

# El éxodo y el asilo en los medios

## SELECCIÓN DE HALLAZGOS DE UNA INVESTIGACIÓN INTERNACIONAL

*Heike vom Orde*

**Este artículo ofrece un resumen del discurso de los medios y de la representación de los refugiados y buscadores de asilo, utilizando hallazgos internacionales seleccionados.**

---

### NARRATIVAS E IMÁGENES DEL EXTRANJERO

#### Los Estereotipos en palabras e imágenes.

Los medios tienen un papel decisivo en la construcción de las realidades sociales (Luhmann, 1996). El discurso de los medios sobre los procesos de discriminación contra las minorías tiene una influencia de largo alcance ya que varios contenidos y formas de informar contribuyen con la manera en que los que reciben dan forma a sus actitudes y opiniones (Ruhrmann & Sommer, 2009, pág. 419).

La selección de temas, de actores y cómo son evaluados (enmarcados) al igual que la representación visual, son especialmente interesantes para la investigación de las ciencias de la comunicación.

En Alemania, desde alrededor de los años 1980 la investigación ha sido realizada en las representaciones de y en los discursos sobre el éxodo y el asilo en los medios masivos de comunicación. En el contexto del discurso sobre “el abuso del asilo”, los ataques contra las casas de los refugiados a principios de 1990 y el cambio en la ley de asilo en la constitución de Alemania en 1993,

muchos contenidos y discursos en los estudios analíticos (Mayormente en los medios impresos) han sido realizados, incluyendo varios contenidos analíticos de la televisión (Resumen en Thiele, 2005, Pág 10 y siguientes). Para este período, Thiele destaca la tendencia de la cobertura mediática alemana a focalizarse en los problemas, conflictos o crisis. El grupo de buscadores de asilo, que son percibidos como extranjeros, son presentados como estereotipos. A menudo la inmigración está ligada con el crimen o con lo exótico y los refugiados están caracterizados como personas que están apartadas de la cultura alemana. Lingüísticamente, palabras peyorativas como “refugiados económicos” son utilizadas (ibidem, pág 10) Los refugiados a menudo están simbolizados con palabras e imágenes como una “masa anónima, oscura”,

“caos” “inundación” y “ola” o como una “marcha” o “invasión” (III.1) Con estas clases de atribuciones, amenazas de “el empantanamiento” o “asedio” son una acción imaginada y urgente que pide hallazgos internacionales (ibidem, pág 11).(ver también resumen en Esses et al., 2013, pág 520 y siguientes), por ej., desde EE.UU., Noruega, Australia o Canadá, van en la misma dirección. Un estudio australiano llegó a la conclusión de que la notable falta de imágenes mediáticas que muestran a refugiados individuales con rasgos faciales reconocibles contribuyó a la “deshumanización visual de los refugiados” mientras que el dominio de las imágenes mediáticas de grandes grupos y barcos lleva a una “cultura del miedo” (Bleiker et al, 2013, pág 411). En general, un tono crecientemente negativo puede ser encontrado en el

discurso mediático: “En los últimos 10 a 15 años, las presentaciones de los inmigrantes y refugiados en muchos países occidentales se han vuelto cada vez más negativas, con los miedos focalizándose en las amenazas que los inmigrantes y refugiados representan para las sociedades que los acogen” (Esses et al, 2013, pág 520) En su informe desde 2012, el proceso Hague sobre los Refugiados y la Migración encontró un “sentimiento anti migratorio” en amplias zonas de Europa y estableció que “la “cobertura mediática inconsistente” era en parte la responsable de esto (The Hague, pág 15)

Un estudio del discurso internacional sobre los que buscan asilo y de los refugiados en todo el mundo en diarios de habla inglesa identificó 5 marcos negativos en este contexto: Refugiados y crimen, ilegitimidad de los que buscan asilo y los refugiados como una amenaza a la identidad nacional, los refugiados como cargas económicas y anormalidad social. (Haynes et al., 2004) En la nación emergente de Malasia, igualmente, un análisis de los medios encontró un tono negativo en sus informes que estaba determinado por el temor a los refugiados como potenciales portadores de enfermedades infecciosas (Kaur, 2007).

### Opinión pública y discurso mediático

Incluso en los países clásicos de inmigración como Canadá o Australia cuyos medios tradicionalmente tienden hacia los informes positivos sobre los refugiados, los marcos y metáforas aparecen como enfatizando la inmigración como una crisis y algo amenazante. Por ej., la relación entre la opinión pública y los medios que informan se muestra en un análisis de la prensa canadiense sobre la llegada de 4 barcos con 599 refugiados chinos a la costa de British Columbia en 1999 (Mahtani & Mountz, 2002). El tono del discurso del asilo público cambió dramáticamente con este acontecimiento que se llamó “inmigración

irregular” y “ crucial” (Ibidem, pág 20) A pesar del número de refugiados que fue bajo en comparación con otros grupos de migrantes en Canadá, la prensa usó figuras retóricas que recordaban a una catástrofe natural y declaró a los refugiados como “refugiados falsos” en contraste con los “genuinos” y correctos (ibidem, pág 21) Al mismo tiempo los legisladores fueron acusados de ser “demasiado débiles” y de permitir a los migrantes entrar al país por la puerta de atrás. (ibidem, pág 29). En sus recomendaciones los autores sugieren una cooperación más pro-activa entre los legisladores y los medios con el fin de promover informes basados en hechos y equilibrados lo que incluye historias sobre las variadas contribuciones de los inmigrantes recientes de Canadá (ibidem, pág 30).

Otros investigadores también señalaron el problema que al gran público a menudo se le brinda información poco basada en hechos reales sobre el tema de la inmigración y el éxodo, y que las elites políticas individuales podrían utilizar esto para representar la aceptación de los refugiados como una amenaza o una carga para los sistemas sociales nacionales (por ej., en Esses, 2013, pág 519). Wright (2014) también se refiere a la falta de contextualización del fenómeno global de migración forzada. “Pocas historias de noticias de refugiados hacen conexión entre “allí” y “acá”: la cobertura comprensiva de esos que están en tierras lejanas afectadas por el desastre y la guerra aparece en duro contraste con el tratamiento de los medios de los que buscan asilo en Occidente” (ibidem, pág 461).

Luhmann, Niklas (1996). Die Realität der Massenmedien. Opladen: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Ruhrmann, Georg & Sommer, Denise (2009). Vorurteile und Diskriminierung in den Medien. In Andreas Beelmann & Kai Jonas (Eds), Diskriminierung und Toleranz (pp. 419-431). Wiesbaden: VS Verlag.

Thiele, Matthias (2005). Flucht, Asyl und Einwanderung im Fernsehen. Konstanz: UVK. Esses, Victoria, Medianu, Stelian & Lawson, Andrea (2013). Uncertainty, threat, and the role of the media in promoting the dehumanization of immigrants and refugees. Journal of Social Issues, 69(3), 518-536.

Bleiker, Roland, Campbell, David, Hutchison, Emma & Nicholson, Xzarina (2013). The visual dehumanisation of refugees. Australian journal of political science, 48(4), 398-416.

The Hague process on refugees and migration (2012). Global Hearing on refugees and migration. Report 2012. The Hague. Disponible en: [http://thehagueprocess.org/wordpress/wp-content/uploads/2013/02/THP-Global\\_Hearing\\_Report\\_2012.pdf](http://thehagueprocess.org/wordpress/wp-content/uploads/2013/02/THP-Global_Hearing_Report_2012.pdf) [16.02.17]

Haynes, Amanda, Devereux, Eoin & Breen, Michael (2004). A cosy consensus on deviant discourse: how the refugee and asylum seeker meta-narrative has endorsed an interpretive crisis in relation to the transnational politics of world's displaced persons. Working Paper WP2004-03. University of Limerick Department of Sociology Working Paper Series. Diario online disponible en: [https://ulir.ul.ie/bitstream/handle/10344/3632/Haynes\\_2004\\_cosy.pdf?sequence=2](https://ulir.ul.ie/bitstream/handle/10344/3632/Haynes_2004_cosy.pdf?sequence=2)[16.02.17]

Kaur, Kiranjit (2007). Media reporting on refugees in Malaysia. UNEAC Asia Papers, 13, 8-12.

Mahtani, Minelle & Mountz, Alison (2002). Immigration to British Columbia: Media Representation and Public Opinion. Working paper series no. 02-15. University of British Columbia. Diario online. disponible en: <http://mbc.metropolis.net/assets/uploads/files/wp/2002/WP02-15.pdf> [16.02.17]

Wright, Terence (2014). The media and representations of refugees and other forced migrants. In Elena Fiddian-Qasimiyeh et al. (Eds), The Oxford Handbook of Refugee and Forced Migration Studies (pp. 460-472). Oxford: Oxford University Press.

## LOS DISCURSOS SOBRE EL ÉXODO Y EL ASILO EN LA TELEVISIÓN

### Los refugiados en la información de la televisión.

En esta revisión del estado de la investigación sobre cómo se representa a los refugiados en la televisión en contraste con el de los medios impresos, Wright (2014) llega a la conclusión de que la T.V. informa en general de manera más sutil y menos explícita pero también puede expresar imágenes implícitamente negativas cuya importancia subyacente a menudo no es advertida por los responsables de los programas de televisión. “Por ejemplo, a menudo es el caso que las películas en video para ilustrar a los buscadores de asilo en el Reino Unido tratan sobre hombres mientras que con los migrantes del exterior que huyen del desastre se muestran mujeres y niños. El mensaje subyacente sugiere un sentido de ag-

resión y amenaza potencial de parte de los hombres que dan vueltas por “nuestras” calles en contraste con las víctimas pasivas y desamparadas de circunstancias que están más allá de su control” (ibidem, pág 464) Para asegurar el “acercamiento equilibrado”, los productores de programas deberían prestar atención a tales mensajes visuales implícitos y mantener la distancia de la retórica de los medios impresos que a veces hablan de “torrente de refugiados” (ibidem).

Contra el antecedente de un debate caliente de medios crítico sobre la información del extremismo de derecha, los extranjeros y el asilo en Alemania, Brosius & Esser (1995) miraron a la cuestión de una potencial escalada de violencia xenófoba causada por los informes de la prensa escrita y las noticias por televisión en el contexto de ataques sobre los buscadores de asilo. Los autores encuentran que la televisión tiene un mayor potencial para animar la copia de perpetradores que cometen actos violentos, por lo que no es primariamente el tipo de informe la clave sino su alcance (ibidem, pág 168). Un estudio de Bélgica (Jacobs, Meeusen & d’Haenens, 2016) analizaron el alcance de los noticieros televisivos en el tema de la migración y las minorías étnicas y hasta dónde difieren en el caso del proveedor de un comercial público u otro privado.

Además evaluaron si la preferencia de programa informativo de la televisión pública o privada se correlacionaba con una actitud específica respecto a los inmigrantes. El análisis del contenido de 1.620 noticias emitidas entre 2003 y 2013 mostró que la información de las emisoras privadas VTM se caracterizó por aspectos levemente más sensacionalistas y de tabloide que el de la emisora pública VRT. VRT mostró una visión más positiva y equilibrada de la migración. El informe sobre la audiencia (n= 439), que se llevó a cabo en dos oleadas en 2009 y 2014, mostró que los que preferían a los noticieros públicos también tenían una actitud

más positiva hacia los que buscan asilo y hacia los beneficios de la inmigración que la audiencia de los programas privados. “Es más, el análisis estadístico brindó pruebas tentativas de que el mecanismo causal va desde mirar las noticias a las actitudes y no viceversa” (ibidem., pág 656). A la luz del debate sobre el “valor público” los autores declararon que los fuertes sistemas de emisoras públicas tienen un papel clave en la cada vez más diversa sociedad, como si solo pudieran desarrollar una visión normativa de vivir juntos que sea independiente de la pura lógica de mercado.

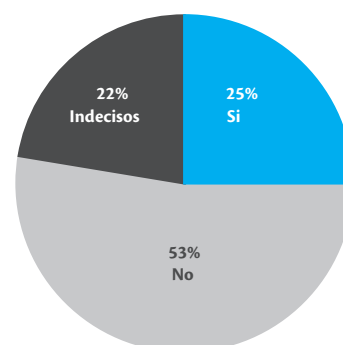
Los refugiados en los programas de entretenimiento

Los hallazgos de la investigación de programas de entretenimiento y su representación de la narración sobre los refugiados es poco habitual. En esta disertación, sin embargo, Thiele (2005) también miró a los programas de entretenimiento. Especialmente cuando trata con shows diarios, de crímenes y comedias “multiculturales”. Encontró que los “viejos” estereotipos habían sido reemplazados por nuevas imágenes de los refugiados y los inmigrantes que eran igualmente estereotipados. Tales figuras estaban caracterizadas por estrategias de idealización, infantilización y exotificación que fueron ideadas para conducir a una identificación positiva. De acuerdo a Thiele, sin embargo, estas imágenes no son más que la otra cara de la moneda de las ideas y proyecciones racistas (ibidem, pág 295).

El programa de la realidad australiana, a menudo discutido, *Go Back to where to came from* (Vuelve a donde viniste) (III.2) que fue desarrollado en cooperación con UNHCR y cuyos derechos ya han sido vendidos en 9 países, ha intentado un nuevo acercamiento desde 2011 para crear empatía y comprensión hacia los refugiados. El programa apareció como una reacción al caliente debate político en Australia en el cual especialmente los refugiados

que trataron de llegar con barcos a través del océano fueron difamados como “colados” y que ignoran a los “verdaderos” refugiados (Nikunen, 2016, pág 269). Durante un experimento de un mes, 6 candidatos que (excepto uno) tienen una actitud restrictiva y hostil hacia los que solicitan asilo, son enviados a campos de refugiados y regiones en conflicto para experimentar lo que significa ser un refugiado y para reflexionar sobre sus propias actitudes: “Al enfrentar cuestiones humanitarias, *Go Back* combina áreas que habitualmente transmite registros morales opuestos: la televisión de la realidad y el sensacionalismo con lo humanitario, la justicia y la responsabilidad social” (Nikunen, 2016, pág 266).

Especialmente en Europa esta combinación llevó a un vívido debate controversial mientras que en Australia el programa es un éxito de rating y ya ganó varios premios de la televisión. La emisora pública australiana Special Broadcasting Service (SBS) que emite la serie ha aprovechado de diferentes niveles de acuerdo con Nikunen: primeramente, con este programa, SBS le hace justicia a su carga pública de promover la diversidad cultural en Australia al igual que el debate sobre multiculturalismo y diversidad de temas.



III. 3: ¿Muestran los medios una imagen acertada de los refugiados, por ej., el número de familias y jóvenes y su nivel de educación? (n= 1.457 alemanes de 14 años y más)

Brosius, Hans-Bernd & Esser, Frank (1995). Eskalation durch Berichterstattung. *Massenmedien und fremdenfeindliche Gewalt*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Jacobs, Laura, Meeusen, Cecil & d'Haenens, Leen (2016). News coverage and attitudes on immigration: Public and commercial television news compared. *European Journal of Communication*, 31(6), 642-660.

Nikunen, Kaarina (2016). Media, passion and humanitarian reality television. *European Journal of Cultural Studies*, 19(3), 265-282.

Nash, Kate (2015). Simulation games, popular factual media and civic engagement: an audience study of *Asylum Exit Australia*. *Media, Culture & Society*, 37(7), 959-971.

Con la popularidad del programa y las estrategias de multiplataforma en Facebook y Twitter, la emisora pública también puede alcanzar a nuevos grupos de jóvenes. Un estudio (Nash, 2015) sobre el primer juego de simulación *Asylum Exit Australia* que fue conceptualizado a lo largo del programa y ha sido bien recibido especialmente entre los jóvenes jugadores encuestados, llegó a la conclusión: "El asilo busca contribuir con un debate nacional y esta investigación sugiere que la perspectiva subjetiva, afectiva y personificada que alienta, ofrece a las audiencias nuevas maneras de comprensión, de compromiso y de potencial participación (ibidem, pág 969).

## INFORME SOBRE LA CRISIS EUROPEA DE REFUGIADOS DE 2015

En su análisis del informe alemán sobre la crisis de 2015, Hemmelmann & Wagner (2016) reflejaron la principales tendencias y patrones de los medios escritos alemanes, de la televisión y medios online e identificó 5 olas características (ver también Hemmelmann & Wegner en este número). Luego de la euforia de bienvenida alcanzó su pináculo y los medios alemanes estuvieron compitiendo para producir la información más empática, los informes sobre los ataques terroristas en París señalaron un cambio en el discurso mediático hacia el otro extremo

y se focalizó en la supuesta amenaza potencial de los refugiados. Al mismo tiempo la credibilidad percibida de los medios alemanes se erosionó: en un informe representativo del Institut für Demoskopie Allensbach (Allensbach Institute) desde 2015 el informe sobre refugiados de diciembre de 2015 fue criticado por el 41% de los entrevistados como sesgado y el 53% no creyó que la información presentada fuera una descripción exacta del tema de los refugiados y sus calificaciones. (III.3) En un estudio realizado por científicos de EE.UU. (Holmes & Castañeda, 2016) sobre el discurso en los medios acerca de la crisis europea de los refugiados se enfatiza que en los marcos discursivos de las razones del éxodo a menudo se usaron dicotomías tales como voluntario/ forzado, migrante/ refugiado, y económico/político para diferenciar y evaluar a los refugiados por lo que solo los migrantes que dejaron su hogar por razones políticas (como los refugiados de la guerra de Siria) fueron vistos como teniendo "mérito moral" (ibidem pág 16) para ejercer los derechos sociales, económicos y políticos del estado de asilo. La imagen del niño refugiado Aylan Kurdi se convirtió en un símbolo de esta perspectiva. "El análisis del mérito opera en muchos niveles y en variadas formas. En setiembre (2015), las imágenes del cuerpo sin vida del niño de tres años en la costas turcas se extendió por todo el globo, despertó el enojo público y afectó a políticos tan lejanos como los de Canadá durante su elección federal (...) " (ibidem pág. 17) Los migrantes voluntarios, contrariamente, a menudo fueron enmarcados como "Oportunistas económicos" en los discursos mediáticos. Científicos australianos tomaron el horror globalizado en la foto del niño refugiado ahogado y las consecuencias políticas como un punto de partida para hablar sobre las imágenes mediáticas de los refugiados muertos en las fronteras europeas. (Lenette & Miskovic, 2016). Los retratos más comunes de los migrantes que cruzaron

las fronteras durante su éxodo tienen un efecto despersonalizador y que criminaliza sobre los que los vieron debido a la masa de personas que se muestra. En contraste, las imágenes de refugiados muertos en los cruces de las fronteras casi no se muestran en los medios incluso a pesar de que estas muertes ocurren y visualizan el sufrimiento individual de los refugiados de manera altamente emotiva.

"La falta de descripción de cuerpos verdaderamente muertos en la conciencia pública puede contribuir con la inercia (...) parece que el hecho de que los que buscan asilo mueran en los cruces de las fronteras se ha vuelto ficcional en nuestra imaginación colectiva (...) " (ibidem, pág.8).

En un estudio solicitado por la agencia de refugiados de la O.N.U. (UNHCR) científicos de la escuela de periodismo de Cardiff analizaron los informes de los medios sobre éxodo y migración en Europa entre 2014 y comienzos de 2015 (Berry et al, 2016). Por esto miles de artículos de prensa de España, Italia, Alemania, Gran Bretaña y Suecia fueron evaluados y se encontraron diferencias sustanciales en términos de las fuentes utilizadas, la selección de temas, la evaluación de la migración y el lenguaje utilizado. En los medios impresos de Alemania y Suecia uno podía leer primariamente sobre "refugiados" o "buscadores de asilo"

Hemmelmann, Petra & Wegner, Susanne (2016). Flüchtlingsdebatte im Spiegel von Medien und Parteien. *Communicatio Socialis*, 49(1), 21-38.

Institut für Demoskopie Allensbach (Allensbach Institute) (2015). Vertrauen und Skepsis – Bürger und Medien. Eine Dokumentation des Beitrags von Prof. Dr. Renate Köcher in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung No. 292 vom 16. Dezember 2015. Disponible en: [http://www.ifd-allensbach.de/uploads/tx\\_reportsdocs/FAZ\\_Dezember2015\\_Medien.pdf](http://www.ifd-allensbach.de/uploads/tx_reportsdocs/FAZ_Dezember2015_Medien.pdf) [16.02.2017]

Holmes, Seth & Castañeda, Heide (2016). Representing the "European refugee crisis" in Germany and beyond: Deservingness and difference, life and death. *American Ethnologist*, 43(1), 12-24.

Lenette, Caroline & Miskovic, Natasa (2016). 'Some viewers may find the following images disturbing': visual representations of refugee deaths at border crossings. *Crime, Media, Culture (Online first, published 22 Oct 2016)*.

Berry, Mike, García-Blanco, Inaki & Moore, Kerry (2016). Press coverage of the refugee and migrant crisis in the EU: a content analysis of five European countries. Project Report. Geneva: United Nations High Commissioner for Refugees. Disponible en: <http://www.unhcr.org/56bb369c9.html> [16.02.2017]

mientras que los medios italianos, españoles y británicos escribieron sobre "(in)migrantes" Según la opinión de los autores, los términos utilizados tienen una gran influencia en el tono del debate público, sobre todo la prensa sueca demostró la actitud más positiva hacia los refugiados mientras que la británica fue la más negativa y polarizadora de Europa en sus informes. (ibidem, pág 252 y sig.)

Los temas humanitarios aparecieron especialmente en la prensa italiana que tuvo la información más homogénea junto con la de España. El ejemplo alemán estuvo caracterizado por la más amplia variedad de actitudes hacia los refugiados con un fuerte foco en las fuentes políticas internas. (ibidem, pág 259)..

### LAS CRISIS VENDEN NOTICIAS: CONSECUENCIAS DE LAS IMÁGENES SESGADAS

Dado el hecho de que la televisión juega un papel más grande en el discurso público sobre los refugiados, los científicos canadienses (Esses et al, 2013) realizaron diversos experimentos para analizar los peligros que la cobertura mediática sobre el asilo y el éxodo pueden tener cuando se representa primariamente la aceptación de los refugiados como una amenaza para la sociedad que también se siente insegura. Este informe habitualmente sigue el lema: "Las crisis venden noticias" (ibidem, pág.522) . La representación sesgada y negativa y la discusión del éxodo y el asilo como problemas puede también ser interpretada como respuestas a una inseguridad social extendida y la amenaza a la identidad nacional como resultado de la globali-

zación (ibidem, pág 521).

En un experimento a las personas testeadas se les solicitó que leyeran un artículo online sobre la biografía del actor Steve Martin y luego respondieron preguntas sobre el tema. Al final de la página web aparecía como por casualidad una caricatura que mostraba a un buscador de asilo frente al escritorio de la autoridad canadiense de inmigración, llevando varias valijas y documentos. Algunos de los participantes vieron una versión de la caricatura en la que el equipaje tenía palabras escritas sobre él como "SIDA" o "SARS" mientras que otros participantes vieron la misma imagen sin esas palabras. En general, los participantes tuvieron dificultades para recordar la caricatura pero para los participantes que habían visto la versión del dibujo en que los que buscaban asilo eran estigmatizados como portadores de una peligrosa enfermedad infecciosa, había una tendencia significativa a ver esto como una amenaza y como un ser despersonalizado (ibid, pág. 525): "Al percibir a los inmigrantes y refugiados como no formando parte completamente del grupo humano, uno puede más fácilmente creer que ellos merecen resultados negativos y que no necesitan moverse para lograr su inclusión. De esta manera, la amenaza se reduce y se mantiene el Status quo " (ibidem pág. 531).

#### *Inclusión social y autoimagen.*

En esta revisión del estado de la investigación en "La integración y los medios" , Ruhrmann (2016) señala que el tema de la inclusión social de los que buscan asilo y de los refugiados fue marginalizado durante décadas en los medios alemanes, en contribuciones particulares de la ciencia recibió casi ninguna atención del público (ibidem) En cambio, el discurso de los medios tuvo una tendencia sesgada: "los inmigrantes no hacen evaluaciones sino que se hacen evaluaciones (habitualmente negativas) sobre ellos " Los inmigrantes

no realizan demandas sino que se les hacen demandas a ellos" (ibidem, pág 190) Según el autor, solo en los últimos 10 años podemos ver una discusión más matizada e informada.

Que los informes mediáticos coloreados negativamente también pueden influenciar la propia imagen de las minorías étnicas quedó demostrado por un estudio canadiense entre otros, al utilizar el ejemplo de los refugiados de Bosnia en Quebec. Si existe un solo retrato sesgado, entonces las minorías anticipan las represalias y ven sus relaciones sociales con la mayoría de la sociedad como perturbada (Ridjanovic, 2007) En este estudio también quedó claro que los refugiados reaccionan de manera particularmente sensible ante las presentaciones sesgadas y negativas y estereotipadas de los refugiados y minorías étnicas debido a sus experiencias a menudo traumáticas en sus países de origen y durante el éxodo.

Esto enfatiza las demandas de los científicos a los medios para que sean particularmente cuidadosos y justos cuando se informa y representa a las minorías étnicas y no reducir las a su papel de refugiados y buscadores de asilo, es decir, evitar la "exclusión" (Ej, en Tsfati, 2007). Los que creen medios deberían reflexionar sobre las actitudes que toman, hacerlas transparentes y tratar la perspectiva que han elegido como una de las muchas posibles. (Hemmelmann & Wegner, 2016, pág 35)

Ruhrmann, Georg (2016). *Integration in the media. Between science, policy consulting, and journalism.* In Georg Ruhrmann et al. (Ed.), *Media and minorities. Questions on representation from an international perspective* (pp.177-194). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Ridjanovic, Amra Curovac (2007). *Le rôle des médias dans l'adaptation des réfugiés dans leur pays d'accueil. Le cas des réfugiés bosniaques dans la Ville de Québec.* Recherches Qualitatives, Hors Série, 4, 69-91.

Tsfati, Yativ (2007). *Hostile media perceptions, presumed media influence and minority alienation: The case of Arabs in Israel.* Journal of Communication, 57(4), 632-651

LA AUTORA

*Heike vom Orde, dipl. Bibliot., M.A. es la responsable del departamento de documentación del IZI, Alemania*



**Traducción**

María Elena Rey