

## **DUEÑOS DE NADA**

**Max Robles**

En los últimos meses la crisis de la televisión peruana ha empezado a ser analizada en sus diferentes aspectos, desde los contenidos por la aparición de la llamada «programación basura», hasta los políticos por el indudable control que el gobierno ejerce sobre ella al haberse convertido en este año pre electoral en el principal anunciador de sus pantallas. Sin embargo, uno de los temas menos tocados es el referido al de la propiedad e identidad de sus propietarios, aunque algunas veces su discusión ocupara destacados lugares en los titulares, como cuando equipos de matones, policías y magistrados ingresaron a un canal para ejecutar un cambio de directivos ordenado por la vía judicial.

¿Qué ha pasado con la televisión peruana desde que sólo destacaban Canal 5 de los Delgado Parker y Canal 4 de la familia Umbert y Nicanor González?

Hagamos un poco de historia.

El inicio de los 80 y del segundo gobierno del arquitecto Fernando Belaunde coincidió con la devolución de los medios de comunicación incautados por el gobierno militar a sus propietarios anteriores y la aparición de varias cadenas nuevas de televisión. Dos de las más destacadas fueron Andina de Radiodifusión (Canal 9) y Latinoamericana de Radiodifusión (Canal 2). La primera de ellas perteneciente al ingeniero Carlos Tizón (muy vinculado a Acción Popular) y en un cinco por ciento a un constructor trujillano, el ingeniero Domingo Palermo Cabrejos. La segunda, a Bernardo Batiewsky y a los hermanos Samuel y Mendel Winter, quienes atrajeron luego al empresario de colchones Baruch Ivcher, para todos los efectos nacionalizado peruano. En el Canal 2 también figuraba, aunque con sólo el 1%, Remigio Morales Bermúdez. Más tarde Ricardo Belmont, con la novedosa idea del accionariado super difundido, lograría reflotar el antiguo Canal 11(RBC Televisión) y proyectarse hasta convertirse en el primer alcalde independiente de Lima. También surgiría el Canal 13, de propiedad de Vittorio de Ferrari, conocido por su amistad con Alan García.

En 1985, ante el triunfo abrumador del candidato aprista Alan García Pérez, Carlos Tizón vendió sus acciones al ingeniero Julio Vera Gutiérrez, mientras que en el Canal 2 la desaparición de Batiewsky impulsó la presencia preponderante de Ivcher sobre los Winter y Remigio.

Así se llegó hasta los años 90, a inicios de la década fujimorista. Significativamente, el tema de la propiedad de los canales de televisión por nacionales «salió al aire» en 1992 cuando Nicanor González decidió vender su canal al emporio mexicano de Televisa provocando la airada reacción de Genaro Delgado Parker, su eterno competidor del Canal 5, quien además de poner el grito en el cielo comenzó a mover toda su artillería política y judicial para impedir tal venta, alegando –en pleno inicio del auge neoliberal- que la ley impedía que un extranjero fuese dueño de un medio de comunicación en el Perú.

El conflicto en torno a este sensible tema de la propiedad (nacionales vs. extranjeros) se prolongaba y podía eventualmente involucrar a otros sectores de la economía en los que la apertura al capital extranjero era total, incluyendo a la Telefónica que ya estaba en la TV por cable. Es así que surgió de pronto una solución que pocos habrían imaginado. Televisa decidió vender sus acciones a José Enrique Crousillat, un chiclayano que ya había trabajado con Genaro y posteriormente se había independizado con éxito, produciendo telenovelas en Miami que luego vendía en toda Latinoamérica. Ésta, que parecía una solución salomónica, tendría cuatro años después inusitadas repercusiones en un ambiente televisivo totalmente distinto al que había reinado en un inicio.

Cuando Genaro terminaba de dar esta batalla, en realidad él ya no estaba ocupándose de Panamericana Televisión sino que había ingresado audazmente (a comienzos de los 90) en el campo de la telefonía celular (Tele 2000) y de la televisión por cable (Telecable), a cuyo efecto fundó una empresa productora: Astros, que comenzó produciendo programas para el Canal 8 de Telecable, llamado Monitor -de propiedad del propio Genaro-, en la perspectiva de venderlos a otros canales, como se verá más adelante. A cargo del antiguo canal de la avenida Arequipa quedaban su hermano Manuel -quien hasta entonces se había ocupado de dirigir Radioprogramas- y los herederos de Héctor Delgado Parker.

## **LOS VERA Y EL 9**

En tanto se incubaban los problemas entre los hermanos Delgado Parker, estallaron las diferencias entre los Vera, cuyo patriarca había tenido que abandonar el país en el 92 al verse vinculado con el frustrado golpe del general Jaime Salinas Sedó. Fue así como su hijo Julio Vera Abad -«Julito» para los más cercanos- se hizo cargo por lo menos durante 3 años de todos los aspectos referidos al Canal 9, además de fundar un periódico (el desaparecido **El Mundo**), un canal UHF (Uranio 15), y de adquirir la radio Stereo Lima 100. En su gestión Vera Abad estuvo respaldado por un personaje que ahora, pese a ser un desconocido para la gran mayoría, tiene peso determinante en la televisión peruana: el mexicano Angel González González, más conocido como «El fantasma». Este programador y propietario de canales en dificultades en Centro y Sur América, que despacha desde Miami, fue el principal proveedor de enlatados de Canal 9 y estableció una relación tan cercana con «Julito» que incluso se afirma que es padrino de uno de sus vástagos.

Los problemas entre los Vera surgieron más precisamente cuando Julio Vera Gutiérrez, pese a no vivir en el país, decidió retomar el control del Canal 9 y encontró la férrea oposición no sólo de «Julito», sino de su esposa Graciela Abad y de otros hijos suyos. Las diferencias llegaron a los tribunales, a los titulares de los periódicos y al parecer a los clientes, pues la batalla legal entre la familia propietaria terminó cuando la empresa se tuvo que declarar en insolvencia y quedó en manos del principal acreedor, que resultó ser, ¡oh sorpresa!, ni más ni menos que Angel González González, quien de esta manera a través de sus representantes consiguió el control de su primer canal peruano... pero eso ya es otra historia. Eso sí, cabría destacar que durante todo este enfrentamiento Domingo Palermo continuó manteniendo su pequeña presencia en el accionariado

del Canal 9.

## **EL NUEVO DUEÑO DE PANAMERICANA**

Los problemas económicos que obligaron a Nicanor González a alejarse del Canal 4 a comienzos de la década, también comenzaron a afectar a Panamericana Televisión, por lo que a mediados del 96 Genaro Delgado Parker volvió al canal de la avenida Arequipa, al parecer con la intención de reflotar la empresa y de ofrecer a sus familiares una compra de acciones y así convertirse en dueño absoluto del Canal 5. Meses después, todo parecía indicar que a Genaro no le había ido bien en el primer empeño y que la oferta que había hecho no colmó, ni remotamente, las aspiraciones de su hermano Manuel y sus sobrinos, por lo que Manuel decidió interesar en el negocio televisivo a su concuñado, el empresario arequipeño Ernesto Schütz Landázuri, vinculado sobre todo al negocio del papel. Schütz terminó no sólo interesado en conocer esta nueva empresa sino que demostró ser un hueso durísimo de roer para Genaro, acostumbrado a jugar a ganador, sobre todo cuando se trataba de Panamericana y de asuntos de televisión.

En abril del 97 los concuñados Delgado-Schütz aparecieron públicamente en una ceremonia de relanzamiento, amparado en una reingeniería total de la empresa que con el tiempo llevó a Schütz a comprar la participación de Manuel y sus sobrinos, con lo que quedaron solos frente a él y Genaro. Este último inició una serie de juicios –entre ellos sobre su derecho a la preferencia para la compra de acciones y por la propiedad del local de Panamericana-, anunciando que pronto recuperaría el Canal 5 para sí. Según versiones cercanas al propio Ernesto Schütz, y ratificadas por él mismo en entrevistas periodísticas, salvar de la quiebra a Panamericana y dotarla de liquidez le habría costado, además de su inversión inicial, la friolera de 20 millones de dólares, lo que también le habría permitido ampliar el capital, constituyéndose en propietario de más del 71% por ciento de la empresa, mientras la participación de Genaro se reducía al 27%, y –según **Caretas**- la de Arturo Delgado Pastorini, hijo del difunto Héctor, a algo más del 1%. Actualmente Schütz se precia de que si otros canales peruanos están con SIDA o pulmonía, el suyo apenas si está resfriado. Eso sí, se sabe que la sombra de Genaro no ha desaparecido definitivamente de los predios de la cuadra 11 de la avenida Arequipa, pues mientras todo esto sucedía, él, vía Astros y algunos buenos amigos, había extendido sus intereses hacia Red Global, Canal 13.

## **LA SUERTE DEL 13**

El 13 fue uno de los primeros canales nacionales en conseguir un socio estratégico extranjero. Se trataba de Antena 3 de España, con la que suscribió un acuerdo en virtud del cual aquélla se comprometía a producir y vender los programas que transmitiría el referido canal. La experiencia no fue la mejor. Los programas de A3, tanto los que traía de España como los que produjo aquí, no conseguían suficiente sintonía ni, por consiguiente, auspiciadores. Pasado un tiempo, y no habiéndose satisfecho así las expectativas de la parte peruana, el acuerdo finalmente estalló, dando lugar a una guerra de comunicados que poco a poco se fue acallando, pues al parecer De Ferrari había conseguido en el entretanto un nuevo socio. Se trataba del ubicuo Angel González González. Pero

el asunto no quedaba allí. Genaro Delgado se había reducido a su productora Astros, empresa gerenciada por su hijo Gustavo, la cual ya había logrado colocar (en 1996) el programa «Tiempo real» en la alicaída programación de Canal 9. Astros -además de anunciarse como la futura CNN peruana- pretendía producir programas para cualquier canal que se lo solicitara. En ese marco Astros (es decir, Genaro) firmó un acuerdo con Red Global. Pero no se detuvo allí. Por intermedio de amigos como Nick Vaisman o Eduardo Bruce Montes de Oca, GDP también ingresó en el directorio de la empresa llegando a un compromiso de cogestión con los representantes de Angel González González. Esto porque GDP no podía figurar personalmente en esa empresa, ya que la ley, así como impide a los extranjeros ser propietarios de medios de comunicación, tampoco permite a un peruano poseer acciones en más de una empresa de radiodifusión del mismo campo, en este caso televisiva.

Inicialmente el acuerdo aparentemente funcionó y Red Global logró «jalarse» a estrellas como Gisela Valcárcel, Mónica Zevallos y César Hildebrandt, quien abandonó a Julio Vera Abad que lo había cobijado inicialmente en Uranio 15 y luego, cuando tomó el control de ATV, en el Canal 9.

Sin embargo, el negocio televisivo ya no era el de antes. La recesión y la caída total del **rating** de la señora Valcárcel, así como los obvios problemas políticos con el régimen que traía a la empresa la presencia de César Hildebrandt, causaron la ruptura entre los socios, el escándalo y finalmente la intervención judicial a favor de Angel González González, representado por los hermanos Humberto y Raúl Leguía Puente. González no tuvo mejor idea que llevar de gerente y hombre fuerte de Red Global a su compadre «Julito» Vera, prácticamente sin chamba desde que perdiera el Canal 9. Así, «El fantasma» había conseguido su segundo canal peruano, que en realidad podría ser -por lo dicho por Hildebrandt cuando todavía estaba en el aire- el tercer canal peruano en manos de mexicanos.

### **¿EL CANAL 4 ES MEXICANO?**

En agosto del 98 los entredichos entre la oficialista «La Revista Dominical» y el opositor «César Hildebrandt por Red Global» llegaron a mayores debido a la antigua inquina de César por quien fuera su reportero estrella, Nicolás Lucar, convertido a la fecha no sólo en el conductor de «La Revista Dominical», sino también en yerno del mismísimo José Enrique Crousillat y por lo tanto cuñadísimo de José Francisco, quien se encontraba al frente del canal mientras el padre veía sus negocios en Miami. Decimos que el asunto llegó a mayores porque en una de sus emisiones Hildebrandt, documentos en mano, aseguró que el Canal 4 era mexicano... y nunca fue desmentido.

Recordemos lo dicho en aquella ocasión. Según el entonces periodista de Red Global, existe un contrato entre Televisa y Canal 4 mediante el cual la primera, dueña absoluta de América Televisión, le «vende» a José Enrique Crousillat López Torres el 99.9% de sus acciones, es decir un total de 631,734. El valor de éstas ascendía a 33 millones 230 mil 71 dólares. Hildebrandt se preguntó entonces de donde había sacado Crousillat esa cantidad de dinero. ¡Se los prestó la propia Televisa!, se contestó entre burlón y sorprendido, acotando : «es decir el 'Tigre'

Azcárraga le vendió el canal a José Enrique y de paso le prestó la plata, incluyendo los centavos». Toda esta operación se habría realizado mediante un «contrato de mutuo interés». El cronograma de pagos indicaba que la deuda se terminaría de cancelar el 2001, pero como en los dos primeros años Perú Visión (la empresa de Crousillat) no habría pagado nada, el cronograma se extendía hasta 2003 con el aumento de los intereses que eso significaba.

Pero las sorpresas de esa noche no quedaron allí. Hildebrandt presentó un tercer documento: un fideicomiso por el cual las acciones de Canal 4 quedaban en manos de Televisa hasta que pagara el total de la deuda, y desafió a Crousillat -un chifa de por medio- a que mostrara sus acciones, que aparentemente duermen el sueño de los justos en un Banco mexicano.

Que la deuda del Canal 4 es grande lo confirmaría la conversación grabada entre Francisco Crousillat y el publicista Daniel Borobbio –también propalada por Hildebrandt-, en la que Crousillat Jr. aseguraba al publicista preferido del gobierno que su deuda no era de 80 millones de dólares, sino sólo... de ¡60 millones! A confesión de parte...

## **CÓMO CONVERTIR RBC EN CANAL A**

El Canal 11 del popular Ricardo Belmont Casinelli nunca alzó vuelo desde el punto de vista económico, y los avatares políticos del «Hermanón» prácticamente tenían quebrada a la empresa. Al parecer ésta sólo se salvaba porque eventualmente RBC encontraba a alguien interesado en alquilarle la señal. Fue así como últimamente una sociedad formada por Domingo Palermo (Nor Peruana) y el teleasta arequipeño Enrique Mendoza (Crasa-Canal 8 de Arequipa) llegó a ponerse este año al frente del canal de La Victoria, donde hace ya buen tiempo se habían diluido las 100 mil acciones vendidas a un dólar por el entusiasta Ricardo Belmont.

Pero como la experiencia de ambos **broadcasters** provincianos no bastó para calentar la antena del Canal 11, tuvieron que echarse a buscar un socio estratégico. La elección recayó en Michel Salomón (Inversiones Telemidia), presidente de la llamada Cadena del Sol, quien ingresó como socio mayoritario del rebautizado Canal 11. De esta manera, RBC acabó convertido en Canal A. Así, en junio de este año, en una lujosa presentación a la que Belmont asistió como un invitado más, se lanzó a todo dar la nueva programación del Canal 11, que incluyó el jale de personajes populares pero «blancos» como Gian Marco, Raúl Romero, etc. y en el plano periodístico el conocido Guido Lombardi.

Sin embargo, así como no todo lo que brilla es oro, no todo socio estratégico parece ser lo que dice, pues la nueva programación de Canal A comenzó a aparecer a cuentagotas, mientras el noticiero y el programa periodístico de Canal 11 recién deberían ver la luz a finales de este mes de octubre en que se escribe esta nota. ¿Por qué? Todo indicaría que las promesas de Michel Salomón no se hicieron realidad, aunque inicialmente se había depositado mucha confianza en él. Las razones de esta confianza tendrían que ver principalmente con el hecho de que Salomón habría adquirido el 50% de Iguana Films -la productora de Lucho Llosa responsable de varias novelas de éxito en nuestro país-, salvándola de sus

apremios monetarios derivados de las consabidas dificultades económicas de las que hoy nadie parece librarse, y menos en este negocio.

Lo cierto es que la sequía financiera del Canal 11 habría llevado a sus socios minoritarios a interesar en una operación de salvataje al empresario minero Andrés Marsano, propietario de una importante mina de oro y del diario **El Sol**, de quien se dice ya habría adquirido el 20% del Canal A. Sólo el tiempo confirmará la realidad de esta operación.

## **EL EJEMPLO DEL CANAL 2**

En esta necesariamente corta revisión sobre la propiedad de las televisoras peruanas faltaría hacer la de canal 2, pero siendo tan pública y conocida su historia, así como las repercusiones internacionales (SIP, OEA, Congreso norteamericano, etc.) del despojo sufrido por Baruch Ivcher, únicamente cabría agregar que en el imaginario de todos nuestros empresarios televisivos es el mejor ejemplo de lo frágil e impredecible que es en el Perú la tenencia de un canal de televisión. Bien lo debe saber, por ejemplo, Genaro Delgado Parker, quien siempre se preció de ser el más hábil de los **broadcasters** nacionales y hemisféricos. Éste le habría augurado a Ernesto Schütz que no duraría ni seis meses en el negocio, mientras él mismo se ha visto reducido a dirigir al Canal 8 de Telecable, empresa que ya ha perdido ampliamente la batalla frente a Cable Mágico de la Telefónica.

A propósito, ¿estaría Ud. Interesado en invertir en algún canal?