

Los refugiados en el discurso mediático

PATRONES DE COBERTURA EN LOS MEDIOS ALEMANES

Petra Hemmelmann, Susanne Wegner

En un análisis de los medios, la cobertura mediática sobre la crisis de los refugiados en Alemania fue examinada y se identificaron 5 olas consecutivas de reportajes.

Por más de 18 meses el tema de los “refugiados” capturó la atención de Alemania. La gente que huye a Europa, sin embargo, no es un fenómeno nuevo. Desde 1990, cada vez más gente ha intentado entrar a la U.E. que consideran económicamente fuerte y segura, pero el verano de 2015 fue testigo de un incremento notable en el número de refugiados. Las razones incluyeron la guerra civil en Siria, el aumento del así llamado Estado Islámico, la falta de perspectivas luego de años de violencia en países tales como Irak y Afganistán pero también los traficantes que se fueron convirtiendo en más profesionales y una reacción en cadena. En 2015 un total de alrededor de 890.000 buscó asilo en Alemania, en 2016 el número fue de 280.000 (BMI, 2017) Esto fue un desafío inmenso tanto para la sociedad en general como para los medios en particular.

En un estudio representativo de diciembre de 2015, el 41 % de los que respondieron criticaron la cobertura mediática de los refugiados por considerarla sesgada. Solo un 25 % creyó que se mostró una representación acertada de los inmigrantes y sus calificaciones (Köcher, 2015 a, y vom Orde en este número)

La crisis de los refugiados dividió la opinión en Alemania y erosionó la confianza de la clase media pero

¿Cómo se llegó a eso? ¿Qué sucedió en el discurso mediático alemán? Junto a los estudiantes los autores observaron la cobertura, la charlaron y utilizaron patrones clave para categorizarla en 5 oleadas.

LA PRIMERA OLA: ESTEREOTIPOS

De enero a abril de 2015, informes algo sobrios sobre refugiados y tragedias en el Mar Mediterráneo dominaron la cobertura mediática. Esto se corresponde con el estado previo de la comunicación de la investigación científica. (1) El científico mediático Mathias Thiele (2005) encontró que al presentar la huida, el asilo y la inmigración, los contextos primarios son la crisis, el conflicto, las catástrofes y el crimen. Este patrón podía también ser visto a comienzos de 2015.

La representación mediática esporádica en el primer cuatrimestre se concentró en masas de gente anónima, especialmente en botes sobrecargados o en los cercos de los centros de refugiados. El tono fue mayormente negativo. **Los refugiados fueron representados mayormente en forma colectiva como víctimas de guerras, crisis o bandas de traficantes. A menudo hubo también debates sobre “refugiados económicos” que buscaban las ventajas del bienestar social alemán, los casos individuales se mostraron raramente y cuando se los mostró el foco se puso en su sufrimiento.**

En abril, la atención de los medios

aumentó marcadamente cuando 1000 refugiados murieron en una sola noche en el mar Mediterráneo, en las costas de Lampedusa/Italia.

Se expresó una dura crítica contra las políticas de refugiados de la UE pero la cobertura permaneció dentro de los estereotipos descriptos. En este momento los intentos de dar diferentes perspectivas narrativas fueron raras. El programa público de T.V. Zopp (2015) resume los problemas: **Los medios utilizaron imágenes de “los otros” sin críticas y siempre preguntaron las mismas preguntas sobre las historias de aflicción. Lo que faltaba eran ejemplos positivos que no mostraran a los que llegaban como víctimas o aprovechados.**

LA SEGUNDA OLA: CRECE LA EMPATÍA

Cuanto más buscadores de asilo llegaban a Alemania, más representaciones de refugiados se emitían. Sin embargo, las historias continuaron concentrándose en su sufrimiento o sus intentos de no quedar confundidos mientras atravesaban la burocracia alemana. Los voluntarios que asistieron a los refugiados también fueron representados con mayor asiduidad.

A pesar de que quedó claro que habría un número mucho mayor de refugiados que el año anterior, la cobertura de rutina no se intensificó particularmente. Incluso las noticias sobre las emergencias en el mar raramente aparecieron en los titulares más

de un día y el estado de emergencia pareció haber sido aceptado como algo normal. En los medios clásicos apenas se contempló el dato de cuántos inmigrantes el país podría manejar o cómo solucionar las nuevas llegadas. En los comentarios de Internet, este tipo de cuestiones críticas ya habían sido interrogadas. En contraste, los medios líderes se concentraron en la falta de empatía de la Canciller Angela Merkel cuando, a mediados de julio, ella le dijo a una niña refugiada que lloraba en un programa de T.V. que probablemente sería deportada- (2)

Herbert Seifert en el *Neue Zürcher Zeitung* encontró que los medios alemanes informaron « con notable sesgo sobre el tema » (Seifert, 2015a) : La cobertura se focalizó en la empatía con los migrantes.

Las representaciones eran siempre de los mismos protagonistas, las mismas frases.

En especial los medios impresos líderes y las emisiones públicas eran similares en este sentido. Los temas como los conflictos sobre establecer casas para los que buscan asilo o los actos criminales cometidos por los que piden asilo fueron cubiertos solo por los medios locales.

LA TERCERA OLA: BIENVENIDA EUFORIA

En julio de 2015, la crisis por la deuda griega era todavía la historia típica, pero eso cambió a mediados de agosto. El ministro del interior alemán habló por primera vez del número de refugiados record que se esperaba para 2015: 800.000. Unos pocos días después, la Oficina alemana federal para la migración y los refugiados suspendió el procedimiento Dublin para los sirios. En Heidenau en Sajonia/ Alemania del Este, había manifestaciones xenófobas. . Primero, la preocupación por la agitación del ala derecha dominaba a los medios. El 31 de agosto, la Canciller Merkel hizo lo que posiblemente se

convertiría en su declaración más famosa “podemos hacerlo” (“Wir Schaffen das”)

A esta altura comenzaron a mostrarse imágenes de muertos. Hubo acaloradas discusiones sobre si y cómo debían ser mostradas. Primero fue un camión utilizado por los traficantes que fue descubierto en Austria: dentro 71 refugiados se habían sofocado hasta morir (Meedia, 2015). Pero el clamor de los medios sucedió especialmente luego de conocerse la imagen de Aylan , el niño sirio de 3 años que se ahogó y quedó en aguas de la costa turca. La fotografía, se volvió una representación iconográfica y, a partir del 3 de setiembre de 2015, disparó una ola de empatía mediática (Filipovic, 2015).

El 4 de setiembre, Merkel dijo “Sí” a la entrada de refugiados desde Hungría. Alemania y Austria abrieron sus fronteras. Todos los canales y titulares luego fueron dominados por imágenes de estaciones ferroviarias abarrotadas. Lo que se podía ver era refugiados exhaustos y aliviados con carteles y frases que decían “Amamos a Alemania” y “Gracias Angela Merkel” pero también había alemanes que formaban un corredor y aplaudían a los recién llegados. Al final de este punto los niños se convirtieron en el símbolo de la crisis de refugiados incluso cuando la mayoría de los que llegaban era de hombres jóvenes. (Schönauer, 2015). “La cultura de la bienvenida” fue celebrada en los medios.

Un creciente número de periodistas viajó a la frontera Austro-húngara para informar sobre las a veces horribles experiencias de los refugiados (3) .

Algunos se infiltraron en hogares para refugiados para revelar abusos (Por ej.. Jaberina, 2015). Incluso entonces, muchos reflejaron críticas acerca del papel de un ayudante que podría reconciliarse con el de un periodista. (3) Los rumores sobre los “malos refugiados” que supuestamente robaban supermercados o violaban mujeres fueron contradichos al chequear los hechos. Los editores como Dulvlont

and Springer proveyeron de materiales para los que buscaban asilo, en árabe, el *Hamburger Abendblatt* contrató a refugiados como “reporteros refugiados”. Incluso el diario tabloide Bild cambió su estilo. Previamente había contribuido a agitar el resentimiento contra los extranjeros pero a esta altura presentó una nueva campaña para apoyar a los refugiados (Niggermeier, 2015, Bild, 2015).

Durante este período, los medios entraron en una “competencia” para ver quién podía mostrar más empatía y brindar una cultura de bienvenida sin dar lugar a la fatiga que esto podría crear en el lector” (Seifert, 2015 b) Muchos periodistas se convirtieron en “Abogados de los refugiados” más allá del sentido de empatía y compromiso. Las perspectivas de los refugiados y sus ayudantes a menudo eran mostradas exactamente como lo manifestaron mientras que las voces contrarias eran ignoradas o acusadas de ser derechistas. Los que hacían preguntas críticas o que señalaban los riesgos fueron marginados.

Las preocupaciones y temores de muchos alemanes no tuvieron casi espacio en el discurso mediático. El periodista Michael Hanfeld (2015) del *Frankfurter Allgemeine Zeitung* criticó al “periodismo de la bienvenida” y el portal *Meedia* comentó: “en la prensa escrita y en la T.V. se transmite la idea de que el país es una especie de parque de diversiones con una capacidad y voluntad ilimitadas para recibir refugiados” (Winterbauer, 2015).

LA CUARTA OLA: EL GIRO HACIA EL OTRO EXTREMO

A fines de setiembre de 2015, el péndulo cambió su curso. Entonces el foco estuvo en las manifestaciones y los incendios en los hogares de los refugiados. Los medios se superaban unos a otros con la especulación sobre cuánta gente estaba llegando y hasta dónde resistiría la ayuda contra la “arremetida”.

A comienzos de octubre, el diario de mayor circulación en Alemania, Bild, asumió que ese año iba a haber una llegada adicional de 1,5 millones de inmigrantes (Solms-Laubach, 2015). En una entrevista, el diario pidió a la Canciller Merkel: “¿Es correcto juzgar moralmente a los alemanes que están preocupados o temerosos ante los cientos de miles de refugiados que están entrando en el país? (Diekmann, Ronzheimer & Kausch, 2015).

Estas observaciones no estaban limitadas a los tabloides. El cambio pudo verse también, por ej., en el semanario liberal Die Zeit. A pesar de que a comienzos de agosto su título de tapa era “Bienvenidos” con la foto de una familia de refugiados, el 17 de setiembre el titular fue “Merkel y los refugiados. ¿Sabe lo que está haciendo? (Niggermeier, 2016b). El 4 de octubre, el programa *Bericht aus Berlin (Informe desde Berlin)* del canal público ARD mostró un fotomontaje de la Canciller Merkel con un chador (III.1).

El presentador preguntó: “¿Qué está pasando con nuestros valores? Sí, ¿Cómo gobernamos cuando los refugiados tienen problemas con la igualdad de género, con los derechos de las mujeres, con la libertad de prensa y de opiniones?” (Álvarez, 2015).

La característica de esta ola fue que la crítica, las preocupaciones y los temores que hasta el momento se encontraban casi exclusivamente en los medios alternativos, ahora podían ser oídos en los medios clásicos. Ahora los ciudadanos fueron interrogados más a menudo sobre sus impresiones. Los temas clave eran las ciudades sobrepasadas y la argumentación sobre un límite en el número de refugiados. Maximilian Popp de la revista de noticias Spiegel observó lo que consideró ser un cambio radical en las narrativas desde la cultura de la bienvenida a los peligros de la inmigración masiva (Röben, 2016). Para algunos, sin embargo, esta inclusión de voces críticas llegó demasiado tarde. En un informe representativo de octubre de 2015, el 47%

de los que respondieron criticaron la cobertura mediática de los refugiados por considerarla sesgada (Köcher, 2015 b, 2015 a)

Pero por primera vez, los medios priorizaron otra historia más importante que el tema de los refugiados. Los ataques terroristas de París el 13 de noviembre de 2015 pronto se convirtieron en la historia “top”. En este contexto, sin embargo, las políticas de refugiados todavía se conversaban. A pesar de muchas advertencias, hubo pronto especulaciones públicas sobre si los terroristas eran refugiados o pretendían serlo. Este cambio al lado negativo del tema alcanzó su clímax con la cobertura de los hechos del día de año nuevo en Colonia/ Alemania. Al principio el informe estableció que había una atmósfera pacífica. Lo que sucedió realmente – muchos ataques sexuales contra mujeres por parte de hombres originarios de África del norte y de árabes- apareció en las redes sociales junto a la acusación de que los hechos habían sido escondidos a propósito. Solo el 4 y 5 de enero de 2016 los incidentes aparecieron en los medios nacionales. La precaución inicial fue seguida por la revitalización de viejas maneras de pensamiento y a menudo hubo una unión generalizada con el tema de los refugiados. **La narrativa de “el hombre árabe” y su sexualidad descontrolada como una amenaza para la mujer alemana y la libertad occidental se extendió (ej. Ulrich, 2016). El científico en comunicación Kai Hafez (2016) determinó: La corta empatía por los refugiados que dominó a los medios en el verano cayó luego en el discurso tradicional focalizándose en problemas de crimen, dificultades con la integración y diferencias culturales infranqueables “.**

LA QUINTA OLA: MUY POCOS INDICIOS DE MEJORAS

A comienzos de 2016 se pudieron ob-

servar varios abordajes. Los editores publicaron explicaciones de por qué informaban de esa manera, describieron cómo los casos individuales encajaban en la imagen más grande y entrevistaron a nuevos protagonistas como inmigrantes integrados sobre el actual debate sobre refugiados. Al mismo tiempo, en la primera semana del año, la violencia, y la violación de reglas por parte de los que buscaban asilo, fueron el foco de atención de los medios y no la violencia ejercida contra ellos. Esto era cierto incluso a pesar que al principio del año casi no pasó un día sin que hubiera un ataque contra un hogar de refugiados en Alemania (Monitor, 2016). La cobertura de los medios en las fronteras también cambió. A fines de febrero el centro de recepción de Idomeni en la frontera greco macedonia captó la atención debido a las condiciones catastróficas del lugar. Al principio la cobertura parecía repetir la del año anterior, por un lado imágenes de niños desesperados en las barreras fronterizas y por el otro las presentaciones familiares y estereotípicas de multitud de personas. Lo nuevo fue que esas masas fueron cada vez más a menudo mostradas como agresivas.

RELEVANCIA DECRECIENTE AL COMIENZO DEL VERANO DE 2016

Las manifestaciones en Idomeni que duraron hasta mayo fueron una reacción ante la clausura de la “Ruta balcánica”. El 20 de marzo de 2016, el acuerdo sobre los refugiados entre la UE y Turquía también entró en vigencia. Como resultado, (muchos menos refugiados llegaron a Alemania. En los meses siguientes uno apenas podía ya hablar de “olas” porque la frecuencia de la cobertura cayó drásticamente. El Institut für Empirische Medienforschung en Colonia (IFEM, Instituto para la investigación de los medios empíricos) encontró: desde

agosto 2015 hasta mayo de 2016, los refugiados eran el tema más importante en los principales programas de noticias en la televisión. Solo una vez durante este período fue sustituido este tema: en noviembre de 2015 por los ataques terroristas de París. Habiendo comenzado en junio de 2016, la relevancia decreció significativamente, sin embargo- el campeonato europeo de fútbol, el "Brexit", las elecciones en EE.UU., los ataques terroristas (Niza, Berlín, Ansbach) y la guerra en Siria fueron de mayor interés hasta fines de año (IFE, 2015; 2016)

Los primeros temas en julio de 2016 fueron la matanza en Múnich, el ataque con cuchillo en Würzburg y el estallido de bombas en Ansbach. En estos contextos, el foco estuvo repetidamente sobre el grupo de refugiados. De hecho, 2 de los depredadores eran de origen iraní. Algunos titulares, sin embargo, fueron más allá de estos casos individuales y presentaron a los refugiados en general como un grupo peligroso (4) El tema de los refugiados una vez más se volvió en el centro de los medios por un breve tiempo en setiembre 2016. Muchos medios profesionales volvieron a los hechos del año anterior y se mostraron seguramente autocríticos (5) Eso, al menos, da esperanza de una cobertura más objetiva en el futuro.

CONCLUSIÓN

La cobertura alemana sobre los refugiados en 2015 y 2016 mostró serios defectos. Los problemas incluían falta de diferenciación, falta de objetividad y demasiada mentalidad de rebaño. Los profesionales de los medios deberían aprender de estos errores porque el tema de los refugiados continuará por largo tiempo. Específicamente eso significa usar más contexto y antecedentes, cuestionamientos críticos sobre cómo se establecen y diseñan los temas, percibiendo y presentando varias perspectivas y opiniones y alentando continuamente la vida con estándares éticos.

NOTAS

- ¹ Hasta 2015/2016 hubo muy poco en este área en cuanto a la huida y migración. Los pocos estudios disponibles mostraron que los temas moldearon a los medios en oleadas, y establecieron una relación entre la cobertura y una xenofobia creciente que se podía encontrar porque la cobertura mediática está muy simplificada y se basa en el drama y habla de aspectos especialmente negativos (ver. Jäger, 2000; Butterwegge et al., 2006).
- ² Programa sobre el gobierno federal alemán. diálogo "Gut leben in Deutschland" ("Vivir bien en Alemania") 15 de Julio de 2015, emitido en NDR, emisora pública. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=F4au5JUp0eQ> [15.02.2017]
- ³ Un ejemplo exitoso fue Martin Kaul (2015) en el Diario alemán taz.
- ⁴ Por ejemplo, el giro inesperado en diario Tagesspiegel del 31 de Julio de 2016 declaraba: "Terror y Refugiados" (John, 2016). Disponible en: <http://www.tagesspiegel.de/politik/terror-und-fluechtlingewas-wir-den-opfern-von-anschlaegen-schuldigsind/13950038.html> [15.02.2017]
- ⁵ Ver entre otros Giovanni di Lorenzo (Meedia, 2016) y Susanne Glass (Bouhs, 2016).

REFERENCIAS

- Álvarez, Sonja (2015). Kanzlerin mit Kopftuch. In: Der Tagesspiegel on 5 October. Disponible en <http://www.tagesspiegel.de/medien/kritik-an-fotomontagen-imbericht-aus-berlin-kanzlerin-mit-kopftuch/12408918.html> [15.02.2017]
- Bild (2015). Wir trauern. Disponible en: http://www.bild.de/politik/ausland/fluechtling/wir-trauern-42429074_bild.html [15.02.2017]
- Bouhs, Daniel (2016). Korrekte Berichterstattung über Flüchtlinge? Ndr.de on 3 September. Disponible en: <http://www.ndr.de/info/programm/Korrekte-Berichterstattung-ueber-Fluechtlinge,fluechtlinge6426.html> [15.02.2017]
- Bundesministerium des Innern (BMI) (2017). 280.000 Asylsuchende im Jahr 2016. Disponible en: <http://www.bmi.bund.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2017/01/asylantraege-2016.html> [15.02.2017]
- Butterwegge, Christoph et al. (Eds.) (2006). Massenmedien, Migration und Integration. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Diekmann, Kai, Ronzheimer, Paul & Kausch, Kiki (2015). Würden Sie Flüchtlinge bei sich aufnehmen, Frau Merkel? Bild on 11 October. Disponible en: http://www.bild.de/politik/inland/fluechtlingskrise/wie-schaffen-wirdas-bloss-frau-merkel-42975340_bild.html [15.02.2017]
- Filipović, Alexander (2015). Lügenpresse, Germanwings, Aylan – Ein medienethischer Jahresrückblick 2015. Disponible en <http://www.netzwerk-medienethik.de/2015/12/22/luegenpresse-germanwings-aylan-einmedienethischer-jahresrueckblick-2015> [15.02.2017]
- Hafez, Kai (2016). Compassion Fatigue der Medien? Global Media Journal, 6(1). Disponible en: https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_00035505/GMJ11_Hafez.pdf [15.02.2017]

Hanfeld, Michael (2015). Willkommens-Journalismus bis zum Abwinken. faz.net on 6 November. Disponible en <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/merkel-inder-fluechtlingskrise-willkommens-journalismus-biszum-abwinken-13896405.html> [15.02.2017]

IFEM (2016). InfoMonitor. Jahr 2016. Disponible en: <http://www.ifem.de/infomonitor/jahr-2016> [15.02.2017]

IFEM (2015). InfoMonitor. Jahr 2015. Disponible en: <http://www.ifem.de/infomonitor/jahr-2015> [15.02.2017]

Jaberina, Alena (2015). Undercover in einer Flüchtlingsunterkunft. NDR Info on 8 September. Disponible en: <http://www.ndr.de/nachrichten/hamburg/Undercover-in-einer-Fluechtlingsunterkunft,fluechtlinge3110.html> [15.02.2017]

Jäger, Siegfried (2000). Das „Fremde“ und die Medien. Medien-Impulse, 9(31), 17-28.

John, Barbara (2016). Was wir den Opfern von Anschlägen schuldig sind. Tagesspiegel on 31 July 2016. Disponible en: <http://www.tagesspiegel.de/politik/terrorund-fluechtlinge-was-wir-den-opfern-von-anschlaegen-schuldig-sind/13950038.html> [15.02.2017]

Kaul, Martin (2015). Bei den Fliehenden in Budapest – Über die Grenzen. taz.de on 7 September. Disponible en: <http://www.taz.de/!5226965/> [15.02.2017]

Köcher, Renate (2015a). Mehrheit fühlt sich über Flüchtlinge einseitig informiert. faz.net on 16 December. Disponible en t: <http://www.faz.net/-gpj-8bdqv> [15.02.2017]

Köcher, Renate (2015b). Kontrollverlust – die Besorgnis der Bürger wächst. Frankfurter Allgemeine Zeitung on 21 October, p. 8.

Meedia (2015). Medienethiker kritisieren Schockfotos. Available at: <http://meedia.de/2015/08/31/medienethiker-kritisieren-schock-foto-aus-fluechtlings-lkwdreister-verstoss-gegen-grundsatz-des-journalismus/>[15.02.2017]

Meedia (2016). „Mitgestalter statt Beobachter“: Giovanni di Lorenzo kritisiert Medien in der Flüchtlingskrise. Disponible en <http://meedia.de/2016/07/11/mitgestalter-statt-beobachter-giovanni-di-lorenzokritisiert-medien-in-der-fluechtlingsfrage/> [15.02.2017]

Monitor (2016). Fast unbemerkt: Die täglichen Attacken auf Flüchtlingsheime. Monitor on 4 February. Disponible en: <http://www1.wdr.de/daserste/monitor/sendungen/attacken-auf-fluechtlingsheime-100.html>[15.02.2017]

Niggemeier, Stefan (2016b). Einmal „Willkommen!“ und zurück: Die Zeit und die Flüchtlinge. Übermedien on 1 September. Available at: <http://uebermedien.de/7672/einmal-willkommen-und-zurueck-die-zeit-und-die-fluechtlinge/> [15.02.2017]

Niggemeier, Stefan (2015). Wird BILD jetzt gut? Deutschlandradio Kultur on 14 September. Disponible en: http://www.deutschlandradiokultur.de/fluechtlinge-willkommen-wird-die-bild-zeitung-jetztgut.2156.de.html?dram:article_id=331028 [15.02.2017]

Röben, Bärbel (2016). Medienethik in der Flüchtlingskrise. Disponible en: <https://mmm.verdi.de/internationales/medienethik-in-der-fluechtlingskrise-30151> [15.02.2017]

Schönauer, Mats (2015). Wie falsche Bilder von Flüchtlingen entstehen. Disponible en: <http://www.bildblog.de/73416/wie-falsche-bilder-von-fluechtlingen-entstehen/> [15.02.2017]

Seifert, Heribert (2015a). Mienenfeld Migration. Neue Zürcher Zeitung on 16 June. Disponible en: <http://www.nzz.ch/feuilleton/medien/minienfeld-migrati>

INVESTIGACIÓN

on-1.18562659 [15.02.2017]

Seifert, Heribert (2015b). *Berichterstatter als Stimmungsmacher*. Neue Zürcher Zeitung on 19 September. Disponible en: www.nzz.ch/feuilleton/medien/berichterstatter-als-stimmungsmacher-1.18615593[15.02.2017]

Solms-Laubach, Franz (2015). *1,5 Millionen Flüchtlinge erwarten uns*. Bild on 7 October. Disponible en <http://www.bild.de/bild-plus/politik/inland/fluechtlingskrise/1-5-millionen-fluechtlinge-erwartet-42887972,var=a.view=conversionToLogin.bild.html>[15.02.2017]

Thiele, Matthias (2005). *Flucht, Asyl und Einwanderung im Fernsehen*. Konstanz: UVK.

Ulrich, Bernd (2016). *Wer ist der arabische Mann?* Die Zeit on 17 January. Disponible en: <http://www.zeit.de/2016/03/sexismus-fluechtlinge-islamismus-araberfrauen> [13.03.2017]

Winterbauer, Stefan (2015). *Guter Flüchtling, böser Flüchtling*. Meedia on 11 September. Disponible en: <http://meedia.de/2015/09/11/guter-fluechtling-boeserfluechtling-der-fatale-hang-von-medien-und-volksmeinung-zu-extremen/> [15.02.2017]

Zapp (2015). *Schwierig: Berichterstattung über Flüchtlinge*. Disponible en: <https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/Schwierig-Berichterstattung-ueber-Fluechtlinge.fluechtlingsschiff114.html> [15.02.2017]

LAS AUTORAS

Petra Hemmelmann, Dra. en filosofía es la editora del Departamento de Desarrollo y Comunicación de la Universidad Católica de Eichstätt-Ingolstadt (KU), Alemania y en la publicación para la ética mediática en *Communicatio Socialis*.



Susanne Wegner, Diplomada como periodista online (FH), es una investigadora Asociada en el programa de grado en periodismo en la Universidad Católica de Eichstätt-Ingolstadt (KU), Alemania.

Traducción

María Elena Rey