima del hombro y piensa que son un pasatiempo para niños y “frikis”.

El caso es que la realidad no se puede maquillar, y los números, de nuevo, hablan por sí solos: en 2021 España alcanzó su máximo histórico de videojugadores, sobrepasando los 18.000.000 de usuarios, de los que el 47,5% eran mujeres (AEVI, 2021). Además, a nivel empresarial, noticias como la compra por parte de Microsoft (Xbox) de ZeniMax Media (Tones, 2020) y Activision-Blizzard (Giacconi, 2022) y la adquisición de Bungie por parte de Sony (PlayStation) (Jiménez, 2022) han supuesto un verdadero puñetazo en la mesa a nivel financiero por parte del videojuego. Una inapeable demostración de poder en la industria audiovisual.

Asimismo, la influencia de los videojuegos se expande cada vez más allá de su propio círculo, llegando, por ejemplo, al cine, donde existe un amplio catálogo de películas que han adaptado importantes sagas de videojuegos: Mortal Kombat, Tomb Raider, Doom, Resident Evil, Assassin’s Creed, Uncharted, Need for Speed, Hitman, Prince of Persia, Street Fighter, Tekken, Silent Hill....

Una realidad que ha transformado su imagen como un pasatiempo más a ser un ente cultural y un “nuevo” medio con capacidad narrativa. En este aspecto, Antonio J. Planells (2015, p.10) sostiene esta misma postura:

Hoy, el videojuego ha desarrollado no solo su aspecto jugable y su capacidad gráfico-sonora, sino que también ha conseguido elaborar mundos de ficción similares a los del cine, el teatro o la literatura. Por todo ello, los — 106 — juegos constituyen verdaderos mundos posibles insertos en la lógica propia de la ficción, y participan de manera clave en el actual imaginario cultural de las sociedades contemporáneas. Los videojuegos son, ante todo, objetos ficciones y culturales.

Así es como el videojuego se ha convertido en un medio a la altura del cine, el cómic, la televisión o la literatura para contar historias y construir mundos de todo tipo. Una vez llegados a este punto la pregunta es clara: ¿Cómo se representa a los periodistas a través del videojuego?

4. Hipótesis y objetivos

Antes de establecer los objetivos de la investigación, es necesario formular las hipótesis. Según Matilde Eiroa y Alejandro Barranquero (2017), en términos sencillos, una hipótesis es la primera idea que se tiene en torno a la explicación de un fenómeno” (p. 22). Eiroa y Barranquero sostienen además que la hipótesis “se plantea a modo de conjetura, inferencia o suposición a partir del conocimiento que maneja el investigador y está sustentada en su propia observación, conjeturas y experiencia” (p. 22). Por otro lado, Hernández, Fernández y Baptista, (2003, citados por Ibañez González, J. L. 2013), explican que las hipótesis “son como las guías para una investigación, ya que indican lo que se está buscando o tratando de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado, formuladas a manera de proposiciones”.

La misión principal de este trabajo es confirmar o negar las hipótesis expuestas a continuación:

- Los videojuegos proyectan mayoritariamente a los periodistas como profesionales poco comprometidos con los valores éticos y el buen hacer periodístico.
- La imagen del periodista que proyecta el videojuego no difiere de la que proyectan otros medios como el cómic, series de televisión y cine.
- La TV es el medio principal en el que trabajan los periodistas que aparecen en videojuegos.
- Existe paridad entre sexos a la hora de mostrar periodistas en los videojuegos. Una representación que no casa con la realidad (existe una mayoría de mujeres periodistas en los medios de comunicación).
- Los periodistas raramente ocupan el papel de protagonista en las historias presentes en videojuegos.

Una vez presentado el tema de la investigación es necesario establecer uno o varios objetivos que precisen lo que se pretende hacer. Según Matilde Eiroa y Alejandro Barranquero (2017) “los objetivos de un estudio son la finalidad de la investigación, el para qué (...) “cuyo

planteamiento es clave para el éxito de todo el proceso, ya que actúan como la guía que nos conducirá durante la investigación”. Asimismo, estos autores sostienen que estos objetivos “deben ser claros y concisos en su redacción, y, sobre todo, alcanzables y medibles” (p.20).

Por otro lado, para otro autor como Guillermo Briones (2003) los objetivos son aquellas metas específicas que se deben alcanzar para poder responder a una pregunta de investigación y que orientan el desarrollo de la investigación, es decir, los objetivos implican los pasos a seguir durante la investigación para responder a la pregunta que se hace (Cauas, 2006).

Así pues, el objetivo general de este trabajo de investigación es averiguar cómo se representa a los periodistas dentro del mundo del videojuego. A partir de este objetivo general se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Determinar el perfil físico (sexo, edad y procedencia) de los periodistas que aparecen en videojuegos.
- Observar y descubrir si existen diferencias en la representación de hombres y mujeres periodistas.
- Revelar cuál es la labor más habitual de los personajes.
- Descubrir con qué medio (radio, prensa o televisión) se relaciona mayoritariamente a los personajes.

5. Metodología

Una vez determinadas tanto las hipótesis como los objetivos que conducirán este trabajo de investigación es momento de determinar qué método de investigación se ha utilizado para alcanzar los objetivos propuestos anteriormente.

Antes de explicar la metodología que se ha seguido en este trabajo de investigación, es necesario previamente diferenciar los dos grandes bloques metodológicos en comunicación: el método cualitativo y el método cuantitativo. Eiroa y Barranquero (2017) definen así ambos métodos de investigación:

Las técnicas cualitativas se insertan en la lógica de la comprensión, siendo un componente esencial en ellas el lenguaje, los discursos y su interpretación. Pretenden captar los motivos, los significados, las emociones y otros aspectos subjetivos de las acciones e interacciones de individuos y los grupos. El enfoque cualitativo concibe que la realidad no es única, sino subjetiva, porque entiende que los seres humanos son distintos y no pueden ser encasillados en torno a estadísticas y conceptos, que, en buena

medida, simplifican y obvian la complejidad de los pensamientos y comportamientos humanos. De ahí que los resultados estén encaminados a sentar una explicación específica y profunda sobre cuestiones particulares que, por lo general, no son extrapolables a un universo más amplio de casos. Las técnicas cuantitativas parten, sin embargo, de la idea de que a las ciencias sociales se les pueden aplicar los principios de las ciencias naturales y tratan de resumir la realidad en números. Enlazan con la filosofía positivista y la medición empírica de los fenómenos, y, por tanto, con un enfoque explicativo (p. 27).

El objetivo fundamental de este estudio es averiguar cómo se representa a los periodistas dentro del mundo del videojuego, es decir, descubrir qué imagen del profesional de la información proyectan los videojuegos y comparar este retrato con el existente en series de televisión, cómics y cine. Para alcanzar este fin, se ha utilizado el análisis de contenido como herramienta metodológica.

5.1. Análisis de contenido

El análisis de contenido, según Berelson (1952, citado por López Noguero, F. 2002), es “una técnica de investigación que pretende ser objetiva, sistemática y cuantitativa en el estudio del contenido manifiesto de la comunicación”. Por otro lado, López Noguero, F. (2002) afirma lo siguiente sobre el análisis de contenido:

El análisis de contenido se sitúa en el ámbito de la investigación descriptiva, pretende, sobre todo, descubrir los componentes básicos de un fenómeno determinado extrayéndolos de un contenido dado a través de un proceso que se caracteriza por el intento de rigor de medición. Una vez que se ha perfilado la panorámica general que presenta el análisis de contenido conviene subrayar que es la técnica más elaborada y la que goza de mayor prestigio científico en el campo de la observación documental (p. 174).

En tal sentido, el análisis de contenido se ha llevado a cabo sobre una selección de 40 personajes de videojuegos que desempeñan el oficio de periodista en cualquier puesto. Como punto de partida se han tomado las listas de personajes disponibles en “The Image of the Journalist in Popular Culture (IJPC) Journal” (2002), una revista académica online estadounidense cuyo propósito es promover la misión del proyecto “Imagen del Periodista en la Cultura Popular” a través de la investigación y el análisis de la imagen de los periodistas en todos los aspectos de la cultura popular, desde el cine, la televisión, la radio, la ficción, los comerciales, dibujos animados, cómics, música, arte, humor y videojuegos, demostrando su impacto en la percepción que el público tiene de los periodistas. Además de haber

utilizado la base de datos de la citada revista, se han consultado listas de personajes disponibles en entradas web como “Top 10 Best Video Game Reporters of All-Time”, (Blockfort, 2016), “Top Nine Videogame Reporters and Journalists” (Orsini, Lauren. 2010) en Kotaku y “The Best Fictional Reporters In Games” (Timberlake, Rebecca. 2022) en The Gamer.

A partir de esta base de datos y las páginas web consultadas, el proceso de selección se ha efectuado de la siguiente forma:

Se han utilizado los personajes recogidos en las tres entradas web citadas anteriormente. El resto de los periodistas hasta llegar a la muestra (40) se han seleccionado de la base de datos del IJPC de forma aleatoria debido al gran número de personajes recogidos en esta. Hemos tenido en cuenta, eso sí, que los personajes elegidos pertenecen a títulos concretos de diferentes plataformas (ordenador o consolas), juegos de géneros variados (acción, plataformas, estrategia, aventura...) y que salieron al mercado en épocas distintas. En relación con este último aspecto, es necesario aclarar que nuestra muestra se sitúa exclusivamente entre los años 1990 y 2021, ignorando personajes previos o posteriores al espacio temporal determinado. La muestra final de personajes fue la siguiente:

PERSONAJE	TÍTULO Y AÑO DE LANZAMIENTO
Janna	League of Legends (2009)
Luka Redgrave	Bayonetta (2009)
Rex Chance	Impossible Creatures (2002)
Aya Shameimaru	Touhou Project (2019)
Josh Carter	ObsCure (2004)
Madison Paige	Heavy Rain (2010)
Elena Fisher	Uncharted (2007)
Frank West	Dead Rising (2006)
Jade	Beyond Good & Evil (2003)
Ulala	Space Channel 5 (1999)
Chung-Li	Mega Man 9 (2008)
Mary Jane Watson	Marvel’s Spider-Man (2018)
Miles Upshur	Outlast (2013)

James Palmer	Jack the Ripper (2004)
April O'Neil	Teenage Mutant Ninja Turtles: Smash-Up (2009)
Reuben Oluwagembi	Far Cry 2 (2008)
Joseph Schriber	Silent Hill 4: The Room (2004)
Nolan Campbell	Clock Tower (1997)
Rick Henderson	Hitman: Blood Money (2006)
Lotta Hart	Pheonix Wright: Ace Attorney (2001)
Frederick Lancaster	Front Mission 1 (1995)
Jane Valderama	Saintsrow 2 (2008)
Alyssa Ashcroft	Resident Evil: Outbreak (2003)
Ben Bertolucci	Resident Evil 2 (1998)
Chandra Prince	Watchdogs (2014)
Rochelle	Left 4 Dead 2 (2009)
Rebecca Chang	Dead Rising 2 (2010)
Khalisah al-Jilani	Mass Effect 2 (2010)
Clancy Jarvis	Resident Evil VII: Biohazard (2017)
Andre Stickland	Resident Evil VII: Biohazard (2017)
Peter Walken	Resident Evil VII: Biohazard (2017)
Blake Langermann	Outlast II (2017)
Lynn Langermann	Outlast II (2017)
Jeff Wynia	Uncharted 3 (2011)
Jyoji Hijiri	Shin Megami Tensei: Nocturne (2003)
Vicki Vale	Batman: Arkham City (2011)
Rob	Munhunt (2003)
Diana Allers	Mass Effect 3 (2012)
Emily Wong	Mass Effect 2 (2010)
Iván Díaz	The Evil Within (2014)

Tabla 1 | Elaboración Propia | Personajes, título y año de lanzamiento.

Tras finalizar el proceso de selección de los 40 personajes, se procedió a la categorización que según Olabuenaga (2012; 204, citado en Ruiz Bueno, A. 2021) es “un proceso por el que el investigador aplica unas reglas de sistematización para captar mejor el contenido de su corpus”, que consiste en “aplicar a una unidad de registro un criterio de variabilidad, sistematizándolo (subdividiendo) en una serie de categorías y clasificando cada unidad en una de esas categorías).

De esta manera, según Ruiz Bueno, A. (2021: 13), “la categorización implica en si misma dos operaciones estructuralistas, por un lado, el inventario, aislar los elementos del texto o corpus, y por otro, la clasificación, distribuir los elementos en función de la búsqueda o imposición de una cierta organización”. En este sentido, hemos elaborado una ficha de recogida de datos con diferentes categorías que serán detalladas a continuación:

- 1- Sexo (masculino/femenino). Hace referencia al sexo del personaje.
- 2- Género del título en el que aparece. Se ha utilizado la clasificación de videojuegos de Mejías-Climent, L. (2021), basada en “el criterio de clasificación del género interactivo —es decir, la mecánica de juego y el tipo de habilidades empleadas por el jugador”, que es “exclusivo y, por tanto, diferenciador, de los videojuegos frente a otros productos audiovisuales”. Mejías-Climent diferencia así 9 géneros: combate, aventura, carreras, puzzles y laberintos, simulación, estrategia, ritmo, didácticos y competición y concursos.
- 3- Cargo (redactor/reportero/fotoperiodista/productor/operador de cámara/corresponsal/presentador/multidisciplinar/ no se distingue). Es importante apuntar que un reportero siempre es un redactor, pero un redactor no tiene por qué ser un reportero, es decir, un redactor especializado en el género del reportaje.
- 4- Personaje (jugable/no jugable). Un personaje jugable es aquel que el jugador puede controlar en algún momento del juego. El personaje no jugable forma parte de la historia, pero el jugador no puede controlarlo en ningún momento de la historia.
- 5- Rol (protagonista/secundario/ no se distingue)
- 6- Compromiso con la ética periodística. ¿El periodista personifica los valores de la democracia occidental? Es decir, ¿se acerca a la “imagen ideal” y funciona como un servidor público o destaca su uso del sensacionalismo y su falta de ética para lograr sus objetivos? (personifica el ideal/se acerca al ideal/se aleja del ideal/se opone antagónicamente al ideal/ no se distingue). Las categorías “se acerca al ideal” y “se aleja del ideal” responden a un compromiso ético intermedio entre los dos extremos por parte

del personaje. En el primer caso, el periodista se acerca de manera importante al ideal, pero no en su totalidad o no siempre. En el segundo caso, el personaje se aleja de manera clara del ideal, pero no de forma rotunda o en la totalidad de las ocasiones.

El periodista es encasillado mayoritariamente en dos imágenes exageradas y antagónicas. Una de estas imágenes responde a la idea de que el periodista personifica los valores democráticos y es uno de los pilares que sostienen la democracia occidental, es decir, funciona como un servidor público. Según Quirós Fernández (2014), se trata de una “imagen ideal” encarnada en el respeto a los valores éticos y deontológicos recogidos en códigos de una gran parte del mundo. Este autor recoge en “Valores y contravalores del periodismo: la imagen ética de la profesión en nueve películas americanas” (2014) que los citados valores éticos son los siguientes:

Tabla nº 1 VALORES DE LA PROFESIÓN Elaboración propia
Verdad, objetividad, exactitud
Servicio al bien común
Integridad, independencia, respeto a la intimidad de todos
Libertad de información como derecho y deber
Defensa de la dignidad profesional mediante los actos propios
Solidaridad profesional
Responsabilidad social
Guardar el secreto profesional
No calumnia ni difama
No plagiar
Valerse de medios justos, honestos
No dejarse influir por la publicidad ni por el poder político
Nada de sensacionalismo

Tabla 2 | Fuente: “Valores y contravalores del periodismo: la imagen ética de la profesión en nueve películas americanas” (Quirós Fernández, 2014).

Por lo tanto, cuando planteamos en la ficha de recogida de datos la pregunta “¿Se acerca a la ‘imagen ideal’ y funciona como un servidor público o destaca su uso del sensacionalismo y su falta de ética para lograr sus objetivos? Esta “imagen ideal” se fundamenta en el máximo acercamiento a los valores profesionales recogidos por Fernando Quirós Fernández en esta tabla.

7- Edad y etapa de vida. Hemos considerado tres opciones: juventud (hasta los 30 años, pues según el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), en su barómetro de marzo de 2018, los españoles encuestados consideraron mayoritariamente (51.60 %) que un joven deja de serlo a los 30 años). Vejez (a partir de 60 años, ya que la ONU sostiene esta edad para considerar que una persona es adulta mayor (Secretaría de Inclusión y Bienestar Social del Gobierno de la Ciudad de México, 2022) y adultez (entre 31 y 59 años, es decir, las edades entre los límites que hemos citado anteriormente). Puede no distinguirse.

8- Procedencia (Asia, Antártida, Europa, África, Oceanía, Norteamérica y Sudamérica/ no se distingue). Responde a la zona geográfica donde nació el personaje.

9- Medio donde trabaja (prensa escrita/prensa digital/radio/televisión/otros/ no se distingue).

10- Situación laboral (empresario con asalariados/freelance/ cooperativista/asalariado/en paro/ no se distingue).

11- Método de trabajo (solo/en equipo/ no se distingue).

12- Vida sentimental (casado/soltero/en una relación /no se distingue).

*Cada ficha individual de recogida de datos responde al siguiente esquema de organización:

- 1) Fotografía que identifique al personaje a analizar.
- 2) Nombre del periodista.
- 3) Tabla de variables donde se indicará de nuevo el nombre del personaje y el título al que pertenece.

FOTOGRAFÍA
NOMBRE DEL PERSONAJE

PERSONAJE (TÍTULO)	
<i>SEXO</i>	
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	
<i>CARGO</i>	

<i>PERSONAJE</i>	
<i>ROL</i>	
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	
<i>PROCEDENCIA</i>	
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	

6. Marco teórico-contextual

Antes de llevar a cabo la recogida -y posterior análisis- de datos, es necesario contextualizar y hacer un breve recorrido acerca de cómo se ha plasmado al periodista en otras formas de expresión dentro de la cultura popular y de la industria de la cultura y el entretenimiento como son el cine, el cómic y las series de televisión, además del propio videojuego.

De esta manera hemos podido conocer de forma concisa qué imagen del periodismo y de los periodistas se ha proyectado en otros medios y expresiones artísticas e introducir brevemente cómo se presenta a los profesionales de la información en el videojuego de la mano de diferentes autores.

6.1. La figura del periodista en la ficción

Según Matthew C. Ehrlich & Joe Saltzman (2015), los periodistas han sido personajes omnipresentes y habituales en la cultura popular occidental. Unos personajes que han influido incluso más que los propios medios en crear la impresión que las personas tienen sobre los medios de comunicación de masas, los periodistas, y en general, el periodismo.

Ambos autores explican en su libro *Heroes and Scoundrels: The Image of the Journalist in Popular Culture* cómo las representaciones de las profesiones en la cultura popular influyen en la percepción pública de los profesionales en la realidad:

Tales ideas sobre la prensa ya sean positivas o negativas, están moldeadas por la imagen del periodista en la cultura popular. Pocas personas visitan una redacción o cualquier otro lugar donde trabajan los periodistas para informar acerca de las noticias del día. Es más probable que sus nociones de lo que es y hace un periodista provengan de leer sobre periodistas en novelas, cuentos y cómics, y de verlos

en películas, programas de televisión, obras de teatro y dibujos animados. Los científicos sociales que han estudiado las representaciones de las profesiones en la cultura popular han indicado que esas representaciones influyen en las percepciones públicas de los profesionales del mundo real, que pueden tener un efecto importante en la percepción y la influencia de una institución en la sociedad (p.13).

Traducción del autor

Una percepción pública de los profesionales del mundo real que no va en una única dirección ni afecta exclusivamente a los periodistas y a los medios de comunicación. Por ejemplo, las películas y los programas de TV sobre abogados representan a "malos profesionales que no admirarías ni querrías como tu abogado" al mismo tiempo que refuerzan "las ideas de que los tribunales funcionan como instituciones y que se puede confiar en la ley en general tanto en su articulación como en su aplicación (Hayden White, 1978)".

Asimismo, las representaciones de los médicos los muestran como "egoístas, materialistas, indiferentes y poco éticos (Flores, 2002)", al tiempo que les muestra que son "valientes" e insinúan que el sistema médico actual funciona (Quick, B. L. 2009). Ocurre igual con la representación de los periodistas: "reporteros y editores individuales cometen actos terribles incluso cuando la prensa es retratada como esencial para el funcionamiento adecuado de una sociedad libre (Ehrlich & Saltzman, 2015)".

También en su libro, Matthew C. Ehrlich & Joe Saltzman apuntan cuál es el origen específico de estas ideas acerca de los periodistas, que todavía siguen presentes en el imaginario colectivo:

Las raíces de la imagen popular actual del periodista se encuentran en cientos de novelas y películas mudas que datan de más de un siglo, cuando surgieron una serie de personajes: el enérgico y oportunista sabueso que haría cualquier cosa por una primicia; la reportera dura y sarcástica que trata desesperadamente de superar a su competencia masculina; el "cachorro" entusiasta que quiere más que nada ser un reportero destacado; el editor de un periódico de la gran ciudad comprometido a que su historia sea la primera a toda costa; y el despiadado magnate de los medios que usa el poder de la prensa para sus propios fines egoístas. Esos arquetipos se trasladaron con relativamente poca variación a las representaciones de los periodistas de radio y televisión y, más tarde, de los ciberperiodistas (p.13)

Traducción del autor

Por ejemplo, en el siglo XIX, muchas novelas menudo estaban llenas de imágenes de periodistas odiosos, como explica James G. Harrison (1945) en su dilogía *Nineteenth-Century American Novels on American Journalism*. G. Harrison recoge en estas obras

algunos ejemplos de estos periodistas ‘odiosos’. Un ejemplo es el periodista Steadfast Dodge, personaje creado por el novelista estadounidense James Fenimore Cooper en 1838 que “era un periodista vulgar, corrupto y sin decencia, que solo se preocupaba por sí mismo y creía que cualquiera o cualquier cosa que se dijera en público o en privado era presa fácil para sus columnas (Ehrlich & Saltzman, 2015)”.

Otros ejemplos tempranos donde la prensa empieza a ser representada con tintes negativos son *My Wife and I* (1871) y *We and Our Neighbors* (1875), de la escritora feminista y abolicionista norteamericana Harriet Beecher Stowe, donde “escribió sobre una campaña de prensa corrupta con fines de lucro sin tener en cuenta el bienestar público (Ehrlich & Saltzman, 2015)”.

Más tarde, a finales del siglo XIX, la cultura popular moderna surgió simultáneamente con la aparición de la radio (1887) y la invención del cine (1895). Según James W. Carey (1993) “esos nuevos medios junto con los medios impresos masivos atraviesan las divisiones estructurales de la sociedad, atrayendo a su audiencia independientemente de su raza, etnia, ocupación, región o clase social”. Los autores Ehrlich & Saltzman (2015) relacionan esta revolución con los roles periodísticos y la nueva cultura popular: “Los roles de reportero, editor de la ciudad y otras ocupaciones periodísticas estaban completamente establecidos, y aparecían regularmente como tipos de personajes en la nueva cultura popular de masas, con representaciones más heroicas que aparecían junto a los villanos”.

Ya en el siglo XX, pese a la presencia de radio y cine, la literatura siguió utilizando al periodismo para contar historias, reflejando las diferentes etapas que éste atravesó: la era del “periodismo amarillo” y la “era jazz”. Una etapa donde la imagen del periodista que se proyecta cambia, como explican Ehrlich & Saltzman (2015):

Los temas literarios comunes incluían a jóvenes reporteros que llegaban al periódico con la esperanza de acumular experiencias de vida que pudieran convertir en sus propias novelas. Luego, los reporteros soportaron una multitud de humillaciones en el trabajo, incluido el maltrato de sus editores mientras sus relaciones románticas sufrían. Otros temas mostraban a periodistas idealistas desgastados gradualmente por las horribles condiciones de la sala de redacción.

Traducción del autor

Posteriormente, los periodistas, que se convertirían en habituales del cine y la radio, también dieron el salto en personajes habituales de cómics con representaciones más heroicas. *Superman* apareció en EE. UU en 1938 con los personajes de Clark Kent y Lois Lane, ambos

periodistas. Anteriormente en Europa, el cómic *Las Aventuras de Tintín* nació a principios de 1929, con el joven reportero Tintín y su fiel perro Milú como protagonistas.

En ese sentido, la imagen del periodista ha seguido presente y evolucionando hasta llegar a la cultura popular del presente, siendo el cine y las series los escenarios donde el periodista aparece con más fuerza, con series como *Secret City* (2016) y *The Newsroom* (2012) o películas como *Spotlight* (2015) y *Truth* (2015). Sin olvidar a personajes como a la periodista Rita Skeeter, personaje de la importante saga cinematográfica *Harry Potter* (2001-2011). Una creciente evolución representativa materializada ahora en el videojuego.

Como comentábamos anteriormente, la literatura, al igual que el cine o la televisión, muestran a los periodistas, según Diezhandino, Bezunertea y Roca (1994) como “malos maridos, pésimos novios o insufribles amantes” (p. 27). Una idea que López Redondo y Martínez Cantudo (2019) puntualizan añadiendo que principalmente se da “en clave masculina, pues la mayoría de los personajes de ficción que encarnan esta profesión son hombres, algo poco habitual hoy día en la realidad de las redacciones” (p.8).

Estos autores, además, apuntan que “es frecuente también encontrar a numerosos periodistas divorciados en el mundo de la prensa” (2019) y resumen en líneas generales cómo se representa al periodista:

En definitiva, nos encontramos con estereotipos que muestran a personas obsesionadas con su trabajo, con escasos escrúpulos, incapaces de realizarse en lo personal y una excesiva competitividad dentro del gremio potenciada por la egolatría de cada cual.

Por otro lado, los citados Diezhandino, Bezunertea y Roca (1994) sostienen lo siguiente sobre la imagen del profesional de la información en la sociedad:

Villanos o héroes, aunque más de lo primero que de lo segundo. Entre ambas imágenes se mueven los periodistas, porque éstos son los estereotipos difundidos por los propios medios de comunicación y la literatura, entre quienes los periodistas, paradójicamente, no tienen buena prensa (p. 29).

6.2. Periodismo entre color, dibujos y viñetas

Como apuntamos anteriormente, en la cultura popular, los periodistas a menudo aparecen en novelas, películas y otras formas de entretenimiento, pero uno de los espacios de la cultura popular donde más ha perdurado el periodista es en los cómics.

Según Knight (2007), los cómics cuentan con un espacio determinado y una extensión limitada, por lo que los personajes familiares son más recurrentes en este formato. Uno de

los personajes más duraderos ha sido el periodista. En su artículo “Comic Book Journalists Beyond Clark Kent” (2007), hace una primera aproximación a los orígenes del periodista en el mundo del cómic:

La aparición de los periodistas en los cómics puede haber empezado con Clark Kent, Lois Lane, Jimmy Olson, Perry White y otros de DC Comics, pero la heroína de las tiras cómicas Brenda Starr apareció en 1940, junto con el periodista radial Billy Batson, la doble identidad adolescente del Capitán Marvel («Shazam!»), seguido por otras series en los años 40 y 50. En los 60, Peter Parker (Spider-Man) y su jefe J. Jonah Jameson, de Marvel Comics, empezaron una tendencia hacia personajes y escenarios más realistas para un mercado especializado, cada vez más adulto. En los últimos 10 años, personajes periodistas destacados se han vuelto prevalentes.

Aun así, finalmente Knight sitúa el origen de los periodistas en el cómic en 1927: “El personaje periodista se ha desarrollado durante décadas. Empezando en 1927, la tira cómica de continuidad de Frank Godwin, “Connie”, mostraba a la aventurera independiente Constance Kurridge, que en 1934 empezó trabajando como reportera para el Daily Buzz”, que según Tebeosfera (2011) se distribuía en *Ledger Syndicate* y era publicada "por varios diarios estadounidenses”.

Diego Matos Agudo, en su obra “Periodismo Cómic: Una historia del género desde los pioneros a Joe Sacco” (2015), apunta que “muchos superhéroes trabajen en el mundo del periodismo no es mera casualidad, ya que el periodista además de observador es un guardián de la verdad, trabajando en los medios de comunicación, los cuales son considerados el cuarto poder, relacionando este término con un superpoder en la actualidad”.

Un ‘superpoder en la actualidad’ que Quirós Lagares (2018) ejemplifica en Superman: “La figura del periodista es recurrente en cualquier temática de los cómics. Es de sobra conocido que el superhéroe por antonomasia, Superman, trabajaba de periodista cuando no se encontraba salvando el mundo, bajo el seudónimo de Clark Kent”.

Clark Kent es el prototipo más conocido de periodista en el noveno arte. Este extraterrestre de ilimitado poder podría haber elegido desempeñar cualquier profesión a la que dedicarse mientras no estaba enfrentándose al mal en cualquiera de sus formas; aunque decidió dedicarse a informar. Decidió ser un periodista de cómic. (Matos Agudo, 2017). Aunque Kent no es el único. Otro de los periodistas más reconocidos del cómic es Tintín.

Las historias de este joven reportero, ideado por George Remi, se publicaron originalmente en un suplemento del diario belga *Le Petit Vingtième*. La profesión que eligió para su

personaje se debe “a la admiración que el autor tenía por el periodismo y conocidos periodistas contemporáneos suyos, como el francés Albert Londres” (Matos Agudo, 2015).

Pese a ser uno de los periodistas más famosos de la cultura popular occidental, Matos Agudo apunta en su tesis “El cómic como género periodístico: De Art Spiegelman a Joe Sacco” (2015) que Tintín “únicamente ejerció de reportero en los dos primeros álbumes: en “Tintín en el país de los soviets” y en “Tintín en el Congo”, donde fue en calidad de freelance. Desde ese momento, su profesión parece que se hubiera extraviado por el camino, diluyéndose las tramas hacia la aventura y la investigación, más detectivesca que periodística”.

Asimismo, Peter Parker (Spiderman) es otro de los periodistas más famosos del cómic, que Matos Agudo define como “reportero gráfico o fotoperiodista (algunos lo definirán como fotógrafo, pero es más que eso ya que muchas veces sus imágenes no ilustran una noticia, sino que son la propia noticia, porque tienen entidad propia y peso informativo específico”. Parker trabaja en el Daily Bugle, el mismo periódico que le injuria e insulta como superhéroe, vendiendo fotos de sí mismo (Spiderman) a J. J. Jameson, el antipático y malhumorado director del periódico.

De acuerdo a Katherine Ann (Beck) Foss en su tesis “It’s a bird. . . it’s a plane. . . it’s a journalist? A framing análisis of the representation of journalists and the press in comic book films” (2004), la representación de los periodistas (que, por ejemplo, actúan como héroes en las sagas de superhéroes) en los cómics no es tan negativa como en las películas y en la TV, Según la autora, en el cine hay más periodistas poco éticos o corruptos que en los cómics.

Un punto de vista que no comparte – y que recoge Knight (2005)- ¹Mike San Giacomo, que, en 2007, cuando fue entrevistado, trabajaba en el Cleveland Plain Dealer e impartía cursos de cómic en la Universidad Case Western Reserve. Tampoco Chris Ward, que en la misma época era editor de la revista estadounidense de cómics Wizard:

Por su parte, San Giacomo se mostró en contra de la imagen que proyectan los periodistas en el cómic:

Más a menudo, los reporteros son mal descritos en los cómics, la televisión y las novelas. Esto por mucho tiempo ha sido un punto delicado para mí porque parece que los escritores no hacen ningún esfuerzo para determinar qué es lo que realmente hace un reportero. Realmente desprecio la descripción de los reporteros como chacales sin alma que acosan a gente inocente sin piedad. No ves

¹ Las declaraciones de Mike San Giacomo, Chris Ward, Bill Rosemann y Will Pfeifer han sido traducidas y adaptadas al castellano desde el inglés a través del traductor de *Google*.

reporteros del New York Times, o incluso del Plain Dealer gritándole ‘¿Cómo te sientes?’ a una víctima de violación o persiguiendo su coche por la ciudad. Eso no es lo que hacemos. Me consterna cada vez que veo a un reportero en un cómic escribiendo un artículo que usa el término ‘este reportero’ o escribe su propio titular. Eso no ocurre. Tampoco ningún periodista que se precie amenaza con exponer personas. Nosotros nunca amenazamos o chantajamos.

Chris Ward explicó por qué cree que los cómics no reflejan fielmente a los profesionales de la información en sus historias:

Si los periodistas fueran retratados con precisión en los cómics, no sería muy interesante. ¿Es importante para los cómics mostrar con precisión a los periodistas, o lo es contar una historia? Si estás escribiendo un cómic sobre periodismo, yo diría que lo es. Pero mientras muchos de nosotros sabemos que las salas de prensa no son los toriles ajetreados, bulliciosos y llenos de ruidos que vemos retratados en el medio de la narración, eso hace un mucho mejor relato que el mostrar lo que realmente ocurre. Pienso que la esencia de los personajes periodistas es precisa, pero diría que los periodistas sólo son realmente utilizados de forma precisa si es necesario para servir a la historia.

Además, Knight recoge en su artículo las declaraciones de Bill Rosemann, editor en Marvel Comics y creador del cómic Deadline, que apunta cómo las viñetas influyen en la imagen del periodista en la cultura popular:

La mayoría de las personas jamás han conocido o han tenido una exposición muy limitada a los periodistas, así que – como con cualquier profesión o grupo social – hacen suposiciones y se forman opiniones basadas en las representaciones en la cultura popular. Cada versión del personaje [periodista] contribuye a la imagen que el público tiene de los periodistas.

Una forma de analizar este fenómeno que comparte Will Pfeifer, autor de Catwoman en DC Cómics:

Ahora es todo becarios e Internet, pero eso no es tan interesante como la versión despojada y ficticia. Supongo que es como cualquier otra profesión. Cuando la ves representada en la cultura popular, no puedes creer lo equivocada que es la descripción.

Volviendo atrás, Matos Agudo (2017) también reflexiona acerca de la imagen que se proyecta del oficio en los cómics, tomando como base a Peter Parker, Clark Kent y Tintín y desligándose de la opinión de los profesionales del mundo del cómic norteamericano:

Con independencia del tono desesperanzado, que no hayan escrito nada o hayan publicado centenares de noticias y crónicas, que se dediquen al fotoperiodismo, sean freelance o bloggers, todos estos personajes eran, de una forma u otra, profesionales del medio. Se demuestra así que el periodista tiene cabida en el cómic porque una de sus funciones es la de informar (además de las de formar y entretener, que, de alguna forma, estos productos en viñetas y estos personajes, también hacen), la de

dar fe de lo que acontece, y al hacerlo dentro de uno de estos universos de ficción se está consiguiendo crear una verosimilitud (deseada y positiva) (p. 57).

6.3. La estampa del periodista en película de 35 milímetros

El cine y las series de televisión componen dos de los elementos más importantes en la conformación del imaginario colectivo (Imbert, 2010). Esta influencia se enmarca en el impacto que tienen los medios en la opinión pública, “afectando a las percepciones sociales de la realidad” (D’Adamo, García Beadoux & Freidenberg, 2007). Es así como la forma de mostrar el mundo que ofrecen las películas y series de televisión “pone en circulación significados y discursos que pueden adquirir valor simbólico entre los miembros de una cultura, afectando con su recreación a la visión que tiene el público sobre determinados hechos históricos, personajes públicos o profesiones” (Novoa-Jaso, M. F., Sánchez-Aranda, J.J. y Serrano-Puche, J. (2019).

Según Novoa-Jaso, Sánchez-Aranda y Serrano-Puche (2019), apoyándose en la obra de Ehrlich (2006) y McNair (2010), “el cine ha sido ha sido el medio que con más fuerza ha configurado la estampa del periodista en el imaginario colectivo de las democracias liberales”.

Films como *Luna nueva (His Girl Friday, 1940)*, *Todos los hombres del presidente (All the President’s Men, 1976)* o *Buenas noches y buena suerte (Good Night and Good Luck, 2005)*, por citar algunos de los más populares, han servido tanto para reflejar estereotipos sociales sobre los periodistas como para reflexionar sobre aspectos esenciales de la profesión: las tensiones con el poder político o económico, las dificultades epistemológicas con la verdad o los excesos de determinadas prácticas periodísticas (García Martínez, A. & Serrano-Puche, J. 2013).

Y es que la relación entre la ficción audiovisual y los periodistas viene de antaño, concretamente desde el inicio del propio cine. En 1884 el director Alexander Black dirige el cortometraje *Miss Jerry*, “el primer título del que se tenga noticia en el que se retrata a un profesional de la información” (Osorio, 2009).

Si hablamos de largometrajes donde aparecen periodistas, *Horsewhipping an Editor*, (1900) se convirtió en el primero en esta categoría. Un film que inspiró otros como *Delivering Newspapers*, que apareció tres años más tarde, en 1903 (Saltzman, 2002).

Una vez la industria del cine empezó a desarrollarse y a incorporar avances tecnológicos, la figura del periodista en filmes se incrementó hasta consolidarse en lo que Langman (1998) llama “newspaper films”.

Novoa-Jaso, Sánchez-Aranda y Serrano-Puche (2019) señalan las claves de esta progresiva evolución:

Los estudiosos de la representación del periodista en la cultura popular coinciden en fijar la década de 1930 como la edad dorada de la película periodística. Este periodo garantizó la popularidad y el esplendor de este personaje en la ficción, proporcionándole rasgos y atributos definitorios que han perdurado durante décadas (p.4).

En “Periodistas de película. La imagen de la profesión periodística a través del cine”, Montse Mera Fernández (2008) analiza esta imagen, la del profesional de la información en el cine. En su análisis, la autora sostiene lo siguiente:

En ocasiones, las películas sobre periodistas tratan de historias que son ficticias pero que están inspiradas en hechos reales. En ellas no interesa reflejar lo que ha sucedido sino partir de un aspecto interesante de ese hecho real para imaginar situaciones similares (p.10).

Una peculiaridad que es determinante en la forma en la que se plasma el mundo periodístico y a sus miembros en las películas donde aparecen, pues no se muestra la rutina del quehacer periodístico y de los periodistas. Mera Fernández añade lo siguiente respecto a esta cuestión:

La mayor parte de las películas sobre periodistas -como la mayor parte de las películas sobre abogados, sobre médicos o sobre vendedores de grandes almacenes- no refleja el día a día de la profesión, sino la excepción, el hecho más interesante, la ruptura de la normalidad. Si a una actividad tan atractiva como el periodismo le quitamos, además, la rutina, el público tiende a pensar que cada día en la vida de los profesionales de la información es excitante y arriesgado, y desconoce que la mayor parte de las jornadas están ocupadas por aburridas esperas ante los juzgados, plenos de ayuntamientos grandes sorpresas o ruedas de prensa programadas al milímetro (p. 4).

Una necesidad de remarcar la ruptura con la realidad y lo excepcional que no es exclusiva del cine y que analizan Ofa Bezunartea Valencia et al; (2010):

El cine, como la literatura, rara vez se detiene en las personas normales con una vida sin nada destacable. Las historias que nos gustan a todos son aquéllas en las que sucede algo fuera de lo común: una aventura, una tragedia, un encuentro inesperado, un golpe de fortuna, un juego... y en general están protagonizadas por gente muy poco común, desde héroes más o menos relevantes hasta personas más reconocibles pero sometidas a situaciones límite en las que muy pocos de nosotros se verán nunca (p.5).

Así pues, como apuntábamos anteriormente en palabras de Montse Mera Fernández, los filmes sobre periodistas no son la excepción a esta cuestión. Todo en busca de conseguir un interés mayor -exagerado- en la narración de la historia. Esta ausencia de realidad y rutina en la representación del periodista en el cine no es el único escollo para su correcto análisis, pues “la variedad de contenidos y géneros en la ficción audiovisual conceden al periodista una adecuación dinámica, donde destacan aquellos roles que resultan más atrayentes o que contextualizan mejor el relato (Novoa-Jaso, Sánchez-Aranda y Serrano-Puche, 2019)”, por lo que “clasificar a los periodistas como héroes o villanos resulta demasiado simplificador (Mera Fernández, 2008).

Pese a esta predominancia de determinados roles, la imagen del periodista se ha visto modificada con el tiempo, tal y como señalan Bezunarte et al. (2010): “Si en las películas más antiguas aparecen los prototipos de personajes de baja estofa, sin escrúpulos, propios del periodismo sensacionalista (...) en las más modernas se aprecia ya el nuevo papel de los medios” (p.4).

Así, el estudio presentado en “El perfil de los periodistas en el cine: tópicos agigantados” (2010) concluye lo siguiente a modo de resumen:

El retrato que el cine realiza de la profesión periodística muestra, en resumen, una profesión ocupada en su gran mayoría por hombres experimentados, aunque no necesariamente con formación universitaria, que trabajan para medios escritos a pie de calle, ya sea como reportero o como corresponsal. La abundancia de solteros y divorciados refleja la imposibilidad de conciliar su obsesión por el trabajo con una vida familiar. Sin embargo, frente a estos rasgos propios del estereotipo fílmico que se han constatado en el análisis de los filmes, el estudio rebate otros clichés tradicionalmente asociados a la profesión. Los vicios no parecen abundar entre el conjunto de los periodistas de la gran pantalla y la mayoría de ellos se comporta, aunque con matices, éticamente, de acuerdo a los principios relacionados con la función social de la profesión (p.165).

Unas conclusiones acerca de la figura del profesional de la información en el cine que se complementan con los resultados de otro análisis publicado por los mismos autores en “Periodistas de cine y de ética” (2007):

El cine no se ocupa ni de los periodistas corrientes ni de las situaciones cotidianas a las que se enfrentan los medios. Salvo excepciones no puede transmitir la imagen real del periodismo, tampoco respecto de cómo se afronta la ética. Sin embargo, pese a la excepcionalidad de las situaciones que relata y de la necesaria dramatización que impone el cine, en general el perfil ético del periodista de cine es positivo. Difiere mucho la representación del personaje-periodista dependiendo de que el argumento de la película sea sobre periodismo o de que se centre en cualquier otro tema y la presencia de los reporteros sea accidental. En este último caso es donde se cuidan menos, desde el punto de vista de la ética, las actuaciones del periodista (p.391).

6.4. Del séptimo arte a la pequeña pantalla: la prensa en las series de TV

Vivimos en una época en la que el entretenimiento gira alrededor de lo audiovisual. También la cultura. El consumo de productos de ficción audiovisual no solo se resume al proyector, la pantalla grande y las palomitas, sino también al contenido en streaming en plataformas de pago como Prime Video, Netflix, Disney + o HBO. Unas opciones de consumo audiovisual cada vez más predominantes en el mercado del entretenimiento y que ofrecen una gran variedad de contenido donde las series son el producto estrella.

Un variado catálogo que según Novoa-Jaso, M. F y Serrano-Puche, J (2018) “hace posible que el espectador encuentre con facilidad imágenes de periodistas ejerciendo su profesión, bien como protagonistas, bien como personajes secundarios en las tramas”.

Son muchas las series que desde el inicio del nuevo milenio se han servido de la figura de periodista para desarrollar historias y tramas. La quinta temporada de *The Wire* (2008), *Argon* (2017), *State of Play* (2003), *The Hour* (2011-2012), *The Newsroom* (2012-2014), *House of Cards* (Netflix, 2013-2018) o *Studio 60* (2006-2007), son algunos de los títulos más famosos de la historia reciente, aunque no son los únicos.

A partir de 1930, el periodista ya se había consolidado en la ficción audiovisual, momento en el que inició su particular edad dorada (Langman,1998). Desde este punto, el personaje se incorporó al mundo televisivo desde el cine a través de las antologías dramáticas, siendo la primera *The Big Story* (NBC, 1949-1957) mientras que al unísono la CBS estrenó el drama periodístico *The Front Page* (1949-1950) (Novoa-Jaso, M. F., Sánchez-Aranda, J.J. y Serrano-Puche, J., 2019).

En la década posterior siguen estrenándose más programas del estilo, como ‘*Big Town*’ (1950-1956), *Crime Photographer* (1951-1952), *Foreign Intrigue* (1951-1955), *Front Page*

Detective (1951-1953) o *Not for Publication* (1951- 1952). Tiempo después, en la década de los 70, el periodista consigue su estabilidad en la televisión con *All the president's men* (1976), aunque también fueron importantes *Gibbville* (1976) y *Lou Grant* (1977). (Novoa-Jaso, M. F., Sánchez-Aranda, J.J. y Serrano-Puche, J., 2019). Los autores sostienen que estos productos audiovisuales sobre periodistas “mostraron una imagen positiva de la profesión”.

Volviendo al presente, es importante remarcar las diferencias entre los diferentes formatos audiovisuales, es decir, entre el cine y las serie de televisión. Y es que, como hemos apuntado anteriormente, la rutina periodística no aparece con asiduidad en el cine. Algo que sí aprovecha el formato serial y que apuntan García Martínez & Serrano-Puche y Novoa Jaso, respectivamente:

Permite replicar la cotidianeidad periodística y el quehacer diario de una redacción, deteniéndose en la recolección de detalles, en cómo se gana la confianza de una fuente, en los tiempos muertos, en las fricciones entre empleados y directivos, en cómo afrontar problemas deontológicos, en los callejones sin salida de una investigación o en las breves piezas que van alimentando una exclusiva de mayor alcance (García Martínez & Serrano-Puche, 2013, p. 276).

La diversidad de contenidos y relatos nos permiten ver una imagen del periodista que se adapta a la naturaleza de los contenidos y expone una tendencia que destaca la rutina laboral como fórmula para mostrar el trabajo de los que lo ejercen (Novoa Jaso, M. F, 2019, p. 159).

Al igual que el formato, también es un factor importante la dinámica narrativa:

A la expansión de esta temática en la ficción serial contribuye el hecho de que la dinámica narrativa de las series televisivas permite profundizar en la cotidianeidad de este oficio, acercando al espectador en cada episodio a los pensamientos, motivaciones, capacidades y preocupaciones del reportero, presentador de noticias, corresponsal o cronista; con frecuencia, de manera más profunda y detallada que los largometrajes de cine (Novoa-Jaso, M. F y Serrano-Puche, J, 2018, p. 45).

Alberto Nahum García Martínez y Javier Serrano-Puche analizan en “El precio de la verdad: la imagen de los periodistas en las series de televisión contemporáneas” (2015), “qué imagen de los periodistas y de la profesión periodística se ofrece en las series de televisión contemporáneas, seleccionando aquellas en las que la prensa ocupa un lugar destacado en la trama argumental: *State of Play*, *The Newsroom* y *The Wire*”.

En el citado artículo, los autores exponen las siguientes conclusiones acerca de la imagen del periodismo en las series de TV:

Por eso, como las tres series analizadas ejemplifican, la función social del periodismo como contrapoder sigue predominando en los relatos audiovisuales que protagonizan los «chicos

de la prensa». En *State of Play* es la labor de investigación de los periodistas de The Herald la que permite, sorteando dificultades y presiones políticas, desentrañar un grave caso de corrupción gubernamental. El compromiso de los redactores retratados en *The Wire* se focaliza en la ciudad de Baltimore, por medio de un «periodismo urbano» (Lanahan, 2008) que, pese a desarrollarse en medio de una crisis económica y de cambios en el modo de ejercer la profesión, busca seguir ofreciendo a los lectores la información veraz e independiente que éstos necesitan para decidir libremente sobre los asuntos públicos. Por último, la reivindicación del periodismo como cuarto poder también aparece en *The Newsroom* en boca de la productora Mac McHale. A través de sus personajes Sorkin presenta un alegato —en ocasiones excesivamente autoindulgente y algo tramposo— a favor de un periodismo que cumple además una función educadora, apostando por contenidos que eleven el nivel cultural y cívico de los espectadores.

Aunque con matices propios en cada una de las narraciones examinadas, de ellas emerge el retrato del periodismo como un ejercicio de comunicación pública que busca dar razón de realidades complejas y que no ha de perder de vista su compromiso radical con la verdad y con los lectores (García-Martínez, A.N. & Serrano-Puche, J., 2015).

6.5. *Insert coin & Press Start: la imagen del profesional de la información en el videojuego*

Hasta el momento hemos repasado en este trabajo cómo se ha proyectado y se sigue mostrando al periodista en la literatura, el cómic, el cine y las series de TV. Pero el videojuego, núcleo de este estudio, es otro de los medios de expresión artística donde el periodista ha sido utilizado como personaje para contar historias o formar parte de estas desde los años 90.

Es difícil negar el gran crecimiento y reconocimiento social que el videojuego ha logrado a través de los años, sobre todo durante el siglo XXI. Nacido y crecido entre acusaciones, injurias y constantes descalificaciones, el videojuego ha acabado alcanzando a otros productos artísticos y de entretenimiento como el cine e incluso consiguiendo que algunos títulos como *Minecraft* o *Fornite* se hayan convertido en auténticos fenómenos de masas.

Asimismo, a nivel económico, el mercado del videojuego ha llegado incluso a imponerse a la poderosa industria cinematográfica. Y es que según datos de IDC, PwC y Motion Picture Association recogidos por Business Insider México (2021), los ingresos globales de los videojuegos aumentaron un 20% en 2020, generando 179,700 mdd, mientras que

la industria cinematográfica mundial alcanzó los 100,000 mdd por primera vez en 2019 y la industria de deportes norteamericana 75,000 mdd.

Una situación financiera que volvió a darse en 2021, según el informe “The Games Market and Beyond in 2021: The Year in Numbers” (2021) de la agencia Newzoo, que data en 180.300 millones de dólares la recaudación global del mercado del videojuego el pasado año. Una cifra que refleja un crecimiento del 0,17% respecto a los 179.700 millones de dólares generados en 2020. Más allá de las cifras y el dinero recaudado, lo verdaderamente importante es el proceso de validación social que han experimentado los videojuegos en las últimas décadas, como ponen de manifiesto el Dr. Isaac López Redondo y Ricardo Martínez Cantudo (2019):

La gran era de la comunicación ha tenido lugar a lo largo del siglo XX, pero una mirada atenta a las dos últimas décadas de dicho periodo muestra cómo los videojuegos han sido una de las manifestaciones comunicativas, estéticas, narrativas y culturales más importantes, con un impacto social notable y más rentables que el cine y la música juntos, con un público infantil pero también adulto interesado en jugar a videojuegos que facilitan el aprendizaje de idiomas, mejoran la salud o ejercitan el cerebro (p.3).

En ese sentido, los autores recogen un apunte de Víctor Navarro Remesal (2016, p.11), que asegura que el videojuego ha superado un "proceso de validación cultural" por el que ya pasaron el cine, la televisión o el cómic, y que ha conseguido que se muestre como “un poderoso instrumento narrativo capaz de construir mundos de ficción, pero también de retratar o reflejar aspectos de la vida cotidiana, convirtiéndose en un espejo de la realidad” (López Redondo y Martínez Cantudo, 2019).

En este aspecto, Planells (2015, p.8), sostiene que:

El videojuego es, a día de hoy, un objeto cultural que participa en igualdad de condiciones con el resto de los agentes en el imaginario público. Además, el desarrollo técnico y artístico, la capacidad trasmediática y la popularidad de su *star system* ha permitido a los videojuegos transformar sus primeras y más sencillas mecánicas lúdicas en vastos y ricos mundos de ficción online abiertos a distintas experiencias de juego.

Una vez expuesto cómo la industria del videojuego se ha convertido en una forma de entretenimiento muy poderosa económicamente y en una expresión artística de alto calado social, nos centraremos en cómo el videojuego hace uso del periodista como personaje, la forma en la que proyecta al mismo al público y la imagen que crea de los profesionales de la información en la cultura popular.

Existen pocos trabajos que estudien esta cuestión en concreto, aunque destaca el anteriormente citado trabajo de Isaac López Redondo y Ricardo Martínez Cantudo, “La representación del periodista en el videojuego: ¿Una visión romántica de la profesión?” (2019), “un estudio basado en el análisis de contenido de 30 personajes de videojuegos de diferentes épocas, plataformas y géneros” (p.103), en el que se llegan a algunas conclusiones muy interesantes a tener en cuenta antes de presentar los resultados de nuestra investigación:

El resultado del análisis arroja interesantes conclusiones acerca de cómo los videojuegos muestran al periodista. Principalmente, el estudio evidencia que el ocio electrónico ha heredado en sus guiones la imagen romántica tradicional que otros medios culturales como el cine, la literatura o el cómic han venido conformando a lo largo de los años. Por otra parte, destaca el hecho de que, aparte de mostrar la labor periodística como una profesión cargada de emoción, aventuras y sentido de la justicia, existe poco interés en profundizar en la figura del periodista desde perspectivas más complejas, como su situación personal o su relación laboral con el medio para el que trabaja. Por último, los resultados del análisis evidencian la visión generalmente positiva que el videojuego ofrece sobre el periodista, comprometido con los valores éticos y deontológicos de la profesión (p.111).

Pese a que el periodista y el periodismo no son los mayores reclamos para las desarrolladoras, sí que existen algunos personajes periodistas que han sobresalido por encima del resto, han quedado en el recuerdo y son referentes en la memoria colectiva de la comunidad de jugadores. Una de estas periodistas es Jade, del título *Beyond Good & Evil* (Ubisoft, 2003), una reportera experta en artes marciales que se dedica a producir y vender reportajes fotográficos de alienígenas dentro de un mundo de ficción ambientado en el año 2435. Tampoco podemos olvidar a Madison Paige, personaje de *Heavy Rain* (Quantic Dream, 2010), que se ve inmersa en un caso protagonizado por el asesino del Origami mientras sufre ansiedad e insomnio. En uno de los finales del juego, Paige acaba con el asesino y consigue ganar el Pulitzer tras publicar un libro basado en sus vivencias investigando el caso.

Pese a que Jade y Madison Paige son dos de los periodistas más famosos del videojuego, la más conocida con diferencia es Elena Fisher, de la saga *Uncharted* (Naughty Dog). Otros personajes de referencia son el carismático Frank West (*Dead Rising*, Capcom, 2006) o los recientes “Sewer Gators”, un grupo de periodistas que pese a su escaso tiempo en pantalla -aparecen en el prólogo y en los primeros compases de *Resident Evil*

VII (Capcom, 2017)- calaron en la comunidad “gamer” tras su creciente e importante protagonismo en los DLC del título.

En definitiva, López Redondo y Martínez Cantudo (2019) sostienen que “el periodista aparece en el videojuego como un vehículo para explotar ciertas habilidades o mecánicas más que como un sujeto en torno al que contar una historia” donde “los aspectos más negativos de ejercicio periodístico siempre giran en torno a dos elementos: la prensa sensacionalista como la forma menos ética de ejercer el periodismo, y el uso de herramientas de dudosa moralidad para conseguir información, como las influencias o el atractivo físico (p.21)”.

7. Análisis de contenido: La imagen del periodista en el videojuego

Los resultados del análisis ofrecen conclusiones interesantes sobre cómo es la imagen del periodista que proyectan los videojuegos. El estudio sostiene que existe paridad a la hora de presentar a hombres y mujeres como periodistas en las historias desarrolladas en videojuegos, aunque la presencia de la mujer es ligeramente superior. Un detalle que casa con la realidad existente hasta hace poco en las empresas periodísticas, donde predominaba la mujer. Además, el periodista, que es retratado mayoritariamente como un ciudadano norteamericano (estadounidense) de unos 29 años, se presenta habitualmente en historias o mundos donde predomina la aventura.

Asimismo, los medios tradicionales (TV y prensa en papel) son los más recurrentes donde trabajan los personajes, aunque destaca al periodista multidisciplinar. Una profesión que sirve de “excusa” perfecta para justificar motivaciones, habilidades o inquietudes más allá de retratar el día a día de un profesional de la información. Por último, el estudio revela una visión de los periodistas mayoritariamente positiva, comprometidos con su trabajo y con la ética profesional, aunque no se aprovecha y desarrolla su relación con los medios ni su situación laboral, donde el periodista freelance resalta.

TOTAL SEXO: Masculino (19), femenino (21).
TOTAL GÉNERO DEL TÍTULO: Combate (8), aventura (28), carreras (0), puzzles y laberintos (0), simulación (0), estrategia (3), ritmo (1), didácticos (0), competición y concursos (0).
TOTAL CARGO: Redactor (3) + reportero (11) = (14), fotoperiodista (4), productor (2), corresponsal (3), presentador (4), operador de cámara (3), multidisciplinar (8) y no se distingue (2).
TOTAL TIPO DE PERSONAJE: Jugable (20) y no jugable (20).
TOTAL ROL: Protagonista (19), secundario (21) y no se distingue (0).
TOTAL COMPROMISO ÉTICO: Personifica el ideal (13), se acerca al ideal (8), se aleja del ideal (8), se opone antagónicamente al ideal (4) y no se distingue (7).
TOTAL EDAD MEDIA Y ETAPA VITAL: Juventud (19), adultez (18), vejez (0) y no se distingue (3). Media (29 años, juventud).
TOTAL PROCEDENCIA: Asia (5), Antártida (0), Europa (3), África (1), Oceanía (1), Norteamérica (22), Sudamérica (0) y no se distingue (8).
TOTAL MEDIO: Prensa escrita (15), prensa digital (3), radio (1), TV (15) y no se distingue (6).
TOTAL MÉTODO DE TRABAJO: Solo (15), En equipo (23) y no se distingue (2).
TOTAL SITUACIÓN LABORAL: Empresario con asalariados (1), freelance (7), cooperativista (0), asalariado (27), en paro (3) y no se distingue (2).
TOTAL VIDA SENTIMENTAL: Casado (2), soltero (9), en una relación (5) y no se distingue (24).

Tabla 3 | Elaboración Propia | Resumen de los resultados del análisis de los 40 personajes.

7.1.1. Sexo: una representación paritaria de la profesión

Pese a que el videojuego ha estado tradicionalmente destinado, enfocado y dirigido hacia un público mayoritariamente masculino -y lo que esto supone para los desarrolladores a la hora de elegir a los protagonistas y personajes jugables-, los resultados de este ítem arrojan luz a esta situación. El 52,5% de los periodistas analizados son mujeres (21). Por el contrario, el 47,5% corresponden al sexo masculino (19). Unos datos que confirman la existencia de una igualdad -que no se ha buscado durante la selección de personajes- y que casa con la realidad que parece estar consiguiéndose en el sector. El profesor Luis Miguel Belda (2021), a raíz del “Informe de la Profesión Periodística de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM)”

de 2021, apunta que “entre los periodistas contratados se constata un equilibrio en función del sexo, es decir el 50% son mujeres y el 50% de hombres (2021).

Y es que, la situación en el sector no siempre ha sido así. Las redacciones han sido tradicionalmente un espacio donde la mujer ha gozado de mayoría representativa frente a los hombres. Así, en 2018, pese a que el 73% de los altos cargos en las empresas eran hombres, el 64% del total de periodistas en España eran mujeres, según datos de la Plataforma en Defensa de la Libertad de Información (PDLI) (2018). Teniendo en cuenta que la muestra de este estudio responde a personajes de títulos lanzados entre 1990 y 2021, la diferencia porcentual existente hombres y mujeres en los resultados encaja con esta realidad pasada. Aun así, solo 6 personajes de las 21 mujeres actúan como protagonistas en sus títulos. Destaca en este aspecto Alyssa Ashcroft, periodista que trabaja para el periódico The Raccoon Times en *Resident Evil: Outbreak*. Es altamente competitiva, decidida, valiente e independiente.

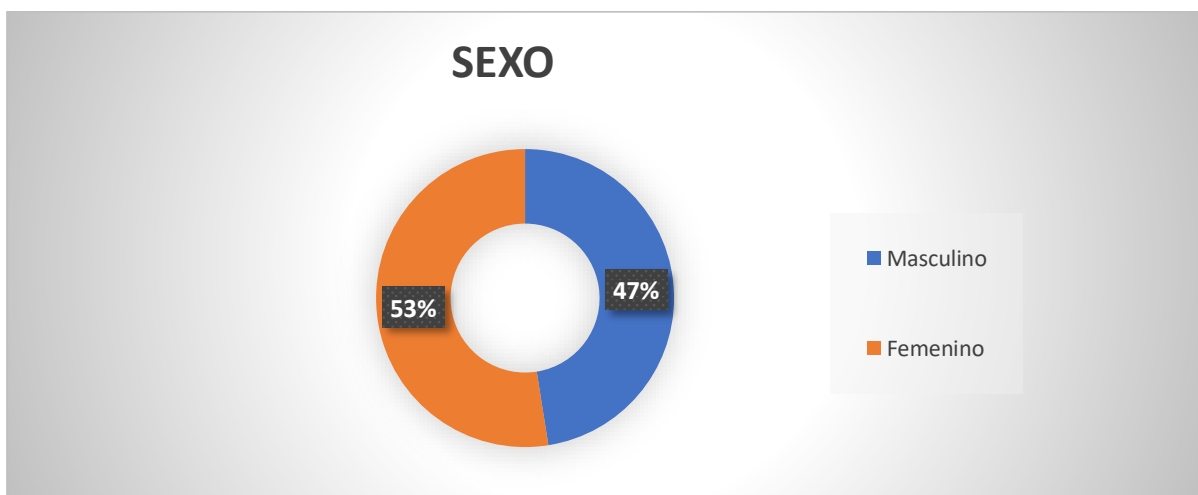


Gráfico 1: Sexo del personaje. Fuente: elaboración propia.

7.1.2. Género del título: periodismo, una vida llena de... ¿aventura?

El segundo ítem que se ha analizado busca aclarar en qué tipo de juegos es más usual encontrar a personajes periodistas. Sin duda, los títulos pertenecientes al género interactivo “Aventura” son los que mayor cantidad de periodistas albergan con un 70% del total (28 personajes). El resto de la muestra se distribuye entre el género “Combate” (20% del total / 8 personajes), “Estrategia” (7.5% del total / 3 personajes) y “Ritmo” (1 personaje / 2.5%). Es importante recordar que la categoría “Aventura” reúne subgéneros como “Acción (action-adventure)”, “Rol (RPG)”, “Supervivencia”, “Plataformas” y

“Aventura gráficas/conversacionales/FMV”. Por otro lado, el género “Combate” está formado por los siguientes subgéneros “Shooter (disparos, uso de armas de fuego)”, “Lucha (contacto físico)”, “Beat’em-up” y “Hack and slash”. Por último, “Ritmo” lo conforman juegos tanto de “Baile” como de “Canto”.

Las historias enfocadas en la aventura son perfectas para introducir a periodistas, pues la importancia de la narrativa, el enfoque en el relato, la interacción con el entorno y la exploración de este, junto la investigación y resolución de problemas suponen el caldo de cultivo perfecto para aprovechar las habilidades y caracterización de un periodista. Josh Carter, protagonista de ObsCure, es un estudiante de periodismo que no se separa nunca de su videocámara y que encuentra en la desaparición de su amigo Kenny su primer caso real de investigación. Una aventura donde se explotan sus habilidades periodísticas para acabar descubriendo un laboratorio bajo el instituto donde se llevan a cabo experimentos con estudiantes.

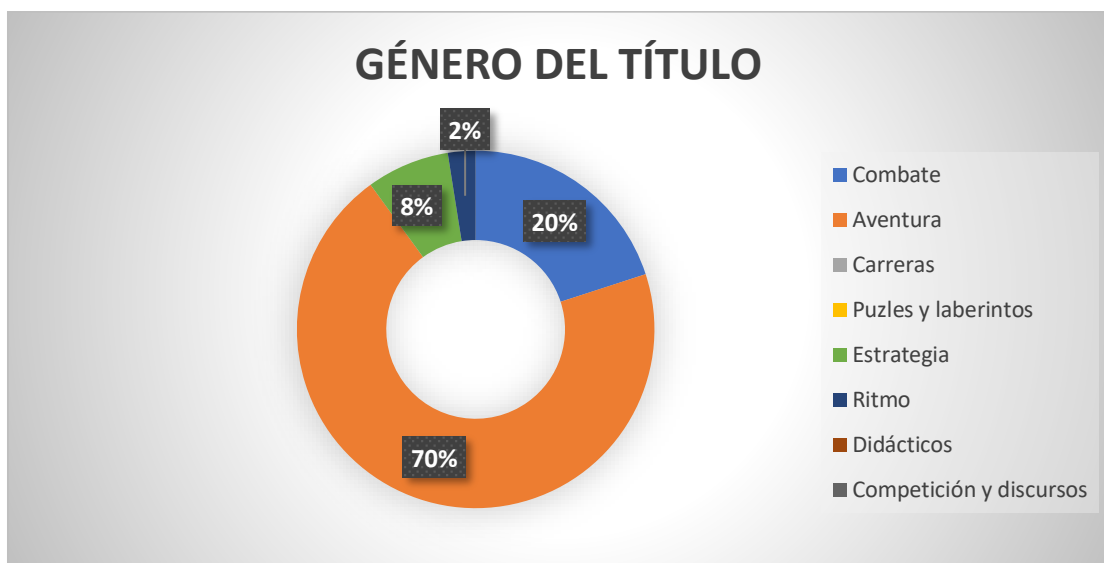


Gráfico 2: Género del título. Fuente: elaboración propia.

7.1.3. Cargo: lo tradicional nunca falla

Los resultados de este ítem se corresponden con los puestos de trabajo que ocupan los periodistas en sus respectivos títulos. De los 40 periodistas analizados, destacan los reporteros/redactores (14 / 35%), fotoperiodistas (4 / 10%) y presentadores de TV (4 / 10%). También resalta el periodista multidisciplinar (8 / 20%). Mary Jane Watson, personaje de *Marvel’s Spider-Man*, es una periodista que realiza periodismo de

investigación en el Daily Bugle, en el que además trabaja como reportera y editora asociada. También lo es Jade, protagonista de *Beyond Good & Evil*, que hace de fotoperiodista al mismo tiempo que de reportera. Estos datos muestran cómo la imagen tradicional del periodismo (cámaras de TV, fotografías, reporterismo...) se plasma en el videojuego. Una forma de mostrar a los profesionales de la comunicación influenciada totalmente por el cine, las series de la televisión y el cómic.

El resto de los puestos (productor, corresponsal y operador de cámara) se reparten en porcentajes parejos, aunque sorprende el 10% donde no se distingue el cargo exacto que ostentan como periodistas. Y es que, en algunos casos, el oficio se utiliza como recurso/excusa para otorgar unas habilidades determinadas o un pasado al personaje. Es el caso de Rochelle, la única mujer de los supervivientes de *Left 4 Dead 2*, que antes del apocalipsis zombi trabajaba como asistente de producción en un canal de TV. Una condición que no es explorada en el juego más allá de darle un contexto al personaje antes de los hechos de la historia.

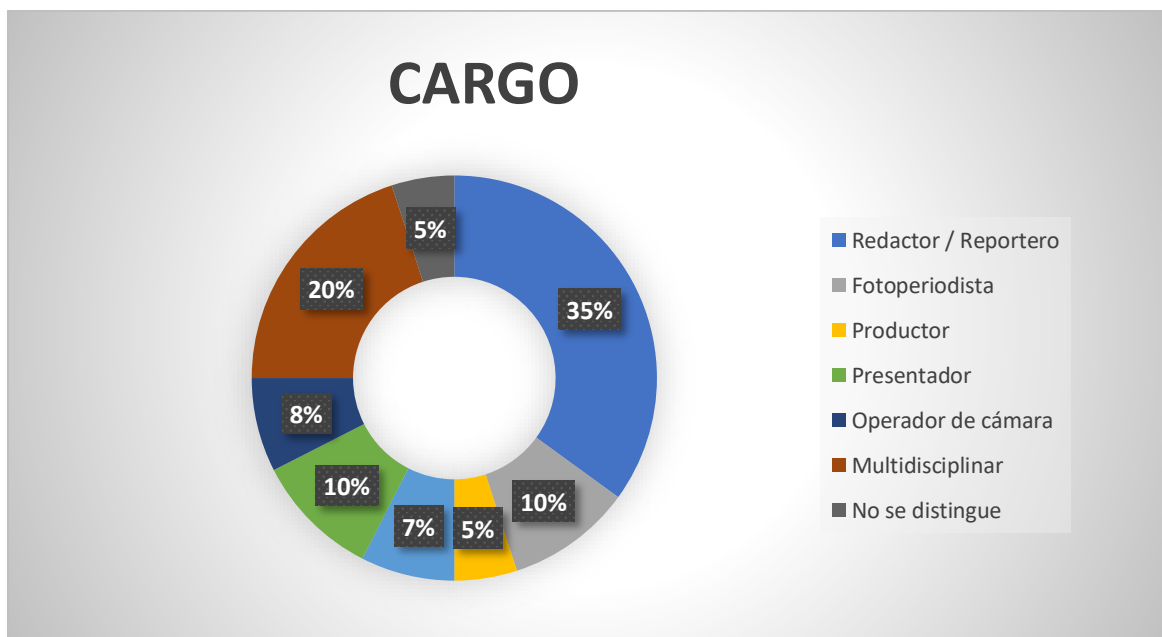


Gráfico 3: Cargo del personaje. Fuente: elaboración propia.

7.1.4. Tipo de personaje y rol: periodistas...no siempre en el centro de la noticia

El presente apartado recoge los resultados de dos ítems diferentes, pero estrechamente relacionados: el tipo de personaje (jugable/no jugable) y el rol (protagonista/secundario). De la muestra de 40 personajes, una mitad exacta corresponde a periodistas que se

puedan manejar durante el transcurso de la historia. La otra mitad corresponde a NPC (personaje no jugable). Es destacable que los datos reflejan una igualdad total en este aspecto sin haberla buscado de forma intencionada. Por otro lado, 21 periodistas son personajes secundarios (53%) y 19 (47%) protagonistas. Unas cifras también muy igualadas y que reflejan prácticamente la existencia de equidad.

Sorprende que solo 1 personaje de los 20 “No jugable” actúe en la historia como “Protagonista”. Es el caso de Elena Fisher, de la primera entrega de la saga Uncharted. La periodista norteamericana -que es también actriz y presentadora- se caracteriza por su personalidad, valentía y carácter. Una mujer, que, pese a no ser controlada en ningún momento de la historia por el jugador, es clave para Nathan Drake y de vital importancia en el desarrollo de la trama. Aun así, es importante recalcar el papel e incidencia en la historia de personajes secundarios como Lynn Langermann (*Outlast II*) o Khalisah al-Jilani (*Mass Effect 2*).

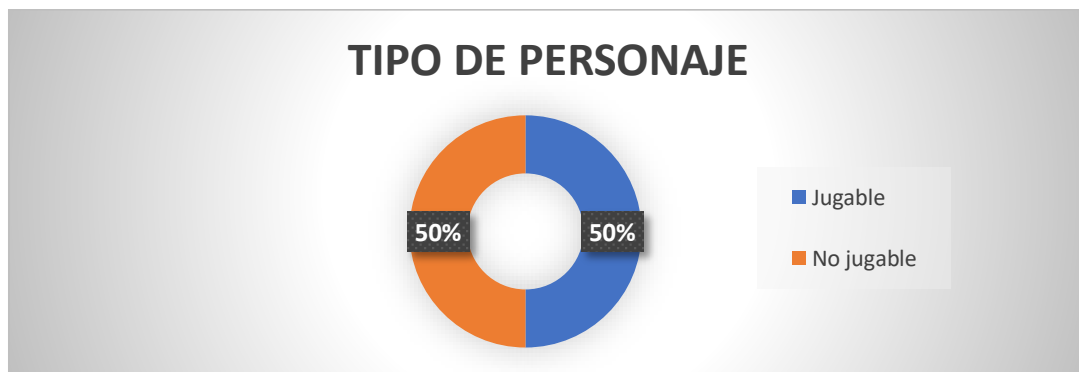


Gráfico 4: Tipo de personaje. Fuente: elaboración propia.

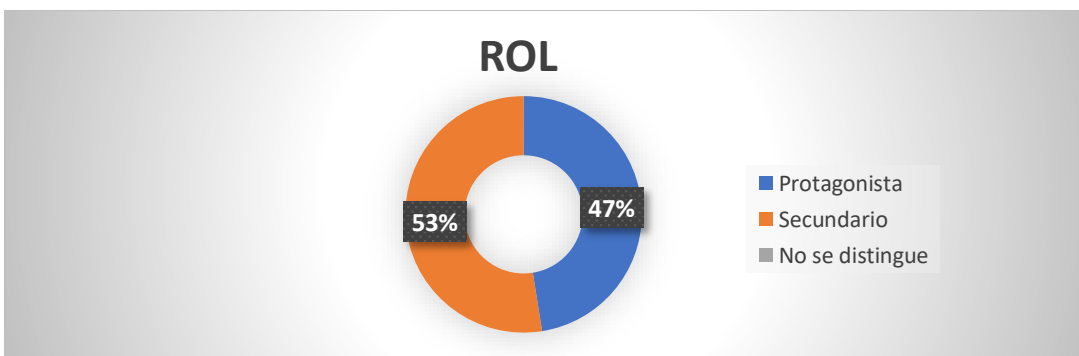


Gráfico 5: Rol del personaje. Fuente: elaboración propia.

7.1.5. Compromiso con la ética periodística: respeto a la profesión

Los datos resultantes del presente ítem buscan aclarar cuál es el compromiso con la ética periodística por parte de los 40 periodistas de la muestra. Es decir, ¿el periodista personifica los valores de la democracia occidental, se acerca a la “imagen ideal” y funciona como un servidor público o destaca su uso del sensacionalismo y su falta de ética? De los personajes analizados, 13 (32%) personifican el ideal, 8 (20%) se acercan a este, 8 (20%) se alejan del mismo, 4 (10%) se oponen antagónicamente al ideal y en 7 casos (18%) no se distingue. Si hacemos una simplificación de los datos en tres bloques diferentes, los resultados serían los siguientes:

El 52% de los personajes muestra, desde el punto de vista de la cultura popular, los valores más positivos del oficio, además de manifestar valentía, conciencia e interés por la búsqueda de la verdad. El protagonista de *Outlast*, Miles Upshur, representa el ideal ético: investiga valientemente y a fondo un caso únicamente armado con su videocámara y termina descubriendo un escándalo que involucra a los pacientes de un sanatorio a los que están sometiendo a crueles experimentos.

Asimismo, el 30% de la muestra muestran valores, comportamientos o acciones que se alejan de una correcta praxis periodística o abrazan sin tapujos el sensacionalismo. Clancy Jarvis, Andre Stickland y Peter Walken, conocidos como los “Sewer Gators” en *Resident Evil VII* muestran poca profesionalidad en su trabajo: asaltan lugares abandonados, buscan lo “amarillo” y el morbo y demuestran pocos escrúpulos durante el poco tiempo que aparecen en pantalla.

En el 18% de los periodistas analizados no se distingue cómo ejercen el periodismo para poder llegar a una conclusión concisa. Iván Díaz (*The Evil Within*) y Rochelle (*Left 4 Dead 2*) son ejemplos claros: su condición de periodistas no se desarrolla lo suficiente y se utiliza exclusivamente para contextualizar al personaje o justificar alguna habilidad o parte secundaria de la trama, como la desaparición de Díaz, que ocurre mientras estaba trabajando.



Gráfico 6: Compromiso con la ética periodística. Fuente: elaboración propia.

7.1.6. Edad y etapa de vida: jóvenes, pero maduros

Este apartado reúne los resultados referentes a la etapa vital de los personajes en los juegos y a la edad que poseen mientras ocurren los hechos. A continuación, los datos del análisis:

“Juventud” (19 / 48%). Hasta los 30 años.

“Adultez” (18 / 45%). De 31 a 59 años.

“Vejez” (0 / 0%). De 60 años en adelante.

“No se distingue” (3 / 7%). Son personajes que no son humanos, como Aya Shameimaru (*Touhou*) o Janna (*League of Legends*) o que no poseen un físico visible. Este es el caso de James Palmer (*Jack The Ripper*), periodista al que manejamos en primera persona durante la totalidad del juego y del que nunca conoceremos su apariencia.

La media de edad es de 29 años. Una cifra que responde a “Juventud”, aunque roza la categoría de “Adultez”. Los personajes jóvenes son dinámicos y más atractivos, están llenos de vitalidad y tienen objetivos, sueños y metas que alcanzar. Se haría complicado

vivir una aventura lejos de este rango de edad. Es por ello por lo que casi la mitad de la muestra son periodistas jóvenes, y gran parte de los adultos rondan la treintena.

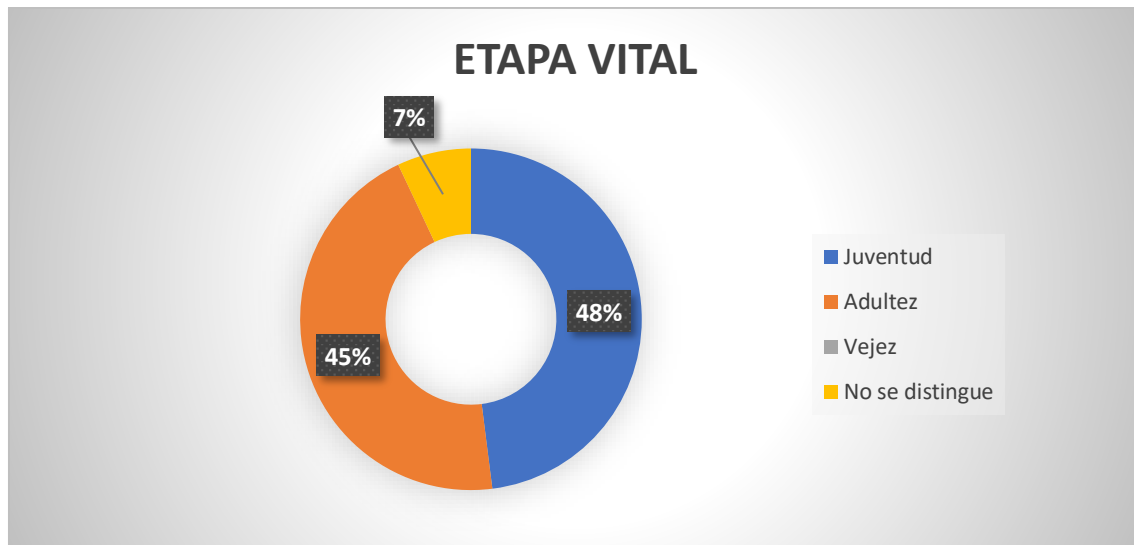


Gráfico 7: Etapa vital del personaje. Fuente: elaboración propia.

7.1.7. Procedencia: Dios bendiga América

Los resultados del análisis de este ítem muestran una abrumadora presencia de periodistas norteamericanos, concretamente estadounidenses, en la muestra. Hasta el 54% de los personajes (22). África y Oceanía solo cuentan con un representante cada uno (3%): Reuben Oluwagambi (*Far Cry 2*) y el australiano Frederick Lancaster (*Front Mission*), respectivamente. Europa cuenta con 3 personajes (8%) y Asia con 5 (13%). La abrumadora presencia y predominancia de la cultura y el modelo periodístico estadounidense influye, al igual que en el cine, las series de TV y el cómic, a la hora de decidir cómo serán los personajes. El videojuego no se libra de esta dinámica.

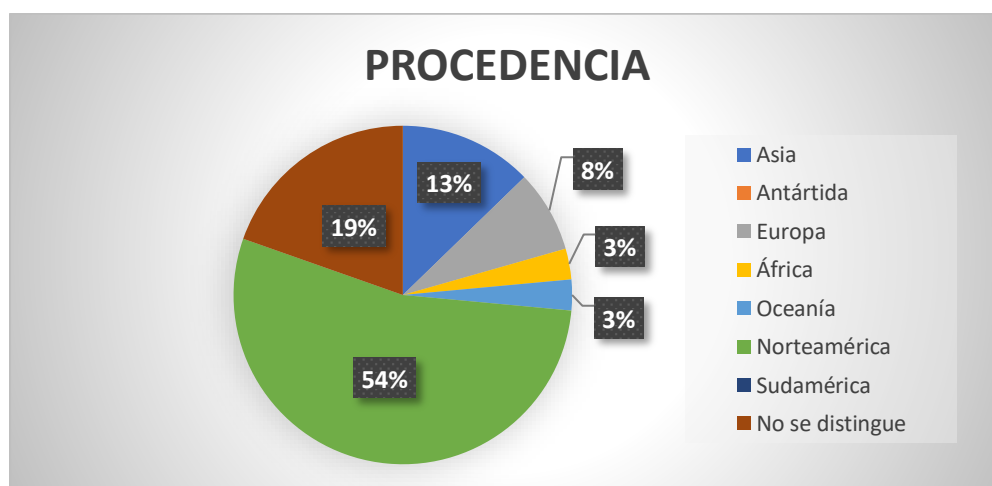


Gráfico 8: Procedencia del personaje. Fuente: elaboración propia.

7.1.8. Medio donde trabaja: el eterno encanto del papel y la televisión

Resulta llamativo que, de los 40 personajes analizados, 30 (72%) ocupan algún puesto en televisión o prensa en papel, es decir, en medios tradicionales. La influencia del cine, el cómic o la literatura, al igual que con el ítem “Cargo”, se hace notar: los tópicos con los que se ha representado al periodista en estos medios se trasladan al videojuego.

Es por ello por lo que, para representar al periodista, los guionistas recurren a medios de comunicación que están directamente ligados al oficio y que son reconocibles y familiares para el público. Es remarcable el 15% (6 personajes) donde no se distingue esta cuestión. Un ejemplo es Chandra Prince (*Watchdogs*), de la que no se da ninguna información sobre cómo y dónde ejerce el periodismo más allá de que pertenece al gremio.

La radio es un medio casi residual, con solo el 3% (1 personaje). Además, corresponde a Jane Valderama (*Saints Row*), que es una reportera del “Channel 6” de Stilwater y Steelport, pero también participa en las noticias de la emisora de radio del propio canal. La prensa digital únicamente se pone de manifiesto en la muestra de la mano de los anteriormente citados “Sewer Gators” (*Resident Evil VII*), un medio/programa sobre situaciones paranormales, lugares abandonados, desapariciones...

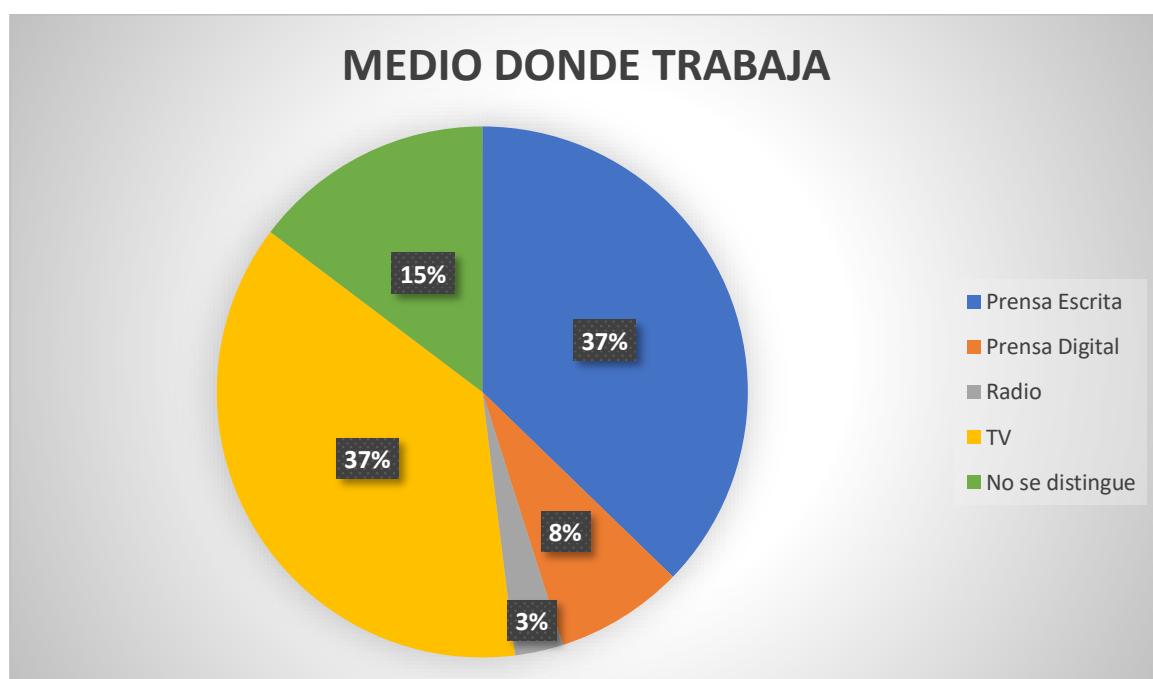


Gráfico 9: Medio donde trabaja el personaje. Fuente: elaboración propia.

7.1.9. Situación laboral y modo de trabajo: periodismo como “excusa”

Este apartado recoge los resultados de dos ítems diferentes, pero estrechamente relacionados: la situación laboral del periodista y su forma de trabajar. El primero de estos es uno de los aspectos de la vida y la rutina del personaje que menos importan y se exploran en el videojuego. Un 68% de los periodistas son asalariados (empleados por cuenta ajena), pero no se muestran detalles de la relación con la empresa/jefe. Y es que, como hemos comentado con anterioridad, que un personaje sea periodista es a veces solo una “excusa” para que posea determinadas habilidades. Es el caso de Frank West (*Dead Rising*), que pese a ser periodista, se dedica a lo largo del juego a masacrar zombis con todo tipo de armas y de todas las formas posibles. No se profundiza en su faceta como fotoperiodista ni en su pasado como corresponsal de guerra, que únicamente justifica sus habilidades, rudeza y estado físico.

Si hablamos de empresarios de los medios con asalariados a su cargo, la cifra es solo un 2% de la muestra (1 personaje). Ella es Aya Shameimaru (*Touhou*), que regenta su propio periódico llamado “Las Noticias del Bunbunmaru”, una publicación donde exagera los hechos. Los 3 personajes en paro (8%) se deben a situaciones excepcionales en sus historias: Rochelle (*Left 4 Dead 2*) y Rex Chance (*Impossible Creatures*) son periodistas, pero no trabajan para ningún medio durante el juego ya que viven situaciones alejadas del quehacer periodístico. Por otro lado, Josh Carter (*ObsCure*), es un aspirante a periodista, por lo que todavía no tiene relación laboral con una empresa de comunicación.

Destaca el periodista freelance (17%), que también se aleja de aportar datos sobre la relación empleado-empleador.

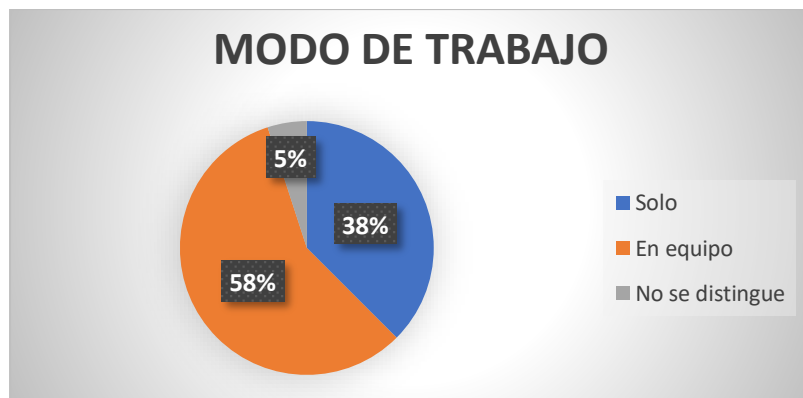


Gráfico 10: Modo de trabajo del personaje. Fuente: elaboración propia.

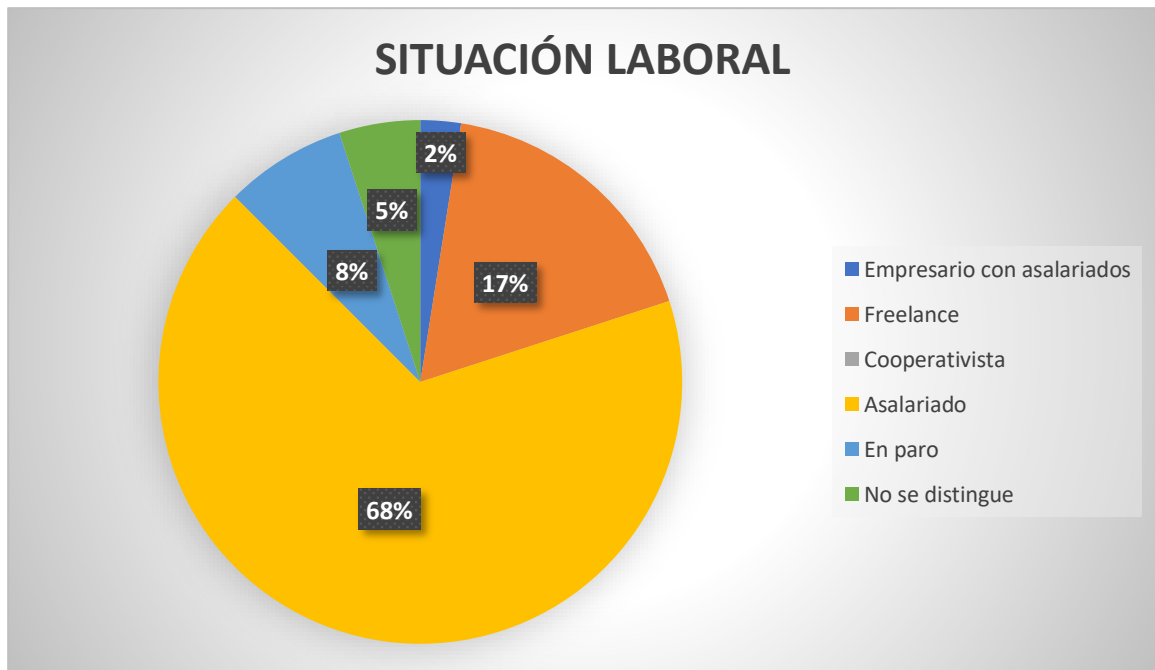


Gráfico 11: Situación laboral del personaje. Fuente: elaboración propia.

7.1.10. Vida sentimental: poco interés en el amor y el compromiso

Al igual que en los resultados de ítems anteriores, la vida personal de los periodistas de la muestra tampoco es un dato de importancia para las desarrolladoras de videojuegos. De los 40 personajes analizados, el 60% no presenta ningún tipo de detalle a lo largo de la trama acerca de si mantiene una relación afectiva con otra persona o si está casado. Por otro lado, un 18% sí que lo muestra: el 5% está casado y un 13% mantiene una relación amorosa. Por último, el 22% de los periodistas vive en soltería. Destacan casos como el de Diana Allers (*Mass Effect*), que dependiendo de nuestras acciones en el juego llegará o no a tener una relación amorosa con el/la comandante Shepard.

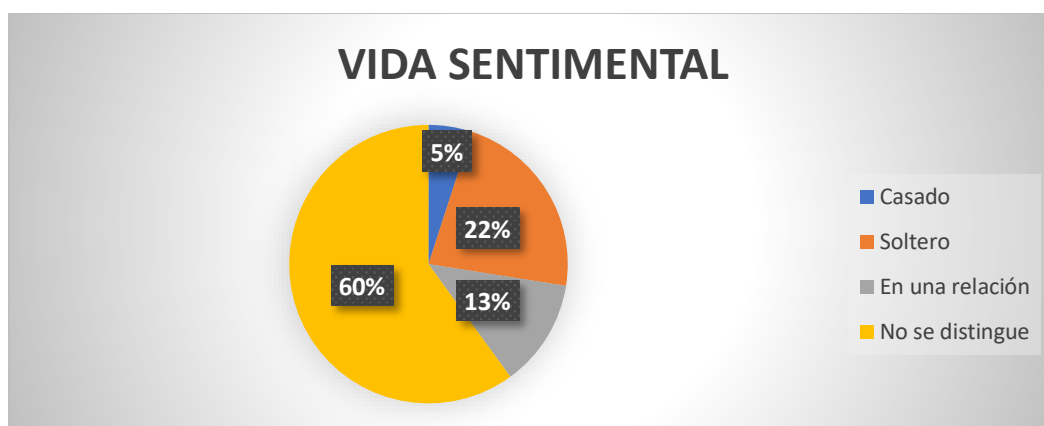


Gráfico 12: Vida sentimental del personaje. Fuente: elaboración propia.

8. Conclusiones

Tras haber expuesto los resultados de los diferentes ítems que componen el análisis de contenido de este estudio, es momento de volver a recordar cuál es el objetivo general y principal de este trabajo, que no es otro que conocer cómo se representa a los periodistas dentro del mundo del videojuego. Un cometido que va ligado a la consecución o no de los objetivos específicos planteados a partir objetivo general y a la confirmación o negación de las hipótesis formuladas.

En contra de las hipótesis planteadas podemos negar que los videojuegos proyectan mayoritariamente a los periodistas como profesionales poco comprometidos con los valores éticos y el buen hacer periodístico y que estos raramente ocupan el papel de protagonista en las historias presentes en videojuegos.

Por otro lado, en línea con estas hipótesis, podemos confirmar que la imagen del periodista que proyecta el videojuego no difiere de la que muestran otros medios como el cómic, la TV y el cine. También es posible afirmar que la TV es el medio principal en el que trabajan los periodistas que aparecen en videojuegos y que existe paridad entre sexos a la hora de representarlos.

En resumen, el videojuego presenta a los periodistas de forma paritaria, aunque existe una ligera superioridad representativa de las mujeres. Algo que sorprende, pues es un medio cultural que tradicionalmente ha estado enfocado al hombre. El género que se erige como caldo de cultivo perfecto para que se incluyan periodistas es la aventura. La importancia de la narrativa, el enfoque en el relato, la interacción con el entorno y la exploración son características idóneas para aprovechar las habilidades, imagen y caracterización del oficio. Eso sí, en algunas ocasiones, la pertenencia al gremio se utiliza como recurso/excusa para otorgar unas habilidades determinadas, un contexto o un pasado al personaje. Es por ello por lo que el periodista multidisciplinar tiene tanta presencia en las historias: no se concreta su cargo, porque interesa más hablar de “periodista”, en general. Es decir, explotar su esencia e imagen prototípica más que contar una historia a su alrededor.

Asimismo, estos son presentados como jóvenes norteamericanos (estadounidenses, y principalmente mujeres) de unos 29 años que trabajan en los medios tradicionales: periódicos, revistas y televisión. Por un lado, la mujer, suele aparecer como reportera y

presentadora (ligada a la televisión), aunque también como periodista multidisciplinar. Además, tiene mayor presencia como personaje secundario que el hombre, que suele ser representado más como protagonista, aunque su presencia está principalmente en la prensa escrita, trabajando como redactor o reportero. El cargo de redactor/reportero es el más habitual, seguido del periodista multidisciplinar.

Respecto a la cuestión ética, se proyecta una visión de los periodistas mayoritariamente positiva, mostrándoles como trabajadores valientes y comprometidos con su labor y con el alma de la profesión, es decir, el videojuego personifica en el periodista los valores occidentales y una imagen similar a la ya asentada en el imaginario colectivo por la literatura, el cine, la televisión y el cómic. Por lo contrario, el videojuego no explota la relación de estos con sus empleadores ni sus relaciones personales. Tampoco la verdadera rutina periodística, que pasa a un rotundo segundo plano.

9. Referencias

- AEVI (2021). Anuario 2021. La industria del videojuego en España. [publicación en línea]. Recuperado de http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2022/04/AEVI_Anuario_2021_FINAL.pdf
- Berelson, B. (1952): Content Analysis in Communication Researches. Glencoe III, Free Press.
- Bezunartea, O., Cantalapiedra, M. J., Coca, C., Genaut, A., Peña, S. & Pérez, J., (2007). Periodistas de cine y ética. Ámbitos, (16), pp. 369-393. Disponible en: <https://www.redalyc.org/html/168/16801621/>
- Bezunartea, Ofa; Coca, César; Diezhandino, M^a Pilar (1994). La elite de los periodistas. Leioa: Servicio editorial de la UPV.
- Bezunartea-Valencia, Ofa & César, Valencia & García, Coca & Cantalapiedra, María & González, Cantalapiedra & Genaut, Aingeru & Simón, Arratibel & Peña-Fernández, Simón & Pérez Dasilva, Jesús & Dasilva, Pérez. (2010). El perfil de los periodistas en el cine: tópicos agigantados. Intercom. 33. 145-167.
- Bill Knight, "Comic Book Journalists Beyond Clark Kent," The IJPC Journal 1 (Fall 2009), 138- 146. <http://ijpc.org/journal/index.php/ijpcjournal>
- Blockfort (2019). Extra! Extra! Top 10 Best Video Game Reporters of All-Time!. Recuperado de <https://www.blockfort.com/character-lists/reporters/>
- Brian L. Quick, "The Effects of Viewing Grey's Anatomy on Perceptions of Doctors and Patient Satisfaction," Journal of Broadcasting and Electronic Media 53.1 (2009): 38-55.

- Briones, G. (2002). Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales. Bogotá: ARFO editores e impresores.
- Cauas (2006). Elementos para la elaboración y ejecución de un proyecto de investigación. Investigación en Ciencias Sociales. Recuperado en: <http://www.ninvus.cl/>
- Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) (2018). BARÓMETRO DE MARZO 2018. Recuperado de https://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3200_3219/3207/es3207mar.pdf
- Cueto, H. (2021). La industria de los videojuegos es ahora más grande que las del cine y los deportes combinados gracias a la pandemia de Covid-19. Recuperado de <https://businessinsider.mx/industria-de-los-videojuegos-supera-cine-deportes-pandemia-covid-19/>
- D'Adamo, García Beadoux & Freidenberg, (2007). Medios de comunicación. Efectos políticos y opinión pública. Una imagen, ¿Vale más que mil palabras? Buenos Aires. Editorial Belgrano.
- Ehrlich, M. C. (2006). Facts, truth, and bad journalists in the movies. Journalism, 7(4), pp.501–519.
- Eiroa, Matilde y Barranquero, Alejandro (2017): 'Métodos de investigación en la comunicación y sus medios'. Madrid. Editorial Síntesis.
- Foss, Katherine. (2018). No Longer Seeking “Truth, Justice, and the American Way: Journalists and the Press in Comic Books and Contemporary Film Adaptations.
- García Martínez, A. N. & Serrano-Puche, J. (2013). “El precio de la verdad: la imagen de los periodistas en las series de televisión contemporáneas”. In Gutiérrez Delgado, R. (coord.). Poéticas de la persona. Creación, responsabilidad y vigencia en la comunicación pública y la cultura (pp. 275-286), Salamanca: Comunicación Social.
- García Martínez, Alberto & Serrano-Puche, Javier. (2013). El precio de la verdad: la imagen de los periodistas en las series de televisión contemporáneas.
- García Martínez, N. y Javier Serrano Puche, J. (2013). El precio de la verdad: la imagen de los periodistas en las series de televisión contemporáneas. En Gutiérrez, Ruth (coord.), "Poéticas de la persona. Creación, responsabilidad y vigencia en la Comunicación Pública y la Cultura (Estudios en homenaje a Juan José García-Noblejas)", Comunicación Social, Salamanca, pp. 279-290.
- Giacconi, B. (2022). Microsoft compra Activision Blizzard: Xbox se lleva Call of Duty por cerca de 70.000 millones de dólares. Recuperado de <https://www.3djuegos.com/noticias-ver/219589/microsoft-compra-activision-blizzard-xbox-se-lleva-call-of/>
- Glenn Flores, “Mad Scientists, Compassionate Healers, and Greedy Egotists: The Portrayal of Physicians in the Movies,” Journal of the National Medical Association 94.7 (2002): 656.
- Harrison JG. Nineteenth-Century American Novels on American Journalism: II. Journalism Quarterly. 1945;22(4):335-345. doi:10.1177/107769904502200404.

- Hayden White, *Tropics of Discourse: Essays in Cultural Criticism* (1978; reprint, Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1985), 121–22.
- Hernández, Fernández y Baptista (2003). *Metodología de la Investigación*. Tercera Edición. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores..
- Ibave González, J, L (2013). *Objetivos e Hipótesis en la investigación*. [publicación en línea]. Recuperado de https://ibaveproyectosinvestigacionaplic.weebly.com/uploads/1/0/7/4/10741354/formulacion_de_objetivos_hiptesis.pdf
- IJPC Journal (2002). *THE IMAGE OF THE JOURNALIST IN POPULAR CULTURE (IJPC) JOURNAL*. Recuperado de <http://www.ijpc.org/page/journal.html>
- Imbert, G. (2010). *Cine e imaginarios sociales. El cine posmoderno como experiencia de los límites (1990-2010)*. Madrid: Cátedra.
- Jiménez, M. (2022). *Sony responde a Microsoft y compra el desarrollador de videojuegos Bungie por 3.200 millones*. Recuperado de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/01/31/companias/1643655257_343723.html
- Langman, L. (1998). *The Media in the Movies. A Catalog of American Journalism Films (1900-1996)*. Jefferson: McFarland & Company.
- López Noguero, Fernando. (2002). *El análisis de contenido como método de investigación*. *Revista de Educación*, 4: 167-179. Universidad de Huelva.
- López-Redondo, I., y Martínez Cantudo, R. (2019). *La representación del periodista en el videojuego: ¿una visión romántica de la profesión?* En G.O. Rodríguez Garay, M.P. Álvarez Chávez, C. Martín-Jiménez (Ed.), *Tecnologías emergentes y realidad virtual: experiencias lúdicas e inversivas* (pp. 103-124). Sevilla: Egregius.
- Matos Agudo, D. (2015). *El cómic como género periodístico: De Art Spiegelman a Joe Sacco*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.
- Matos Agudo, D. (2017). *Periodismo Cómic. Una historia del género desde los pioneros a Joe Sacco*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Matthew C. Ehrlich & Joe Saltzman (2015). *Heroes and Scoundrels: The Image of the Journalist in Popular Culture*. Illinois. University of Illinois Press.
- McNair, B. (2010). *Journalists in film: heroes and villains*. Edinburgh. Edinburgh University Press.
- Mejías-Climent, L. (2021). «Clasificaciones de videojuegos: una propuesta práctica para estudios empíricos». *Revista Tradumàtica. Technologies de la Traducció*, 19, 22-46.
- 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>
- Navarro Remesal, V. (2014). *Libertad Dirigida. Una gramática del análisis y diseño de videojuegos*. Santander: Shangrila.

- Newzoo (2021). The Games Market and Beyond in 2021: The Year in Numbers (2021). Recuperado de <https://newzoo.com/insights/articles/the-games-market-in-2021-the-year-in-numbers-esports-cloud-gaming>
- Novoa-Jaso, M.F. & Serrano-Puche, J. (2018). The representation of television journalism in tv series Argon (NETFLIX, 2017). *Sphera Publica*, 2(18), 43-67.
- Orsini, L. (2010). Top Nine Videogame Reporters and Journalists. Recuperado de <https://kotaku.com/top-nine-videogame-reporters-and-journalists-5538673>
- Osorio, O (2009). La imagen de la periodista profesional en el cine de ficción de 1990 a 1999. Universidade da Coruña. Departamento de Humanidades.
- Planells, A. J. (2015). Videojuegos y mundos de ficción. De Super Mario a Portal. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Quirós Fernández, F. (2014). Valores y contravalores del periodismo: la imagen ética de la profesión en nueve películas americanas. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 24, 1-18.
- Quirós Lagares, F.J. (2018). El Periodismo cómic como nuevo formato periodístico. Un estudio de caso: reportajes. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.
- Ruiz Bueno, A. (2021). El contenido y su análisis: Enfoque y proceso. Recuperado de [http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/179232/1/El contenido su analisis 2021.pdf](http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/179232/1/El%20contenido%20su%20análisis%202021.pdf)
- Ruiz-Olabuénaga, J.I. (2012). Metodología de la investigación cualitativa. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Saltzman, J. (2002). Frank Capra and the image of the journalist in american film. California: Norman Lear Center USC.
- Secretaría de Inclusión y Bienestar Social del Gobierno de la Ciudad de México. (2022). Quiénes son las Personas Mayores. Recuperado de <https://sibiso.cdmx.gob.mx/blog/post/quienes-son-las-personas-mayores>
- Serrano-Puche, J. (Javier); Sánchez-Aranda, J. (José Javier); Novoa-Jaso, M. (María Fernanda). (2019). "De la Redacción a la (gran) pantalla: roles profesionales del periodismo y su representación en la ficción audiovisual". *Icono 14*. 17 (2), 2019, 32 – 58.
- Tebeosfera (2022). CONNIE, MARÍA CORTÉS Y LA DOCTORA ALDEN. Recuperado de https://www.tebeosfera.com/sagas/connie_1927_godwin.html
- Timberlake, R. (2022). The Best Fictional Reporters In Games. Recuperado de <https://www.thegamer.com/gamings-best-fictional-reporters/>
- Tones, J. (2020). Microsoft compra Bethesda por 7.500 millones de dólares y se queda con franquicias como 'DOOM', 'Fallout' o 'Wolfenstein'. Recuperado de <https://www.xataka.com/videojuegos/microsoft-da-empujon-a-su-cartera-exclusivos-compra-bethesda-editora-franquicias-como-doom-fallout-wolfenstein>

10. Anexos

10.1. Anexo 1: Excel de resultados del análisis



Excel recogida de
datos - El periodista

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1I3f7bLSDO8yF8YYd0fhV980_A8yAJCDN/edit?usp=sharing&oid=115751133202795842005&rtpof=true&sd=true

10.2. Anexo 2: Fichas de análisis de los personajes

ALYSSA ASHCROFT



ALYSSA ASHCROFT (RESIDENT EVIL: OUTBREAK)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	REDACTORA
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	PROTAGONISTA
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE ALEJA DEL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	28, JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	PRENSA ESCRITA
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADA
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	SOLA
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	SOLTERA

ANDRE STICKLAND



ANDRE STICKLAND (RESIDENT EVIL VII: BIOHAZARD)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	PRODUCTOR
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE OPONE ANTAGÓNICAMENTE AL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	36, ADULTO
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	PRENSA DIGITAL
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADO
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

BLAKE LANGERMANN



BLAKE LANGERMANN (OUTLAST II)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	OPERADOR DE CÁMARA
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	PROTAGONISTA
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE ACERCA AL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(28), JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	TELEVISIÓN
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADO
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	CASADO

FRANK WEST



FRANK WEST (DEAD RISING)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	COMBATE
<i>CARGO</i>	FOTOPERIODISTA
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	PROTAGONISTA
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE ALEJA DEL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	36, ADULTEZ
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	PRENSA ESCRITA
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	AUTÓNOMO
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	SOLO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	SOLTERO

AYA SHAMEIMARU



AYA SHAMEIMARU (TOUHOU PROYECT)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	COMBATE
<i>CARGO</i>	MULTIDISCIPLINAR
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE OPONE ANTAGÓNICAMENTE AL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>PROCEDENCIA</i>	ASIA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	PRENSA ESCRITA
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	EMPRESARIO CON ASALARIADOS
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	SOLO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	SOLTERO

BEN BERTOLUCCI



BEN BERTOLUCCI (RESIDENT EVIL 2)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	MULTIDISCIPLINAR
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	PERSONIFICA EL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(26), JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	PRENSA ESCRITA
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	FREELANCE
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	SOLO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	SOLTERO

ELENA
FISHER



ELENA FISHER (UNCHARTED)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	MULTIDISCIPLINAR
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	PROTAGONISTA
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	PERSONIFICA EL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(23), JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	TELEVISIÓN
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADA
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	EN UNA RELACIÓN

CLANCY JARVIS



CLANCY JARVIS (RESIDENT EVIL VII: BIOHAZARD)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	OPERADOR DE CÁMARA
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE OPONE ANTAGÓNICAMENTE AL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(35), ADULTEZ
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	PRENSA DIGITAL
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADO
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

DIANA ALLERS



DIANA ALLERS (MASS EFFECT 3)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	CORRESPONSAL
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE ACERCA AL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(¿?), ADULTEZ
<i>PROCEDENCIA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	TELEVISIÓN
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADA
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	EN UNA RELACIÓN

EMILY WONG



EMILY WONG (MASS EFFECT 2)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	PRESENTADORA
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	PERSONIFICA EL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(¿?), ADULTEZ
<i>PROCEDENCIA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	TELEVISIÓN
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADA
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

FREDERICK LANCASTER



FREDERICK LANCASTER (FRONT MISSION 1)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	ESTRATEGIA
<i>CARGO</i>	MULTIDISCIPLINAR
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	PROTAGONISTA
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	PERSONIFICA EL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(30), JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	OCEANÍA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	PRENSA ESCRITA
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	FREELANCE
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	SOLO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

JADE



JADE (BEYOND GOOD & EVIL)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	MULTIDISCIPLINAR
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	PROTAGONISTA
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	PERSONIFICA EL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(20), JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	PRENSA ESCRITA
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	FREELANCE
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	SOLTERO

JANE VALDERAMA



JANE VALDERAMA (SAINTS ROW 2)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	REPORTERA
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE ALEJA DEL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(¿?), ADULTEZ
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	TELEVISIÓN Y RADIO
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADA
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

JEFF WYNIA



JEFF WYNIA (UNCHARTED 3)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	OPERADOR DE CÁMARA
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	PERSONIFICA EL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(¿?), JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	TELEVISIÓN
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADO
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

JOSEPH SCHREIBER



JOSEPH SCHREIBER (SILENT HILL 4: THE ROOM)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	REDACTOR
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(¿?), ADULTEZ
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	PRENSA ESCRITA
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	FREELANCE
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	SOLO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

JOSH CARTER



JOSH CARTER (OBSCURE)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	REPORTERO
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	PROTAGONISTA
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(19), JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	EN PARO
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	SOLTERO

JYOJI HIJIRI



JYOJI HIJIRI (SHIN MEGAMI TENSEI: NOCTURNE)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	REDACTOR
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE ALEJA DEL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(¿?), ADULTEZ
<i>PROCEDENCIA</i>	ASIA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	PRENSA ESCRITA
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADA
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	SOLO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

KHALISAH AL-JILANI



KHALISAH AL-JILANI (MASS EFFECT 2)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	MULTIDISCIPLINAR
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE ACERCA AL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(¿?), ADULTEZ
<i>PROCEDENCIA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	TELEVISIÓN
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADA
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	SOLA
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

LUKA REDGRAVE



LUKA REDGRAVE (BAYONETTA)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	COMBATE
<i>CARGO</i>	NO SE DISTINGUE
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE ACERCA AL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(32), ADULTEZ
<i>PROCEDENCIA</i>	EUROPA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	FREELANCE
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	SOLO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	SOLTERO

LYNN LANGERMANN



LYNN LANGERMANN (OUTLAST II)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	PRESENTADORA
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE ACERCA AL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(28), JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	TELEVISIÓN
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADA
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	CASADA

MADISON
PAIGE



MADISON PAIGE (HEAVY RAIN)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	FOTOPERIODISTA
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	PROTAGONISTA
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	PERSONIFICA EL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(27), JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	FREELANCE
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	EN UNA RELACIÓN

MARY JANE
WATSON



MARY JANE WATSON (MARVEL'S SPIDERMAN)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	MULTIDISCIPLINAR
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE ACERCA AL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(24), JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	PRENSA ESCRITA
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADA
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	EN UNA RELACIÓN

MILES UPSHUR



MILES UPSHUR (OUTLAST)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	FOTOPERIODISTA
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	PROTAGONISTA
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	PERSONIFICA EL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(¿?), JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	PRENSA ESCRITA
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADO
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	SOLO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

NOLAN CAMPBELL



NOLAN CAMPBELL (CLOCK TOWER)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	REPORTERO
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	PROTAGONISTA
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE ALEJA DEL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(26), JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	EUROPEO
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	PRENSA ESCRITA
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADO
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	SOLO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	EN UNA RELACIÓN

PETER WALKEN



PETER WALKEN (RESIDENT EVIL VII: BIOHAZARD)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	PRESENTADOR
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE OPONE ANTAGÓNICAMENTE AL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(43), ADULTO
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	PRENSA DIGITAL
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADA
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

REBECCA CHANG



REBECCA CHANG (DEAD RISING 2)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	COMBATE
<i>CARGO</i>	FOTOPERIODISTA
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	PERSONIFICA EL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(28), JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	ASIA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	TELEVISIÓN
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADA
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

REUBEN
OLUWAGEMBI



REUBEN OLUWAGEMBI (FAR CRY 2)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	COMBATE
<i>CARGO</i>	CORRESPONSAL
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE ACERCA AL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(34), ADULTEZ
<i>PROCEDENCIA</i>	ÁFRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	PRENSA ESCRITA
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADO
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	SOLO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

REX CHANCE



REX CHANCE (IMPOSSIBLE CREATURES)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	ESTRATEGIA
<i>CARGO</i>	CORRESPONSAL
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	PROTAGONISTA
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE ALEJA DEL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(¿?), ADULTEZ
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	EN PARO
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	SOLO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	SOLTERO

RICK HENDERSON



RICK HENDERSON (HITMAN: BLOODMONEY)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	REPORTERO
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE ACERCA AL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(“PRINCIPIO DE LOS 30”), ADULTEZ
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	PRENSA ESCRITA
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADO
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	SOLO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

ROB



ROB (MANHUNT)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	COMBATE
<i>CARGO</i>	MULTIDISCIPLINAR
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE ALEJA DEL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	¿?, ADULTEZ
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	TELEVISIÓN
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADA
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

ROCHELLE



ROCHELLE (LEFT 4 DEAD 2)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	COMBATE
<i>CARGO</i>	PRODUCTOR
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	PROTAGONISTA
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(28), JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	TELEVISIÓN
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	EN PARO
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

VICKI VALE



VICKI VALE (BATMAN: ARKHAM CITY)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	REPORTERA
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	PERSONIFICA EL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(32), ADULTEZ
<i>PROCEDENCIA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	TELEVISIÓN
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADA
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

APRIL O'NEAL



APRIL O'NEAL (MUTANT NINJA TURTLES: SMASH-UP)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	COMBATE
<i>CARGO</i>	REPORTERA
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	PROTAGONISTA
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	PERSONIFICA EL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(28), JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	EUROPA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	TV
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADO
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

LOTTA HART



LOTTA HART (PHOENIX WRIGHT: ACE ATTORNET)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	REPORTERO
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	SE ALEJA DEL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(22), JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	ASIÁTICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	PRENSA ESCRITA
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADO
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

CHANDRA PRINCE



CHANDRA PRINCE (WATCH DOGS)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	NO SE DISTINGUE
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	52, ADULTEZ
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	NO SE DISTINGUE
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	NO SE DISTINGUE
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

ULALA



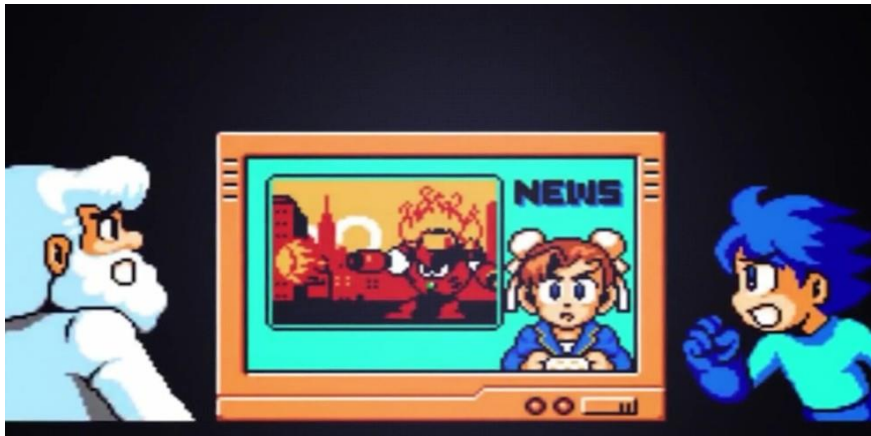
ULALA (SPACE CHANNEL 5)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	RITMO
<i>CARGO</i>	REPORTERO
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	PROTAGONISTA
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	PERSONIFICA EL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(22), JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	TELEVISIÓN
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADO
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	SOLTERA

JANNA



JANNA (LEAGUE OF LEGENDS)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	ESTRATEGIA
<i>CARGO</i>	REPORTERA
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	PROTAGONISTA
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>PROCEDENCIA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	TELEVISIÓN
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADO
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

CHUNG-LI



CHUNG-LI (MEGA MAN 9)	
<i>SEXO</i>	FEMENINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	PRESENTADOR
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(20), JUVENTUD
<i>PROCEDENCIA</i>	ASIA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	TELEVISIÓN
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADA
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	EN EQUIPO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

IVÁN DÍAZ



IVÁN DÍAZ (THE EVIL WITHIN)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	REPORTERO
<i>PERSONAJE</i>	NO JUGABLE
<i>ROL</i>	SECUNDARIO
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(¿?), ADULTEZ
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	NO SE DISTINGUE
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	NO SE DISTINGUE
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	NO SE DISTINGUE
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

JAMES PALMER

JUEGO EN PRIMERA PERSONA, NO HAY IMÁGENES DEL MODELO DEL PERSONAJE.

JAMES PALMER (JACK THE RIPPER)	
<i>SEXO</i>	MASCULINO
<i>GÉNERO DEL TÍTULO EN EL QUE APARECE</i>	AVENTURA
<i>CARGO</i>	REPORTERO
<i>PERSONAJE</i>	JUGABLE
<i>ROL</i>	PROTAGONISTA
<i>COMPROMISO CON LA ÉTICA PERIODÍSTICA</i>	PERSONIFICA EL IDEAL
<i>EDAD Y ETAPA DE VIDA</i>	(¿?), NO SE DISTINGUE
<i>PROCEDENCIA</i>	NORTEAMÉRICA
<i>MEDIO DONDE TRABAJA</i>	PRENSA ESCRITA
<i>SITUACIÓN LABORAL</i>	ASALARIADO
<i>MÉTODO DE TRABAJO</i>	SOLO
<i>VIDA SENTIMENTAL</i>	NO SE DISTINGUE

