A lo Milei, Llaryora destinó $ 37.000 millones para blindaje mediático y las milicias digitales de Cerimedo y Seita

Category: cordobesismo,Nueva Investigación
escrito por Redacción STDP | 01/09/2026

La detención en **Bolivia** de **Fernando Cerimedo**, el operador ultraderechista en redes, asesor de **Javier Milei** y accionista del pasquín **La Derecha Diario**; acusado de mandar a asesinar a su pareja, la abogada boliviana **Nadia Beller,** reavivó la problemática para el sistema democrático de la proliferación de granjas de trolls como mecanismo para incidir en la opinión pública y los votantes.

Por caso, según el **Portal de Transparencia** del **Gobierno de Córdoba**, la administración **Llaryora** le pagó entre **2025 y 2026** más de $ 70 millones a **Madero Media Group SRL**, la firma controlada por el ahora detenido Fernando Cerimedo por

servicios de servidores automatizados diseñados para replicar narrativas favorables al gobierno provincial.

Cerimedo, el super troll de Bolsonaro y Milei y su offshore típica de la casta

Partida en Publicidad y Propaganda del Gobierno de la Provincia de Córdoba

Enero - Octubre 2025. Todos los programas. Ordenado por acumulado por razón social.

Fuente: Portal de Transparencia

Search: madero

Ejecución	Razón social	Importe ($)
2025	MADERO MEDIA GROUP	6,000,000

Previous 1 Next

Partida en Publicidad y Propaganda del Gobierno de la Provincia de Córdoba – 2025. Fuente: Portal de Transparencia

En 2025 el gobierno de **Martín Llaryora** contrató pauta publicitaria por **$ 6 millones** para Madero Group, la empresa que explota el pasquín **La Derecha Diario**; mientras que en 2026 la cifra se multiplicó más de diez veces, llegando a los **$ 64,7 millones.** El operador **Javier Negre**, socio de **Cerimedo** en la versión siglo 21 de **El Caudillo**, salió velozmente a despegarse de su socio y compañero de militancia. Asegurando que el operador mileísta detenido en Bolivia, le había vendido su porcentaje antes de caer preso cuando intentaba fugarse. Una noticia falsa como todas las publicadas por el libelo.

Javier Milei y Martín Llaryora

Mientras que para 2026, la red **Ruido** informó que el Gobierno de Córdoba multiplicó por diez el financiamiento a las milicias digitales de **Cerimedo Negre**, desembolsando $ 64,7 millones a través de tres organismos del Estado: la **Agencia Córdoba Turismo** que dirige el ex macrista **Darío Capitani,** financió a la extrema derecha a través de publicidad en **La Derecha Diario** con seis pagos que oscilan entre los **$ 2,5 millones** y los **$ 10 millones,** según los comprobantes 92, 114, 116, 135, 142 y 243 publicados por el Portal de Transparencia; el **Ministerio de Comunicación**, con dos facturas por **$ 3.990.000** cada una; y **Gastos Generales de la Administración**, con otra factura por **$ 3.990.000**. El último pago de la Agencia de Turismo se realizó el 3 de agosto pasado.

Cerimedo detenido en Bolivia cuando intentaba fugarse hacia Argentina.

A raíz de esta publicación, el legislador del PRO, **Oscar Agost Carreño** presentó un pedido de informes para conocer si los servicios del operador **Fernando Cerimedo** contratados por la Provincia de Córdoba *"incluyen granjas de bots, servicios de trolls, campañas de desprestigio o publicidad digital con fines políticos"*.

47473/R/26

Legislatura Córdoba

LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA RESUELVE

Dirigirse al Poder Ejecutivo para que, a través del Ministerio de Comunicación, la Agencia Córdoba Turismo, la Secretaría General de la Gobernación y los demás organismos que correspondan, en cumplimiento del art. 102 de la Constitución Provincial, informe a esta Legislatura, en un plazo de diez (10) días, de manera detallada, respecto de las contrataciones, órdenes de compra, servicios, campañas de comunicación, publicidad oficial, servicios de marketing y estrategia digital y pagos efectuados durante los ejercicios 2025 y 2026 a favor de Madero Media Group y/o de las personas físicas o jurídicas que integren o se encuentren vinculadas a dicho grupo empresario.

En particular, se requiere informe:

1. Contrataciones y pagos efectuados:

a. Detalle de todas las contrataciones efectuadas durante los ejercicios 2025 y 2026 a favor de Madero Media Group, indicando organismo contratante, expediente administrativo, objeto de la contratación, procedimiento utilizado, fecha de contratación, período de vigencia, monto contratado y monto efectivamente abonado.

b. Indique el total acumulado de fondos públicos abonados a Madero Media Group durante los ejercicios 2025 y 2026, discriminado por organismo, programa presupuestario, partida y fuente de financiamiento.

c. Informe si durante los ejercicios 2025 y 2026 se efectuaron pagos a empresas, sociedades, agencias, medios de comunicación o personas físicas vinculadas societaria, comercial o contractualmente con Madero Media Group, detallando razón social, CUIT, concepto, monto y organismo contratante.

d. Remita copia de las órdenes de compra, contratos, convenios, facturas, certificados de prestación, órdenes de pago, actos administrativos de autorización y demás documentación respaldatoria correspondiente a cada una de las contrataciones efectuadas.

2. Servicios contratados y publicidad oficial:

CORDOBESISMO: Sus vínculos con la represión ilegal y la "guerra sucia" de la dictadura
A lo Barrelier, un puntero del cordobesismo que asesora al afortunado legislador Flores imputado de pedofilia

La pauta madre

Pero el manejo de las milicias digitales y de las redes

sociales no es exclusividad de la extrema derecha, como queda expuesto con el caso de **Javier Negre** en España o **Fernando Cerimedo** en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia y otros países de América latina bajo las órdenes de **Brad Parscale**, un multimillonario que opera para **Donald Trump** y su movimiento **MAGA (Make America Great Again).**

Hace más de una década, en 2015, con la explosión de las redes sociales como forma de comunicar sin mediadores -una práctica que ya fascinaba hace un siglo al **Duce**, **Benito Mussolini** en el ascenso del fascismo en Italia de la posguerra de 1918- el aparato comunicacional del Gobierno de Córdoba mutó paulatinamente desde los medios tradicionales a las distintas plataformas.

Tres años después, a principios de 2018, cuando promediaba su segundo mandato, el gobernador **Juan Schiaretti** designó al joven y ascendente **Manuel Calvo**, como **secretario de Comunicaciones y Conectividad**, cargo que en lo formal dependía *"directamente del gobernador y tendrá por función avanzar en la incorporación, de manera progresiva, de la fibra óptica en todo el territorio provincial, como así también, la coordinación de la aplicación de la tecnología en todas las áreas del gobierno"*. Pero en la práctica fue el encargado de montar una red de propaganda en redes y plataformas digitales que pervive hasta la actualidad.

El Jefe de Gabinete Manuel Calvo ¡Pum para arriba! Y lo mismo VADIEG SA, la constructora de su amigo
La red offshore del caído "lobo" financiero Casas Arregui que salpica entre otros el exvicegobernador y ministro Calvo

El gobierno cordobés de **Martín Llaryora**, que tiene como jefe de Gabinete al mismo **Manuel Calvo** encargado hace casi una década del tendido de redes comunicacionales, utiliza muy bien el sistema de "billetera y látigo" como disciplinamiento de intendentes y jefes comunales; pero también en el universo mediático. Quienes se cuadran bajo el cordobesismo, son

premiados; en tanto aquellos que osen levantar voces críticas, son castigados.

Crece el escándalo del candidato a vice del PJ cordobés Calvo, el empresario que favoreció tiene una offshore con un ministro de Schiaretti
VIDEO EXCLUSIVO: Los negociados de Manuel Calvo, el candidato a vice gobernador de Schiaretti, con su amigo del alma Diego Vitali

La **Ley N° 24.156** establece que la Publicidad Oficial es un recurso público para garantizar el derecho a la información de la ciudadanía sobre políticas y servicios generales. Sin embargo, en Córdoba la distribución es asimétrica y discrecional.

De un presupuesto total ejecutado de **$ 37.000 millones**, la mitad se concentró en un selecto grupo de beneficiarios. El **50% de los fondos, $ 18.500 millones** fue destinado a sólo **33 proveedores**. De los cuales apenas nueve son medios de comunicación tradicionales; mientras que los 24 restantes pertenecen a productoras, consultoras y agencias de publicidad. En un contraste rotundo que expone la asimetría de la distribución, el **50% restante** del presupuesto se fragmentó entre un universo masivo de **1.472 medios y comunicadores**.

En el presente informe queda expuesta la desigualdad en la distribución de los dineros públicos entre los grupos concentrados y los medios autogestivos e independientes. El selecto club de las nueve empresas de medios tradicionales que acapararon el financiamiento está integrado por:

- **Telecor (El Doce):** $ 1.831 millones.
- **Televisión Federal S.A. (Telefé):** $ 1.142 millones.
- **Radiodifusora del Centro (Cadena 3):** $ 1.073 millones.
- **La Voz del Interior:** $ 776 millones.
- **América TV:** $ 561 millones.
- **Imperio Televisión (Canal 13 Río Cuarto):** $ 479

millones.
- **Radio Mitre:** $ 352 millones.
- **MTV Networks:** $ 350 millones.
- **Editorial Perfil:** $ 211 millones.

Cordobesismo: Mirando por Sí o No al 2027, Llaryora trata de armar su Poder Judicial propio

El submundo de las consultoras y el blindaje societario

En tanto que el dinero restante del "top 33" fluye hacia firmas vinculadas a la consultoría electoral y de imagen:

-LUPAS S.A. (CUIT 33-71686584-9) y CONECTAR S.R.L.: Concentraron cerca de $ 680 millones. Sus integrantes comparten vínculos comerciales dedicados al marketing político. En el caso de Lupas S.A., percibió de forma directa más de $ 131 millones.

-SMART CONSUMER S.A. y SMART DATA: Recibieron $ 500 millones, según Ruido, la red de periodistas que analiza el acceso a la información, publicidad oficial, dependencia mediática de gobiernos y fenómenos digitales. Están manejadas por especialistas que prestan servicios de comunicación electoral para administraciones provinciales y nacionales.

-Agencias Porteñas: Firmas como FBR S.A. y ADYOUWISH S.R.L., radicadas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) o el Area Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), también recibieron fondos cordobeses a pesar de estar fuera de la jurisdicción.

-Agencia Córdoba Turismo: Mientras los sectores productivos se contraen, esta agencia manejada por el **ex macrista Darío Capitani** destinó la friolera de $ 8.109 millones exclusivamente para el rubro "Asesores y Consultores".

Para evitar el control institucional, debido a que la oposición controla el Tribunal de Cuentas de la Provincia,

desde diciembre de 2023 el Gobierno de Córdoba transformó las agencias públicas en **Sociedades Anónimas Unipersonales (S.A.U.)** o **Sociedades de Economía Mixta (S.E.M.).** Con este blindaje jurídico implementado por el gobernador **Martín Llaryora**, el Tribunal de Cuentas queda impedido de auditar el destino posterior del gasto y las subcontrataciones, sepultando el acceso a la información pública, según consignó Red Ruido.

Desenmascarando el Presupuesto 2025

Los expedientes oficiales del Tribunal de Cuentas Provincia de Córdoba permiten trazar la línea de tiempo del financiamiento de la pauta publicitaria oficial a lo largo del año. Los desembolsos escalaron de forma constante mes a mes:

—**Enero:** Apertura presupuestaria con el Expediente 0885-20997/24 por un total de **$ 6.635.816.500**.

-Abril: Salto en las erogaciones mediante el Expediente 0885-211278/25 por $ **9.134.447.000**.

-Julio: Mes de máxima duplicación con dos expedientes simultáneos:

-Expediente 0885-213361/25: **$ 9.392.294**

-Expediente 0885-213830/25: **$ 60.000.000**

-Agosto: Continuidad del flujo con el Expediente 0885-214361/25 por $ 591.700.000.

-Septiembre: Doble facturación complementaria:

Expediente 0885-214876: **$ 467.242.000**

Expediente 215425/25: **$ 298.188.000**

-Octubre: Inyección de fondos preelectorales bajo el Expediente 215922/25 por **$ 1.317.780.000**.

-Noviembre: Cierre del circuito auditado con el Expediente 0885-216734 por $ 2.500.000.000.

El gasto destinado de forma directa a sostener el aparato de difusión oficial rozó los $ **30.500.000.000**. A la par, el Tribunal de Cuentas detectó anomalías severas, como el pago a proveedores fantasmas, como **Impulso Creativo**, o firmas creadas apenas 19 días antes de recibir las transferencias del Estado.

Objeto del Gasto: 3090000-Publicidad y Propaganda

JURISDICCIÓN	PRESUPUESTO VIGENTE	DEVENGADO	PAGADO
109 - Ministerio De Ambiente Y Economía Circular	$ 410.000	$ 405.000	$ 405.000
113 - Ministerio De Vinculación Comunitaria	$ 18.896.360.000	$ 12.452.201.875	$ 11.836.392.457
115 - Ministerio De Economía Y Gestión Pública	$ 267.000	$ 0	$ 0
140 - Ministerio De Justicia Y Trabajo	$ 5.746.000	$ 5.745.045	$ 5.745.045
145 - Ministerio De Salud	$ 6.514.000	$ 375.400	$ 375.400
155 - Ministerio De Infraestructura Y Servicios Públicos	$ 6.728.000	$ 4.442.912	$ 4.442.912
165 - Ministerio De Desarrollo Social Y Promoción Del Empleo	$ 400.000	$ 8.000	$ 8.000
170 - Gastos Generales De La Administración	$ 18.589.000.000	$ 12.553.701.627	$ 11.032.325.545
175 - Ministerio De Seguridad	$ 82.000	$ 0	$ 0
200 - Poder Legislativo	$ 87.950.000	$ 87.230.000	$ 81.473.490
Totales:	**$ 37.983.008.000**	**$ 25.470.609.288**	**$ 23.290.437.670**

Página 1 de 2 10 Vista 1 - 10 de 13

Presupuesto vigente 2025 para el ítem Publicidad y Propaganda

La caja de Córdoba Turismo

La **Agencia Córdoba Turismo** que comanda **Darío Capitani**, un ex macrista devenido cordobesista, opera como un laboratorio de ingeniería presupuestaria y contrataciones que no deben ser auditadas por el Tribunal de Cuentas de la Provincia. Por lo que la promoción turística se convierte en la práctica en una caja para financiar la política a través de tres mecanismos:

-El rubro de los «Servicios No Personales»: De un presupuesto global que supera los $ 66.301 millones para entes descentralizados, la Agencia destina el 88,1% a la partida imprecisa de «Servicios No Personales». Dentro de este rubro, **$ 8.109 millones** se asignan exclusivamente a «Asesores y Consultores». Una caja para el arbitraje político que triplica la inversión real en infraestructura turística provincial.

-El blindaje de la S.A.U.: Al estar constituida como Sociedad Anónima Unipersonal (S.A.U.), el organismo elude las licitaciones públicas del Estado provincial; y mediante

“Contrataciones Directas por Especialidad” y “Compulsas Abreviadas”, adjudica pauta digital y eventos de forma discrecional. El Tribunal de Cuentas, como no tiene jurisdicción sobre las agencias, por ser entes autárquicos, sólo valida la transferencia macro a la S.A.U.; quedando sin potestad de controlar las subcontrataciones posteriores.

-Gasto por habitante y marca personal: Organizaciones de transparencia señalan que programas como «Verano Córdoba» violan el Artículo 42 de la Ley de Ética Pública al financiar la instalación de la marca de gestión del gobernador **Martín Llaryora**. Córdoba registra un gasto en pauta de $ **860 por habitante, frente a una media nacional de $ 184**, superando incluso a distritos de alta densidad turística como Tierra del Fuego.

Darío Capitani maneja discrecionalmente la caja de la Agencia Córdoba Turismo.

El flujo de fondos evidencia el financiamiento a agencias de marketing digital y analítica de datos enfocadas en redes sociales. La sospecha apunta a los pagos indirectos de estructuras digitales destinadas a inflar métricas oficiales y mitigar críticas en portales locales.

La promiscuidad de los directorios mixtos

Las identidades y vinculaciones de los principales **directores privados** que integran las autoridades de la Agencia Córdoba Turismo consolidan la alianza estratégica entre el sector corporativo concentrado y los fondos públicos. Que opera con un Directorio mixto, con preponderancia del sector privado en las decisiones sobre el uso de los fondos:

-Laura Virginia Rivera (Directora por el Sector Privado): Representante de las cinco filiales de la **Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA)** en la Región Centro; asegura que las millonarias campañas de promoción subvencionadas por la Agencia Córdoba Turismo prioricen la demanda de las grandes cadenas hoteleras asociadas a su corporación.

-Enrique Finocchietti (Director por el Sector Privado): Integrante orgánico de la **Cámara de Turismo de Córdoba**, que nuclea a empresas de servicios, transporte y operadores de viaje privados. Actúa como puente político con la presidencia de la Agencia y asegura que los fondos destinados a las ferias internacionales como "Visite Córdoba", se estructuren bajo esquemas que beneficien las misiones comerciales de las firmas asociadas a su cámara.

-Gustavo Peralta (Director por el Sector Privado): Comparte la representación orgánica de la **Cámara de Turismo de Córdoba**. Monitorea las mesas de decisión donde se definen las partidas presupuestarias orientadas a la captación del mercado corporativo "Turismo de Reuniones y Congresos".

-Dr. Ariel Pablo Castoldi y Dr. Héctor Dante Colombo (Síndicos del Sector Privado): Tienen a su cargo la validación legal de los balances fiscales internos y los contratos firmados por la S.E.M. / S.A.U. Colombo destaca además por su trayectoria política institucional como ex intendente de Villa Allende. Su participación técnica garantiza que el flujo de los fondos públicos no encuentre trabas u oposiciones legales desde el

ámbito privado corporativo.

Este esquema expone la raíz de la asimetría presupuestaria: los directores privados, que defienden los intereses comerciales de hoteles, transporte y grandes agencias, inciden de manera directa sobre un presupuesto financiado por los contribuyentes. Al estar la estructura jurídica resguardada bajo la figura de una **S.A.U. / S.E.M.**, estos representantes validan las contrataciones directas "blindadas", imposibilitando que las cooperativas de turismo o los pequeños prestadores alternativos del interior provincial accedan de manera equitativa a los recursos públicos.

Resoluciones internas y subsidios discrecionales

Al analizar las resoluciones internas, actas de directorio y transferencias presupuestarias de la **Agencia Córdoba Turismo S.A.U. / S.E.M.** destinadas a las cámaras empresarias durante el ejercicio actual de **2026**, se desglosa un aceitado mecanismo de *«Aportes No Reintegrables»* (subsidios directos) y convenios de cofinanciamiento que consolidan el traspaso de fondos públicos hacia las entidades representadas por sus propios directores privados. Las resoluciones vigentes bajo la actual presidencia de **Darío Capitani** exponen la distribución de recursos bajo tres grandes líneas de subsidios institucionales:

1) Resoluciones por «Eventos Específicos» y Co-Organización: El mecanismo más utilizado para el desvío legal de fondos son los convenios para eventos de promoción nacional mixta, donde la Agencia cubre los costos operativos y de logística de las cámaras.

-La Matriz de «Turismo en Acción 5»: Presentado oficialmente de manera conjunta por el presidente de la Cámara de Turismo de la Provincia de Córdoba, **Gustavo Peralta**, y las autoridades de la Agencia, este programa actúa como pantalla para subsidiar de forma directa las rondas de negocios

corporativas. El Estado asume el financiamiento técnico, el armado de stands y la infraestructura de comercialización del evento, tercerizando su ejecución de forma directa en las firmas ligadas a la Cámara y a **FEHGRA**.

-El Torneo Federal de Chefs: Mediante resolución interna del Directorio, se aprobaron aportes financieros complementarios no reintegrables para las filiales cordobesas de FEHGRA bajo el concepto de ***«fomento a la identidad gastronómica regional»***, cubriendo pasajes, viáticos y el patrocinio exclusivo de sus certámenes privados.

2) El Desvío de Fondos para "Capacitación Continua": Tras la decisión del Gobierno Nacional de eliminar los aportes obligatorios de comercios hacia las cámaras patronales para sus gastos de estructura, la gobernación de **Martín Llaryora** salió al rescate financiero del sector privado a través de convenios de capacitación cofinanciados.

-A través de resoluciones complementarias con la **Asociación Cordobesa de Agencias de Viajes (ACAV)** y los diversos Bureaus de Congresos, la Agencia inyecta partidas de subsidios destinadas a "procesos de modernización digital" y "formación técnica".

—Aunque los fondos se liquidan formalmente bajo el concepto de beneficios para prestadores y estudiantes, los portales de transparencia revelan el verdadero circuito del dinero: las cámaras sectoriales los asignan mediante contratación directa a agencias de marketing digital y consultoras políticas para financiar su propio posicionamiento corporativo.

3) Subsidios de Exclusividad Territorial: el caso de las Villas Turísticas: Las resoluciones del directorio mixto permiten también la transferencia de recursos con fines de delegación de gestión pública hacia manos privadas.

—El caso testigo durante este período es el convenio sellado entre la **Agencia Córdoba Turismo**, la **Municipalidad de Villa**

Carlos Paz y la **Cámara de Turismo de Villa Carlos Paz**. Mediante este instrumento legal, la Agencia subsidió y reabrió espacios icónicos de información turística y promoción regional para que queden bajo la **administración directa y usufructo comercial de la propia cámara empresaria local.** Financiando la infraestructura pública para el beneficio del catálogo de hoteles y operadores asociados. El ex titular de la Agencia Córdoba Turismo entre diciembre de 2019 y mayo de 2023 fue **Esteban Avilés**, actual intendente de Villa Carlos Paz.

4) La Impunidad del Retorno Presupuestario

Estas resoluciones al estar amparadas bajo el blindaje jurídico de la Sociedad Anónima Unipersonal (S.A.U.), configuran una flagrante incompatibilidad de intereses. Los directores privados que se sientan a votar las resoluciones presupuestarias dentro de la Agencia son, al mismo tiempo, las **máximas autoridades de las cámaras que reciben los subsidios** o que **designan a los proveedores** de marketing y servicios promocionales beneficiados por los fondos públicos.

Dado que el Tribunal de Cuentas provincial carece de facultades para auditar el circuito interno de las **S.A.U.** una vez transferido el fondo presupuestado, el destino final de estas resoluciones y los retornos a consultoras políticas quedan sepultados en la opacidad de un esquema diseñado para el beneficio mutuo del cordobesismo gobernante y sus socios comerciales.

Guillermo Seita, ¿el hombre detrás de los trolls?

Detrás de las milicias digitales que copan las pantallas operan estructuras de hostigamiento financiadas de forma indirecta o sospechada, como por ejemplo el **Grupo Dentsu (Iprospect y Carat)** que percibió ingresos por **$ 2.625 millones** bajo el concepto genérico de *"estrategia digital".*

En las facturas publicadas en el Portal de Transparencia

provincial no se especifican las tareas ni las entregas reales. De estas partidas se sospecha el financiamiento de miles de cuentas automatizadas creadas para atacar a periodistas de investigación como Lázaro Llorens y Hugo Alconada Mon. Ambos profesionales fueron amenazados de muerte junto a sus familias.

Guillermo Seita, como jugador de billar, opera a varias bandas.

Reportes de inteligencia comercial apuntan a que la operatoria principal de estas granjas de trolls responde al consultor **Guillermo Seita**, dueño de entre otras empresas de la encuestadora **Management & Fit** y operador todoterreno.

Ex secretario de Medios del menemismo, **Guillermo Seita** diseñó la matriz de comunicación del cordobesismo junto a **José Manuel de la Sota** y **Juan Schiaretti.** Fue él, desde el tercer piso de la calle Piedras al 1.700, donde está ubicada la redacción del diario **Clarín** en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), quién ofició de intermediario para asegurar que el **Grupo Clarín** operara a favor de **Juan Schiaretti** en las polémicas elecciones del 2 de septiembre de 2007, donde “El Gringo” se impuso como gobernador frente a **Luis Juez.**

En esa época, un transversal kirchnerista que ante la caída del centro de cómputos durante largas horas, **denunció fraude** y exigió que se abrieran las urnas para contarlas voto a voto. La ya jubilada jueza Electoral, **Marta Vidal**, se negó a abrir las urnas y contar voto a voto, como exigía el líder opositor. Se conformó con leer las actas de los presidentes de mesa.

Pero Seita no sólo opera para el cordobesismo, sino es como la **Hidra de Lerna**, opera para todos y a la vez. Él mismo confió a la revista **Noticias** que en 2015 operó con su consultora para las candidaturas presidenciales de ese año de **Mauricio Macri, Daniel Scioli y Sergio Massa.**

Fue el **"Gringo" Schiaretti**, quién le abrió las puertas a **Seita** para que operara a favor de otros políticos del centro derecha como sus colegas de **Santa Fe**, el peronista **Omar Perotti** y luego el radical **Maximiliano Pullaro**; el ex macrista porteño **Horacio Rodríguez Larreta**; los macristas **Ignacio "Nacho" Torres**, de **Chubut**; y la bonaerense **María Eugenia Vidal**; los radicales **Facundo Manes y Martín Lousteau;** su socio en **Alternativa Federal** y **Encuentro Federal, Miguel Pichetto.**

Febrero de 2024, reunión del Gabinete de Maximiliano Pullaro: Larreta y Seita llegaron a Rosario en el mismo avión.

Seita, apodado por el ahora senador mileísta **Luis Juez** como “paseador de perros”, también asesoró a kirchneristas como el gobernador fueguino **Gustavo Melella**; o el ex ministro del Interior del gobierno de **Alberto Fernández**, el camporista **Eduardo «Wado» de Pedro**; además del cortesano **Ricardo Lorenzetti;** y al **Rectorado de la Universidad de Buenos Aires (UBA)**; lo que se dice un titiritero del poder.

Cavallista durante el menemato, al igual que **Schiaretti**, **Seita** jugó fuerte en 2007, principalmente con los coroneles del diario **Clarín**, **Ricardo Kirschbaum** y **Ricardo Roa**; para imponer que en Córdoba no hubo fraude y que los polémicos comicios del 2 de septiembre de ese año fueron ganados en buena ley por la alianza entre el delasotismo y el kirchnerismo. Cuyo armador fue el inefable **Ricardo Jaime**, ex ministro de Educación de **De la Sota** y secretario de Transportes de **Néstor Kirchner**. Quien purga actualmente diversas condenas a prisión por su desempeño

como tal.

Por esa razón, como revela la red **Ruido**, durante los mandatos de **“El Gringo”**, **Seita** centralizó las partidas destinadas a posicionar el «modelo cordobés» a nivel nacional a través de cuatro firmas controladas o vinculadas a su estructura que absorbieron cientos de millones bajo el concepto genérico de ***«estudios de mercado y pauta»***:

-Smart Consumer S.A.: Operadora central de marketing y analítica. Solo esta firma **facturó** $ 179,6 millones de la época, equivalentes a más de **$ 1.600 millones** actuales.

-Management & Fit: Consultora encargada del monitoreo de imagen y opinión pública.

-Tutatis S.A. y Wam S.A.: Productoras utilizadas como terminales para la triangulación de pauta oficial.

En agosto de 2022, **Seita** quedó involucrado en un escándalo, luego desmentido, cuando el analista y periodista **Carlos Pagni** reveló en su columna del jueves 17 de agosto en el diario **La Nación** que “el paseador de perros” habría utilizado un avión oficial del **Gobierno de Córdoba** para viajar desde Buenos Aires a La Docta.

Posteo en Instagram de Ivonne Cikurel, esposa de Guillermo Seita, con la aeronave oficial de Córdoba, de fondo.

Todo comenzó cuando la esposa de Seita, **Ivonne Cikurel**, publicó en **Instagram** una imagen de la pareja en el aeropuerto **Ambrosio Taravella** de Córdoba, con una aeronave detrás con la inscripción ‘Provincia de Córdoba’: *“Seita expuso a su amigo Schiaretti a algún inconveniente en las últimas horas, cuando su esposa, **Ivonne Cikurel**, publicó una foto de la pareja con el avión oficial de la provincia a sus espaldas. El retrato integra una serie en la que aparecen lindísimas fotos de todo*

un vuelo. En casa de herrero…: Seita vive de administrar imágenes"; publicó **Pagni** y causó un verdadero terremoto mediterráneo.

La alianza con Prosumia y el Big Data

El salto cualitativo de **Seita** se consolidó mediante su asociación estratégica con **Gastón Douek**, conocido en el mundo donde convergen la política y las redes sociales, como *"el señor de los trolls"*.

A través de **Smart Consumer S.A.** y su filial tecnológica, **Prosumia**, desarrollaron plataformas de segmentación psicográfica y perfiles de usuarios. Este software, financiado de forma sistemática por el Gobierno de Córdoba, recolectó datos ciudadanos para tres fines específicos: alimentar campañas electorales dirigidas, contener crisis institucionales y activar esquemas de amplificación digital programada.

Pero **Douek** es más que "el señor de los trolls"; apenas **24 horas antes de las elecciones** presidenciales del 23 de octubre de 2023; **Ricardo Roa**, número 2 del diario Clarín, le dedicó la columna ***"Antes de ir a votar, una visita por las cloacas de las redes con el escrachador escrachado"***, donde le dedica, entre otras cosas*: "Decirle escraches a lo que hace Gastón Douek es casi un piropo. El tipo cobra, y cobra muy bien, como **sicario en las redes**. Maneja miles de cuentas falsas, espía y enloda gente con todas las maldades y porquerías que uno pueda imaginar, y no imaginar. Y para eso **dispone de bases de datos oficiales, que nadie sabe cómo ha conseguido acumular".***

Roa describió que Douek y su socio uruguayo **Carlos Ibáñez** recibieron más de un millón de euros para mejorar la imagen del presidente del **Barcelona FC**, **Josep Bartomeu**. Quién temía no poder renovar su mandato y en su maliciosa estrategia, contrató a los dos sudamericanos para instalar una campaña

falsa y maliciosa diciendo que el popular **DT Pep Guardiola** estaba en contra del club y que los jugadores, entre ellos **Lionel Messi**, iban a menos.

La operación, conocida como **Barcagate**, fue denunciada por socios y así la Justicia determinó que **Douek** y su socio **Ibáñez** actuaron a través de la firma **13 Ventures**, pero triangularon los pagos con cinco firmas pertenecientes al **Grupo Nicestream**, domiciliadas en el boulevar Camacuá 413 de Olivos, en la provincia de Buenos Aires. Por el fraude con la facturación a través de triangulaciones, **Josep Bartomeu** terminó preso; y para evitar ser expulsado del **Barça**, terminó renunciando.

El operador Gastón Douek, socio de Guillermo Seita

Propio de la moral de la extrema derecha del siglo 21, **Douek** le confesó al periodista **Alconada Mon** en **La Nación**, que una operación sucia de trolls en México para beneficiar al vetusto **Partido Revolucionario Institucional (PRI)** había sido obra suya: *"En un solo día, Twitter nos bajó 48.000 cuentas. Teníamos 150.000"*. Douek arma y desarma dominios para evitar ser monitoreado, convertido en un personaje kafkiano por las

cloacas de la Web.

Seita abrió las puertas para que **Douek** montara las operaciones al servicio del mejor postor. Ya sea el cordobés **Schiaretti**, o los porteños **Horacio Rodríguez Larreta**, **Emiliano Yacobitti** y **Martín Lousteau**.

Surfista de las cloacas, **Douek** quedó expuesto en las redes y bebió de su propia medicina en un video de sólo 19 segundos de duración, cuando su exesposa **María Laura** lo increpó en el restaurante Kansas de San Isidro, mientras el zar de los trolls seducía a una joven: *"Hijo de puta, ridículo, puto ¿te contó las veces que me pegó? ¿le contaste vos quién es o le estás vendiendo mierda?"*. El video rápidamente se viralizó y Douek quedó expuesto en la superficie.

https://stripteasedelpoder.com/wp-content/uploads/2026/09/Cacheteo-al-ex-marido.mp4

Reconfiguración y expansión transprovincial

Surfista de las cloacas, Douek quedó expuesto en las redes y bebió de su propia medicina en un video de sólo 19 segundos de duración, cuando su ex esposa María Laura lo increpó en el restaurante Kansas de San Isidro, mientras el zar de los trolls seducía a una joven***: "Hijo de puta, ridículo, puto ¿te contó las veces que me pegó? ¿le contaste vos quién es o le estás vendiendo mierda?".*** El video rápidamente se viralizó y Douek quedó expuesto en la superficie.

Con la llegada de **Martín Llaryora** al Centro Cívico en 2023, el holding de **Seita** cedió espacio en la pauta tradicional cordobesa ante firmas como **Dentsu** y **Madero Group**. En esta transición, **Smart Consumer S.A.** retuvo contratos directos con la provincia por $ 349 millones.

Sin embargo, el modelo cordobés fue exportado. Seita aplicó la misma matriz contractual para convertirse en el estratega de la liga de gobernadores "Provincias Unidas":

-Santa Fe: Bajo la gestión del radical **Maximiliano Pullaro**, **Smart Consumer S.A.** absorbió cerca de $ 450 millones en campaña.

-Chubut: Con el macrista **Ignacio Torres**, **Prosumia** selló convenios superiores a los $ 4.000 millones bajo la categoría de consultoría de información.

El esquema replica idénticos conceptos de contratación en las provincias de Jujuy, con el radical **Carlos Sadir;** y Santa Cruz, con el peronista de derecha **Claudio Vidal**.

La milicia paraestatal de Cerimedo y Madero Group

El entramado corporativo de **Madero Group SRL**, el mismo al que el gobierno cordobés de **Martín Llaryora** le pagó unos $ 70 millones entre 2025 y 2026, revela conexiones directas con la estructura del gobierno ultraderechista de **La Libertad Avanza**, consolidando un esquema en el que los fondos públicos sostienen milicias digitales pagas.

La versión oficial dice que en septiembre de 2019, **Juan Pablo Carreira** y **Ezequiel Acuña** lanzaronn en la red **Twitter** la cuenta **La Derecha Diario**, como parte de lo que posteriormente se transformarían en milicias digitales de la Casa Rosada. **Carreira** y **Acuña**, detrás de las pantallas actuaban bajo sus nombres de fantasía **Juan Doe** o **@jdoedoe101101**; y **@elpasanteok**.

Lo que parecía la acción de dos lobos solitarios -como **"los Copitos" Fernando Sabag Montiel** y **Brenda Uliarte**, condenados a 14 y 8 años de prisión por el intento de magnicidio de la vicepresidenta **Cristina Fernández de Kirchner** el 1 de septiembre de 2022- que militaban ideas ultraderechistas en Twitter, sólo fue una pantalla para el armado de un aparato comunicacional de la esa índole orquestado por el estadounidense trumpista **Brad Parscale**, que tuvo como actor central al ahora detenido **Fernando Cerimedo**.

En tanto, **Madero Media Group** se creó en 2021 como un holding de empresas, sitios web y una radio, donde los socios principales son el argentino **Cerimedo** y el español **Negre**. Hasta 2024, la ¿esposa? de **Cerimedo**, **Natalia Basil** ocupó el directorio, y tras su renuncia la reemplazó su marido.

Argentina fue parte fundamental del armado de la estructura comunicacional en redes sociales y sitios digitales de la ultraderecha continental, para influir en los procesos electorales de América latina y torcer el resultado electoral en al menos ocho de los 12 países donde se realizaron elecciones presidenciales o plebiscitos desde 2022 a la fecha.

En **Chile,** con estrategias de comunicación y campañas de desinformación favorables al Rechazo en el plebiscito de la constitución de 2022, y en el balotaje presidencial de diciembre de 2025; donde el pinochetista **José Antonio Kast** se impuso a la comunista **Jeannette Jara**, ganadora de la primera vuelta.

En **Brasil** se realizaron campañas de desestabilización y la **Policía Federal** brasileña realizó una profunda investigación

sobre el accionar de una *“milicia digital”* en el contexto del intento de golpe de Estado de enero de 2023. En **Ecuador** campañas contra la candidata presidencial izquierdista **Luisa González**, en los comicios de abril de 2025, donde se impuso el derechista ligado al narco **Daniel Noboa**

En **Bolivia**, donde fue detenido y asesoraba al presidente derechista **Rodrigo Paz**, operó para la primera vuelta electoral en agosto de 2025, y en el balotaje de octubre de ese año a través de su **Academia Numen**. Y en las elecciones generales de **Honduras** de noviembre de 2025, a favor del derechista **Nasry “Tito” Asfura**.

Ezequiel Acuña, cuando era empleado raso en Numen, la Academia de Cerimedo.

Cuando **Javier Milei** llegó a la **Casa Rosada**, recompensó a sus operadores digitales. Porque el funcionamiento de **Madero Media Group** se financia, principalmente, con aportes del Estado nacional, gracias a que sus directivos ocupan millonarios cargos gerenciales, no solo en sueldos, sino a nivel presupuestario.

-Natalia Basil: Ingeniera, pareja o ex pareja de **Cerimedo** y titular formal de la sociedad Madero Group SRL, fue nombrada directora de la **Agencia Nacional de Discapacidad (ANDIS)**. Precisamente el escándalo por las coimas y sobreprecios en ANDIS que reveló que **Karina Milei**, hermana del presidente, secretaria General de la Presidencia y jefa política de su hermano, cobraba coimas de 3% de las facturaciones para el área de discapacidad.

Luego del atentado e intento de femicidio contra la abogada boliviana **Nadia Beller**, ocurrido la noche del 17 de agosto por parte de sicarios presuntamente enviados por su ex pareja **Fernando Cerimedo**, no se sabe a ciencia cierta si **Basil** sigue siendo pareja o es ex pareja del operador de las redes de la ultraderecha latinoamericana.

Natalia Basil, pareja o ex pareja de Cerimedo, designada en ANDIS.

Internada en la clínica **Las Américas** de Santa Cruz de la Sierra, la víctima denunció ante los periodistas que **Cerimedo** le confesó que él y **Natalia Basil** habían filtrado los audios de **Diego Spagnuolo**, en los que se hablaba de sobornos y desvío de fondos *"para que el caso no quedara impune"* y *"para parar la corrupción de Milei y su hermana"*.

Cuando **Beller** cuestionó a **Basil** como “corrupta”, **Cerimedo** respondió que *“la corrupta era la hermana de Javier Milei”* y que los fondos desviados de discapacidad tenían ese destino. Afirmó tener grabaciones de esas conversaciones y que con la filtración se rompió la relación de **Cerimedo** con el entorno de **Milei**, al que describió como **“demasiado podrido”**.

A raíz del atentado, **Cerimedo** fue detenido en la madrugada del 18 de agosto por la Policía boliviana cuando intentaba fugarse desde el **aeropuerto internacional Viru Viru**, desde la misma Santa Cruz de la Sierra, mientras esperaba abordar un vuelo hacia Buenos Aires.

El juez **Wilson Espada** le dictó 180 días de prisión preventiva desde el 21 de agosto, en una audiencia de medidas cautelares en el Palacio de Justicia de Santa Cruz. Y dispuso su alojamiento penitenciario en el complejo carcelario **Centro de Rehabilitación Santa Cruz Palmasola**; en el Pabellón 6 de máxima seguridad dentro de esa cárcel.

Con **Cerimedo** preso, la Justicia de Bolivia realizó una serie de allanamientos en la ciudad de La Paz, donde secuestró dinero en efectivo -cerca de un millón de dólares entre la divisa estadounidense, euros y pesos bolivianos- y se desarticuló una *“mini granja de bots”* para administrar cuentas falsas en las redes.

-Juan Pablo Carreira («Juan Doe»): Socio fundador original de **Madero Group SRL**, cedió formalmente sus acciones antes de ser designado como titular de la **Dirección de Comunicación Digital del Poder Ejecutivo Nacional**.

Juan Pablo Carreira se hace llamar Juan Doe en las redes, socio de Cerimedo y funcionario de Milei.

-Ezequiel Ismael Acuña («@elpasante»): Con solo 23 años y cofundador de **Madero Group** y el portal ***La Derecha Diario***, fue contratado en la estructura de **Radio y Televisión Argentina (RTA S.E.)** bajo la dirección de **Eduardo González**. Acuña percibió contratos por **$10.5 millones** para la gestión de redes sociales, mientras los medios públicos ejecutaban despidos y retiros voluntarios. Posteriormente, fue promovido como Subgerente de Responsabilidad Social Empresaria en la estatal **Nucleoeléctrica Argentina** S.A. (NA-SA).

Ezequiel Ismael Acuña, twittero libertario y socio de Fernando Cerimedo en La Derecha Diario, también consiguió trabajo en el Estado

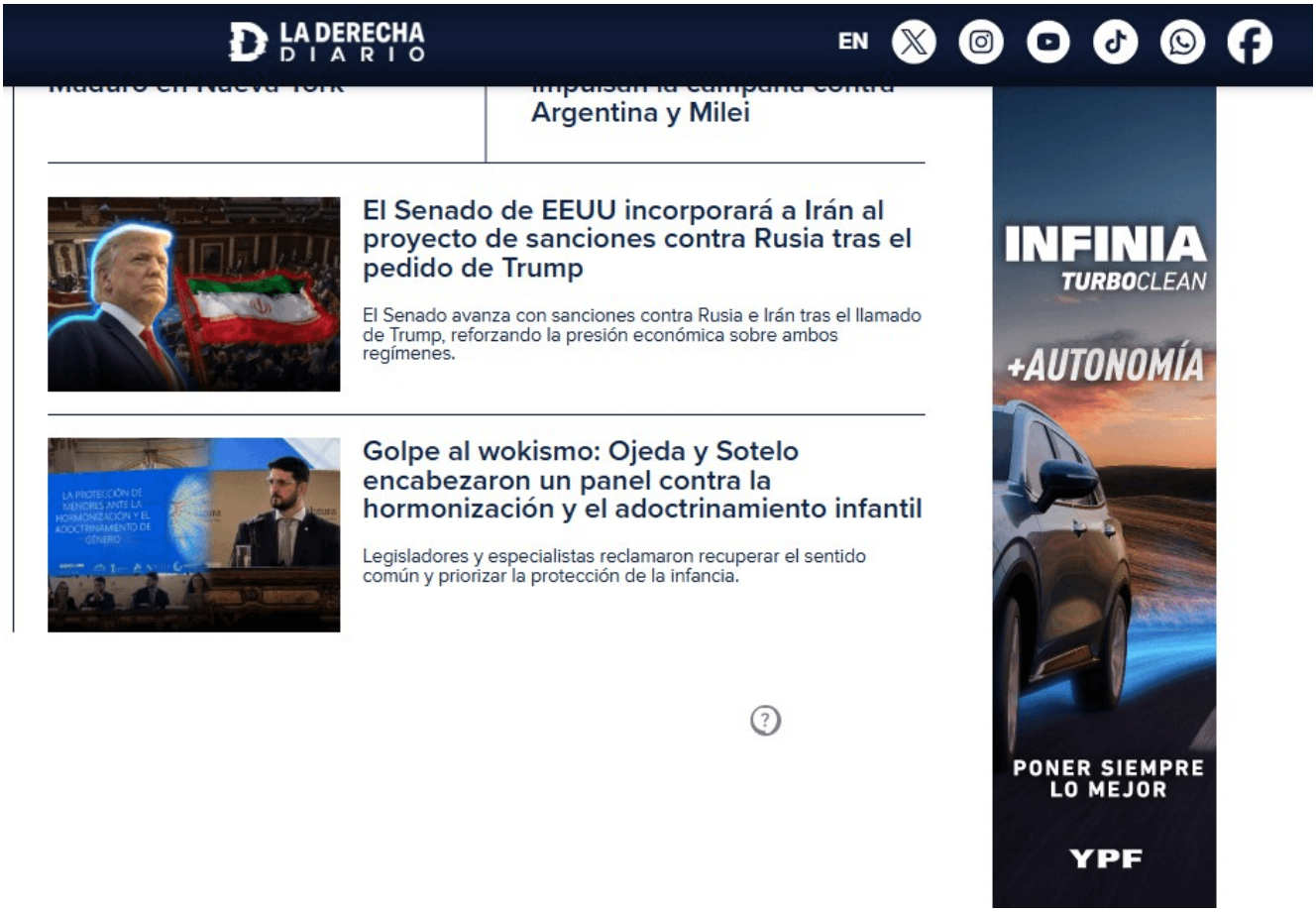
El “Estilo Negre”, noticias falsas con IA

El aparato de propaganda digital de **Madero Media Group** se internacionalizó cuando la dupla **Javier Negre** y **Fernando Cerimedo** instaló a **La Derecha Diario** como operadora de las campañas sucias de **Brad Parscale**, impulsor del **Make America Great Again.**

Fue **Negre** quien consiguió los fondos para que **La Derecha Diario** se expandiera por América, replicando el modelo de falsas noticias de los falangistas de Vox en España. Donde al socio de **Cerimedo** se lo conoce como “El Condenas”, debido a las múltiples sentencias en su contra por armar operaciones de prensa. **Negre** fue expulsado del diario conservador **El Mundo** luego de ser condenado penalmente por inventar y publicar una entrevista falsa a una víctima de violencia de género, violando su intimidad y utilizando fotos de sus redes sociales sin consentimiento (Contexto y Acción).

El español Javier Negre y Javier Milei en la Casa Rosada.

La relación principal entre la petrolera estatal **YPF** y el portal **La Derecha Diario** gira en torno al millonario financiamiento a través de la pauta oficial; que se puede observar en la página web de ese pasquín ultra.



Publicidad de la petrolera estatal en La Derecha Diario.

El holding de **Cerimedo Negre** se destaca por publicar campañas de desinformación utilizando groseramente las herramientas de la Inteligencia Artificial. Durante la pasada **Copa del Mundo 2026**, **La Derecha Diario** viralizó un video falso en el que suplantaron la voz del relator deportivo argentino **Nicolás Haase**.

El contenido manipulado falseó la transmisión del partido Francia vs Senegal, introduciendo comentarios de tinte racista y peyorativo como *«cero para Senegal»* y calificando de manera despectiva a ambos planteles como *«países africanos»*. El medio ultraderechista difundió la pieza en su cuenta oficial de la red social X bajo el rótulo de *«Basado»*, cosechando más de un millón de reproducciones antes de ser exhibida.

Mundial 2026: medios europeos reaccionaron a una fake news racista de un relator argentino hecho con IA.

El propio relator damnificado tuvo que salir a desmentir públicamente esa versión falsificada a través de sus canales de comunicación: *«En las últimas horas comenzó a circular un audio/video manipulado digitalmente en el que se me hace decir algo que jamás dije. Estoy absolutamente en contra del racismo, la discriminación y cualquier forma de agresión o violencia verbal. La mentira puede viralizarse rápido. La verdad sigue estando en el audio original».*

> *Después de una hermosa jornada de trabajo relatando Francia-Senegal y Argentina-Argelia, me encuentro con una situación que me entristece.*
>
> *En las últimas horas comenzó a circular un audio/video manipulado digitalmente en el que se me hace decir algo que jamás dije. No se trata…*
>
> *— Nicolás Haase (@haasenico)*

June 17, 2026

Este episodio expone la metodología sistemática de la ultraderecha financiada con dinero público: la creación de realidades paralelas, la difamación, y el uso de tecnologías de suplantación de identidad para sostener narrativas de polarización extrema. Mientras los estados provinciales y la Nación aplican ajustes estructurales sobre los servicios básicos de la población, las cajas negras de la pauta publicitaria **inmunizan la imagen de la dirigencia política gobernante** desde los aparatos de desinformación organizada.

Esta investigación sobre el manejo de la pauta por el Gobierno cordobés, para blindar lealtades de medios, consultoras y periodistas, revela que de un presupuesto de $ 37.000 millones, el Gobierno de Córdoba concentró $18.500 millones en un selecto grupo de 33 beneficiarios. El presupuesto en publicidad equivale a la inversión de 56 centros asistenciales como los construidos en barrio Parque Futura de esta Capital en marzo del año pasado, destinados a ser Centros de Acompañamiento Comunitario, con una superficie de 208 metros cuadrados.

Este esquema, que utiliza recursos públicos para financiar consultoras y estructuras digitales dedicadas al hostigamiento de voces críticas como **StripteasedelPoder.com**, cuyas cuentas en las redes sociales fueron banneadas, al igual que las del periodista **Lázaro Llorens**; destina millonarias partidas provinciales para financiar milicias digitales propias y del gobierno nacional de **La Libertad Avanza** a través del ahora detenido **Fernando Cerimedo**. Sin olvidar que los gobiernos de **Martín Llaryora** y **Javier Milei**, supuestamente antagónicos ideológicamente, comparten el mismo discurso: ***"No hay plata"***.-

CORDOBESISMO: Ciberacoso y censura contra Striptease del Poder y el dejá vu con la Dictadura y Milei