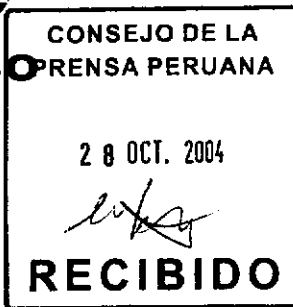




# PRODUCTOS PARAISO DEL PERU S.A.C.

Mariscal Castilla 141 Carmen de la Legua - Callao  
Alt. Cdra. 54 de la Av. Argentina  
Central Telefónica: 614-4444  
Fax: 614-4442 / 614-4443  
Web: www.paraiso-peru.com  
LIMA - PERU



## CARTA NOTARIAL

Callao, 22 de Octubre de 2004.

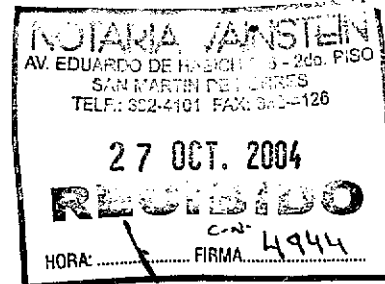
Señores

**EMPRESA EDITORA MULTIMEDIA SAC - CARETAS**

Portal de Botoneros 122 Plaza de Armas  
Cercado de Lima.-

Atención : Enrique Zileri Gibson  
Director

Estimados Señores:



Por la presente queremos manifestar nuestra profunda indignación por la publicación aparecida en la edición del 14 de Octubre de 2004 Nro. 1844 de la Revista Caretas, páginas 18 y 19, en la cual hacen una indebida alusión a nuestra empresa. Al respecto debemos decirle lo siguiente:

El artículo denominado **"LA POSESA DE COLCHONES PARAISO"** desarrolla temas referidos a denuncias que la Sra. Cecilia Valenzuela ha tenido en el Tribunal de Etica del Consejo de la Prensa por el programa "La Ventana Indiscreta" transmitido a través de Frecuencia Latina.

- Productos Paraíso del Perú SAC (Productos Paraíso) y Compañía Latinoamericana de Radiodifusión SAC (Frecuencia Latina / Canal 2) son dos personas jurídicas distintas e independientes.
- Productos Paraíso es una empresa industrial ajena a las actividades televisivas y de comunicaciones, y como tal no tiene relación o vínculo alguno con la Sra. Valenzuela o con el programa "La Ventana Indiscreta".
- De la lectura de su artículo, hemos observado que el contenido del mismo no tiene relación alguna con Productos Paraíso, por lo que no entendemos cual ha sido la intención de destacar en forma gráfica y escrita las referencias a nuestra empresa.
- Si bien puede existir alguna coincidencia entre alguno de los "dueños" de Frecuencia Latina y Productos Paraíso, ello no es relevante para el tema tratado en su artículo y debe tener en cuenta que el contenido y alusiones a Productos Paraíso no sólo repercutirán sobre la persona que pretenden aludir sino sobre el universo de accionistas de la empresa.



## PRODUCTOS PARAISO DEL PERU S.A.C.

Mariscal Castilla 141 Carmen de la Legua - Callao  
Alt. Cdra. 54 de la Av. Argentina  
Central Telefónica: 614-4444  
Fax: 614-4442 / 614-4443  
Web: www.paraiso-peru.com  
LIMA - PERU



- Por otra parte la denominación **PARAISO** que ustedes exprofesamente se han encargado de resaltar en color rojo como parte del título de su artículo, así como el **Logotipo PPP** que en forma exagerada han colocado sobre el colchón constituyen marcas registradas por mi representada ante el INDECOPI, signos distintivos en los cuales se han invertido ingentes recursos para hacerlas conocidas en el mercado nacional e internacional y que se han ganado el reconocimiento del público consumidor por su excelente calidad.
- Le recordamos que de acuerdo a la normativa vigente, la utilización de signos distintivos de terceras personas solo está permitida para anunciar, publicitar, ofrecer en venta o informar al público sobre determinados productos, y siempre que se haga de buena fe, finalidad e intención que obviamente usted no ha tenido.
- La utilización no autorizada en su artículo de nuestros signos distintivos con claros signos de mala fe, significan un grave perjuicio para mi representada, debido a que influye negativamente sobre el público consumidor lector de su revista y puede servir a las empresas competidoras para oscuros propósitos.

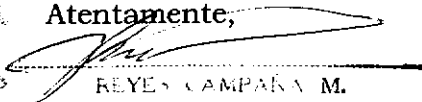
Además, la fotografía del colchón ha sido extraído del material gráfico que les hemos remitido con ocasión de la publicidad que en diversas ocasiones hemos realizado en su revista, y al cual ustedes le han dado un uso indebido. Si les hemos entregado fotografías de nuestros colchones ha sido única y exclusivamente para publicitar nuestra calidad y buena imagen, y no para que en forma mal intencionada la utilicen para otros fines. Seria recomendable nos precisen si es este el trato que brindan a las empresas que invierten en publicidad en su medio.

Por lo expuesto, les requerimos para que soliciten las disculpas publicas del caso y como medio de comunicación serio realicen las rectificaciones del caso, en las mismas condiciones y formatos del artículo aludido, caso contrario nos reservamos el derecho de iniciar las acciones que consideremos pertinentes en defensa de nuestros intereses.



PRODUCTOS PARAISO DEL PERU S.A.C.

Atentamente,

  
REYES CAMPAÑA M.  
Gerente General

C.C. Tribunal de Etica del Consejo de la Prensa  
Calle Los Angeles No. 211 - Miraflores  
Teléfonos: 421-5293 / 421-5295

# La Posesión de Colchones Paradiso

al un joven elbrijo, bañado melancólicamente en sangre luego de una prueba de balas. "Buenas noches, Soy Federico Salazar y esto es *Cuarto Poder*...". Las aclaraciones del caso, las disculpas respectivas pero a la vez la posición firme de que el Presidente de la República, Alejandro Toledo, ofrezca también sus excusas por burlar de "cobarde" al ex conductor del programa, Carlos Espá, en una secuencia que pasará a los anales de la televisión peruana.

## LA PAZ LUEGO DE LA TORMENTA?

Ya se ha dicho mucho sobre el reportaje y la secuencia de eventos posteriores que devino en la inmolación de ese respetable equipo compuesto por Carlos Espá, Roxana Cueva y Julio Aliaga. Y varios han medido su cuchara. Algunos han emitido versiones serenas y otros las han magnificado con el objetivo de tener algo de qué hablar en sus páginas editoriales, aludiendo a supuestas amenazas contra la libertad de expresión.

"Aquí ha habido una intención política por parte del presidente Alejandro Toledo para hacerse pasar por víctima", dijo comprensiblemente

## Mario Pasco Cosmopolis, del Tribunal de Ética del CPP, analizó en detalle la problemática del video.

ofuscada Roxana Cueva. "La gente según lo que nos decía Julio Aliaga, se encontraba desesperada porque nosotros ofreciéramos disculpas inmediatamente".

La realidad parece ser algo diferente. Dicho Consejo Consultivo, que está compuesto por Bernardo Roca Rey de El Comercio, Mirko Laufer de La República, Felipe Zaldívar del grupo colombiano Valores Barvaria y Jorge Santisteban, opinó que al segmento del video le había faltado equilibrio.

Frente a esta posición, Aliaga tomó la iniciativa (aparentemente inconsciente) de acudir a Palacio y ofrecer a Toledo la oportunidad de plantear su posición en cámara. Toledo la rechazó, y exigió que se le pidieran disculpas sin ofrecer una satisfacción por su exabrupto.

De allí en adelante se sucedieron

otras, mientras Salazar va agarrando cancha luego de algunas imprecisiones. Quizás lo mejor del programa, ya sido el nuevo informe presentado por Carlos Obregón, resumido a contextualizar el video de marras en todo el marco de la investigación sobre la falsificación de firmas, ni el recuento de las denuncias periodísticas llevadas a cabo por el programa en sus casi dos años de existencia. Allí faltó algo fundamental: una alusión a Rafael Rey, el padre (figurativo, por cierto) de la criatura, el congresista que llamó "delincuente" al Presidente y así quizás inició la serie de epítetos.

Esa noche, sin embargo, el rating sonrió a *Cuarto Poder* con creces: 19.8 contra 14.6 de *Panamama*, de Canal 5, su competidor directo.

En tercer lugar quedó *La ventanita indiscreta*, de Canal 2, con 14.1, y eso que dedicó una media hora a insultar al director de CARETAS en un extravagante esfuerzo por meterse en lío ajeno y mejorar su rating.

Poco antes, en el set del 4, el abogado Mario Pasco Cosmopolis, del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana, había desgranado la problemática suscitada a raíz del video, mientras en las alforjas del ca-

Competition Fotografica Mario Molina



de autorregulación se han unido a Valenzuela miembros de una cofradía que, en su versión más *light*, sugieren la alternativa de establecer "defensores del lector" internos en cada medio. Este sistema no se contraponen al Tribunal pero generalmente funciona que resulta siendo un exitoso sistema en organizaciones periodísticas gran-



des -The New York Times, El Times de Bogotá y una vez tuvieron a lo público la credibilidad de una banca fiscalizadora externa. Otras PY en el Perú, así como las tribunas de Latinoamérica indican por el resto del continente; la prensa de luchar por su credibilidad.

Estudios de Marketing S.A.C. y el 9 de este mes, cuatro días de emitido el reportaje, indica que el 74.6% de los entrevistados en Lima considera que "exagera" la información en la información que manejan los medios. Sólo 18.2% cree que no existe manipulación y un 7.2% no sabe ni opina.

A pesar de estos preocupantes resultados, Valenzuela no solo se ha dado a recitar errores, sino que reaccionado furiosamente cuando periódicos miembros del Consejo Prensa han comenzado a publicar serie, y de acuerdo a sus estatutos, resoluciones que *La ventanita indiscreta* se niega a difundir.

Y el último domingo entró en prolongado paroxismo de insultos durante su programa, atacando al director de CARETAS, que defendamos la posibilidad de recurrir a un exorcista de la Virgen del Pilar para ver si podía calmar a esta posesión con agua bendita.

En este período de turbulencias periodísticas, César Hildebrandt colmillo dirimente en la boca de lobos, de Canal 2, se ha manejado con acurado brillo, demostrando por qué está primero en el rating. Sus críticas han cortado con el filo de un bisturi y ha recurrido un humor culto y devastador frente a esos colegas cuarentoneros que se consideran la nueva generación precoz del periodismo. La idea de precisar la edad de Gilberto Hume, el marido de Cecilia Valenzuela (que es más canoso que una oveja de Patagonia) gracias a su ficha Reniec estuvo divertida, y cuanto descubrió el año de nacimiento Agustín Figueroa llegó a la conclusión que este otro miembro de la cofradía data de la época del "big bang" universal. Si, con posiciones nebulosas que se desintegran,