

Los actores periféricos de la convergencia en Argentina. El caso de una destacada y competitiva empresa cooperativa provincial

The peripheral actors of the convergence in Argentina. The case of a prominent and competitive provincial cooperative company

Linares, Alejandro

 **Alejandro Linares**

linares.alejandro.felix@gmail.com

Instituto de Investigaciones sobre Lenguaje, Sociedad y Territorio (INILSyT) en la Universidad Nacional de Formosa, Argentina

Intersecciones en Comunicación

Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina

ISSN: 1515-2332

ISSN-e: 2250-4184

Periodicidad: Semestral

vol. 1, núm. 16, 2022

intercom@soc.unicen.edu.ar

Recepción: 06 Septiembre 2021

Aprobación: 01 Octubre 2021

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/216/2162506001/>

DOI: <https://doi.org/10.51385/ic.v1i16.133>

Esta obra está bajo una licencia Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial Compartir Igual 4.0 Internacional



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Resumen: Este artículo analiza los factores que hicieron posible la vigencia de la empresa cooperativa CPE de la ciudad de Santa Rosa, en La Pampa, como actor relevante del mercado info-comunicacional en su región en el proceso de convergencia y concentración, entendido como una dinámica multidimensional. Este estudio se ubica en un campo de interés delimitado por los estudios de las políticas de comunicación y de la economía política de las comunicaciones. A partir de allí se trazó una estrategia metodológica para alcanzar datos cualitativos y cuantitativos que enriquecen cuatro dimensiones explicativas desarrolladas: la histórico-social; la político-regulatoria; la dimensión tecnológica y la dimensión económica. La investigación concluye que la CPE supo constituir una identidad institucional duradera, un reconocimiento social histórico, una inserción política clara, una visión tecnológica y una solidez económica-infraestructural que hicieron posible desarrollar una estrategia de expansión sostenible para sus servicios info-comunicacionales y resistir políticas sectoriales que la colocaron históricamente en condiciones de desigualdad.

Palabras clave: Convergencia – desigualdad – cooperativismo – telecomunicaciones – servicios audiovisuales, Convergencia, desigualdad, cooperativismo, telecomunicaciones, servicios audiovisuales.

Abstract: This article analyzes the factors that helped CPE – a cooperative company in the city of Santa Rosa, in La Pampa – to become a relevant player in the info-communication market in its region in the process of convergence and concentration, understood as a multidimensional dynamic. This study is located in a field delimited by the studies of communication policies and the political economy of communications. From there, a methodological strategy was drawn up to achieve qualitative and quantitative data that enrich four developed explanatory dimensions: the historical-social one; the political-regulatory; the technological dimension and the economic dimension. The research concludes that the CPE established a lasting institutional identity, a historical social recognition, a clear political insertion, a technological vision and an economic-infrastructural solidity

that contributed to develop a sustainable expansion strategy for its info-communication services and resist policies that historically placed it in conditions of inequality.

Keywords: Convergence – inequality – cooperativism – telecommunications – audiovisual services, Convergence, inequality, cooperativism, telecommunications, audiovisual services.

Introducción

Nacida

Nacida

Nacida en 1935, la Cooperativa Popular de Electricidad, Obras y Servicios Públicos de Santa Rosa Ltda. (CPE) se presenta como “una entidad sin fines de lucro, solidaria y democrática”. Actualmente ofrece servicios de telefonía básica, internet y televisión por cable en las localidades vecinas de Santa Rosa y Toay, en la provincia de La Pampa, además de otras prestaciones como energía eléctrica, su actividad fundacional.

Este trabajo busca explicar los motivos por los que la CPE se asentó en su localidad como actor preponderante de su sector y mantiene un proyecto de expansión en el mercado info-comunicacional argentino desde el inicio del 2000 hasta la actualidad. El interés se justifica fundamentalmente en el contexto sectorial adverso que debió enfrentar este tipo de actores, delimitado por: la marginación histórica de políticas estatales (Autor y otras/as; 2017) y los procesos de concentración y centralización de la propiedad que consolidaron desigualdades en las condiciones de desarrollo (Marino, 2012; Becerra y Mastrini, 2017; Fontanals, 2015).

El trabajo aborda el desarrollo del sector info-comunicacional argentino en su fase convergente desde un caso concreto (la CPE), perteneciente al mundo de las empresas cooperativas y situado en términos históricos y geográficos. Lo hace desde el campo de interés delimitado por los estudios de políticas de comunicación y de la economía política de las comunicaciones^[1].

El análisis desde múltiples dimensiones contribuye a reconocer en profundidad las características de un actor info-comunicacional en una escala local y regional. Esto permite visibilizar procesos particulares protagonizados por jugadores secundarios, en un mapa de la comunicación nacional con sostenidas asimetrías, que realizan contribuciones tanto económicas como culturales en sus zonas de influencia.

Enfoque teórico y metodológico

Este trabajo ofrece una explicación sobre los motivos por los que la empresa cooperativa CPE se asentó como actor relevante del sector info-comunicacional en su localidad, Santa Rosa, y pudo sostener un proyecto de expansión desde el inicio del siglo XXI hasta la actualidad en un contexto comercial y regulatorio caracterizado como desigual y adverso. Para esto, desde la conceptualización de Becerra (2003) de la convergencia como proceso multidimensional se plantean

cuatro dimensiones explicativas para responder a los objetivos del trabajo: 1) una dimensión histórico-social; 2) una político-regulatoria; 3) una tecnológica; 4) y una dimensión económica.

La reconstrucción de los datos necesarios para colmar estas dimensiones necesitó diferentes herramientas metodológicas: cinco entrevistas semi-estructuradas a gerentes de la empresa; el análisis de informes de gestión y balances financieros de la cooperativa entre 2003 y 2019; la revisión de bibliografía e informes públicos; y la recopilación de datos censales.

El objeto de investigación es la CPE de la ciudad de Santa Rosa, en la provincia de La Pampa, y se aborda su recorrido histórico desde el nacimiento como cooperativa de servicios. Esta reconstrucción se focalizará en los servicios vinculados al campo de las comunicaciones; esto es, telefonía, televisión por cable e internet^[2]. Por lo tanto, el periodo analizado se extiende desde el 2000 hasta 2019. Esto es, desde el año elegido para fijar el periodo en el que la CPE iniciaba experimentalmente sus primeras prestaciones comunicacionales hasta el último año sobre el que fue posible obtener datos de la empresa.

La hipótesis entiende que la efectividad de la CPE para asentarse como actor info-comunicacional en su localidad responde a su capacidad para constituir una identidad institucional duradera, un reconocimiento social histórico, una inserción política clara, una visión tecnológica y una solidez económica-infraestructural que hizo posible desarrollar una estrategia de expansión sostenible y resistir políticas sectoriales que la colocaron históricamente en condiciones de desigualdad.

Convergencia y dimensiones explicativas

La posibilidad tecnológica de digitalización de la producción y distribución de productos y señales antes analógicas abrió en la década del 90 un proceso de convergencia entre sectores antes divergentes: el audiovisual, la informática, la prensa escrita y las telecomunicaciones. Este proceso se evidencia en la CPE de Santa Rosa con la incorporación progresiva de servicios comunicacionales: inicialmente con telefonía e internet, luego con la televisión digital por cable, la creación de una señal de TV y los intentos de brindar telefonía móvil.

Si bien es la digitalización de señales la que permite la integración de soportes de distribución de las mismas, la valoración de la convergencia no puede limitarse a su aspecto tecnológico. Este trabajo entiende que la misma debe ser abordada, como propone Becerra (2003), como un proceso comprendido por diferentes dimensiones: a) tecnológica; b) empresarial; c) de servicios; d) de mercados; e) regulatoria; y f) de consumos. Desde esta diferenciación se plantea el análisis en cuatro dimensiones explicativas para caracterizar el recorrido de la CPE en la provisión de servicios comunicacionales. Se propone la reconstrucción de un caso particular para reconocer su experiencia del proceso de la convergencia, entendida como una dinámica multidimensional, histórica y situada.

La digitalización facilita la provisión, a través de una misma red, de servicios con características diferentes, que fueron ofrecidos históricamente por distintos canales y actores de la comunicación. Esta capacidad tecnológica alerta sobre los riesgos derivados de la concentración de la propiedad en pocas manos, y partir de allí del usufructo de posiciones dominantes. En efecto, en Argentina la provisión

de los servicios de TV (abierta y por suscripción), de telefonía (fija y móvil) y de internet se mantuvo durante el periodo analizado dominada por pocas compañías con un sostenido “comportamiento conglomeral, con una creciente tendencia a la convergencia entre los dos segmentos de mayor importancia económica, las telecomunicaciones móviles y la televisión de pago” (Becerra y Mastrini, 2017: 95)[³].

En este contexto, Argentina contaba en 2020 con 547 cooperativas registradas para dar servicios de internet, telefonía y/o televisión por cable en 20 provincias, pero la mayoría se concentraba en el centro del país (Rossi y Oddone, 2021).

Estas condiciones conducen a abordar el proceso de convergencia con un ojo puesto en las oportunidades abiertas y con el otro atento a los contextos particulares, marcados por desigualdades históricas. Por tanto, el trabajo entiende productivo recuperar el concepto, aún en construcción, de convergencia periférica, que refiere a la condición de actores del campo info-comunicacional que “transitan sus migraciones digitales y ensayan fórmulas de triple o cuádruple play desde posiciones asimétricas y por tanto subalternas”. Con esta idea se propone poner el foco en las particularidades que muestran las experiencias en la periferia del sistema, en el entendimiento que “cualquier proceso de introducción de innovaciones define centros y periferias, y que esto ocurre sobre la base de asimetrías preexistentes” (Monje y Rivero, 2018: 11 y 20).

Monje y Rivero señalan que, dentro de los proyectos no lucrativos, el sector cooperativo logró mejores posibilidades para disputar posiciones en el mapa de las comunicaciones, pero que estos actores no son analizados particularmente en términos macroeconómicos. Desde este marco teórico se intenta reconocer la especificidad de las dinámicas de implementación de tecnologías de la información y la comunicación en localidades argentinas concretas, como la ciudad de Santa Rosa, para explicar sus características diferenciales.

Dimensiones explicativas

Este trabajo plantea cuatro dimensiones para abordar la hipótesis planteada sobre el desarrollo de la CPE como actor info-comunicacional en la convergencia: 1) histórico-social; 2) político-regulatoria; 3) tecnológica; 4) y económica.

Dimensión histórico-social

La Pampa fue declarada provincia en junio de 1951. Cincuenta años después, su población era de 299.294 habitantes y en 2010 pasó a tener 318.951 pobladores, por lo que es una de las provincias con menos habitantes del país y con un bajo crecimiento poblacional (6,6 % entre ambas mediciones). Sólo en Santa Cruz y Tierra del Fuego viven menos personas.

Según el censo nacional de 2010, en la provincia había 2,2 pobladores por kilómetro cuadrado: la segunda provincia con menor densidad poblacional. En Santa Rosa, su capital, y la lindante ciudad de Toay, viven alrededor de 117 mil habitantes en casi 40 mil hogares. Este no es un dato menor en función del tipo de economías que caracteriza al sector info-comunicacional. En provincias como La Pampa, cada metro de cable tendido, antena instalada o desarrollo tecnológico

adquirido tiene menos usuarios potenciales disponibles para la recuperación de inversiones costosas.

La idea de crear una cooperativa eléctrica en Santa Rosa surgió en 1930 al calor de cuestionamientos de vecinos sobre el precio y la calidad del servicio. A esto se sumó una reacción local ante la llegada de la Compañía Sudamericana de Electricidad, de capitales estadounidenses y participación en varias usinas del país, para hacerse cargo del suministro eléctrico en esa ciudad.

En 1933 se firmó el primer contrato de concesión entre la cooperativa y la municipalidad. Lluch y Sánchez (2002) destacan la voluntad política para impulsar esta iniciativa de las autoridades municipales en los primeros años, que se traducía en asistencia económica. Los pioneros debieron superar la negativa de compartir las redes por parte de la anterior proveedora para abastecer en forma exclusiva a poco más de 10 mil habitantes.

El discurso institucional histórico de la empresa difunde un sesgo que presenta su nacimiento como una gesta cargada de heroísmo, solidaridad y patriotismo, donde el localismo funcionó como cohesionador ante disputas internas (Lluch y Sánchez, 2002).

En la actualidad, la distribución de energía eléctrica a través de cooperativas en La Pampa es la norma y no la excepción. Reconocida como servicio público, el 99% de esta actividad la realiza este tipo de empresas en la provincia y la CPE se encarga de alrededor del 40%. Se trata de un fenómeno de larga data, pues en la provincia ya había 23 cooperativas eléctricas en 1968 (Lluch y Sánchez, 2002). La empresa mantuvo su actividad incluso cuando la estatal Aguas y Energía Eléctrica absorbió a casi todas esas cooperativas (entrevista a Usero)^[4].

Al servicio fundacional se sumaron otras actividades que se mantienen hasta la actualidad: la venta de artículos del hogar desde 1946; el servicio funerario desde 1974; la fábrica de columnas desde 1980; la distribución de gas envasado desde 1982; el servicio de enfermería desde 1991; una biblioteca desde 1992; la generación de seguros desde 1994; a lo que se suman una editorial, salones comunitarios y un archivo histórico. En el trayecto, hubo actividades que dejaron de realizarse, como la fabricación de hielo y una fraccionadora de leche.

La iniciativa de la CPE en las comunicaciones

Inhabilitada legalmente para dar telefonía fija y TV por cable, la CPE incursionó a fines de 1998 en la provisión de internet (Dial-up), antes de la reglamentación de la actividad. Así, si bien fueron concebidas en conjunto, las limitaciones regulatorias hicieron que la cooperativa pueda lanzar primero la provisión de internet con un servicio limitado, a la que se sumaron en 2002 la telefonía fija y la banda ancha, luego de la liberalización del mercado telefónico. Desde la gerencia de Telecomunicaciones de la CPE, Fabián Denda ofreció su explicación de las causas y consecuencias de la incursión de la cooperativa en esta actividad:

En los servicios de telecomunicaciones veníamos de ser muy maltratados como usuarios. Ya en 2001 Telefónica tenía una zona de cobertura en la que estaba obligada a prestar servicios. Fuera de esa zona, ellos la denominaban zona rural. Cada vez que un vecino pedía una línea ahí, le cobraban algo inaccesible. Nosotros rompimos con esa lógica, resignando unos años más de recuperación en cuanto a lo financiero. Decidimos no cobrar el cargo de instalación y posibilitamos que un montón de

gente tenga por primera vez telefonía fija, que tenía una penetración muy baja hasta entonces.

En 2003, la empresa sufrió un intento de decomiso de equipos luego de comenzar a transmitir cuatro señales de TV por aire[5]. Esta experiencia no tuvo continuidad debido a una prohibición judicial. Al cierre de 2011, la CPE fue la primera cooperativa en recibir una licencia para brindar televisión por cable luego de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Esta prestación comenzó a ofrecerse al año siguiente, con la inclusión del Canal 2, una señal propia.

Según el ex presidente de la CPE, Oscar Nocetti, las demandas para brindar telefonía fija y televisión por cable surgieron en diferentes contextos de las necesidades de la población. Según su revisión, la provisión de internet respondió a la visión tecnológica de la empresa para anticiparse al despegue de esa tecnología:

En telefonía fija no tuvimos mayores dificultades. A Telefónica le resultaba más fácil que nosotros nos hagamos cargo que hacerlo ellos. Prácticamente no invirtió nada acá. Por eso no opuso mayores resistencias. Tenían áreas prioritarias, que eran las más densamente pobladas. Hasta que optimizaran los servicios en esas áreas, nosotros podíamos llegar a una nueva era sin tener teléfonos. Entonces los vecinos cayeron a la cooperativa (...) Clarín se quedó con las dos cableras de Santa Rosa y comenzó a cobrar cada vez más caro el servicio, sobretodo el fútbol. Entonces los vecinos vinieron a la cooperativa para ver si podía dar cable. Ahí se presentó un problema porque era pelear con un poder real (...) Preveíamos que el crecimiento de internet iba a ser muy grande. Empezamos a crecer con el servicio de internet, con el ojo puesto en la televisión. La red siempre fue pensada para el triple-play.

La reconstrucción permite notar que la incursión en las telecomunicaciones se sostuvo en una trayectoria institucional extensa y consolidada en la ciudad. Además, se comprueba que su capacidad económica le permitió sostener por un tiempo servicios deficitarios en términos financieros. Si bien desde la CPE reconocen que la demanda ciudadana la impulsó a brindar estos servicios, el inicio de las actividades demandó un proceso de construcción de posibilidades. En esta dinámica, las barreras legales fueron particularmente fuertes en el caso de la televisión por cable.

Dimensión político-regulatoria

Luego de la privatización de Empresa Nacional de Telecomunicaciones (Entel) en 1990, la telefonía fija básica quedó a cargo de dos empresas extranjeras, Telecom y Telefónica, que se repartieron el norte y el sur del país respectivamente (al igual que el Área Metropolitana de Buenos Aires). Allí tendrían exclusividad en la prestación por siete años, con la posibilidad de una extensión por tres años. La liberalización del mercado telefónico fue habilitada por los decretos 264 de 1998 y 764 de 2000. Sin embargo, los términos en que se concretó la privatización del mercado de telefonía fija en 1990, la regulación del sector durante la década del '90 que fortaleció la posición de las empresas dominantes y la ausencia de políticas para favorecer el ingreso de nuevos actores hizo imposible trastocar el duopolio consolidado (Abeles, Forcinito y Schorr, 2002; Fontanals, 2012). En efecto, hacia 2012, estas multinacionales concentraban 91% de mercado y habían expandido su poder hacia la telefonía móvil e internet (Fontanals, 2012), situación que se extendería por otra década.

La posibilidad para Telecom y Telefónica de participar en los nuevos servicios, con la evidente ventaja de monopolizar sus mercados durante casi una década,

ya estaba contemplada en el proceso privatizador. Y otra definición política que benefició a las empresas fue la dolarización de sus tarifas en la telefonía fija a través del decreto 2585 de 1991 (Schorr, 2001), que se extendió hasta enero de 2002. A partir de allí, se mantuvo por la década siguiente la estabilidad de las tarifas en la telefonía fija mientras también se congelaba la estructura concentrada del sector y se habilitaban los aumentos de precios en la telefonía móvil e internet, que se establecían como los segmentos dinámicos.

El modelado de las políticas para las telecomunicaciones desde 1990 en adelante fue resultado de recurrentes negociaciones informales y opacas entre distintos Gobiernos y las empresas dominantes (Fontanals, 2012).

Durante el Gobierno de Fernando de la Rúa el decreto 764 de 2000 estableció nuevas condiciones para la apertura del mercado de telefonía en sus diferentes segmentos. Pese a las limitaciones que demostró, esta liberalización hizo posible el ingreso de la CPE en la telefonía fija, que se concretó en julio de 2002. Sin embargo, la limitación legal de brindar telefonía y TV hizo que la primera licencia que obtuvo la CPE en este campo sea la que autorizaba la provisión de internet, en ese momento a través del mecanismo de Dial-up o banda angosta.

A partir del desarrollo de una infraestructura propia para cubrir inicialmente 5000 casas, la cooperativa comenzó a ofrecer telefonía básica al mismo tiempo que internet de banda ancha, y lo hacía en competencia con la multinacional Telefónica. Según el entonces presidente de la entidad, Oscar Nocetti, la temprana incursión en internet, aunque en forma limitada, se explica por la ausencia de planificación estatal en este campo en aquel momento y por la visión de la empresa. Esto es, la casi nula regulación específica para la actividad hizo posible que puedan recibir una licencia sin trabas importantes.

En 2010, la CPE decidió proveer de internet gratis a todas las escuelas de Santa Rosa y Toay bajo su cobertura, un total de 55 instituciones. Un año después, se hizo acreedora de fondos del Servicio Universal (compuesto por el 1% de los ingresos de los operadores de telecomunicaciones) para brindar conexión a 29 unidades educativas de la capital pampeana.

En 2003, se organizó en Santa Rosa el primer Congreso de Cooperativismo y Radiodifusión, bajo el lema “Por una Radiodifusión sin exclusiones”. En ese evento se difundió la declaración “El Grito de Santa Rosa”, donde denunciaron la exclusión de las cooperativas y otras organizaciones sin fines de lucro a la prestación de los servicios de comunicación^[6]. La organización del evento da cuenta de la iniciativa de la CPE para incursionar en esta actividad desde aquel momento y de su disposición para articular acciones con otros actores para generar condiciones favorables. A esto debe sumarse el intento de brindar televisión por aire en 2003, que fue bloqueado judicialmente pero que sirvió para demostrar públicamente su voluntad a los asociados.

En agosto de 2005 el Congreso sancionó la ley 26053, que modificó el artículo 45 de la ley 22285 y autorizó a las personas jurídicas sin fines de lucro a ser titulares de licencias de radio y TV por aire y cable. Sin embargo, la norma mantenía la exclusión a las cooperativas de servicios públicos para ser prestadores de servicios de radiodifusión. La solución que ofrecían desde la autoridad de aplicación a la CPE era travestir su identidad empresarial y ofrecer el servicio como una sociedad comercial tradicional (entrevista a Nocetti).

Además, entre 2000 y 2009 se mantuvo cerrado el acceso a nuevas licencias para brindar televisión por cable. Así, se extendió por casi una década lo que inicialmente fue una suspensión por 120 días a la venta de pliegos por una “emergencia administrativa”, establecida por el Comité Federal de Radiodifusión, la autoridad regulatoria de entonces.

Fue la sanción de la ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual en octubre de 2009 la que habilitó a las cooperativas de servicios públicos a convertirse en actores audiovisuales. De allí se entiende la activa participación de la institución en los debates por la nueva norma.

El tiempo transcurrido entre la sanción de la norma y el inicio del servicio de TV por cable de la cooperativa se explica por dos motivos. Por un lado, las impugnaciones judiciales que demoraron la vigencia de partes de la ley. Por el otro, los obstáculos burocráticos que persistían en dependencias estatales para trabar el ingreso de nuevos actores. Así lo relató Oscar Nocetti:

La ley salió con una trampa y era que las cooperativas, para tener la aprobación del pedido de licencia, debían pasar por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, para ver si no íbamos a ser predatorios. Tuvimos nueve meses parado el trámite ahí. Sino salía de ahí, no podíamos empezar. Y ya teníamos todo listo para transmitir. Tuvimos que hacer mucha fuerza para que eso salga. Yo le dije directamente a (Gabriel) Mariotto que el expediente iba a salir en el año del chicle. Pero apenas salió la autorización comenzamos a transmitir porque hicimos inversiones grandes desde el inicio.^[7]

En efecto, el artículo 30 de la ley audiovisual autoriza a las cooperativas de servicios públicos a contar con una licencia para servicios de comunicación audiovisual. Pero también establece que en caso de manifestarse una oposición de otro prestador, se debe consultar a la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

La sanción de la Ley Argentina Digital en diciembre de 2014 ofreció un nuevo marco legal a la actividad de la cooperativa en el servicio telefónico y en la provisión de internet, que no afectó su actividad en estos segmentos. Además de mantener el reconocimiento del servicio básico telefónico como servicio público (art. 54), reconoció el carácter de servicio público esencial y estratégico en competencia a los servicios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) (art. 15). Por ellos, estableció la posibilidad de regular las tarifas de esos servicios (art. 48), aunque nunca se llevó a la práctica.

La disputa por el uso de la infraestructura

Un conflicto que requirió una regulación específica fue la referida al pago por el uso de las columnas de la red eléctrica de la CPE por parte de competidores en los servicios de telecomunicaciones y TV por cable. Se trató de un largo desacuerdo entre la cooperativa y el Grupo Clarín, desde que Cablevisión se quedó con las dos empresas que ofrecían televisión paga en Santa Rosa en la década del '80^[8]. Hasta ese momento habían hecho acuerdos con esas cableras locales para ceder infraestructura a cambio de publicidad.

El conflicto atravesó distintas etapas en las que se involucraron la Municipalidad, el Gobierno provincial y el Poder Legislativo. Ya en 1998 fracasó un acuerdo entre la CPE y Multicanal, propiedad de Clarín. Dos años más tarde

ambas empresas se enfrentaban en una causa judicial por la denuncia de robo de energía (D'atri y De la Mata, 2000).

Inicialmente la Municipalidad santarroseña habilitó el uso de las columnas a Cablevisión. Luego, la Administración Provincial de Energía, autoridad de aplicación del servicio eléctrico en La Pampa, facilitó con resoluciones la expansión de esa cablera sobre la red eléctrica con un alquiler que la CPE entendía muy bajo. Posteriormente, la resolución 32 de 2012 del Ministerio de Obras y Servicios Públicos pampeano estableció la propiedad provincial sobre los postes provinciales y fijó un nuevo canon. El monto resultó insuficiente para las cooperativas y se destinaba a la Dirección General de Rentas de La Pampa, que luego lo distribuía como subsidio entre las proveedoras eléctricas (Rodríguez Villafañe, 2012).

En diciembre de 2018, la Cámara de Diputados de La Pampa sancionó la ley 3140 que regula el uso de la infraestructura de la red eléctrica en la provincia. Allí se exige que cualquier prestador de un servicio adicional debe pedir autorización para utilizar columnas y soportes del tendido eléctrico al concesionario del servicio, en este caso la CPE. Además, se establece el pago de un canon anual por su utilización por parte de terceros, y otro para el mantenimiento de esos recursos físicos. También se contempla el pago que debe hacer el mismo concesionario de la distribución de electricidad en caso de ofrecer servicios adicionales a través de esa red física. En todos los casos, se calculan los montos según una fórmula que toma como base las tarifas establecidas por la autoridad provincial para la energía eléctrica. En definitiva, la norma ofrece condiciones para lograr mayor transparencia sobre la instalación de cables y equipamientos de esos servicios, y hace posible una solución a la disputa entre la CPE y Cablevisión (Clarín). El gerente general de la cooperativa, Ariel Martínez, ratificó que la ley fue el desenlace de un conflicto que creció en intensidad:

No es sólo por el uso arbitrario y prepotente de una estructura hecha para otros fines. También genera problemas de seguridad, independientemente del canon. La ley viene a corregir eso (...) Primero fue un acuerdo entre la cooperativa y las empresas locales. Luego pasó a ser una ordenanza municipal. Después fue una resolución de la Provincia. A eso le siguió otra resolución. Y finalmente llegó la ley provincial.

Finalmente, en octubre de 2019 la CPE anunció que el Grupo Clarín había pagado a su unidad de negocios de energía eléctrica más de 2 millones de pesos por el canon establecido. Pero advertía que no presentaba sus planes de tendido ni informaba con certeza la extensión de su red.

El episodio exigió la habilidad política de la CPE para hacer jugar sus intereses en una regulación. Además, permitió ver el respaldo económico y político que le otorga a la cooperativa en su provincia su desarrollo previo como prestador del servicio público de electricidad. También demuestra en los distintos ámbitos en los que se produce la competencia entre actores del sector.

Por último, al menos desde 2008 la CPE intenta brindar telefonía móvil, pero el servicio permanece vedado para el sector cooperativo (Fontanals, 2017; Rivero, 2017). El proyecto de la cooperativa es ofrecer un paquete completo de servicios que la ponga en condiciones igualitarias de competencia. Desde la CPE ven con preocupación las grandes cifras que "salen" de la provincia por el pago de los abonos a este servicio (entrevistas a Carrascal, Nocetti y Denda).

El punto de partida pensado por la CPE para su intervención político-social es el movimiento cooperativo y desde allí enfoca su actividad (entrevista a Carrascal). Esta inscripción política se expresa en su participación en entidades como la Cámara de Cooperativas de Telecomunicaciones (Catel) desde 2006 y la Cooperativa de Provisión y Comercialización de Servicios Comunitarios de Radiodifusión

(Colsecor). Esta última tiene el rol de negociar y contratar señales para 280 cableras cooperativas desde una posición de mayor fortaleza que la que cualquiera de las empresas podría tener en forma separada.

La revisión de la dimensión político-regulatoria desde el recorrido de la CPE permite ver que se trata de un terreno de disputa en el que sobresale la condición de periféricos o subalternos de los actores cooperativos. Allí, sus ambiciones en el sector encontraron obstáculos principalmente normativos, expresivos de asimetrías políticas y económicas. Cada avance regulatorio por condiciones favorables para su desarrollo económico incluyó disputas con actores comerciales dominantes en el sector y negociaciones de largo aliento con los Gobiernos locales y nacionales. En ese contexto, la cooperativa realizó alianzas y debió construir canales de diálogo y actuación con distintas instancias estatales.

Dimensión tecnológica

Las estadísticas oficiales hasta 2019 reflejaban la alta penetración sostenida de la TV paga (por cable y satelital), la caída de los accesos a la telefonía fija y el crecimiento constante de internet de banda ancha fija, aunque con notorias desigualdades geográficas tanto en el acceso como en las calidades^[9] (ENACOM, 2020), con altos niveles de concentración en estos mercados (Becerra y Mastrini, 2017)^[10]. En este mapa, tanto en la TV por suscripción como en internet, La Pampa se encontraba entre las cinco primeras provincias con niveles más altos de penetración en diciembre de 2019.

La gerencia de Telecomunicaciones afirmaba que en noviembre de 2019 la CPE ofrecía internet aproximadamente a 47 mil usuarios de las 90.399 conexiones fijas a la red que tenía La Pampa según ENACOM. Esto representaba poco más del 50% de los accesos provinciales en manos de la cooperativa santarroseña. Por lo tanto, su actividad tenía una importante incidencia en la penetración y en las velocidades de internet. Un informe interno de noviembre de 2019 indicaba que el promedio de velocidad entre los abonados era de 6,08 Mbps. Allí también se estimaba que la penetración de su servicio (sin contar a otras empresas) en las localidades de Santa Rosa y Toay era de 73 y 65 accesos cada 100 viviendas respectivamente.

Estos datos resultan razonables a la luz de las estadísticas nacionales de ENACOM que indicaban una penetración de internet fija de 76,9% y una velocidad promedio de 6,53 Mbps en la provincia. Así, tanto en los servicios de la CPE como en toda la provincia convivían uno de los índices más altos de penetración de todo el país (sólo superado por la Ciudad de Buenos Aires y Tierra del Fuego) con uno de los indicadores de velocidad promedio más bajos. Desde la Gerencia de Telecomunicaciones de la cooperativa, Fabián Denda ofrecía un argumento:

La explicación de esa medición son las ofertas comerciales. No es una estadística de infraestructura. En Córdoba o Buenos Aires, la oferta inicial de acceso es de 25 o 50 megas. No podés conectarte con 6 megas. Por eso el promedio se va para arriba. Esto no quiere decir que en La Pampa no existan los 30 o 50 megas, pero damos la posibilidad de contratar menos velocidad y pagar menos. Si tuviésemos una oferta comercial que arrancase en 30 o 50 megas, la penetración no sería la misma.

La trayectoria tecnológica de la CPE

La provisión de internet (CPEnet) comenzó en diciembre de 1998 mientras el servicio de telefonía fija (CPEtel) se inició en julio de 2002. La temprana definición de brindar la telefonía básica junto a internet de banda ancha no sólo deja ver la vocación de innovación, sino que también recoge, en una respuesta tecnológica e infraestructural, las demandas ciudadanas y la eficiencia empresaria. El recuerdo del gerente de telecomunicaciones de la CPE ilustró este enfoque:

Cuando decidimos dar telefonía, la mayor demanda de los asociados seguía siendo la televisión. Pero eso no podíamos dar. Entonces hicimos una red de fibra y coaxil. No hicimos una tradicional de telefonía fija de cobre. Tendimos una red de cable, de operador de cable, con una solución para dar telefonía. Fue una innovación pensada para dar todos los servicios que damos ahora.

La inversión inicial de la infraestructura en telecomunicaciones se realizó con ahorros genuinos de la empresa, contemplados expresamente para ese fin, que fueron girados a un banco extranjero (el HSBC Bank de Suiza) antes de diciembre de 2001. Alrededor de 3 millones y medio de dólares depositados en el exterior agilizaron la compra de equipos costosos para el tendido inicial de esa red, que se produjo en el contexto de una crisis económica nacional (entrevista a Nocetti).

El área de Telecomunicaciones reconoce en su memoria 2012-2013 que ese fue un periodo bisagra en su actividad. Allí se aseguraba que su base de usuarios, que había sumado 14.070 nuevos accesos en ese tramo, y el nivel de facturación lo ubicaban como “el operador más importante del centro del país” (CPE, 2013: 31). Para junio de 2013, el sector alcanzó los 43.228 servicios de telefonía e internet, frente a los 35.503 del balance anterior. En este recorrido, los ingresos por internet superaron a los de telefonía fija desde 2010. Allí se informaba que para junio de 2010, 75% de las líneas telefónicas contaba también con banda ancha (CPE, 2010).

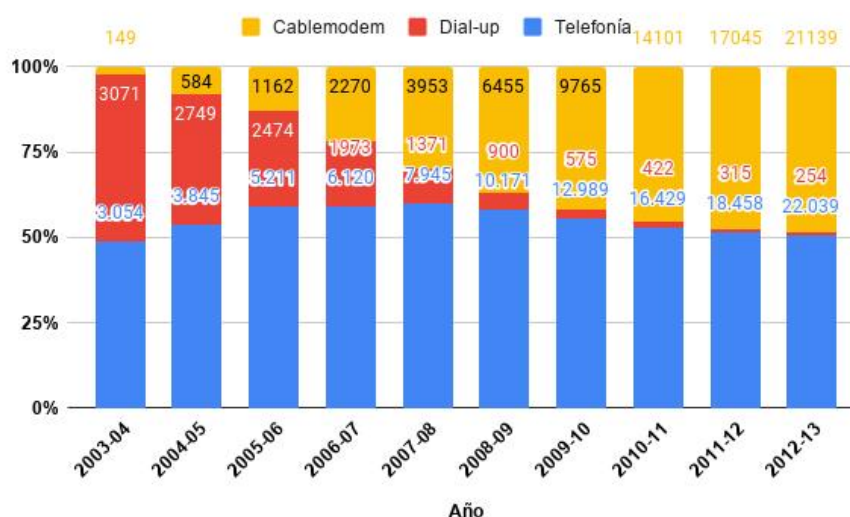


Gráfico 1.

Conexiones de internet y telefonía básica de la CPE (2003-2013)

Elaboración propia en base a memorias y balances de la CPE.

En julio de 2012 se inauguró CPETV, el servicio de TV por cable, que incluía la puesta al aire de una señal local propia, Canal 2, como lo requería la ley audiovisual. En noviembre de ese año se comenzaba a ofrecer ese servicio en forma oficial con una prestación 100% digital. Esto es, cada televisor conectado cuenta con un decodificador digital. Para junio de 2013 contaban con 6.345 suscriptores y más de 12.000 decodificadores instalados (CPE, 2013).

En el momento del lanzamiento del servicio, Cablevisión (Grupo Clarín) monopolizaba la provisión de televisión por cable en Santa Rosa, luego de su fusión con Multicanal en 2007. Esta tecnología había llegado en 1983 y 1984 a través de dos empresas locales, Difusora SRL y Pampa TV, adquiridas por Multicanal en 1994 y por Cablevisión en el 2000 respectivamente (D'atri y De la Mata, 2000). Hacia 2014, el servicio de televisión paga ofrecido por la CPE contaba con 150 señales, de las cuales 47 se emitían en alta definición y 103 tenían definición estándar. En 2018, de las 153 señales, 70 contaban con alta definición y 83 con definición estándar.

Según la memoria oficial de 2019, el sector de las telecomunicaciones de la CPE tenía arriba de 102.500 servicios conectados (si se sumaban los usuarios de internet, televisión por cable y telefonía). Esto significó un aumento respecto a 2018, cuando se contabilizaron 98.911 abonados totales. Pero lo más relevante es el crecimiento constante en la cantidad de suscriptores desde 2011, apalancados principalmente en la banda ancha. El aumento de clientes muestra un salto importante en 2014, cuando se comienzan a sumar los conectados a la TV por cable.

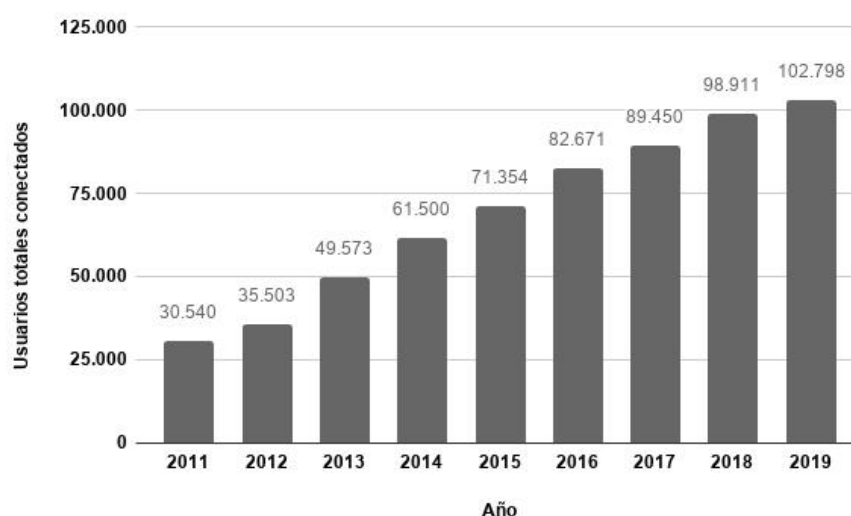


Gráfico 2
 Usuarios de la CPE (2013-2019)
 Balance oficial de la CPE (2019)

El tendido de internet y televisión por cable de la CPE cubría toda la ciudad de Santa Rosa (también se extendía en casi toda la localidad de Toay). En 60% de la extensión de la red de internet competía con Telefónica y en 25% lo hacía con Fibertel. En la TV paga, la competencia se producía en todo el área. Según la estimación del sector de Telecomunicaciones de la cooperativa, en 2019 tenían aproximadamente el 85% del mercado de internet y en el cable la disputa era

algo más pareja. Este análisis no puede desconocer que la empresa administra la infraestructura instalada de energía eléctrica (postes y obras disponibles en toda la ciudad) y un cableado que soporta el triple-play, lo que abarata la expansión y acelera el desarrollo de los servicios.

En el cierre de 2019 la CPE trabajaba los aspectos técnicos para comenzar a ofrecer Sensa, una aplicación de VOD (Video on Demand) para ver films y señales en vivo en teléfonos celulares y televisores inteligentes. Se trata de una plataforma adquirida por Colsecor.

Así, en el aspecto tecnológico-infraestructural la CPE demostró anticipación, iniciativa y actualización. Además, contó desde el inicio con el respaldo en experiencia y en instalaciones físicas derivados de la provisión de electricidad. La suba permanente de usuarios permite comprobar la ambición, la seriedad y el relativo éxito con la que se asumió el despliegue.

Dimensión económica

La última revisión sobre los principios cooperativos realizada en 1995 por la Alianza Cooperativa Internacional definió a la cooperativa como una “asociación autónoma de personas que se unen voluntariamente para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta democráticamente gestionada”. Esto es, las organizaciones cooperativas tienen como objetivo satisfacer una necesidad común a través de un servicio mientras las compañías lucrativas tienen a la maximización de la ganancia en su norte. Por este motivo se entiende que son empresas no lucrativas: no se proponen la obtención de beneficios como meta, sino la provisión eficiente de servicios a sus asociados (Ladizesky, 2016). Este es el marco conceptual que organiza la actividad de la CPE, desde donde también deben leerse sus decisiones económicas.

El volumen de esta empresa puede encontrarse en la cantidad de servicios que presta, como ya fue enumerado, o en su planta laboral. En 2018 tenía 512 trabajadores, con 10 convenios colectivos diferentes, mientras en 2011 eran 465 empleados y en 2005 llegaban a 400, según datos de la entidad. Sus ingresos y patrimonio registrados en los balances también hablan del tenor su actividad económica.

En su balance 2018/2019 se registraban ingresos totales arriba de los 2 mil millones de pesos, con un patrimonio neto de 1.215 millones de pesos. En el mismo balance, el sector de Telecomunicaciones informaba 381 millones de pesos de ingresos anuales (CPE, 2019), con un ejercicio superhabitario en internet y en la TV por cable. Se trataba del 18,2% del total de los ingresos de la empresa frente al 63% que aportaba la energía eléctrica, principal actividad de la CPE. Sin embargo, el porcentaje de ingresos atribuido al área de comunicaciones sobre el total creció 3 puntos en relación a 2014, año de la consolidación de la TV por cable, cuando significó 15,25%. Antes del lanzamiento de ese servicio, la participación del sector era del 11,7% en 2012 y del 7,5% en 2005, cuando la venta de electricidad explicaba alrededor del 64% de los ingresos. Las cifras expresan el crecimiento de los aportes económicos de este sector en la cooperativa: más de 10 puntos porcentuales, con un aporte ascendente de la televisión por cable.

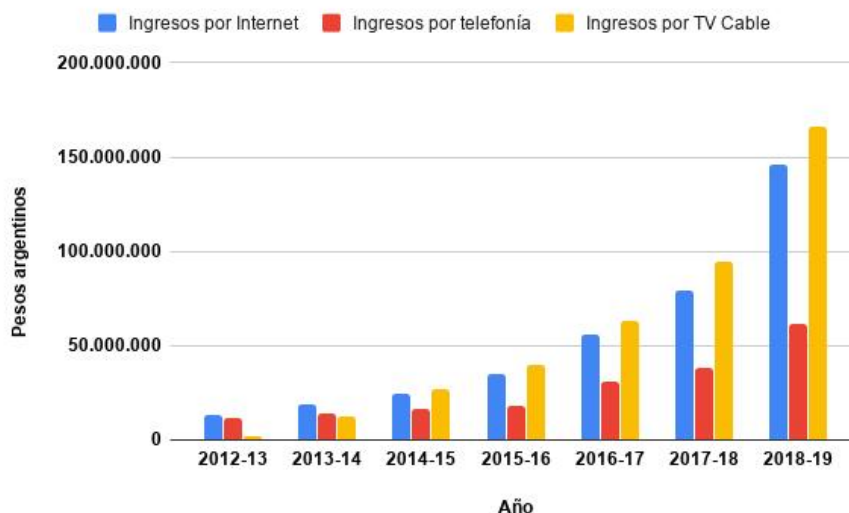


Gráfico 3.

Ingresos según servicios de telecomunicaciones de la CPE^[11]

Elaboración propia en base a los balances de la CPE.

A modo de comparación, el Grupo Clarín registraba ventas netas por más de 27 mil millones de pesos en 2015, cuando contabilizaba poco menos de 3,4 millones de abonados al cable y poco más de 2 millones de usuarios de internet (Clarín, 2016). Ese mismo año, las telecomunicaciones en la CPE registraban ingresos por 113 millones de pesos con 71.354 usuarios totales (sumados los de telefonía, internet y cable). Esto es, mientras el peso económico de la CPE destacaba en la provincia y su actividad en el sector sobresalía en Santa Rosa y Toay, sus cifras eran minúsculas comparadas con una de las empresas dominantes del área info-comunicacional del país.

La libre disponibilidad de los números de la empresa en su portal web es una muestra de su transparencia y compromiso frente a la comunidad. De hecho, se trata de una exigencia para consumir la ratificación de autoridades que se hace cada año. Allí se puede conocer incluso el movimiento de sus cuentas y patrimonio, incluidos sus depósitos en el exterior.

CPE, 2014: 18). Para demostrar esta afirmación, la cooperativa aseguraba que un servicio básico y analógico por suscripción en la ciudad pampeana de General Pico era de 307 pesos en junio de 2014, mientras que la llegada de la CPE hizo que su principal competidor ofreciera ese mismo paquete por 110 pesos en promedio en la capital provincial.

La presencia competitiva de la cooperativa en los mercados de internet y TV paga hizo que firmas concentradas ofrezcan en Santa Rosa sus planes más baratos. En su memoria 2013-2014, la CPE afirmaba que después de un año y medio de lanzar la TV por cable, 50% de los abonados en Santa Rosa ya elegían a su empresa y que se habían reducido “notablemente los precios ofrecidos por la competencia” (CPE, 2014: 18). Para demostrar esta afirmación, la cooperativa aseguraba que un servicio básico y analógico por suscripción en la ciudad pampeana de General Pico era de 307 pesos en junio de 2014, mientras que la llegada de la CPE hizo que su principal competidor ofreciera ese mismo paquete por 110 pesos en promedio en la capital provincial.

Por lo tanto, la política de precios también ofreció importantes incentivos para sumar usuarios. Así lo explicaba Fabián Denda, gerente de Telecomunicaciones:

Hubo una política de precios, favorable para los usuarios. Para posibilitar el acceso, evitamos los cargos de instalación o los ponemos muy bajos. En general siempre nos pusimos abajo de la competencia en el abono mensual. Tenemos una política de precios muy cristalina: a todos les damos los mismos precios. Es un criterio empresarial cooperativo, más allá de que el servicio sea monopólico o con alta competencia. Tenemos un call-center no para vender, sino para atender. Creo que eso genera confianza.

Rivero (2017) relevó que Cablevisión ofrecía en 2015 descuentos de hasta 55% del abono de TV por cable en esa localidad. Hacia el final de 2019, el paquete clásico de Cablevisión costaba allí 604 pesos y eran 1322 pesos si se sumaba Fibertel de 50 megas. En Córdoba, el mismo servicio exigía 1009 pesos y 2429 pesos si se agregaba Fibertel de 100 megas. Por su parte, la CPE ofrecía la suscripción al cable básico por 450 pesos y los 50 megas de internet por 935 pesos (un total de 1385 pesos).

La revisión muestra el sostenido crecimiento económico del sector al interior de la empresa. Además, se comprueba su expansión como proveedor local y los beneficios que tuvo la sociedad como consecuencia de la incursión de la cooperativa en este campo. Al mismo tiempo, se puede comprobar el respaldo económico y simbólico que pudo explotar al ofrecer los servicios informacionales desde una estructura empresarial socialmente reconocida que garantizaba la infraestructura necesaria, la inversión inicial de altos costos y la confianza del usuario.

Reflexiones finales

Desde el análisis multidimensional propuesto es posible reconocer diferentes factores combinados que explican los resultados obtenidos por la cooperativa.

La solidez económica y el reconocimiento social de una empresa diversificada con larga trayectoria en la localidad en la prestación de un servicio público permitieron sostener y ampliar servicios, y financiar la expansión inicial de actividades hasta su consolidación. Esto es, la CPE demostraba ser una gran empresa provincial sin fines de lucro, con un alto protagonismo social y con un perfil empresarial marcado, pero que actuaba en función de convicciones políticas y requerimientos sociales. En este punto, el hecho de tener la prestación de un servicio público como su actividad central y de proveer servicios esenciales de comunicación ubicaba a la cooperativa en un sitio de alto poder relativo en su localidad y provincia, que sin embargo constituían mercados pequeños en el plano nacional. Ese lugar era aprovechado en sus negociaciones e intervenciones políticas y económicas, a través de las cuales debió resistir, enfrentar y modificar condiciones regulatorias, políticas y comerciales desiguales (que aún persistían), que la colocaron siempre en un sitio de subalternidad en el contexto sectorial nacional.

Sus directivos no renegaban de su lugar político ni de su envergadura económica ni de su función social. En sus palabras y acciones se reafirmaba una identidad construida históricamente donde destacaba un perfil cooperativo, localista, resistente, confrontativo y reparador frente a lo que se consideran

abusos de actores concentrados. Así, es posible señalar que las dimensiones económicas de la cooperativa hicieron posible las altas inversiones iniciales requeridas por la actividad info-comunicacional. Pero su concepción empresarial la llevaron a ofrecer prestaciones distintivas, por su precio, por sus objetivos, por el tipo de empresa y por el modo de prestarlas.

Por otra parte, la capacidad de la CPE para construir y disputar mercados en forma constante en este campo se favoreció de la desatención de las firmas comerciales en una zona poco rentable, avalada por la regulación que hizo posible su prestación monopólica de los servicios de TV por cable y telefonía antes del ingreso de la cooperativa.

La escasa densidad poblacional constituyó así una limitación y un desafío empresarial, pero también representaba una oportunidad. La combinación de ese rasgo con las regulaciones sectoriales expuso el poco interés de los grandes prestadores de telefonía, internet y televisión por cable para expandir sus servicios con mayor ambición en la provincia. En este aspecto, no puede desconocerse la tradición de cooperativismo en la provisión de servicios públicos que demostró tener históricamente La Pampa. Esta circunstancia pudo contribuir con la aceptación social del protagonismo de un actor comunicacional cooperativo.

A esto puede sumarse su visión económica, política y tecnológica, que le permitió anticipar las tendencias del sector, las demandas sociales y las oportunidades comerciales. Pero al mismo tiempo la llevó a impulsar estrategias para generar condiciones económicas y regulatorias allí donde sus proyectos encontraban obstáculos. La larga lucha para ofrecer televisión por cable ejemplifica esta característica. En ese recorrido, la CPE realizó acuerdos y articulaciones de distinto tipo, donde el sector cooperativo se posicionó como el pilar fundamental, pero su política de alianzas ha buscado sinergias y puntos comunes de interés con diferentes actores: estatales, comerciales y comunitarios.

Por último, la búsqueda deliberada de eficiencia y rentabilidad puede señalarse también como otro factor relevante para explicar su vigencia. Puede reconocerse una mirada comercial que funciona como premisa o condición de posibilidad para desarrollar su función social. Allí también talla la larga trayectoria empresarial de la CPE.

La revisión confirma que la efectividad de esta cooperativa para consolidarse como actor info-comunicacional en su localidad respondió a su capacidad para constituir una identidad institucional duradera y distintiva, un reconocimiento social histórico, una inserción política clara, una visión tecnológica y una solidez económica-infraestructural que hizo posible desarrollar una estrategia de expansión sostenible. Esta estrategia le permitió: a) aprovechar las falencias de prestaciones comunicacionales óptimas de actores concentrados; b) resistir y superar regulaciones y políticas estatales generadoras de desigualdades; c) anticipar tendencias del sector y posicionarse rápidamente en los diferentes segmentos en los que incursionó; d) enfrentar escenarios económicos desfavorables y una posición subalterna en los sectores donde interviene; y e) construir alianzas para generar condiciones políticas, económicas y regulatorias desde donde proyectar su actividad.

Referencias

- Abeles, M., Forcinito, K. Y Schorr, M. (2002): El mercado argentino de telecomunicaciones: perspectivas y desafíos en la etapa actual. Ponencia. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales: Buenos Aires.
- Becerra, Martín (2003): Sociedad de la Información: proyecto, convergencia y divergencia. Grupo Editorial Norma: Buenos Aires.
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2018): Más dueños que nunca. Revista Anfibia. Disponible en: <http://revistaanfibia.com/ensayo/mas-duenos-nunca/>. Última visita el 02 de julio de 2020.
- Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo. (2017). La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015). Nuevos medios y tecnologías, menos actores. UNQ y Observacom: Bernal.
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2009). "Panorama de las políticas infocomunicacionales en la Argentina de 2008", en Cuadernos de políticas culturales: Indicadores culturales 2008. (pp. 160–169). Caseros: Eduntref.
- CPE (2019): Memoria y Balance. Ejercicio económico y social N° 87 (2018-2019). Cooperativa Popular de Electricidad, Obras y Servicios públicos de Santa Rosa Limitada: Santa Rosa, La Pampa.
- CPE (2013): Memoria y Balance. Ejercicio económico y social N° 81 (2012-2013). Cooperativa Popular de Electricidad, Obras y Servicios públicos de Santa Rosa Limitada: Santa Rosa, La Pampa.
- CPE (2014): Memoria y Balance. Ejercicio económico y social N° 82 (2013-2014). Cooperativa Popular de Electricidad, Obras y Servicios públicos de Santa Rosa Limitada: Santa Rosa, La Pampa.
- CPETV (2019). Comunicar desde el cooperativismo. Monitoreo interno.
- Clarín (2016): Grupo Clarín. Quarterly Report. Buenos Aires. Disponible en: https://grupoclarin.com/IR/files//Reporte-de-resultados/2015/4Q15%20Earnings%20Report_vf.pdf. Última visita el 14 de julio de 2020.
- Comfer (2003). Contenidos de la televisión abierta argentina. Estudio de programación. Buenos Aires: Comfer. Disponible en:
- Comfer (2009). Contenidos de la televisión abierta argentina. Origen de la producción, tipo de programas y estructura de propiedad. Informe del Comité Federal de Radiodifusión. En Hologramática, año VI, número 11, vol. 2, 121-166. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora. Disponible en: http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/3/871/hologramatica_n11v2pp121_166.pdf. Última visita el 01/06/2017.
- D'atri, A. y De la Mata, A. (2000): Mapa de medios de la provincia de La Pampa. Diagnóstico sobre la actual configuración y distribución de los medios de comunicación. Documento de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de La Pampa.
- ENACOM (2020): Indicadores de Mercado TIC y Audiovisual, Argentina. Ente Nacional de Comunicaciones: Buenos Aires.
- Fontanals, G. (2017). "Los operadores móviles virtuales. El eterno retraso de nuevos jugadores en las telecomunicaciones móviles de Argentina". Revista Fibra, 3. Buenos Aires: Menta Comunicación. Disponible en <http://>

- papel.revistafibra.info/los-operadores-moviles-virtuales/. Última visita el 11 de julio de 2020.
- Fontanals, G. (2015): "Las telecomunicaciones y la regulación pública. Industrias de red, economías de escala y concentración de mercado". En *Revista FIBRA - Tecnologías de la Comunicación*, No. 3, Enero de 2015, Buenos Aires.
- Fontanals, G. (2012): Mercado y política. La consolidación de un dominio compartido: Telefónica y Telecom en el mercado argentino de telecomunicaciones (1989-2011). En *Revista Eptic*, Vol. XIV, n°1, Ene-Abr/2012. UFS: Sergipe.
- Ladizesky, M. (2016): Sinfin de principios: propuestas para la educación cooperativa en la escuela. Instituto de la Cooperación: Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Linares, Alejandro; Segura, María Soledad; Hidalgo, Ana Laura; Kejval, Larisa; Longo, Verónica; Traversaro, Natalia y Vinelli, Natalia. (2017). "Brechas: La desigualdad en las políticas de fomento de medios comunitarios, otros medios e industrias culturales". *ALAIC Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 13 (25). Brasilia, ALAIC.
- Lluch, A. y Sánchez, L. (2002): De movimiento popular a empresa. El cooperativismo eléctrico en La Pampa (1925-1950). Fondo Editorial Pampeano: Santa Rosa.
- Marino, S. (2012): Políticas de comunicación del sector audiovisual: las paradojas de modelos divergentes con resultados congruentes. Los casos de la Televisión por Cable y el Cine en Argentina entre 1989-2007. Tesis doctoral. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires.
- Monje D. y Rivero, E. (comp) (2018): Televisión Cooperativa y Comunitaria : diagnóstico, análisis y estrategias para el sector no lucrativo en el contexto convergente. *Convergencia cooperativa*: Córdoba.
- Rivero, E. (2017): Cooperativas y PYMES de telecomunicaciones y TV paga en Argentina frente a la convergencia. Conquistas, limitaciones y perspectivas. En *Revista Viator*, n°4, pág. 51-78. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy: San Salvador de Jujuy.
- Rodríguez Villafañe, Javier (2012): "El gobierno de La Pampa desapodera a cooperativas y beneficia al grupo Clarín". En *Comercio y Justicia* del 24 de mayo de 2012. Disponible en: <https://comercioyjusticia.info/blog/opinion/el-gobierno-de-la-pampa-desapodera-a-cooperativas-y-beneficia-al-grupo-clarin/>. Última consulta el 10/07/2020.
- Rossi, D. y Oddone, M. (2021): Evolución de las cooperativas TIC en Argentina. Distribución territorial y servicios ofrecidos. UNLP: La Plata.
- Schorr, M. (2001): "La centralización del capital: consolidación del oligopolio telefónico y grupos multimedia" en Abeles, M., Forcinito, K. Y Schorr, M.: *El Oligopolio telefónico argentino frente a la liberalización del mercado. De la privatización de Entel a la conformación de los grupos multimedia*. Universidad Nacional de Quilmes- IDEP- Flacso: Buenos Aires.

Notas

- 1 La referencia a un campo info-comunicacional delimita un hiper-sector que engloba a las industrias productoras de contenidos (como la TV, la radio, la prensa y el cine) y a las de telecomunicaciones y a las vinculadas a la informática (Becerra y Mastrini, 2009). Su mención señala un campo de análisis que acoge a las industrias culturales y las telecomunicaciones, incluida internet.
- 2 Por motivos de extensión, se excluye la descripción sobre la actividad de su señal de TV paga.

- 3 Becerra y Mastrini analizaron la concentración en el amplio sector informacional a partir de aplicar a cada industria el modelo de medición conocido como CR4, que considera la facturación y el dominio de mercado de los principales 4 actores de cada industria para alcanzar un índice de concentración.
- 4 Agua y Energía Eléctrica (AyE) fue una empresa pública nacional que nació en 1947 y tuvo actividad hasta su privatización en 1992.
- 5 Ver “La Cooperativa de Santa Rosa incluirá dos nuevos canales”, en RTA, edición 81 de mayo de 2003. Disponible en: <http://www.rt-a.com/81/04-81.htm#3>. Última visita el 03 de abril de 2020.
- 6 Ver “El tercer Grito de Santa Rosa” en El Diario del Centro del país del 6 de julio de 2016. Disponible en: <https://www.eldiariodelcentrodelpais.com/2016/07/06/tercer-grito-santa-rosa/>. Última visita el 01/05/2020.
- 7 Gabriel Mariotto se desempeñaba en ese momento como interventor del Comité Federal de Radiodifusión e impulsó desde allí la sanción de la ley 26522.
- 8 Las empresas de origen y capital pampeano eran Difusora SRL y Pampa TV. La primera fue comprada por Multicanal en 1994 y la segunda por Cablevisión en el 2000 (D’atri y De la Mata, 2000). La fusión de Multicanal y Cablevisión en manos del Grupo Clarín fue aprobada en diciembre de 2007 por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.
- 9 En diciembre de 2019 en Argentina había 62,9 cada 100 hogares con internet fija. Pero existían al menos 8 provincias donde la banda ancha no alcanzaba al 40% de la población. Además, si bien las principales empresas ofrecían combos con velocidades de 100 y hasta 300 Mbps, 54% de las conexiones en el país tenían una calidad de bajada igual o inferior a 20 Mbps.
- 10 Este panorama concentrado se profundizó a partir de la fusión entre Clarín y Telecom, aprobada en junio de 2018 (Becerra y Mastrini, 2018).
- 11 El gráfico abarca desde el primer ejercicio en que la CPE registra ingresos por el servicio de TV por suscripción hasta 2019.