



## Ministerio Público de la Nación

J. 8, S.15, causa nro.9705/15 (Fiscalnet 104019) "Gaytan Pablo Facundo y otro s/ malversación de caudales públicos"

//ñor Juez:

A efectos de dar respuesta a la vista conferida de acuerdo a lo normado por el artículo 180 del Código Procesal Penal de la Nación, la fiscalía habrá de formular el correspondiente requerimiento de instrucción e impulsar la acción penal en virtud al artículo 188 del citado cuerpo legal.

-I-

La causa se inició el 9 de septiembre del corriente año en virtud de la denuncia formulada ante la Cámara Federal de Apelaciones de esta ciudad por Julia Merediz, en representación de la "Cooperativa de Trabajo La Usina de Ideas Ltda". En la ocasión, acusó a Pablo Facundo Gaytan, titular de la Secretaría de Comunicación Social del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (en adelante, GCBA) y a Miguel Ángel Godoy, a cargo de la Secretaría de Medios del gobierno porteño, por presuntas irregularidades en la contratación de los proveedores publicitarios, la distribución de la pauta y la publicación de la información oficial al respecto en el sitio web del GCBA.

En concreto, lo que se denuncia es que detrás de la publicación de datos falsos relativos a la distribución de la pauta publicitaria en el sitio web del GCBA se esconden maniobras destinadas a desviar fondos millonarios del gobierno porteño. La denunciante entiende que los comportamientos que se explicarán a continuación podrían encuadrar en los **delitos de peculado, falsificación de documentos privados y/o lavado de dinero**.

Según surge de la presentación, la citada Cooperativa de Trabajo es la encargada de gestionar la Radio Ahijuna FM 94.7, una emisora comunitaria que transmite diariamente desde la Biblioteca Pública y Complejo Cultural Mariano Moreno en Bernal, y posee un área de influencia que abarca los partidos de Quilmes, Florencio Varela y Berazategui. Hasta julio de este año, la radio difundía en su programación avisos publicitarios del GCBA, pero esa situación se vio interrumpida ese mes luego de que se tomara conocimiento a partir de una nota publicada en el diario La Nación que en la página web oficial del gobierno porteño ([data.buenosaires.gob.ar](http://data.buenosaires.gob.ar)) se consignó que la radio recibió ingresos por publicidad oficial por la suma de \$618.638,80 durante los años 2013/2014, cuando, en rigor de verdad, obtuvo solamente \$35.580,15.

Vale destacar que Radio Ahijuna **no es proveedora directa del GCBA**, sino que la pauta publicitaria llega a la emisora a través de

**intermediarios**, que son los denominados “bolseros” o agencias, quienes se encargan de comprar espacios en los medios y luego venderlos a los auspiciantes. En este caso puntual, Radio Ahijuna facturó esa suma de dinero -\$35.580,15 (IVA incluido)- a las sociedades “Publiespacios S.A.” (CUIT 30-71247204-5) y “SDV Media S.R.L.” (CUIT 30-71326980-4) en el período referido, sobre las cuales nos expediremos más adelante.

Asimismo, de la denuncia realizada por Julia Merediz surge la existencia de, al menos, otros tres medios de comunicación que se encontrarían en situación similar a Radio Ahijuna. Se trata de:

\***FM Energía (105.1 Mhz)**, de Río Cuarto, Córdoba, cuyo director, Norberto Bonino, indicó en una nota periodística que en el sitio web del GCBA se consignó falsamente que la radio cobró la suma de \$524.139 en un período de tres años, cuando en realidad, la publicidad es de \$1000 mensuales. Al respecto, señaló que nunca tuvo vínculo directo con el Gobierno de la Ciudad, y que fue contactado por una persona que dijo pertenecer a la sociedad “Mediacruz SRL”, que luego habría cambiado su nombre por el de “Publiespacios SA” y finalmente, por el de “DCLAS SRL” (CUIT 30-71072110-2).

\***Radio Ciudad FM 100.3** de Coronel Moldes, Córdoba. En este caso, el portal oficial del GCBA consignó que la radio cobró por publicidad \$518.555, cuando en verdad, facturó \$550 mensuales.

\***Canal 4 de Posadas**, Misiones, cuyo propietario Carlos Valenzuela informó que -según el sitio web del GCBA- el canal habría facturado \$4.654.711 en el período enero 2011/junio 2014, cuando en realidad no facturó un solo peso al gobierno.

Como se mencionó, en las maniobras denunciadas se encontrarían involucradas empresas y sociedades que actuarían como intermediarias entre el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y los medios de comunicación. Son los llamados “bolseros” a nombre de quienes se factura la pauta publicitaria de los medios de comunicación. Un nombre que se repite en la mayoría de los casos es el de **María Luz Altobelli**, una esteticista que -según surge de la documentación acompañada- tendría un spa y una clínica de liposucción en San Isidro llamada “Gerove”, y sería una de las encargadas de ofrecer la pauta del GCBA. Su pareja, **Juan Pablo Catanzaro** -un polista relacionado con la empresa “Media 4- también se encontraría involucrado en las maniobras y además, según el diario Pagina 12, comercializaría pautas publicitarias del Banco Provincia. Otra persona que se



### Ministerio Público de la Nación

J. 8, S.15, causa nro.9705/15 (Fiscalnet 104019) "Gaytan Pablo Facundo y otro s/ malversación de caudales públicos"

menciona en la nota periodística acompañada es **Juan Cruz Fassi**, vinculado con la firma "Media Cruz". Estas empresas y sociedades cambiarían sus denominaciones y sus domicilios con frecuencia, los cuales no coincidirían con las direcciones de facturación. De ese modo, "Media Cruz" se habría transformado en "Publiespacios SA" (integrada por **Brenda Matarazzo** y su madre **Stella Maris Citria**), luego en "SDV Media SRL" (cuyo titular sería Sebastián de Vertiz) y finalmente, en "DCLAS SRL", cuyo objeto social es la "venta al por mayor, en comisión o consignación, de productos textiles" y la "venta de embarcaciones".

Además de los medios de comunicación expuestos, entre la documentación aportada por la denunciante, se destacan notas periodísticas publicadas en el Diario Página 12 de las que surgen casos similares a los descriptos. Frente a ello, y a efectos clarificar nuestra exposición, elaboraremos un cuadro que refleje las siguientes variables: \*medio de comunicación involucrado, \*monto dinerario que figuró como facturado por pauta publicitaria en el portal oficial del GCBA, \*por qué período y, finalmente, \*la suma que efectivamente facturó el medio a quienes ofician como intermediarios. Al respecto, vale aclarar que incluiremos únicamente los medios de comunicación que figuran en la denuncia y en la documentación acompañada, valiéndonos de los datos allí expuestos, pero que el listado puede ampliarse conforme avance la investigación.

| <u>Medio de comunicación</u>                      | <u>Monto publicado en el sitio del GCBA</u> | <u>Período</u>             | <u>Monto efectivamente facturado</u> |
|---|---|----------------------------|--------------------------------------|
| Radio Ahijuna FM 94.7                             | \$ 618.638,80                               | 2013/2014                  | \$ 35.580,15                         |
| FM Energía 105.1 Mhz                              | \$ 524.139                                  | En un período de tres años | \$ 1000 mensuales                    |
| Radio Ciudad FM 100.3, de Coronel Moldes, Córdoba | \$ 518.555                                  | n/c                        | Entre \$500 y \$870 mensuales        |
| Canal 4 de Posadas, Misiones                      | \$ 4.654,711                                | Enero 2011/junio 2014      | No facturó nada                      |

|                                      |                        |                          |                               |
|--------------------------------------|------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| Gente de Radio, Bariloche            | \$ 151.015,30          | Abril/diciembre 2014     | \$ 13.500                     |
| Light FM 97.3 de San Juan            | \$ 74.274              | n/c                      | No facturó nada               |
| FM Bohemia 90.9 de San Juan          | \$ 200.000             | n/c                      | n/c                           |
| FM Alas 89.1, El Bolsón, Rio Negro   | \$ 149.662,67          | 2014                     | No facturó nada               |
| Portal de noticias diariotextual.com | \$ 68.000              | 2014                     | \$ 2500 mensuales             |
| Radio Patagonia                      | \$ 28.000              | 2013                     | No facturó nada               |
| FM Del Sol, de Macachín              | \$ 63.420              | Mayo a diciembre de 2014 | \$ 3800                       |
| Radio LU37 de General Pico           | \$ 161.928<br>\$52.133 | 2013<br>2014             | \$ 7368<br>\$ 25.586          |
| FM 89.3 Podestá, de Pablo Podestá    | \$ 521.722             | 2011/2014                | \$ 1000 mensuales             |
| FM Nativa, de Reconquista, Santa Fe  | \$ 517.450             | n/c                      | Entre \$600 y \$700 mensuales |

Por su parte, existirían otros medios de comunicación en similar situación a los descritos anteriormente. En concreto, se trataría de: 1.FM Tiempo, de Santa Teresita; 2.FM Trujui, de San Miguel; 3.FM La Centro, de Carlos Casares; 4.FM Classics, de Mercedes; 5.FM Libre, de Lima; 6.Radio U, de San Nicolás; 7.FM 105.9 Welcome, de Temperley; 8.FM 89.3, de Pablo Podestá; 9.FM 91.7, de Caseros; 10.FM 91.5 RK, de Quilmes; 11.FM 92.5 Signos, de Munro; 12. FM 99.3 Del Este, de Berazategui; 13. FM 99.3 Net, de Monte Grande; 14. FM 105.1, de Balcarce; 15. FM 100.3 Radio por Pilar; 16. FM 100.7 Amaneciendo, en América; 17. FM 102.1 Master, en América; 18. FM 97.3 Maestra, de Necochea; 19. FM 103.5 Tiempo, de Baradero; 20. FM 100.9 Megaestéreo, de Tandil; 21. FM 101.7 Victoria, de 9 de Julio; 22. FM 101.3 Radio Uno; 23. FM 94.1 Radio Horizonte; 24. FM 89.1 Fénix, de Guaymallén, Mendoza; 25. FM 106.1 Enterprice, de Godoy Cruz,



## Ministerio Público de la Nación

J. 8, S.15, causa nro.9705/15 (Fiscalnet 104019) "Gaytan Pablo Facundo y otro s/ malversación de caudales públicos"

Mendoza; 26. FM Nuevo Mundo; 27. Radio María Juana; 28. FM Nativa; 29. FM 92.3 Millenium, de Santa Fe; 30. FM 99.1 Latop Luque; 31. FM 95.1 Media Luna; 32. Comunidad 103.3 Laborde, de Córdoba; 33. Freeway, de Berazategui.

Según se indica, todas estas radios "recibían" exactamente la misma cifra. Por ejemplo, en junio de 2014 se consignó en el sitio web del GCBA que todas registraban una pauta de \$21.631, cuando la facturación real rondó los \$1000 por radio.

Finalmente, de acuerdo a Página 12, el total de dinero cuyo destino real se desconoce ascendería a \$ 8.954,803, suma que podría incrementarse dado que existirían más radios en situaciones similares a las expuestas.

Por todo lo dicho, corresponde que se emprenda una profunda investigación para determinar qué ocurrió con los fondos públicos del gobierno de la ciudad de Buenos Aires que fueron falsamente consignados como pauta publicitaria, cuando en realidad fueron *llamativa y burdamente desviados*. **Lo esencial será develar el destino de esos fondos millonarios.**

### III.

A efectos de impulsar la acción penal la fiscalía solicita al juez la realización de las siguientes medidas de prueba:

1. Se obtengan de la Secretaría de Comunicación Social y de la Secretaría de Medios del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires todos los expedientes que contengan los contratos mediante los cuales se otorgó pauta oficial a las emisoras y medios de comunicación individualizados en el dictamen en el período respectivo. Asimismo, toda aquella documentación donde consten las cuentas bancarias donde se depositó el dinero. También se deberán obtener las reglamentaciones internas referidas a la contratación de los proveedores publicitarios y la distribución de la pauta oficial.

2. Se le reciba declaración testimonial a los dueños de las emisoras y medios de comunicación involucrados para que relaten todo cuanto sepan acerca de los hechos denunciados y aporten las pruebas y documentación que estimen pertinentes, como por ejemplo, facturas y constancias de depósitos. Asimismo, deberán indicar todos los datos que posean sobre las personas que se contactaron con ellos, que actuarían como "bolseros".

3. Se solicite a la Inspección General de Justicia que remita las actas constitutivas de "Media Cruz", "Publiespacios SA", "SDV Media SRL" y "DCLAS

SRL”, y toda otra documentación que posea sobre ellas.

4. Se realicen averiguaciones respecto de María Luz Altobelli, Juan Pablo Catanzaro, Juan Cruz Fassi, Brenda Matarazzo, Stella Maris Citria, y Sebastián de Vertiz tendientes a determinar a qué se dedican realmente y cuál es su vinculación con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y con la distribución de pauta publicitaria. En igual sentido, se deberá indagar qué existe detrás de “Gerove”, la clínica de liposucción propiedad de María Luz Altobelli.

5. Se chequee si en el sitio web del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires se encuentran publicados los datos relativos al otorgamiento de pauta publicitaria de los medios de comunicación mencionados en esta presentación. En caso contrario, se le dé intervención a alguna fuerza de seguridad especializada en la materia para que establezca si la página web sufrió modificaciones/actualizaciones durante el mes de septiembre de este año, y, en caso de que se haya eliminado información, se arbitren los medios necesarios para recuperarla.

6. Se intime al área correspondiente del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires para que realice un informe pormenorizado sobre el destino dado a los fondos consignados como pauta publicitaria a todas las emisoras mencionadas, las irregularidades detectadas en la contratación de los proveedores publicitarios, y la publicación de la información oficial al respecto en el sitio web del GCBA denunciadas en la causa.

#### IV.-

Por lo demás, realice toda otra medida que VS considere pertinente a los fines de la investigación (artículo 193 del CPPN) y tenga contestada la presente vista e impulsada la acción penal por el hecho antes narrado.

Fiscalía Federal nº 6, 1 de octubre de 2015.