

KICILLOF Y LA PAUTA: que da una pauta de su gobierno con la que gana raquíticas elecciones

Category: argentinidad,medios,Pauta Oficial
escrito por Redacción STDP | 14/06/2026




La gestión de gobierno de la Provincia de Buenos Aires destinó más de **\$ 58.300 millones en publicidad oficial** durante el último período anual auditado, registrando un **incremento real del 63%** en comparación con el año anterior que se gastaron **\$ 23.700 millones**.

Este despliegue de dinero público -que equivale aproximadamente a **US\$ 50 millones** anuales según el tipo de cambio de actual- se realiza mediante el **Ministerio de Comunicación Pública de la Provincia de Buenos Aires** y de esta manera, asegura así los muros que blindan una imaculada imagen pública de **Axel Kicillof**, cuyos guardianes son un consolidado grupo de medios de comunicación sin importar si son afines o no a la ideología del gobernador bonaerense. El

blindaje cuesta caro y se paga, pero posibilita ganar elecciones en un marco de prescindencia de una sociedad harta con la «clase política».

ELECCIONES BUENOS AIRES: Muy poco que festejar, también arrasó el NO VOTO como en las anteriores 2025

El verdadero resultado de las elecciones legislativas: Arrasó NO VOTO 35,7 %, LLA 26,1 %, FP / PJ 22,5 %, PU 3,7 %, y Otros, 3,7 %



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES
1205-Centenario de la Refinería YPF La Plata: Emblema de la Soberanía Energética Argentina

Resolución

Número: RESO-2025-25-GDEBA-MCPGP

LA PLATA, BUENOS AIRES
Jueves 6 de Febrero de 2025

Referencia: Expediente N° EX-2024-46034240-GDEBA-DCPOMCPGP - Contratación Directa - Publicidad Oficial - Diciembre/2024.-

VISTO el expediente N° EX-2024-46034240-GDEBA-DCPOMCPGP, por el que tramita la autorización y aprobación del gasto que demanda la contratación directa para la prestación del servicio de publicidad oficial, correspondiente a las órdenes de publicidad, emitidas durante el mes de diciembre de 2024, el artículo 18 –apartado 2), inciso k)– de la Ley N° 13.981, sus modificatorias, el Decreto Reglamentario N° 2147/2016, su modificatorio el Decreto N° 1251/2018 y la Resolución N° RESOB-2023-10-GDEBA-MCPGP, y

CONSIDERANDO:

Que la Ley N° 15.477 determina en su artículo 21 –apartado 7)– que le corresponde al Ministerio de Comunicación Pública entender en lo referido a la contratación de la pauta publicitaria;

Que el Decreto N° 2147/2016, aprobatorio de la reglamentación del artículo 18 –apartado 2), inciso k)– de la Ley N° 13.981 y modificatorias, establece que la orden de publicidad suscripta por el funcionario competente será suficiente y único acto administrativo de autorización y aprobación de la contratación;

Que del orden 0002 al 0103 lucen agregadas las órdenes de publicidad debidamente suscriptas, en el marco de las atribuciones conferidas para la autorización y aprobación de la contratación directa de la publicidad oficial;

Que del orden 0215 al 0316 se adunan las solicitudes de gasto, efectuadas a través de la Unidad Ejecutora encargada de programar, ejecutar, controlar y evaluar todo lo referido a la publicidad y comunicación oficial, así como también todo lo atinente a sus contrataciones, y aprobadas por la Dirección de Contabilidad y Presupuesto de la Dirección General de Administración de este Ministerio de Comunicación Pública, con aplicación a las partidas específicas del Presupuesto General de la Administración Provincial, Ejercicio

Administrativo-Financiero 2025, según la Ley N° 15.394, modificatorias y complementarias, prorrogada mediante Decretos N° DECRE-2024-12-GDEBA-GPBA y N° DECRE-2024-3681-GDEBA-GPBA, toda vez que el normal y razonable desenvolvimiento de la Administración imposibilitó que las Órdenes de Publicidad emitidas en el mes de diciembre de 2024 finalicen el trámite de autorización y pago respectivo en el correspondiente ejercicio, procediendo a concluirse el mismo en el año 2025;

Que en el orden 0318 la Dirección de Certificación de Publicidad Oficial agrega el Anexo I (IF-2025-03772471-GDEBA-DCPOMCPGP), que detalla las órdenes de publicidad que comporta la presente contratación, así como el gasto que ésta demanda, el cual asciende a la suma total de pesos cuatrocientos ochenta y tres millones seiscientos treinta y cuatro mil doscientos treinta y tres (\$483.634.233,00);

Que en esta instancia corresponde dictar el acto administrativo que autorice y apruebe el pago de las contrataciones directas para la prestación del servicio de publicidad oficial, correspondiente a las órdenes de publicidad, emitidas durante el mes de diciembre del año 2024, conforme los pedidos de publicidad de los distintos Ministerios, Secretarías, Organismos de la Constitución y Reparticiones Autárquicas, que conforman el Órgano Ejecutivo Provincial;

Que el procedimiento administrativo se encuadra en las previsiones del artículo 18 –apartado 2), inciso k)– de la Ley N° 13.981, sus modificatorias, el artículo 1° del Anexo Único del Decreto N° 2147/2016 y su modificatorio el Decreto N° 1251/2018;

Que la presente medida se dicta en ejercicio de las atribuciones conferidas por el artículo 21 –apartados 2) y 7)– de la Ley N° 15.477 y el artículo 2° del Decreto N° 2147/2016;

Por ello,

LA MINISTRA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA
DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES
RESUELVE

ARTÍCULO 1°. Autorizar y aprobar, bajo la exclusiva responsabilidad de los funcionarios que propician la presente, el gasto que demanda la contratación directa para la prestación del servicio de publicidad oficial, correspondiente a las órdenes de publicidad, emitidas durante el mes de diciembre del año 2024, que se detallan en el Anexo I (IF-2025-03772471-GDEBA-DCPOMCPGP), por la suma total de pesos cuatrocientos ochenta y tres millones seiscientos treinta y cuatro mil doscientos treinta y tres (\$483.634.233,00), de conformidad con lo normado en el artículo 18 –apartado 2), inciso k)– de la Ley N° 13.981, sus modificatorias, el artículo 1° del Anexo Único del Decreto N° 2147/2016 y su modificatorio el Decreto N° 1251/2018.

ARTÍCULO 2°. Determinar que el gasto que demande lo dispuesto en el artículo 1° será atendido con cargo a la siguiente imputación presupuestaria: Jurisdicción 27, Auxiliar 0, Entidad 0, Unidad Ejecutora 484, Programa 2, Subprograma 0, Proyecto 0, Actividad 1, Obra 0, Finalidad 1, Función 3, Subfunción 0, Fuente de Financiamiento 1.1, Inciso 3, Partida Principal 6, Partida Parcial 1, Partida Subparcial 0, Ubicación Geográfica 999 –Provincia de Buenos Aires–, Presupuesto General de la Administración Provincial, Ejercicio Administrativo-Financiero 2025, según la Ley N° 15.394, modificatorias y

<https://normas.gba.gov.ar/ar-b/resolucion/2025/25/491995>

Axel Kicillof es la gran esperanza blanca del peronismo para frenar en 2027 la barbarie de la ultraderecha que gobierna Argentina desde la llegada de **Javier Milei** a la presidencia el 10 de diciembre de 2023.

El gobernador de Buenos Aires y parte de su Gabinete, como la propia **vicegobernadora Verónica Magario**; o ministros como **Carlos “Carli” Bianco** -está a cargo de **Gobierno** y es el estratega político de Kicillof-; **Andrés “Cuervo” Larroque**

(Desarrollo de la Comunidad) o **Gabriel Katopodis** (Infraestructura y Servicios Públicos) se expresan constantemente de manera crítica contra la política económica de Milei, **Luis "Toto" Caputo** y **Federico Sturzenegger**; y contra la masa de tuiteros y lúmpenes digitales que operan por las redes sociales, como la **Oficina del Presidente** cuya cuenta en X es **@OPRArgentina**.

Sin embargo, la ministra de **Comunicación Pública de la Provincia, Jéssica Rey**, diseñó un millonario plan de comunicación por parte del Gobierno bonaerense, con el que hace frente a la propaganda de los ultraderechistas de la Casa Rosada. Al que justifica diciendo que *"se procura una distribución plural, que llegue a todos los habitantes de la Provincia de Buenos Aires a partir de los medios más idóneos"*. Además, sostiene desde la Provincia, que de esta manera se sostiene el fomento *"a los medios de comunicación radicados en la provincia, y particularmente a aquellos que cumplen funciones de arraigo y comunicación local"*.

Desde el Ministerio de Comunicación Pública explicaron al portal [Chequeado](#) que los criterios de reparto de publicidad se modifican *"en función de la naturaleza de las campañas a comunicar, de su alcance, de su público objetivo, y de su importancia o contingencia en función de la acción de gobierno"*.

El Gobierno de la Provincia de Buenos Aires no adhiere a los criterios de reparto de publicidad establecidos por ley, [las órdenes de compra se realizan mediante contratación directa desde el año 2016](#) y son decididas por la Subsecretaría de Coordinación de Medios provincial.

La asignación de pauta oficial no significa solamente asegurarse la difusión informativa sobre la gestión de gobierno y las políticas públicas implementadas, sino que sirve además como un elemento de coerción para medios, periodistas, y comunicadores.

Por tal motivo, aun siendo un acuerdo entre partes -tanto como en común acuerdo con los dueños de los medios y operadores cómplices-, quien paga la pauta podría asegurarse el blindaje absoluto con el ocultamiento o tratamiento de información que pueda afectar la imagen del pagador y contar con que de esa manera nadie pueda salir a cuestionar su gestión de gobierno, aunque en caso de hacerlo, el medio recortará la realidad para encajar de manera más conveniente para servir a los intereses de ambas partes.

De esta manera, queda cautiva la opinión pública que debe discernir entre la verdad y la mentira que se les cuenta a diario, entre lo que se oculta o se muestra. Una práctica que no discrimina entre gobiernos nacionales, provinciales y municipales; ni ultraderechistas, peronistas o colaboracionistas.

Publicidad Oficial de PBA - 2025 : Hoja 1

448	IMPREBA S.A.	DIARIO POPUL	Popular	\$634.800	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$807.330,59
449	NIELLA MORILL	EL INFORMATIVO DE LA MATAN		\$205.200	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$260.970,76
450	ALTA DENSIDA	CRONICA	Grupo Olmos	\$796.083	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$1.012.448,26
451	COOPERATIVA COOPERATIVA		José Luis Olaver	\$2.312.306	2025-02-19	Resolución 33/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$2.940.761,44
452	PARADOR DIEZ C5N		Grupo Indalo	\$29.729.700	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$37.809.855,37
453	CINAMO COMU CINAMO COMU		Cinamo Comuni	\$26.499.000	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$33.701.092,09
454	ALTER MEDIOS ALTER MEDIOS		Grupo Alter	\$12.000.000	2025-02-19	Resolución 33/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$15.300.000,00
455	PARADOR DIEZ C5N		Grupo Indalo	\$29.729.700	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$37.809.855,37
456	PARADOR DIEZ C5N		Grupo Indalo	\$9.909.900	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$12.603.285,12
457	MULTIMARKETI PUBLICITAR			\$6.413.000	2025-02-19	Resolución 33/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$8.155.972,06
458	MULTIMARKETI PUBLICITAR			\$23.765.118	2025-02-19	Resolución 33/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$30.224.175,64
459	ALTA DENSIDA	CRONICA	Grupo Olmos	\$497.552	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$632.780,32
460	EDITORIAL LA C	LA PRENSA	Grupo Aldrey	\$774.852	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$985.446,95
461	OWEN PUBLICI OWEN PUBLICI		Owen publicidad	\$5.676.557	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$7.219.373,19
462	SENTIDOS S.A. KZO		Kuarzo	\$4.087.834	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$5.198.855,43
463	SENTIDOS S.A. KZO		Kuarzo	\$5.114.216	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$6.504.195,04
464	SENTIDOS S.A. BRAVO TV		Editorial Perfil	\$8.363.520	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$10.636.618,65
465	SENTIDOS S.A. BRAVO TV		Editorial Perfil	\$3.554.496	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$4.520.562,93
466	SENTIDOS S.A.	WWW.GESTIONSINDICAL.COM		\$2.851.334	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$3.626.290,42
467	SENTIDOS S.A.	WWW.MASAIREWEB.COM		\$1.900.889	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$2.417.526,52
468	SENTIDOS S.A.	WWW.DINAMICARG.COM		\$2.178.000	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$2.769.952,78
469	SENTIDOS S.A.	WWW.ZONALES.COM		\$1.684.792	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$2.142.697,10
470	PARADOR DIEZ C5N		Grupo Indalo	\$4.954.950	2025-03-11	Resolución 41/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/01/2025	\$6.301.642,56
471	SENTIDOS S.A. SONY ENTERTAINMENT TELEVIS			\$1.306.664	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/02/2025	\$1.622.850,30
472	SENTIDOS S.A. SONY ENTERTAINMENT TELEVIS			\$2.263.214	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/02/2025	\$2.810.866,07
473	SENTIDOS S.A. AXN			\$3.253.251	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/02/2025	\$4.040.472,03
474	SENTIDOS S.A. EL GOURMET			\$3.234.330	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/02/2025	\$4.016.972,53
475	SENTIDOS S.A. FILM & ARTS			\$2.003.760	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/02/2025	\$2.488.629,45
476	SENTIDOS S.A. EUROPA EUROPA			\$2.003.760	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/02/2025	\$2.488.629,45
477	SENTIDOS S.A. AXN			\$1.525.144	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/02/2025	\$1.894.198,04
478	TELEVISION FE LS84 TV CANAL		Viacom	\$9.050.800	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue	https://normas.g	1/02/2025	\$11.240.910,78
	SERVICIOS DE									

Imagen link de Publicidad de PBA – Fuente: Chequeado en base al Ministerio de Comunicación Pública PBA

Al observar casi un centenar de resoluciones administrativas emitidas por el **Ministerio de Comunicación** conducido por

Jésica Rey, queda expuesto cómo el esquema de distribución bonaerense de pago de pauta oficial privilegia de manera desproporcionada a conglomerados mediáticos, productoras de medios, empresarios, todos ligados ideológicamente al oficialismo. Esa asignación discrecional de fondos públicos choca con la famosa arenga de desconcentración mediática que tanto defiende y supo defender el kirchnerismo con la “Ley de Medios”.

Ver [PAUTA OFICIAL: creció un 122% con Clarín, Turner, Vila-Manzano e INDALO a la cabeza](#)

Ver [Pauta oficial: Clarín, Crónica, La Nación, Facebook y Google los nuevos Szpolski](#)

Por caso, la emisora online **Futurock**, liderada públicamente por **Julia Mengolini**, alcanzó un total de **\$ 210 millones** en concepto de pauta publicitaria. De ese monto, **\$ 23,2 millones** se destinaron específicamente a anuncios en **YouTube**, mientras que los **\$ 186,8 millones** restantes corresponden a la publicidad emitida en la propia radio y en su sitio web. Además de sus transmisiones, la plataforma se dedica a la organización de festivales y cuenta en su grilla con figuras destacadas como **Malena Pichot, Juan Amorín, y Gabriel Sued**.

Mengolini confirmó que recibió pauta de Kicillof, pero miente al decir que solo es el 25% de sus ingresos.

En 2024 recibió de Kicillof 117 millones de pesos en concepto de pauta.

¿Los suscriptores pusieron 351 millones? Como toda KUKA, delincuente y MENTIROSA!!! ☐☐

pic.twitter.com/IjTlm6tyyH

– **INDIGNADO** (@indignadoxd)

[May 9, 2026](#)

El control de los 638 medios y 356 proveedores registrados por el Estado bonaerense se concentra en **pocos propietarios y**

líneas editoriales. Esta **red corporativa** facilita que un mismo empresario o firma comercialice bajo múltiples personerías jurídicas, duplicando así el ingreso de fondos públicos millonarios mediante canales simultáneos.

El análisis detallado de las órdenes de compra y las resoluciones del Ejecutivo provincial demuestran que la pauta publicitaria bonaerense beneficia de manera discrecional a un círculo alineado ideológicamente. El principal beneficiario es el **Grupo Indalo**, el conglomerado empresarial dueño de la señal de cable **C5N** y múltiples emisoras radiales como **Radio 10**; la productora **La Corte**; o el diario **Ambito Financiero**.

Publicidad Oficial de PBA - 2025 : Hoja 1

781	COOPERATIVA COOPERATIVA	José Luis Olaver	\$ 1.452.000	2025-04-09	Resolución 59/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 1.803.354,67
782	SERVICIOS CAI SERVICIOS CAI	Servicios Capaz	\$ 2.057.000	2025-04-09	Resolución 59/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 2.554.752,45
783	PARADOR DIEZ LRL321 FM 97.5	Grupo Indalo	\$ 4.537.500	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 5.635.483,35
784	PARADOR DIEZ LRL312 FM 98.3	Grupo Indalo	\$ 4.401.375	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 5.466.418,85
785	PARADOR DIEZ LRL202 AM 710	Grupo Indalo	\$ 8.349.000	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 10.369.289,36
786	PARADOR DIEZ LRL711 FM 103.3	Grupo Indalo	\$ 4.083.750	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 5.071.935,01
787	PARADOR DIEZ LRL321 FM 97.5	Grupo Indalo	\$ 6.352.500	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 7.889.676,69
788	PARADOR DIEZ LRL202 AM 710	Grupo Indalo	\$ 6.352.500	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 7.889.676,69
789	PARADOR DIEZ LRL304 FM 101	Grupo Indalo	\$ 6.352.500	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 7.889.676,69
790	PARADOR DIEZ LRL312 FM 98.3	Grupo Indalo	\$ 6.352.500	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 7.889.676,69
791	PARADOR DIEZ LRL321 FM 97.5	Grupo Indalo	\$ 3.267.000	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 4.057.548,01
792	PARADOR DIEZ LRL711 FM 103.3	Grupo Indalo	\$ 5.445.000	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 6.762.580,02
793	PARADOR DIEZ LRL304 FM 101	Grupo Indalo	\$ 8.349.000	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 10.369.289,36
794	PARADOR DIEZ LRL202 AM 710	Grupo Indalo	\$ 4.900.500	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 6.086.322,02
795	PARADOR DIEZ LRL304 FM 101	Grupo Indalo	\$ 4.900.500	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 6.086.322,02
796	PARADOR DIEZ LRL312 FM 98.3	Grupo Indalo	\$ 3.902.250	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 4.846.515,68
797	CINAMO COMU CANAL 2 TV REGIONAL		\$ 5.135.130	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 6.377.727,74
798	EDITORIAL LA C CANAL 2 LCC	Grupo Aldrey	\$ 5.755.692	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 7.148.453,20
799	CINAMO COMU CANAL 5		\$ 4.564.560	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 5.669.091,32
800	ALTA DENSIDAÍ LU82 TV CANAL	Grupo Olmos	\$ 4.573.800	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 5.680.567,21
801	NEOMEDIA GEÍ LRI486 TV CANAL 8 MDP		\$ 3.724.380	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 4.625.604,73
802	NEOMEDIA GEÍ LRI486 TV CANAL 8 MDP		\$ 6.455.592	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 8.017.714,87
803	CINAMO COMU CANAL 2		\$ 5.011.440	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 6.224.107,25
804	CINAMO COMU CANAL 2 HD TELPIN TV		\$ 5.011.440	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 6.224.107,25
805	ACUÑA CARLO: CANAL 30 MAR DEL PLATA TEL		\$ 561.706	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 697.627,51
806	SUR MULTIMEC LA VOZ DEL PUEBLO		\$ 933.570	2025-03-27	Resolución 53/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 1.159.475,08
807	AMERICA T.V. S LRI450 TV CANAL 10		\$ 1.815.000	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 2.254.193,34
808	AMERICA T.V. S LRI450 TV CANAL 10		\$ 1.815.000	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 2.254.193,34
809	EDITORIAL LA C LA PRENSA	Grupo Aldrey	\$ 774.852	2025-03-27	Resolución 53/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 962.350,53
810	PERSPECTIVA: PERSPECTIVA SUR		\$ 527.670	2025-03-27	Resolución 53/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 655.355,48
811	PARADOR DIEZ C5N	Grupo Indalo	\$ 29.729.700	2025-03-27	Resolución 53/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 36.923.686,89
812	PARADOR DIEZ C5N	Grupo Indalo	\$ 29.729.700	2025-03-25	Resolución 55/20	Autoriza y aprue https://normas.g	1/02/2025	\$ 36.923.686,89

Imagen link de Publicidad de PBA – Fuente: Chequeado en base al Ministerio de Comunicación Pública PBA

Durante el último período analizado, el grupo empresarial de **Cristóbal López y Fabián De Sousa** acaparó el **12,2% del total de la torta publicitaria de la Provincia**. Sólo **C5N** recibió \$ **4.025 millones** directos. La mayor porción del dinero adjudicado a **Indalo** se canaliza a través de **Parador Diez SA**, una sociedad radicada en la provincia de **Chubut** que funciona

como la estructura formal propietaria de sus licencias de televisión y radio.



Fabián de Sousa y Cristóbal López, propietarios del Grupo Indalo.

Distribución de la pauta oficial de la Provincia y sus principales beneficiarios:



Fuente en base a resoluciones del Ministerio de Comunicación Pública de la provincia de Buenos Aires. Última actualización, 19 de febrero de 2026.

En 2025 el **Grupo Clarín**, el holding de medios y telecomunicaciones más importante de Argentina, **percibió cerca del 5% de la inversión total en publicidad**, una **proporción idéntica a la que la Administración Kicillof le asignó a El Destape**, el entramado de plataformas digitales y radiales fundado y dirigido por el periodista exC5N, **Roberto Navarro: \$ 2.800 millones.**

Publicidad Oficial de PBA - 2025 : Hoja 1

ID	Descripción	Grupo	Reingreso	Fecha	Resolución	Acción	Fecha	Reingreso
1071	PARADOR DIEZ C5N	Grupo Indalo	\$29.729.700	2025-03-27	Resolución 53/20	Autoriza y aprue	1/02/2025	\$30.923.000,09
1085	TALAR PRODUCTOS WWW.ELDESTAPE.COM	El Destape	\$7.293.000	2025-03-27	Resolución 53/20	Autoriza y aprue	1/02/2025	\$9.057.758,69
1086	TALAR PRODUCTOS WWW.ELDESTAPE.COM	El Destape	\$9.282.000	2025-03-27	Resolución 53/20	Autoriza y aprue	1/02/2025	\$11.528.056,51
1087	EL DESTAPE RADIO WWW.ELDESTAPE.COM	El Destape	\$5.505.500	2025-03-27	Resolución 53/20	Autoriza y aprue	1/02/2025	\$6.837.719,79
1088	TALAR PRODUCTOS WWW.ELDESTAPE.COM	El Destape	\$16.575.000	2025-03-27	Resolución 53/20	Autoriza y aprue	1/02/2025	\$20.585.815,20
1089	TALAR PRODUCTOS WWW.ELDESTAPE.COM	El Destape	\$13.260.000	2025-03-27	Resolución 53/20	Autoriza y aprue	1/02/2025	\$16.468.652,16
1090	TALAR PRODUCTOS WWW.ELDESTAPE.COM	El Destape	\$10.000.000	2025-03-27	Resolución 53/20	Autoriza y aprue	1/02/2025	\$12.400.000,00
1091	TALAR PRODUCTOS WWW.ELDESTAPE.COM	El Destape	\$21.116.550	2025-03-27	Resolución 53/20	Autoriza y aprue	1/02/2025	\$26.226.328,57
1092	EL DESTAPE RADIO WWW.ELDESTAPE.COM	El Destape	\$5.000.000	2025-03-27	Resolución 53/20	Autoriza y aprue	1/02/2025	\$6.210.000,00
1096	PARADOR DIEZ C5N	Grupo Indalo	\$29.729.700	2025-03-27	Resolución 53/20	Autoriza y aprue	1/02/2025	\$36.923.686,89
1097	PARADOR DIEZ C5N	Grupo Indalo	\$19.819.800	2025-03-27	Resolución 53/20	Autoriza y aprue	1/02/2025	\$24.615.791,26
1098	NIELLA MORILL EL INFORMATIVO DE LA MATAN		\$246.240	2025-03-27	Resolución 53/20	Autoriza y aprue	1/02/2025	\$305.825,11
1099	ALTA DENSIDAD CRONICA	Grupo Olmos	\$597.062	2025-03-27	Resolución 53/20	Autoriza y aprue	1/02/2025	\$741.538,94
1100	EL DESTAPE RADIO WWW.ELDESTAPE.COM	El Destape	\$12.080.640	2025-03-27	Resolución 53/20	Autoriza y aprue	1/02/2025	\$15.003.910,86

Imagen link de Publicidad de PBA – Fuente: Chequeado en base al Ministerio de Comunicación Pública PBA

Para dimensionar la velocidad del flujo de caja hacia el conglomerado de **Navarro**, en un lapso de apenas nueve meses, la Provincia de Buenos Aires le adjudicó de forma directa \$ **2.490.867.265** repartidos en 121 órdenes de publicidad. Aunque desde el propio medio se argumentó públicamente que la pauta estatal representa menos del 10% de sus ingresos globales, en comparación con el financiamiento privado.

Sin embargo, esa inyección constante de fondos públicos opera como un sostén económico ininterrumpido para asegurar el blindaje mediático al gobernador. Así como **El Cohete a la Luna** de **Horacio Verbitsky** opera a favor de la ex presidenta **Cristina Fernández de Kirchner** y contra **Kicillof**; la multiplataforma de **El Destape** opera a favor del “Enano soviético”.

INFOBAE, el medio creado por **Daniel Hadad**, que destronó a Clarín como diario más leído, a través de su firma **THX Medios SA** recibió por parte del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires una cifra cercana a la recibida por Magonetto y Navarro: **\$2.248 millones** en pauta publicitaria oficial.

Las auditorías revelaron que el medio creado por **Hadad** percibió concentraciones altas de pagos en períodos específicos. Por ejemplo, solo durante el mes de junio de 2025, el grupo de Daniel Hadad recibió más de **\$200 millones** desglosados en múltiples órdenes de compra simultáneas. Quedando sexto entre los diez multimedios que más dinero recibieron en pauta.

LA NACIÓN, el tradicional diario de la familia Mitre, ligado a la oligarquía y a la derecha ilustrada; también recibió pauta del Gobierno bonaerense: **\$ 503 millones** le giró en 2025.

Publicidad Oficial de PBA - 2025 : Hoja 1

1615	THX MEDIOS S	WWW.INFOBAE	Infobae	\$30.406.786	2025-05-07	Resolución 71/20	Autoriza y aprue oficial, correspor	https://normas.g	1/03/2025	\$36.406.879,42
1616	THX MEDIOS S	WWW.INFOBAE	Infobae	\$35.937.000	2025-05-07	Resolución 71/20	Autoriza y aprue oficial, correspor	https://normas.g	1/03/2025	\$43.028.356,42
1617	THX MEDIOS S	WWW.INFOBAE	Infobae	\$35.937.000	2025-05-07	Resolución 71/20	Autoriza y aprue oficial, correspor	https://normas.g	1/03/2025	\$43.028.356,42
1618	THX MEDIOS S	WWW.INFOBAE	Infobae	\$33.033.000	2025-05-07	Resolución 71/20	Autoriza y aprue oficial, correspor	https://normas.g	1/03/2025	\$39.551.317,52
							Autoriza y aprue			

Imagen link de Publicidad de PBA – Fuente: Chequeado en base al Ministerio de Comunicación Pública PBA

El **Grupo Olmos** (también conocido como **Grupo Crónica**) se posicionó como el **segundo mayor receptor** de pauta oficial de la Provincia de Buenos Aires por conglomerado de medios, al absorber el 6,2% del total distribuido en 2025. Este multimedio abarca al canal y diario **Crónica**, la web de **BAE Negocios**, la **Revista Veintitrés** y varias señales del interior del país. La mayor porción de los fondos públicos se concentró en **Crónica TV**, el diario impreso y su versión digital, superando los **\$ 3.000 millones**; en tanto **BAE Negocios** obtuvo **\$ 309 millones** y **Canal 10 de Mar del Plata** recibió otros **\$ 215 millones**.

El **Grupo América**, dueño de medios como **América TV**, **A24**, **El Cronista** y **La Red**; concentró el 5,2% de la pauta publicitaria bonaerense total a lo largo de 2025. Sus propietarios son **José Luis Manzano**, **Daniel Vila** y **Claudio Belocopitt**, empresarios con actividades diversificadas en energía, telecomunicaciones y servicios de salud, de buena llegada con el ex candidato presidencial de **Unión por la Patria**, **Sergio Massa**.

Pero también impulsores del panelista Javier Milei, cuando era un outsider de la economía y la política. Su canal de televisión abierta, **América TV**, recibió de **Kicillof** **\$ 1.661 millones**, mientras que la señal de cable del conglomerado, **A24**, obtuvo otros **\$ 716 millones**. En tanto que **El Cronista** y radio **La Red** recibieron **\$ 363 millones** y **\$ 351 millones**, respectivamente.



Propietarios del Grupo América: Daniel Vila, José Luis Manzano y Claudio Belocopitt

El despilfarro del dinero de los contribuyentes bonaerenses alimentó las arcas de empresarios de medios afines: **\$ 1.635 millones** llegaron en concepto de pauta publicitaria oficial al **Grupo Octubre** durante todo 2025, uno de los diez más beneficiados por Kicillof. El conglomerado de medios administrado por el **Sindicato Único de Trabajadores de Edificios de Renta y Horizontal (SUTERH)**, liderado por el presidente del **Partido Justicialista** porteño, **Víctor Santa María**, incluye medios como **El Nueve**, **IP Noticias**, **AM 750** y **Página/12**.

El Gobierno bonaerense también desembolsó **\$ 1.062 millones** para **Viacom** (ex **TELEFE**); **\$ 964 millones** para **Terranova**, propietaria de **MDZ Online**; mientras que **Kuarzo**, la firma de **Martín Kweller** que opera la emisora **Urbana Play FM**, facturó **\$ 805 millones**.

Aleph Media, controladora de **Radio Rivadavia** y **Bravo TV**; propiedad de **Marcelo Fígoli**, embolsó **\$ 701 millones**. Finalmente como se dijo, el **Grupo La Nación**, perteneciente a la familia **Saguier**, registró ingresos por **\$ 503 millones**, una suma idéntica a la percibida por las compañías de publicidad

en vía pública diseñadas por **Enrique “Pepe” Albistur**. Esposo de la diputada nacional Victoria Tolosa Paz y secretario de Medios entre 2003 y 2009, durante los gobiernos de **Néstor Kirchner** y **Cristina Fernández de Kirchner**; y en 2020, cuando también ocupó brevemente el mismo cargo en la presidencia de **Alberto Fernández**.

VER [ANIMALES SUELTOS EN EL INCAA: ¿El golpe institucional es también por el Fútbol NO Para Todos y el cambio cultural?](#)

Las ramas del árbol que tapan el bosque: streaming, YouTube y militancia digital

Con partidas millonarias para los medios tradicionales, la **Administración Kicillof** también contrató selectivamente a productoras satélites que orbitan alrededor de las figuras más visibles del espacio político gobernante. En las órdenes de compra destinadas a sostener la difusión diaria de programas afines al oficialismo bonaerense intervienen firmas como:

-Rabona SRL: Conducida por **Fabiana Segovia**, histórica productora y colaboradora del periodista **Víctor Hugo Morales**.

-Plaza Contenidos SRL: Administrada por **Julián** y **Martín Capasso**, este último, reconocido en el ámbito cultural por ser el autor de biografías dedicadas al relator uruguayo. Esta productora intermedia en la asignación de pautas específicas que sostienen ciclos de debate político y editorial.

-Iprospect Media SA, filial local de la agencia de medios japonesa **Grupo Dentsu**, lideró la recepción de fondos para publicidad en YouTube con **\$ 60 millones** durante 2025. Asimismo, financiamiento para pautar en **Facebook** y en los canales del **Grupo América**. Iprospect Media SA contabilizó pagos en 2025 por **\$ 3.000 millones**.

-Canal 22 Web: Dentro de las asignaciones directas para plataformas digitales aparece la figura de **Santiago Cúneo**, pero los pagos por \$ 57,5 millones a **Canal 22** los realizó la

Provincia a su pareja, **Nydia Ximena Caligiuri**, conocida en el ambiente artístico como **Ximena Rijel**.

Los fondos públicos bonaerenses también financiaron de manera directa los programas «**Uno Más Uno Tres**», conducido por Cúneo; «**Infoshow**» y «**La Juntada del Domingo**». **Caligiuri**, además de esposa de Cúneo fue armadora del partido **Nuevo Buenos Aires** que la llevó de candidata a diputada nacional en cuarto lugar en la boleta que encabezó su marido en las elecciones de octubre de 2025, cosechando 117.149 votos, el 1,33%.



Santiago Cúneo, pareja de Nydia Ximena Caligiuri.

-Cenital: El medio digital dedicado al análisis político, dirigido por **Iván Schargrodsky**, recibió de los impuestos de los bonaerenses **\$ 49,2 millones** destinados exclusivamente a sus transmisiones audiovisuales para la plataforma de su canal en YouTube. Cenital es la marca de fantasía de la empresa **P35SUR SRL**, creada en 2018 por **Schargrodsky** y **Esteban Spiegelman**. Además, el Ministerio de Comunicación Pública le asignó otra partida de **\$ 19 millones** para el sostenimiento de su sitio web principal en el que participan analistas y conductores reconocidos como los periodistas **Ernesto Tenenbaum**

y **María O'Donnell**.

-**Somos Radio AM 530**, conocida como **La Radio de Las Madres**, operada por la Asociación de Madres de Plaza de Mayo y por la **Cooperativa de Trabajo Auténtika Limitada**, percibió ingresos por **\$ 209 millones**.

-**Somos Corta**, ligado a **Tomás Rebord** recibió **\$ 169 millones** del Gobierno de Axel Kicillof.

-**Menta Comunicación SRL**, firma liderada por **Luciano Galup**, que publica a través de los portales web **Nueva BA** y **Nueva Ciudad** recibió **\$ 100 millones**. De los cuáles **\$ 25 millones** se destinaron de forma específica a campañas publicitarias en **YouTube**. El resto del financiamiento se distribuyó entre pautas en **Google** y los portales web de su propiedad.

-**AZZ**: El canal de streaming **@azzenstream** propiedad del conductor deportivo **Flavio Azzaro**, uno de los más populares de ese tipo, recibió **\$ 43,5 millones** de pauta oficial bonaerense. Las órdenes de compra fueron emitidas directamente a nombre del periodista para el financiamiento de sus transmisiones en YouTube. Evidenciando lo flojo que pueden ser los criterios de «**interés público**» a la hora de financiar contenidos de entretenimiento masivo con dinero público proveniente de los ciudadanos de la Provincia.

-**Clase 79 Producciones SRL**, en cuyo directorio participan desde 2025 **Guido Valeri** y **Pablo Jiménez**, cobró **\$ 21,7 millones** del Estado bonaerense. La empresa de medios controla **Carnaval**, el canal de streaming que desde el oficialismo ultraderechista de la Casa Rosada asocian con **Pablo Tovigino**, actual tesorero de la **Asociación del Fútbol Argentino (AFA)**.



ANEXO I
ORDENADO POR ORDEN DE PUBLICIDAD

Op	Proveedor	Medio	Importe
8009	MEDIABIT S.A.	WWW.FACEBOOK.COM	\$1.250.000,00
8010	MENTA COMUNICACION S.R.L.	WWW.YOUTUBE.COM	\$2.500.000,00
8131	FUTUROCK PRODUCCIONES S.R.L.	WWW.FUTUROCK.FM	\$4.316.312,00
8132	MEDVEDOFF LEONARDO EZEQUIEL	WWW.CNNRADIOLAPLATA.COM.AR	\$592.900,00
8133	ASOCIACION PARA EL FORTALECIMIENTO COMUNITARIO	WWW.FMLAPATRIADA.COM.AR	\$3.882.060,00
8366	COOPERATIVA DE TRABAJO PERIODISTAS ALBA LTDA.	FM 103.1 MHZ	\$200.000,00
8367	COOPERATIVA DE TRABAJO PERIODISTAS ALBA LTDA.	FM 103.1 MHZ	\$400.000,00
8447	SER TV PRODUCCIONES S.A.	LS86 TV CANAL 2 - AMERICA	\$4.087.932,00
8448	SER TV PRODUCCIONES S.A.	LS86 TV CANAL 2 - AMERICA	\$8.324.316,00
8490	TELEVISION ABC S.A.	LS83 TV CANAL 9	\$20.000.000,00
8494	MEDIABIT S.A.	WWW.INSTAGRAM.COM-WWW.FACEBOOK.COM	\$250.000,00
8522	MEDIABIT S.A.	WWW.FACEBOOK.COM	\$1.000.000,00
8523	MEDIABIT S.A.	WWW.FACEBOOK.COM	\$1.000.000,00
8524	MENTA COMUNICACION S.R.L.	WWW.YOUTUBE.COM	\$2.000.000,00
8531	TELECENTRO S.A.	CANAL 26	\$6.883.841,00
8532	ROTONDA ROGELIO ADRIAN	ECO TV	\$5.040.000,00
8533	EDITORIAL LA CAPITAL S.A.	CANAL 2 LCC	\$1.822.636,00
8562	POL-P PRODUCCIONES S.R.L.	FM 89.9 MHZ RADIO CON VOS	\$3.800.000,00

Imagen pago de pauta publicitaria página web oficial de PBA

Una de las características de la metodología aplicada por la gestión bonaerense en materia comunicacional es la ramificación de la pauta oficial hacia **canales personales de streaming**, creadores de contenido de **YouTube**, y plataformas de nicho político. Al igual que las prácticas aplicadas exitosamente por el extremista de derecha **Javier Milei** a través de las redes sociales y de medios alternativos a los tradicionales -TV, radio y diarios-, la ministra de **Comunicación Pública** de la Provincia, **Jésica Rey**, dispuso un plan de asignación de pauta estatal basado en la «**comunicación segmentada en redes sociales**», financiando directamente estructuras mediáticas personales de alto voltaje ideológico. En esta categoría se destaca la intermediación de agencias multinacionales y la asignación a figuras individuales.



ANEXO I
ORDENADO POR ORDEN DE PUBLICIDAD

8602	MENTA COMUNICACION S.R.L.	WWW.NUEVA-CIUDAD.COM.AR	\$4.200.000,00
8603	MENTA COMUNICACION S.R.L.	WWW.NUEVABA.COM.AR	\$4.410.000,00
8604	CINCO NODOS COMUNICACION SRL	WWW.TANPOLITICA.COM	\$3.500.000,00
8605	DAK GRUPO CREATIVO S.R.L.	WWW.HACEINSTANTES.COM	\$6.274.632,00
8606	WAM ENTERTAINMENT COMPANY S.A.	WWW.ELMARPLATENSE.COM	\$600.000,00
8607	CIELO PLATENSE S.R.L.	WWW.INFOCIELO.COM	\$4.961.250,00
8608	SENTIDOS S.A.	WWW.GESTIONSINDICAL.COM	\$950.444,00
8609	SENTIDOS S.A.	WWW.MASAIWEB.COM	\$563.226,00
8610	SENTIDOS S.A.	WWW.DINAMICARG.COM	\$887.333,00
8611	SENTIDOS S.A.	WWW.ZONALES.COM	\$499.198,00
8612	CINCO NODOS COMUNICACION SRL	WWW.SALPIMENTA.COM.AR	\$4.200.000,00
8613	EDITORIAL DEMOCRACIA S.R.L.	WWW.DIARIDEMOCRACIA.COM	\$1.905.120,00
8614	INTERETO SRL	WWW.DIARIONUCLEO.COM	\$997.500,00
8615	P.A. NOTICIAS S.A.	WWW.POLITICARGENTINA.COM	\$11.245.500,00
8616	T.R.D. PUBLICIDAD Y COMUNICACIONES S.A.	WWW.RADIOELSOL.COM.AR	\$187.072,00
8617	STADIUM ENTERPRISES S.A.	WWW.TYCSPTS.COM	\$2.000.000,00
8618	MAN PRESS S.A.	WWW.DIARIOPOPULAR.COM.AR	\$10.300.000,00
8619	CIELO PLATENSE S.R.L.	WWW.LACIELO.COM.AR	\$1.984.500,00
8620	ATLANTIDA MEDIOS Y ENTRETENIMIENTOS S.A.	WWW.PARATI.COM.AR	\$2.000.000,00
8621	ATLANTIDA MEDIOS Y ENTRETENIMIENTOS S.A.	WWW.PAPARAZZI.COM.AR	\$2.000.000,00
8622	ATLANTIDA MEDIOS Y ENTRETENIMIENTOS S.A.	WWW.REVISTAGENTE.COM	\$2.000.000,00

Imagen pago de pauta publicitaria página web oficial de PBA.

VER [La casta de la pauta oficial, sus principales beneficiados con dudosos criterios](#)

VER [La motosierra de Milei metió a los medios tradicionales en una licuadora, pero Santiago Caputo tiene caja para operaciones](#)

VER [La injusta distribución de la publicidad oficial](#)

El desorden de prioridades provinciales: Pauta récord vs. Emergencia Social

El financiamiento a grandes multimedios y diversos espacios de contenidos militantes creció prácticamente al mismo tiempo en que se decretaba la **suspensión por 90 días del Programa MESA (Módulo Extraordinario para la Seguridad Alimentaria)**, afectando la entrega directa de cajas de alimentos básicos a las familias más vulnerables, principalmente del Conurbano: un “ahorro” de \$ **36.000 millones**.

El programa **MESA Bonaerense** está destinado a contribuir con las necesidades nutricionales de niños y adolescentes,

abarcando desde el **Nivel Inicial**, que comprende a los niños desde los 45 días hasta los 5 años de edad inclusive; **Nivel Primario** y **Nivel Secundario**. Se lleva adelante de forma descentralizada a través de un ente executor que puede ser el **Consejo Escolar** o **municipio**, dependiendo el caso; y se complementa con el programa **SAE (Servicio Alimentario Escolar)**, destinado a alumnos de las escuelas públicas que se inscriban para acceder al “comedor escolar” en el cual reciben un almuerzo diario.



Entrega de cajas del Programa MESA.

Desde el **Ministerio de Desarrollo de la Comunidad**, a cargo de **Andrés “Cuervo” Larroque**, desde el 1 de mayo pasado a través de la **Resolución 842/2026** firmada por el propio ministro se **suspendió** el **Programa MESA**. Este programa de asistencia alimentaria fue una herencia de los dispositivos de asistencia de emergencia implementados durante la pandemia de Covid-19, consistentes en la entrega mensual de una caja con alimentos secos esenciales como legumbres, fideos, aceite, leche en polvo, arroz y puré de tomate; similar a la **Caja PAN (Programa Alimentario Nacional)** que se distribuyó en la década del ‘80

durante la presidencia de **Raúl Alfonsín**.



Caja PAN (Programa Alimentario Nacional de Argentina) fue una política de emergencia implementada durante la presidencia de Raúl Alfonsín, para afrontar el hambre y la pobreza.

Para amortiguar las críticas, desde el kicillofismo apuntaron directamente al recorte de fondos coparticipables y a las transferencias discrecionales clausuradas por el Gobierno nacional encabezado por Javier Milei. El Ejecutivo denunció el *“incumplimiento, mora y detracción”* en el envío de fondos lo que obliga al Estado provincial a aplicar un *«achique del gasto para la inversión social»*. Desde la Subsecretaría de Políticas Sociales bonaerense, advirtieron públicamente que *«va a llegar un momento en que la recaudación no va a alcanzar para las cuestiones mínimas y básicas»* y que la suspensión de MESA se adoptó para intentar *«**direccionar mejor**»* los recursos remanentes hacia el SAE.



Andrés «Cuervo» Larroque, ministro de Desarrollo de la Comunidad PBA.

Sin embargo, el argumento carece de solidez cuando el **Ministerio de Desarrollo de la Comunidad** decide recortar el módulo alimentario que amortiguaba el hambre en los distritos más postergados del Gran Buenos Aires; a la vez que el **Ministerio de Comunicación Pública** continúa con la distribución millonaria de pauta para blindar la imagen **Kicillof**.

Este manejo presupuestario desarma la narrativa de la escasez de dinero público para destinar a áreas con mayor urgencia. No se trata de que la Provincia tenga sus cuentas en rojo, sino de una deliberada **jerarquización política de las partidas**: la preservación del aparato de propaganda y el financiamiento a los medios de comunicación aliados, se posiciona orgánicamente por encima del sostenimiento de la seguridad alimentaria de su propio electorado que también decidirá al respecto qué hacer en las próximas elecciones.

«Feudalismo Comunicacional»: un sistema de premios y castigos

El Gobierno de la Provincia de Buenos Aires no aplica el sistema de asignación de pautas a los medios siguiendo la lógica amigo/enemigo, como lo hace la Casa Rosada; sin embargo utiliza las partidas presupuestarias para:

- **Garantizar la supervivencia económica** de empresas periodísticas deficitarias que carecen de sustentabilidad en el sector privado, pero que cumplen con un rol estratégico de contención ideológica para los propios y atacar a los enemigos políticos del Gobierno provincial.
- **Sostener los salarios de “periodistas militantes”** por medio de productoras intermedias que facturan servicios de producción por programas específicos, cuyo único cliente real y mayoritario es el Estado bonaerense.
- **Neutralizar la crítica interna** en los medios de comunicación tradicionales de alcance nacional mediante la **asignación de pagos marginales** pero significativos de pauta, como los casos del **Grupo Clarín** o **América**; asegurando atemperar las críticas a la gestión y no se muestre la crisis con aristas como la inseguridad y el desempleo en el Conurbano y el deterioro de la infraestructura sanitaria, que padecen los bonaerenses.

Mientras la Gobernación insiste en que su política de medios busca fomentar el «**arraigo y la comunicación local**» en el interior de la provincia, la realidad de las planillas de pago demuestra que el grueso del dinero se queda en los estudios de televisión y las oficinas empresariales, financiando programas de alcance nacional que consumen una narrativa diseñada para sostener el proyecto presidencial de **Axel Kicillof**.

El costo real del relato

El gobernador bonaerense pretende ser el próximo presidente de la Nación, montado en la difusión de una narrativa de éxito en

su gestión y echándole la culpa al gobierno ultra de **Javier Milei** por confiscarle millonarias partidas adeudadas a la Provincia. Si bien este dato de los recortes y la asfixia de la Nación con la Provincia es real desde la quita de la Coparticipación federal; al gobierno de **Kicillof** no le cierran sus propios números oficiales y expone una contradicción con su latiguillo de asegurar un «**Estado Presente**».

El mismo que se promociona en los cortes comerciales de **C5N**; en los editoriales de **El Destape**; en los canales de streaming y las redes sociales de la militancia, pero que en realidad es un Estado que, opta por financiar el blindaje mediático antes que asegurar la leche y el arroz para los niños de las escuelas públicas.



Axel Kicillof, gobernador de la provincia de Buenos Aires.

Los \$ **58.300 millones** dilapidados en publicidad institucional no retornaron a los bonaerenses en mejores rutas, hospitales equipados o calles seguras; se transformaron en horas de aire,

zócalos favorables, titulares condescendientes y en el financiamiento de proyectos periodísticos privados que “confunden” el ejercicio del periodismo con propaganda gubernamental.

Ya en 2022, el periodista **José Crettaz** había publicado en [La Nación](#), un informe basado en datos oficiales del Ministerio de Comunicación Pública bonaerense, que exponía un patrón de distribución idéntico en la gestión de Axel Kicillof: entre febrero de 2020 y agosto de 2022, se desembolsaron más de \$ **8.500 millones** en pauta oficial -unos **\$104.000 millones** a valores de febrero de 2026- a través de casi 24.000 órdenes de publicidad, con una marcada concentración en multimedios afines al kirchnerismo, cristinismo, Unión por la Patria y el universo del peronismo nacional y popular.

En dicho período, el **Grupo Indalo** y **El Destape**, encabezaron la lista de beneficiarios por encima de corporaciones como el **Grupo Clarín** y el **Grupo Octubre**, lo que desató cuestionamientos por presuntos favoritismos hacia los medios alineados con el gobierno provincial.

VER [De la ley de medios privados a la privatización de los medios públicos](#)

Entre fantasmas no se pisan las sábanas

En marzo pasado, el armador mileísta y senador bonaerense de **Unión y Libertad**, [Carlos Kikuchi](#), presentó un proyecto de ley para ponerle un límite al gobernador **Kicillof** en torno al gasto en publicidad oficial. Limitando que el presupuesto en publicidad no puede superar el 20% del presupuesto en Educación. Además, **Kikuchi** impulsó la creación del **Registro Provincial de Proveedores de Publicidad Oficial**, un padrón de obligatorio donde deberán registrarse los proveedores: medios de comunicación, agencias de publicidad y empresas beneficiarias de la pauta estatal.

Como la mayoría de las acciones del mileísmo, la propuesta del

operador ultra, fue demagogia para la tribuna, ya que ese padrón de proveedores ya existe y se lo puede consultar en la página oficial del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires como “[Registro Oficial de Medios Publicitarios](#)”.



Institucional ▾

Portal de Trámites

Noticias



Inicio / Comunicación Pública

COMUNICACIÓN PÚBLICA

(221) - 429 2003

Calle 6 entre 51 y 53 - La Plata (1900)

Lunes a Viernes de 8 a 20 hs

privada.comunicacionpublica@gba.gob.ar



Nuestra misión es comunicar y difundir la gestión y las políticas públicas implementadas por el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires.

Institucional ▾

Noticias

Anuarios

Registro Oficial de Medios Publicitarios

REQUISITOS PARA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO OFICIAL DE MEDIOS PUBLICITARIOS DE LA PROVINCIA DE BUENO AIRES.

La documentación debe enviarse al correo registrodemedios@gba.gob.ar El formato de archivo digital debe ser en PDF. No se aceptará documentación ilegible, incompleta y desordenada.

Imagen de la página web oficial del gobierno de la provincia de Buenos Aires. Registro Oficial de Medios Publicitarios.

Kikuchi impulsor del proyecto ultraderechista desde antes de 2021, cuando participó de la campaña para que **Javier Milei** llegara al Congreso; se monta en un supuesto control de presupuesto publicitario en la provincia de Buenos Aires. Pero a nivel nacional en 2025 la **Casa Rosada** a través de la pauta de la **petrolera estatal YPF** destinó \$ **130.000 millones** para propaganda –en el sentido goebbeliano de la palabra–, donde uno de los clientes es **Neura** del operador **Alejandro Fantino**.

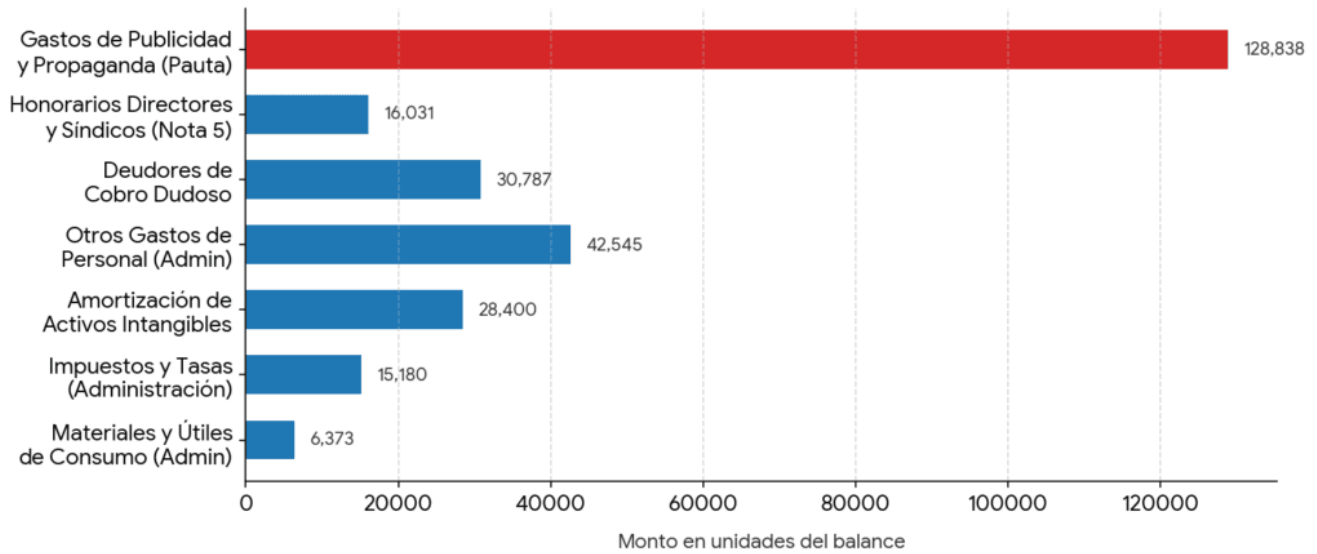


El CEO de YPF, Horacio Marín junto al presidente de la Nación, Javier Milei.

Los gastos de la compañía con mayoría accionaria estatal y controlada por **Santiago Caputo**, contradice el lema de Milei «**No hay plata**» y el relato constante ultraderechista sobre la «austeridad» a la que debe ajustarse cada trabajador día a día.

Para ser más específicos y dimensionar que el presupuesto destinado a propaganda es una cifra desproporcionada dentro de la gestión institucional, se observa en el siguiente gráfico que la partida de **\$ 128.838 millones** que se gasta en publicidad y propaganda, es ocho veces mayor que la suma de todos los honorarios y retribuciones devengados por los directores y síndicos de YPF: **\$ 16.031 millones**. Y si se compara al presupuesto de «**Materiales y útiles de consumo**» en el área de Administración donde el presupuesto llega a **\$ 6.373 millones**; la diferencia con lo gastado en publicidad y propaganda de YPF con operadores y medios afines se multiplica por 20.

El Gasto en Publicidad Duplica o Triplica a Rubros Clave de la Estructura Institucional (2025)



Balance YPF 2025.

Que el gobernador Axel Kicillof destine millones para publicitar sus acciones de gobierno en una permanente campaña electoral pagada con fondos públicos es parte de las criticables reglas del juego democrático en la que participan intendentes y gobernadores desde Ushuaia a La Quiaca de todos los signos políticos.

Pero si el presupuesto en comunicación se sostiene y se recortan partidas para alimentar a los sectores más vulnerables de la sociedad, el blindaje mediático nada tiene que envidiar a las políticas implementadas por la **Casa Rosada**; por más que los medios que reciben la pauta bonaerense se autoperciban progresistas.-