PAUTA OFICIAL CÓRDOBA 2026: gasto hasta octubre $30.000 millones y 24 firmas se quedaron con la mitad

Category: cordobesismo,Nueva Investigación
escrito por Redacción STDP | 14/11/2026



Hubo una época en que el actual **gobernador de Córdoba, Martín Llaryora**, aseveraba tener como rasgo de su gestión la transparencia de sus actos públicos, especificando las partidas y destinos de los fondos provinciales. Ese marketing lo había llevado adelante a través del **Portal de Transparencia**, una de las principales páginas oficiales empleada por las consultoras y los periodistas para realizar distintos análisis de datos, especialmente para detectar firmas y personas beneficiadas con los contratos del Estado.

Sin embargo, desde junio de 2026, esa página web dejó su transparencia sólo en el nombre; ya que por orden de **Guillermo Acosta** -ministro de Economía y Gestión Pública, integrante de

la mesa chica de San Francisco-, restringió el acceso a esos datos sobre los pagos efectuados a proveedores privados. Para eso, eliminó el link de "Master Consulta", que permitía acceder con filtros a todos los contratos que cada beneficiario tenía firmado con el Estado provincial.



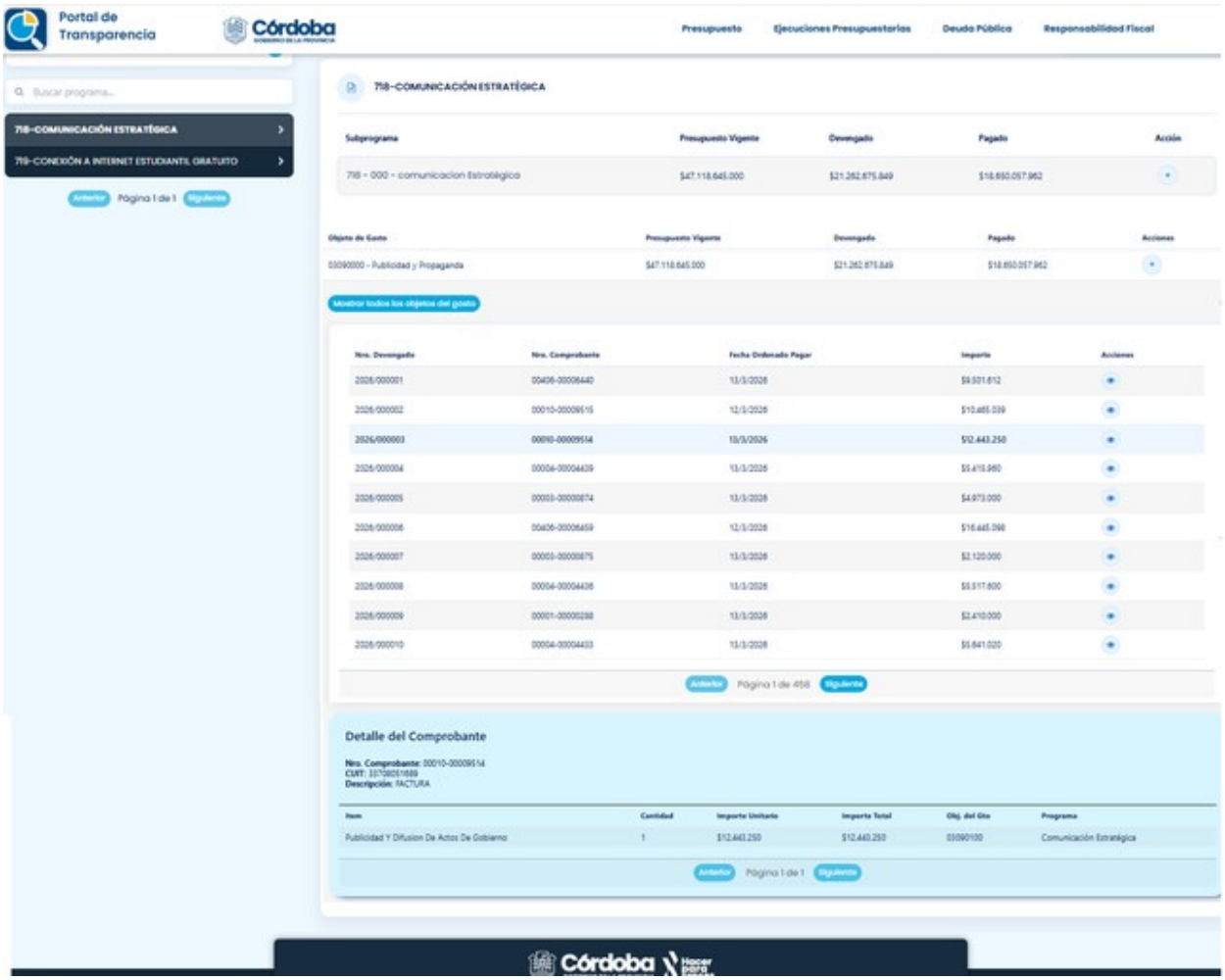
Guillermo Acosta: el lobbista financiero de Llaryora igual que Adorni "esta flojo de papeles"

A raíz de esa decisión del ministro **Acosta**, el **Portal de Transparencia** se dedicó a publicar informes convencionales de Economía, como recaudación de los impuestos o toma de deuda con acreedores internos y externos. Mientras que la seguidilla casi interminable de contratos con privados se despliega en una lista común, generando un trabajo sumamente engorroso para detectar y analizar los datos sobre quiénes particularmente se quedan con esos fondos.

Antes de que ocurriera esa restricción, distintos medios, entre ellos **StripteasedelPoder.com**, elaboraron distintos informes; entre los cuales se destaca cómo fue la distribución de la pauta oficial entre distintas empresas de medios, agencias de publicidad y de marketing político.

Cordobesismo: los tres canales de TV de Córdoba "empautados"

[con US$ 127 millones por “El Panal” y su crisis posterior]



Ejemplo de cómo se visualiza la página para observar los pagos.

A partir de esta censura, el presente portal realizó un trabajo artesanal donde determinó quiénes son los beneficiarios “empautados” en 2026 por parte de la **Gestión Llaryora**.

¿Cómo se realizó este trabajo?

Lo que hizo [StripteasedelPoder.com], mediante el aporte de un especialista informático, fue descargar la base de datos alojada en el Portal de Transparencia del Gobierno de la Provincia de Córdoba. Filtrando la información respecto de los pagos registrados en la categoría **“Publicidad y Propaganda”**, correspondientes a los **programas 718** (denominado **“Comunicación**

Estratégica” en la jurisdicción **Gastos Generales de la Administración**) y **132** (**“Información Pública”,** en la jurisdicción del Ministerio de Comunicaciones).

Entre el 1 de enero y el 21 de octubre de 2026, se detectaron un **total de 15.165 pagos por un monto global de casi $ 30.000 millones; distribuidos en un total de 1.371 proveedores**, donde se mezclan grandes medios de comunicación y otras firmas que no traslucen que se dediquen a la divulgación de noticias o contenidos institucionales.

El mal llamado **Portal de Transparencia** sólo especifica indirectamente el beneficiario en base a su CUIT (Clave Única de Identificación Tributaria) lo que implica el rastreo de las sociedades a las que pertenecen. También se pudo determinar que no solamente se trató de sociedades comerciales, sino también de personas físicas. El seguimiento y desglose de datos permitió determinar CUIT, factura, fecha, expediente y observación en cada importe pagado.

Toda esa información permitió compilar quiénes fueron las entidades o personas físicas que recibieron esos fondos. Entre los que se destaca el **“Top 15”** de beneficiados con la pauta oficial listados seguidamente, pese a que aún la Provincia tiene pendientes pagos por $ 1.853 millones al momento de procesar la información.

Los 15 mayores receptores de pauta

#	Proveedor	CUIT	Pagos	Total	% del total
1	Telecor S.A.C.I.	30-50015599-6	255	$2.638.650.756	8,8%
2	Radiodifusora Del Centro S.A.	30-64201094-4	285	$1.949.039.443	6,5%
3	Television Federal S.A.	30-63652916-4	180	$1.490.598.339	5,0%
4	Iprospect Media S.A.	30-70711701-6	174	$1.161.948.946	3,9%
5	La Voz Del Interior S.A.	30-50009552-7	113	$1.055.175.492	3,5%
6	Carat Argentina S.A.	30-70898390-6	118	$873.030.026	2,9%
7	Servicios De Radio Y Television De La Universidad Nacional De Cordoba S.A.	30-50013999-0	148	$576.684.384	1,9%
8	Cahuma S.A.	30-71145796-4	34	$473.698.448	1,6%
9	Imperio Television S.A.	33-51568023-9	50	$439.494.385	1,5%
10	Prisma S.R.L.	30-66816274-2	58	$426.648.397	1,4%
11	Sentidos S.A.	30-70754256-6	48	$409.487.907	1,4%
12	Brana Via Publica S.R.L.	30-71331490-7	77	$392.117.802	1,3%
13	America T.V. S.A.	30-60917843-0	27	$356.739.638	1,2%
14	Emision Litoral S. A.	30-71890335-8	82	$354.575.206	1,2%
15	Radio Mitre S.A.	30-59803629-9	161	$323.613.642	1,1%

Resaltados: medios consultados en esta investigación.

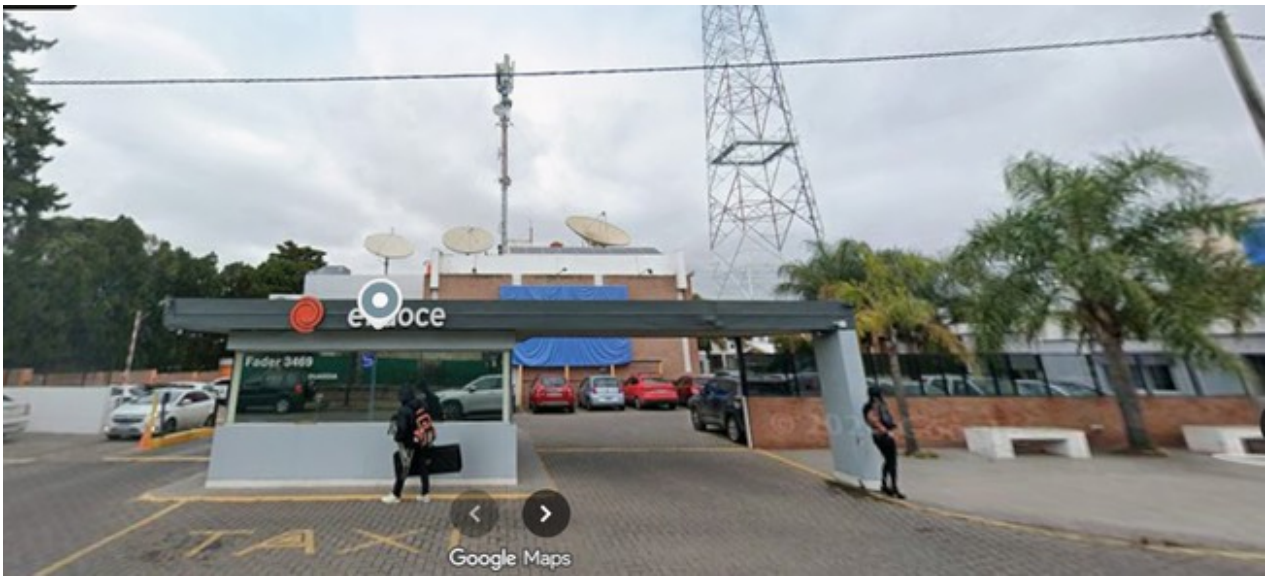
Clarín, el gran ganador de siempre

El **Grupo Clarín**, el gigante de las telecomunicaciones cuyo buque insignia es el diario **Clarín**, es un aliado estratégico del **Partido Cordobés** desde las épocas en que **José Manuel de la Sota** apadrinado por **Eduardo Duhalde,** intentaba llegar a la **Casa Rosada**. En las bochornosas elecciones de septiembre de 2007, el grupo dirigido por **Héctor Magnetto** operó a favor de **Juan Schiaretti** y contra **Luis Juez**. Validando el polémico escrutinio que le dio el triunfo a **Unión por Córdoba**, por apenas 17.000 votos y sin abrir las urnas como reclamaba el candidato del **Frente Cívico.**

Con **Martín Llaryora** el blindaje del **Grupo Clarín** siguió a través de sus medios nacionales, como así también de sus terminales cordobesas como el **diario La Voz del Interior**, **Radio Mitre** y el c**anal de tevé El Doce**. Esa alianza estratégica, la explicó en sus libros y en diferentes reportajes el periodista y escritor **Martín Sivak**:

“Clarín es un diario no-ideológico, de entrada […] Fue siempre un diario no-ideológico que encontró en un ***vago desarrollismo de fines de la década del ’50*** *una especie de paraguas ideológico* ***[…]*** *Los lectores de Clarín no se* ***esperaban tanta coherencia. […]*** *Tiene que ver también con esa capacidad* ***para ir adaptándose*** *a los distintos momentos del país”.*

Esa capacidad camaleónica no se debe a ideología, sino a finanzas: en el caso de Córdoba, el grupo dirigido por **Magnetto** encabeza el ranking de medios financiados por la Provincia. Donde **El Doce** a través de su compañía **Telecor SACI**, recibió en sólo diez meses 255 pagos que suman la friolera de **$ 2.600 millones y pico, el 8,8% de toda la pauta provincial.**



Sede de El Doce en la ciudad de Córdoba. Google Maps.

Dentro del **Top 15** de empresas de medios que reciben pauta del Gobierno de Córdoba, en el puesto 5 aparece **La Voz del Interior SA**, otra de las empresas del **Grupo Clarín**. Que en 2026 recibió más de **$ 1.000 millones** en **133 pagos, un 3,5% de toda la pauta pagada por la Provincia** a medios y personas físicas.

Y al final de ese ranking de los 15 empautados, aparece la tercera empresa del Grupo Clarín: **Radio Mitre SA**, que recibió **161 pagos por $ 320 millones; el 1,1% del total de la pauta**

asignada por **Martín Llaryora.** Sin embargo, el Estado cordobés le adeuda a **Radio Mitre SA** otras 119 órdenes de pago, siendo curiosamente una de las empresas a las que la Provincia más le debe.

Los más de $ 4.000 millones que recibió el mayor conglomerado de medios de Argentina representan el 13% del presupuesto para publicidad y propaganda abonado por el Gobierno de Córdoba, en lo que va del 2026.

Los que se quedan con el 20% de la pauta

En el **Top 5**, detrás de **El Doce**, en el **segundo puesto del podio** de la pauta llaryorista se ubica **Radiodifusora del Centro SA**. La emisora que explota la marca comercial **Cadena 3**, de mayor alcance del interior del país, que critica habitualmente a los "choriplaneros" que viven del Estado. Durante 2026, la radio de la calle Alvear **recibió 285 pagos por un total de $ 1.949 millones, el 6,5% de los fondos públicos provinciales** asignados a ese fin**.** A diferencia de **Radio Mitre**, la Provincia sólo le debe a **Cadena 3**, 23 pagos.

CADENA 3: millonarios favores entre Mauricio Macri y Mario Pereyra

En el **puesto 3** del podio de empresas empautadas por **Martín Llaryora**, que en el medallero detentaría el bronce, se ubica con **$ 1.490 millones, Televisión Federal SA,** la vieja **TELEFE** menemista en las señales de Córdoba y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA).

En octubre de 2025, la multinacional **Paramount** vendió **TELEFE** a los empresarios argentinos **Gustavo Scaglione, José Luis Manzano y Daniel Vila.** El rosarino **Scaglione** se hizo cargo de lo que quedaba de **HD Producciones**, creada por el polémico **Hernán Domínguez,** y así se quedó con **TELEFE Córdoba** y la

renovada **LV2** con la **FM 99,7,** rebautizada **La Dos.**

Domínguez, un carnicero que hizo buenas migas con **Llaryora** desde la época en que fue intendente de San Francisco, intentó convertirse en el nuevo zar de la tevé cordobesa, con decenas de programas televisivos que iban desde el análisis político hasta el entretenimiento en general, cuya historia profunda aún falta contarse.

La caída de Hernán Domínguez de Ideas HD: ¿Zar de la tv o prestanombre del cordobesismo?

En el 2024, en pleno desembarco en Córdoba, mientras operaba la compra de **HD** y **TELEFE**, **Scaglione** fue denunciado por el gremio de trabajadores de prensa de Rosario, por abrir un plan de retiros voluntarios en el diario **La Capital** y la **radio LT8**, con el despido de 51 trabajadores. Posteriormente, despidió a otros 40 trabajadores por la llamada reconversión digital.

En 2026, con el sello comercial **Emisión Litoral SA**, Scaglione le cobró **$ 354 millones** al gobierno de Córdoba, ubicándose en el **puesto 14** del ranking.



Empresario rosarino Gustavo Scaglione.

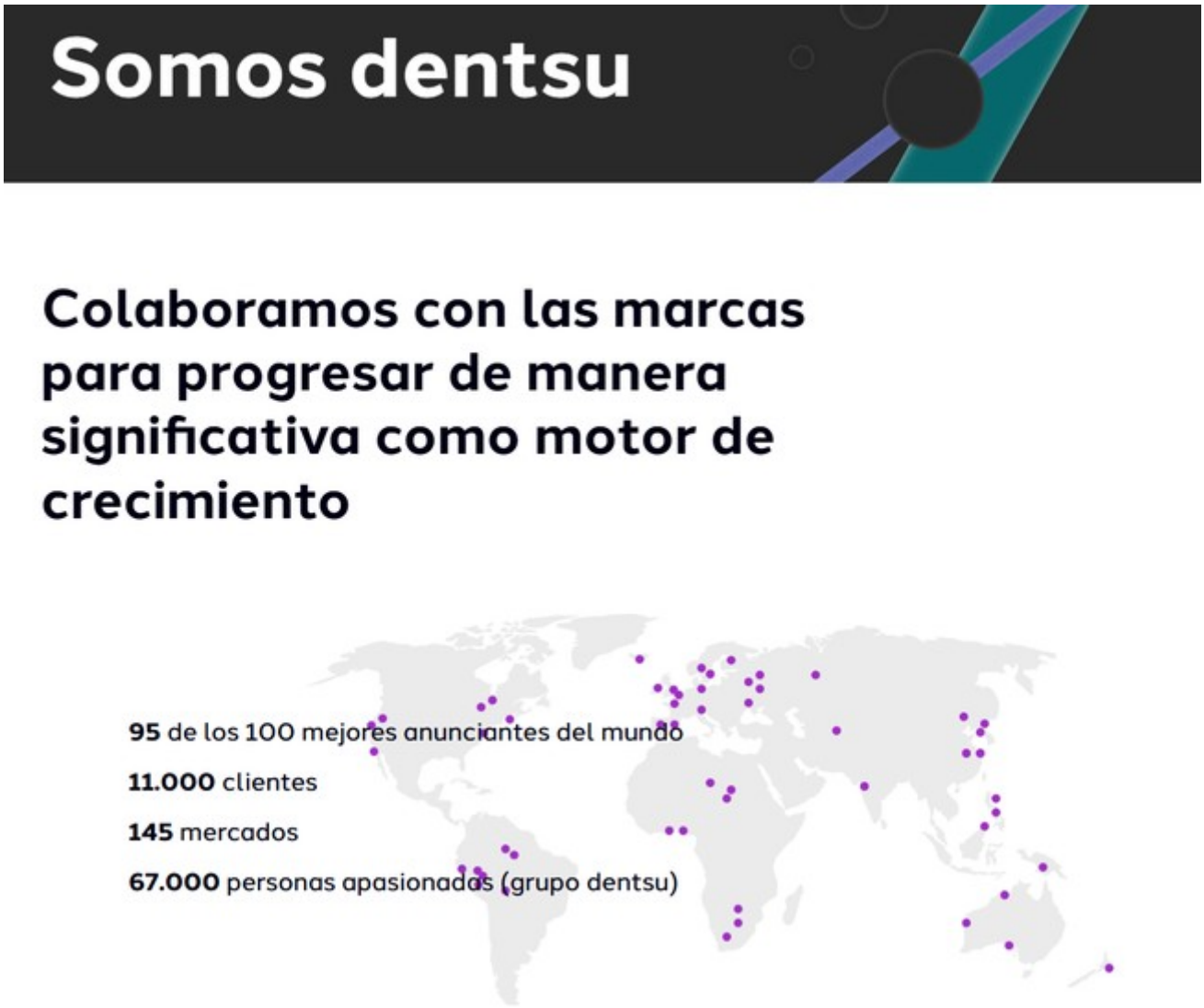
En tanto que los socios mendocinos del rosarino, los viejos operadores menemistas **Vila** y **Manzano**, socios con **Claudio Belocopitt** en el **Grupo América**; también participaron de la compra del "canal de las pelotas" a través de Integra **Capita**l; quedándose cada uno con el 25% de TELEFE. En 2026, el **Grupo América** le facturó al Gobierno de **Llaryora $ 356 millones**, ubicándose en el **puesto 13** en el **Top 15**.

Manzano coronado ¿el árbol? No, el ministro del Interior menemista que robaba para la corona

No todos son medios

Entre los beneficiarios de la pauta del gobierno de Córdoba, además del **Grupo Clarín** y medios hegemónicos como **Cadena 3**; **TELEFE**, el **Grupo América** o el rosarino **Scaglione**; también aparecen agencias de publicidad, consultoras, empresas de marketing, productoras audiovisuales y otros proveedores vinculados a la comunicación institucional.

Dentro del **Top 15**, destaca el **Grupo Dentsu**, a través de dos de sus filiales: **Iprospect Media SA**, que figura en el **cuarto lugar del ranking** con **$ 1.162 millones**; y **Carat Argentina SA,** ubicada en el **sexto lugar** con **$ 873 millones.** En conjunto, ambas empresas percibieron más de **$ 2.000 millones**, superando a **Cadena 3**. **Dentsu** se autodefine como la quinta agencia publicitaria más importante del mundo.



En el ranking de las **Top 15**, aparece en **séptimo lugar** con **$ 576 millones** el multimedio de los **Servicios de Radio y Televisión de la Universidad Nacional de Córdoba (SRT-UNC).** Que engloba el tercer canal de aire, **Canal 10**; **Radio Universidad** en AM, y la **FM 102.3**; además de la página web.

En el caso de los **SRT**, la pauta llaryorista apunta a contener la audiencia de sectores “progres” o “filo-k” que se informan por el sistema de medios de la **UNC**. En un contexto donde la Universidad padece los recortes presupuestarios ejecutados desde **Casa Rosada**, en un panorama de contenido mediático donde las críticas a la gestión provincial han prácticamente desaparecido.



Foto de archivo de 2024 de la protesta de trabajadores de los SRT-UNC. Gentileza: La Nueva Mañana.

En el **puesto 8** del **Top 15**, aparece **Cahuma SA**, con más de **$ 473 millones**, que es la entidad formal detrás de la firma **Evoltis**, que se presenta como "**la primera CXTech de Argentina**". Encargada de procesar datos sobre clientes que consumen publicidad, y sus apreciaciones de un producto o servicio, mediante sus reacciones en las redes sociales y el manejo de la IA. Evidentemente, algo tentador para la política, a la hora de calibrar focus group en la búsqueda del ansiado voto a favor.

En **noveno lugar** del **Top 15,** con más de **$ 439 millones**, se encuentra **Imperio Televisión SA**, dueña de **Canal 13** de la ciudad de **Río Cuarto**, que retransmite contenidos porteños de **TELEFE**. Su propietario es **Ricardo Nosiglia,** hermano del sempiterno dirigente radical **Enrique "Coti" Nosiglia**, exministro del Interior del presidente **Raúl Alfonsín**; de estrecha relación con el operador judicial macrista **Daniel "Tano" Angelici.**

En el **puesto 10** del **Top 15**, con **$ 426 millones** abonados hasta ahora en el 2026 está la productora audiovisual **Prisma SRL**. Le sigue en el **puesto 11,** con **$ 409 millones, Sentidos SA**, una agencia de publicidad ubicada en calle Reconquista de la **Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA).** Con **$ 392 millones** se ubica un peldaño más abajo, **Brana Vía Pública SRL**, también domiciliada en CABA.

En los puestos **13** y **14** están, como se consignó más arriba **Grupo América** de **Vila** y **Manzano**; y **Scaglione**, respectivamente; quienes a su vez son socios en **TELEFE**. Y cierra el **Top 15**, **Radio Mitre** del **Grupo Clarín**.

Teniendo en cuenta esos desembolsos a los medios y empresas porteñas, como el **Grupo Clarín** o la desconocida **Señacom SA** con sede en Cerrito al 700 de CABA, que hasta ahora en el 2026 recibió **$ 304 millones** -se ubica en el **sitio 17** de los "pautadependientes"-; se ve que el gobernador **Llaryora** olvidó cuando se oponía a los **"pituquitos de Recoleta",** frase para la tribuna que lanzó en 2023 cuando lo eligieron gobernador de Córdoba.

Pertenecer, tiene sus privilegios

En los '80, cuando recién comenzaban a hacerse populares las tarjetas de crédito, un banco internacional promocionaba su plástico con el lema ***"pertenecer, tiene sus privilegios".*** Con la maquinaria político-propagandística del cordobesismo, ocurre igual: en los primeros 10 meses de 2026, el gobierno de Córdoba **gastó $ 29.875 millones entre 1.371 proveedores; pero el 50% de esas millonarias partidas quedaron para sólo 24 privilegiados.**

Hace unos meses, la Confederación de Medios Cooperativos y Comunitarios de Córdoba publicó un informe sobre la distribución de pauta durante 2025, y determinó que la mitad de esos fondos quedaron en manos de sólo 33 proveedores. Un año después, el reparto de la torta se concentró aún más y de

33 proveedores, bajó a 24 la cantidad de firmas que se quedaron con la mitad del presupuesto destinado a prensa y publicidad. Que en el marco del fin de la era Gutenberg y la crisis de los medios tradicionales, no es otra cosa que propaganda y blindaje mediático:

“Esta distribución resulta relevante a la luz del artículo 69 de la Constitución de la Provincia de Córdoba, que establece que el Estado provincial debe orientar las actividades económicas promoviendo el desarrollo regional y la integración económica provincial, principios que invitan a considerar una distribución de los recursos públicos que contribuya a fortalecer un desarrollo territorial más equilibrado”.

Además, en 2026, parte de esos fondos se destinan a terminales en CABA, contradiciendo el discurso cordobesista contra los privilegiados que viven cerca del puerto.

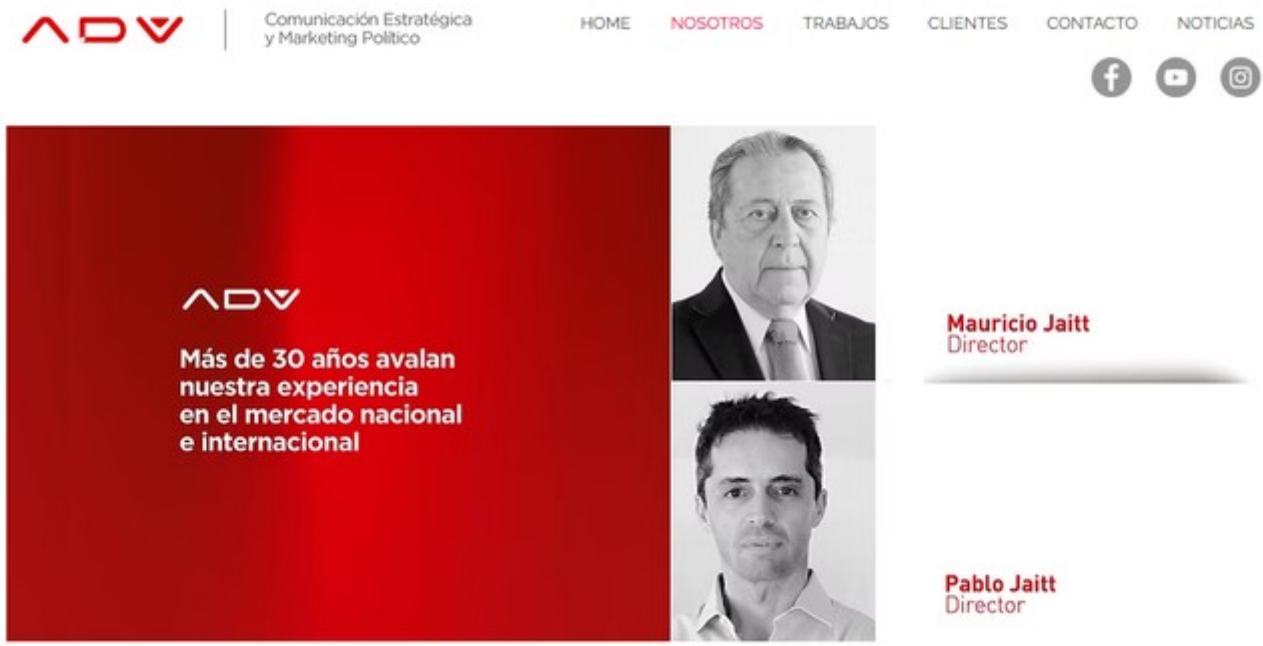
En ese conglomerado de **“los 24” privilegiados,** también aparecen modestos multimedios locales, como **Canal Show Sport SA**, la señal por cable capitalina de los empresarios **José Aiassa y Luis Schenone**, cuya grilla apunta a eventos y análisis deportivos, que ocupa el **lugar 18** con **$ 269 millones**.

Aiassa y **Schenone** también explotan **Canal C**, que tiene noticieros y programas políticos, pero bajo la figura social **Ebeluz SA**; que en 2026 ya recibió **$ 235 millones** y ocupa el **lugar 21**. En consecuencia, en el 2026 hasta octubre, los dueños de **Canal C** y **Show Sport** embolsaron del gobierno de **Llaryora** más de **$ 500 millones**. Con esos anabólicos estatales cualquiera puede ser empresario.



Schenone y Aiassa, foto de archivo de 2024.

En cuanto al resto de las empresas que recibieron pagos del gobierno de Córdoba y no son expresamente medios o empresas periodísticas, aparece en el **puesto 16**, **Conectar SRL,** con **$ 304 millones**; cuyo propietario es **Pablo Jaitt.**



Además, **Jaitt** opera como director de la consultora **ADV Comunicación Política**, cuyo titular es su padre **Mauricio Jaitt,** quien se dedica a organizar campañas políticas en distintas ciudades y provincias argentinas. Por caso, los **Jaitt** ya trabajaron con **Martín Llaryora** en su época de intendente de San Francisco; posteriormente siguieron operando cuando fue intendente de la Capital, y uno de sus trabajos más reconocidos fue la realización de material audiovisual en la **Cumbre de Economía Circular.**

Jaitt hijo también explota junto a su socio **Luis Eduardo Le Vraux, Lupas SA**; que está en el **puesto 26** en el ranking, con **$ 196,9 millones**. **Lupas SA** es el acrónimo de Luis (Le Vraux) y Pablo (Jaitt). Por si fuera poco, **Le Vraux** aparece en ese ranking como el primer facturante como persona física, en el **puesto 31,** con **$ 161 millones.**

En el **puesto 19**, **con $ 258 millones,** se encuentra la productora audiovisual local **Uritorco Films SA.**

El señor de los bots

En los **lugares 20 y 47** aparecen dos filiales que pertenecen a los operadores **Guillermo Seita** y **Gastón Douek: Smart Consumer SA**, que facturó **$ 246,8 millones**; y **Smart Data SAS,** con **$ 111,6 millones**, respectivamente. Ambas suman alrededor de **$ 360 millones**. **Seita** es el creador del entramado de derecha moderada que lleva como mascarón de proa a **Juan Schiaretti** para dividir al peronismo, y pavimentar la llegada al gobierno de la derecha reaccionaria de **Mauricio Macri** o la ultraderecha de **Javier Milei.**

El nuevo pacto MSM Macri Schiaretti Milei: dividir el voto a Kicillof y vetar a Juez y De Loredo

En agosto de 2022, **Seita** quedó involucrado en un escándalo, cuando el analista y periodista **Carlos Pagni** reveló que habría utilizado un avión oficial del **Gobierno de Córdoba** para viajar

desde Buenos Aires a La Docta, junto con su pareja, del cual ella misma expuso fotográficamente en Instagram el dichoso paseo.

Para la conformación de las distintas empresas bajo la marca **Smart**, **Seita** se asoció a otro operador de dudosa transparencia, **Gastón Douek.** Quien desde hace varios años, a partir de una entrevista en el diario **La Nación**, comenzó a ser conocido como **“el señor de los trolls”**, aunque técnicamente sería el **“señor de los bots”**, decenas de cuentas truchas que difunden mensajes en el mundo virtual.

Curiosamente, **Douek** ha impulsado su propia agrupación política llamada **“Soberanos”,** que ya tiene su expresión cordobesa denominada **“Gesta”,** e impulsa la candidatura a la intendencia del emprendedor **Guillermo Robles**, dueño de un centro cultural en barrio Güemes. No están claros los intereses de **Douek** para “inflar” candidatos locales, que por lo general puede ayudar a los oficialismos para dividir al amplio espectro opositor.

Pero sí se sabe que tanto **Seita** como su socio **Douek** han montado operaciones al servicio de un variopinto número de figuras ya sea el cordobés **Schiaretti**, como así también a los porteños **Horacio Rodríguez Larreta, Emiliano Yacobitti, y Martín Lousteau.**

En el **puesto 22**, se encuentra **Digital Valley SAS**; empresa que cobró **$ 224 millones** en 2026 y que tiene como antecedente haber sido denunciada por la oposición, como la responsable de quedarse con la mitad de los contratos directos de la Municipalidad de Córdoba, cuando el intendente **Llaryora** realizó la **Cumbre del Cambio Climático**.

Un escalón debajo aparece la productora **Hi Fi Mix SAS,** con **$ 215 millones**. Mientras que en el puesto **24** y una facturación de **$ 214,5** millones se encuentra **Aires del Norte SAS**, que

opera con la marca comercial **X-Grafica**, dedicada a la cartelería en vía pública.

El zorro alegre

La investigación de **StripteasedelPoder.com** también revela que **Gerardo Velázque**, el empleado municipal de la **Dirección de Tránsito**, conocido como **“el zorro Velázque”**, por su capacidad de escabullirse y montar distintas operaciones comerciales, más que por su empleo como inspector municipal o “zorro gris”, también aparece cobrando servicios de comunicación.

StripteasedelPoder.com ya publicó en exclusiva que **Velázque** a través de una serie de empresas como **Impulso Creativo SAS, Grupo Tres Punto Zero SAS** y **Mano Única SAS**, había recibido **$ 419 millones** en 2025.

Un “Zorro gris” cordobesista, maneja la cartelería, tiene una mutual, y recibió USD 1,3 millones de pauta oficial

En tanto que en los primeros 10 meses de 2026, **“el Zorro” Velazque** cobró entre todas sus terminales, la friolera de **$ 465 millones**, más que la empresa de la familia **Nosiglia** en Río Cuarto. El desglose de los pagos a través de distintas firmas SAS se llevó adelante para disimular el escándalo:

- ***$ 84 millones*** *por* ***Impulso Creativo.***
- ***$ 84 millones*** *por* ***Grupo Tres Punto Zero.***
- ***$ 86 millones*** *mediante* ***Mano Unica.***
- ***$ 21 millones,*** *que cobró su esposa,* ***Mara Soledad Batallán.***
- ***$ 990.000*** *cobró* ***Erika Luna****, socia de Mara Batallán en* ***Mano Unica.***

- ***$ 34 millones** cobró **Central Publicitaria SAS**, creada en 2024 por el zorro Velazque junto a su padre **Miguel Angel Velazque**.*

- ***$ 39,8 millones** para **AD Space SAS**, también creada en 2024 por Velázque, en sociedad con **Walter Franzone, Albano Basconsela, y Osvaldo Balmaseda**; con el 25% de las acciones cada uno.*

- ***$ 47,7 millones** para **DD Team SAS**, sociedad de Velazque y **Diego Alejandro Córdoba** en 50% de las acciones cada uno.*

- ***$ 51 millones** para **Carfa SAS**, de Facundo Batallán, hermano de Mara Batallán.*

- ***$ 17 millones** cobró Miguel Angel Velázque, padre del "zorro".*

Además se detectaron otros dos particulares de apellido **Velazque**, aunque no se ha podido confirmar el parentesco con Gerardo Velázque. De ser así, podrían alcanzar los **$ 500 millones**; convirtiéndose en el segundo emporio más importante de la lista por fuera de los multimedios mediáticos. Por lo que es de suponer que este vulpino grisáceo sigue moviendo la cola por la alegría que debe tener.