



8 *la Segunda, Sigo.* 596346
MIERCOLES 20 DE MARZO DE 2002

TOP SECRET

El "marketing" de la ONU

En diversas revistas internacionales, ha comenzado a aparecer esta publicidad del Alto Comisionado de las Naciones para los Refugiados. En ella, Isabel Allende es presentada como un exitoso arquetipo del "refugiado", esto es, de acuerdo a la Convención de Ginebra, una persona que "tiene un fundado temor de ser perseguida a causa de su raza, religión, nacionalidad o pertenencia a un determinado grupo social u opinión pública".

Los "refugiados" de la ONU –desde los niños de Ruanda hasta los afectados por genocidios o

persecuciones en Afganistán, Etiopía, Angola, Sudán y otros países asolados por sus guerras civiles– tienen un estatuto, por el cual el ACNUR se compromete a proteger al refugiado en su país de asilo.



Isabel Allende, al ocurrir el golpe militar de 1973, era periodista de la revista Paula y colaboradora de la revista "Mampato", tareas que siguió desempeñando hasta 1975. En diciembre de 1973 participó en el programa "Esta Noche" en el canal estatal, con Jaime Celedón, bajo la dirección de Gonzalo Bertrán. Luego de radicarse en Venezuela con su marido, Miguel Frías, donde inició su carrera de novelista, César Antonio Santis la trajo a su programa como invitada estelar. Hasta ahora no se sabía que era considerada "refugiada" para los efectos de la ONU.

El "marketing" de la ONU [artículo].

Libros y documentos

FECHA DE PUBLICACIÓN

2002

FORMATO

Artículo

DATOS DE PUBLICACIÓN

El "marketing" de la ONU [artículo].

FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

UBICACIÓN

[Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 651, Santiago, Región Metropolitana, Chile](#)