

# DE LA BATALLA a la Guerra Ideológica

*El Estado venezolano, a través de las políticas comunicacionales que adelanta este gobierno, se prepara para otro salto tecnológico que lo posiciona dentro y fuera del país. Alejandro Botía resume los anuncios oficiales y los primeros pasos asumidos para la creación de una nueva plataforma mediática, más bien multimediática, que afiance los planes gubernamentales en el ámbito de las comunicaciones. La estrategia según el autor consiste en: la revolución consolida su posición a lo interno y se prepara para internacionalizar su ofensiva mediática y pelear la "guerra de las ideas".*

■ **Alejandro Botía**

**L**ejos de lanzar una frase al vacío cuando mandó "al infierno" a los medios estadounidenses y sus "lacayos nacionales", el ministro de Comunicación e Información (MCI), Andrés Izarra, planteó el pasado 24 de febrero lo que augura ser los nuevos escenarios de la batalla comunicacional del Gobierno: la confrontación y la propaganda internacional.

Nunca antes como ahora, la "revolución bolivariana" había estado tan cerca de consolidar su propio conglomerado mediático estatal en el ámbito interno, proyectar su incursión a corto plazo en el ámbito continental y alistarse para librar una batalla de las ideas que el titular del MCI bautizó como "la guerra ideológica"<sup>1</sup>.

Los tiempos de inestabilidad en la política comunicacional del Gobierno ya son cosa del pasado. Desde la creación del MCI, en Julio de 2002, la sucesión constante de planes que no se consolidaban y la rotación permanente de viceministros del ramo (hubo siete encargados de esta área en tres años y medio), llegó a su fin.

La agudización de la crisis política y la confrontación creciente del Presidente con los principales periódicos y cadenas de radio y televisión, determinaron desde el Estado la decisión de priorizar el diseño de una política para contrarrestar los mensajes de los medios privados y la definición de una estrategia comunicacional global para promover y publicitar la "revolución".

## **GOBIERNO AL ATAQUE**

La primera titular del MCI, Nora Uribe, orientó las funciones del nuevo despacho hacia dos áreas principales: 1) potenciar el rol de la comunicación como expresión de las políticas públicas del gobierno y 2) consolidar la Imagen del Estado y la figura Presidencial. Para ello, concentró su gestión en coordinar con los medios

de comunicación estatales la difusión de los diferentes proyectos de la administración Chávez y sincronizar a través de dicha red la transmisión de todas las actividades del jefe de estado y sus funcionarios. Adicionalmente se comenzaron a realizar sondeos de opinión bimensuales para medir la audiencia del programa Aló Presidente y su impacto entre las distintas audiencias.

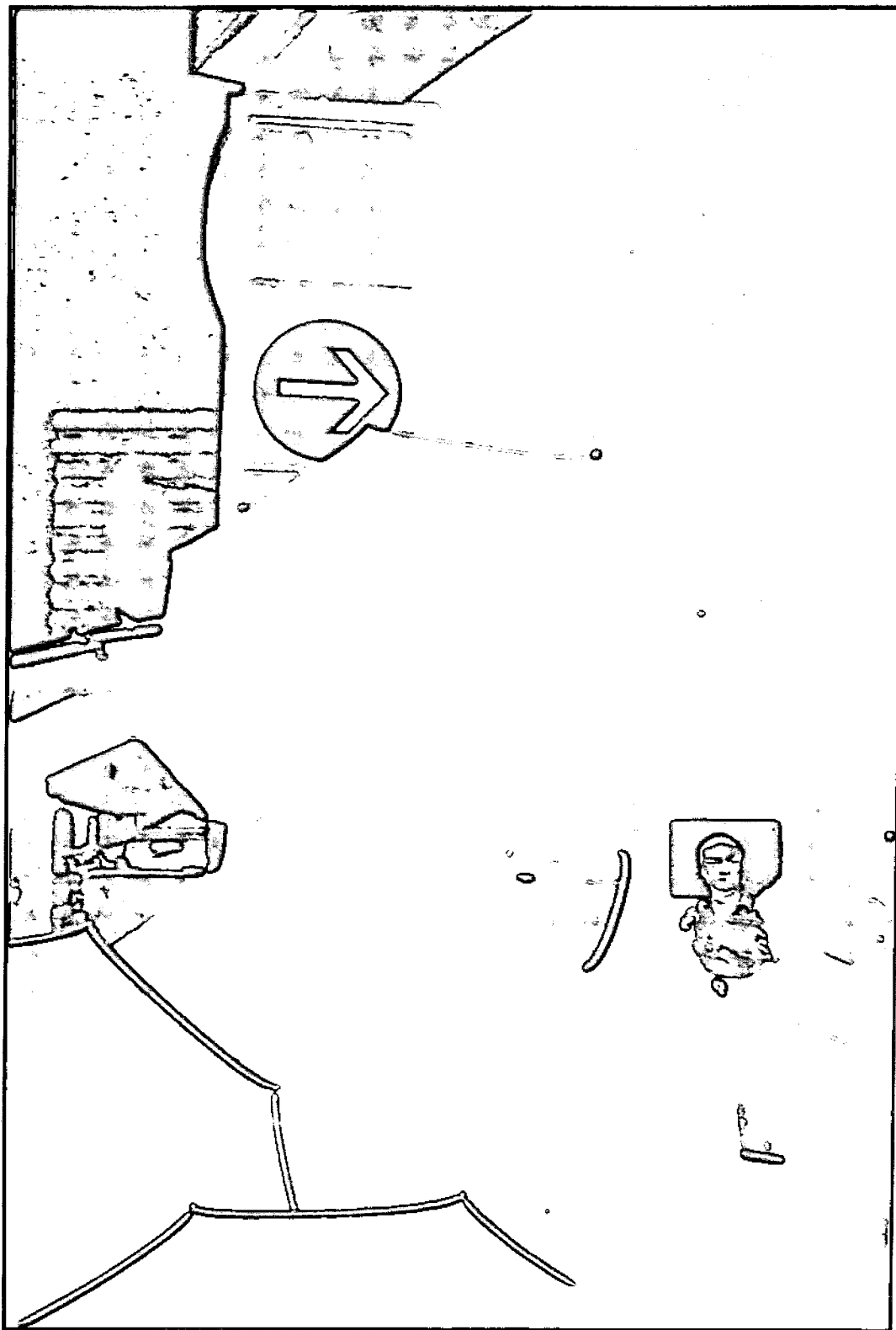
Pero fue sólo durante el paro petrolero (diciembre 2002/enero 2003) cuando el gobierno tomó real conciencia en torno a la importancia de los medios de comunicación del Estado, recuerda hoy el viceministro de Gestión Comunicacional, William Castillo, quien asegura que para aquel entonces "VTV tenía apenas ocho cámaras contra 30 en manos sólo de Globovisión"<sup>2</sup>.

Tras la suspensión de la huelga y una vez derrotado el intento de promover la salida anticipada del jefe de estado, el gobierno decidió abandonar su actitud reactiva frente a los medios y pasar al ataque en la "batalla comunicacional". El 5 de julio de 2003 Chávez saludó la juramentación de Jesse Chacón como nuevo ministro de Comunicación e Información señalando que "no podemos estar a la defensiva, tenemos que estar siempre a la ofensiva, picando adelante"<sup>3</sup>. De inmediato, el segundo titular del naciente despacho promovió la aprobación de una partida de US\$ 50 millones para emprender lo que se denominó el Programa de Actualización Tecnológica (PAT).

## **PURA PANTALLA**

Sobre el diagnóstico de un aparato comunicacional abandonado, deteriorado y tecnológicamente obsoleto, se decidió reforzar a los medios estatales y utilizar esa estructura para darle respuesta política a los medios privados en la última fase de la batalla comunicacional que

# MEDIÁTICA



Galería de Papel. Estación Bellas Artes, Caracas. Jean Herrera. 2003

culminó con el triunfo en el referendo revocatorio, asegura el actual viceministro, William Castillo.

Como primer pilar de la nueva política se inició el proceso de modernización tecnológica de los medios estatales. Durante su gestión, Chacón emprendió desde el MCI la adecuación tecnológica de Venezolana de Televisión (VTV), al cambiar la imagen del canal, incorporar nuevos programas de producción propia, ampliar la cobertura al 90% del territorio y el tiempo de emisión a 24 horas del día.

Una vez repotenciado con la adquisición de nuevas cámaras de video y modernos sistemas de microondas, el *Canal 8* se insertó durante la gestión de Vladimir Villegas en la lógica guerrera de respuesta a los medios privados de "oposición". Como vanguardia mediática del gobierno de Chávez en el contexto de la "batalla comunicacional" la planta sirvió para contrarrestar la información de los canales comerciales y promover la agenda noticiosa del gobierno. Pero al hacerlo, se vio condenada a una forma estatizada de unilateralismo informativo, propaganda gubernamental y mediocridad periodística.

Tras la designación de Blanca Eeckout en la dirección de VTV, se busca ahora imprimirle mayor dinamismo y pluralidad a la programación del canal, afirma el viceministro William Castillo<sup>4</sup>. Para el mes de junio se espera la inauguración de un sistema automatizado de noticias, conocido como sala de prensa digital (*Newsroom*, por sus siglas en inglés), que permitirá a cada reportero redactar y editar sus propias noticias con equipos de última tecnología. Paralelamente se preparan cursos de mejoramiento para el personal periodístico y talleres de redacción de noticias.

## **MEDIOS ALTERNATIVOS**

El 12 de noviembre del 2003 el presidente Hugo Chávez inauguró la estación televisora Visión Venezolana (Vive TV), como un instrumento para construir la "revolución" mediante la difusión de la obra social del gobierno, la transmisión de experiencias comunitarias y la difusión de iniciativas populares de participación.

El proyecto, inspirado en modelos de medios alternativos como Teletambores en Maracaibo y Catia TV de Caracas, le fue encomendado a la directora de ésta última planta, Blanca Eeckout, para su ejecución. A diferencia de los medios comerciales que siguen la lógica vertical del mercado y cuyo principal problema es

“

**Tras la designación de Blanca Eeckout en la dirección de VTV, se busca ahora imprimirle mayor dinamismo y pluralidad a la programación del canal, afirma el viceministro William Castillo**

”

vender un producto (así sea la noticia hecha mercancía), Vive TV se enfocó en el rescate y dignificación del televidente como ser humano capaz de participar y en la difusión de iniciativas de organización de las comunidades.

Experiencias en torno a centros de salud, grupos de educación popular, programas de alfabetización en las barriadas pobres, tiendas comunitarias de alimentos a bajo costo controladas por el Estado, música y participación popular, comenzaron a abarcar la programación de Vive TV. En menos de un año el canal expandió su señal a la Gran Caracas, Bolívar, Anzoátegui, Aragua, Carabobo, Lara y Zulia hasta llegar al 80% del territorio nacional, amplió su programación diaria a veinte (20) horas y puso en funcionamiento su propia página Web.

Al mostrar sobre el terreno la acción del gobierno y las comunidades organizadas, la estación marcó distancia respecto a los canales comerciales y logró ubicar al gobierno a la vanguardia en materia de promoción y protección a los medios comunitarios y alternativos como fórmula para resquebrajar el oligopolio privado en la comunicación de masas.

Así, el gobierno prevé en el marco de su política, promover la creación de una red de medios comunitarios impresos, radiales y televisivos, para democratizar el uso del espectro electromagnético y el flujo de la información. Durante el 2005,

el MCI y la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) tienen pactado entregar en comodato equipos de transmisión para 128 radios y televisoras comunitarias como parte de un programa de dotación y apoyo a medios alternativos. Dicho programa contempla además la formación y capacitación de productores comunitarios y alternativos en áreas de producción, montaje y edición de programas. Sólo el año pasado se efectuaron más de 300 cursos y este año se aspira llegar a 600. En el área de impresos, el MCI adelanta un registro de publicaciones que contabiliza más de 200 periódicos y semanarios.

## **RADIO**

En materia de radiodifusión la gestión de Jesse Chacón emprendió un plan de expansión y aprobó la reestructuración del Servicio Autónomo Radio Nacional de Venezuela (RNV), con el propósito de optimizar su operatividad y convertirlo en la voz de la revolución. Desde 1992 RNV tenía reservadas 30 frecuencias de FM a nivel nacional, que no estaban siendo utilizadas, por estar hasta entonces concentrada la estación matriz en sus señales de AM.

A finales de 2003 se inició la instalación y puesta en el aire de los primeros 24 transmisores de FM, en abril de 2004 fue relanzado también el Canal Internacional Onda Corta de RNV (que llega desde Uruguay hasta Canadá, con una programación de ocho horas diarias) y se puso en funcionamiento la señal 24 horas del Canal Clásico 91.1FM.

Este año se creó también una emisora juvenil, se estima invertir Bs 9 millardos en la ampliación de la señal onda corta y se proyecta la instalación de seis nuevos transmisores (uno de ellos en Maracaibo) con los cuales RNV logrará cubrir el 100% del territorio antes de finalizar el 2005, asegura su directora, Elena Salcedo<sup>5</sup>.

Se trabaja además en la adscripción de cuatro emisoras propiedad de Sudeban que servirán para crear un circuito nacional adscrito a la estación, que harán de RNV la cadena radial más grande del país, con más de 40 estaciones en todo el territorio y cobertura nacional. Paralelamente, el Minci gestiona ante el Fondo de Garantías de Depósitos (Fogade) el saneamiento y cesión definitiva del circuito YVKE Mundial. El proyecto contempla la cancelación de pasivos laborales por el orden de Bs. 1.600 millones, que asumirán por mitades, ambas instituciones.

## EL NUEVO ORDEN COMUNICACIONAL

Con la llegada de Andrés Izarra al MCI en septiembre de 2004, arrancó la última y actual fase de la política comunicacional de la administración Chávez, definida por el propio ministro como "el nuevo orden comunicacional". Si hasta el referendo revocatorio el interés del gobierno gravitó en torno a la manera de contrarrestar los mensajes de los medios privados, ahora, tras asegurarse la permanencia del Presidente en Miraflores, el énfasis de su estrategia mediática se orienta hacia tres áreas: 1) maximizar el funcionamiento de los medios de comunicación estatales, tanto desde el punto de vista técnico como conceptual y de contenidos (mejoramiento de la programación y los mensajes); 2) difusión de la obra social del gobierno y 3) proyección internacional de Chávez y la "revolución".

Para lograr el primer objetivo se inició el programa de regionalización del MCI, mediante el cual se busca crear ocho delegaciones del ministerio en igual número de ciudades del país. Las primeras oficinas regionales se abrieron en Barquisimeto y Maracaibo, a un costo de Bs. 50 millones, cada una. San Cristóbal fue la tercera ciudad seleccionada dentro del plan piloto que prevé la activación durante el 2005 de otras cinco oficinas en Barinas, Barcelona Ciudad Bolívar, Margarita y Valencia. La función de estas oficinas, según el encargado del proyecto, Oswaldo Pino<sup>6</sup>, será permitir la coordinación del trabajo de los distintos corresponsales de medios estatales que hasta ahora laboran en forma aislada en cada región y bajar a cada localidad las líneas generales de acción propuestas por el MCI.

Paralelo a la culminación del proceso de actualización tecnológica de los medios electromagnético estatales (para abarcar de manera definitiva el 100% del territorio), el Minci emprendió la reestructuración y modernización de la agencia venezolana de noticias, Venprés, que a partir de febrero comenzó a llamarse Agencia Bolivariana de Noticias (ABN).

Más que un cambio cosmético, la reestructuración de la agencia contempla potenciar al máximo capacidad de producción y difusión de noticias de la antigua Venprés. El proyecto contempla elevar el total de corresponsalías que existen en la actualidad, de 12 a 24 para contar así con un periodista en cada estado antes de finalizar el 2005. También se prevé implementar un sistema de delegaturas regionales (nueve en total) para dividir al

66

**Ahora el énfasis de su estrategia mediática se orienta hacia tres áreas: 1) maximizar el funcionamiento de los medios de comunicación estatales, tanto desde el punto de vista técnico como conceptual y de contenidos (mejoramiento de la programación y los mensajes); 2) difusión de la obra social del gobierno y 3) proyección internacional de Chávez y la "revolución"**

99

país en zonas y coordinar así el trabajo de los reporteros y la cobertura noticiosa, explica el director de ABN, Freddy Fernández<sup>7</sup>.

Después de casi 25 años como agencia dedicada exclusivamente a la venta de información para medios escritos, ABN activó y mantiene en periodo de prueba un servicio para la difusión de noticias de audio y video, que presta actualmente servicio en su fase experimental a 28 radios y 6 televisoras regionales abonadas.

También se buscan alianzas con agencias latinas (Notimex, Prensa Latina y otras en Brasil, Argentina y Bolivia) para romper así la dependencia con las agencias internacionales en la obtención de noticias de la región. El pasado 23 de marzo se firmó el primer convenio con Prensa Latina, de Cuba, el cual, según el ministro Izarra, permitirá fortalecer a ABN en el ámbito tecnológico e informativo, mejorar la formación de reporteros y editores e internacionalizar a la agencia venezolana. Existe además el proyecto de crear 5 corresponsalías internacionales en Argentina, Brasil, Bogotá, EUA y España, y de modernizar el software para redactar y transmitir noticias en tiempo real.

Paralelamente, el MCI modernizó sus sistemas de internet y su estructura de soporte informativo al resto de la adminis-

tración pública. Hoy por hoy, el ministerio está en capacidad de retransmitir cualquier nota de prensa producida por algún ente gubernamental a los medios privados en cuestión de minutos. El mayor énfasis de las informaciones oficiales recae en la gestión social de la administración.

## LA VISIÓN LATINOAMERICANA

En el contexto de la expansión hemisférica del proyecto "bolivariano" y la promoción de la "revolución", antes de terminar el primer semestre del 2005 saldrá al aire Telesur, el primer proyecto de alcance internacional ideado por el Estado venezolano para América Latina. La planta, en actual fase de diseño y definición, se constituyó como empresa estatal con un capital inicial de US\$ 2,5 millones, que se aspira a incrementar con la incorporación de nuevos socios en el subcontinente.

El 3 de marzo, Uruguay y Venezuela firmaron un convenio por el cual la nación sureña se compromete a adquirir el 10 % de las acciones del canal, y a: 1) aportar veinte horas mensuales de producción de contenidos uruguayos, generados en la producción estatal, independiente, universitaria o comunitaria. 2) Colaborar en la formación permanente de recursos humanos para Telesur. 3) Establecer comunicación a través de enlace satelital con Venezuela para la emisión en directo de segmentos de noticias. 4) Financiar la corresponsalía de Telesur en Uruguay, su sede, su infraestructura y personal. 5) Promover la distribución de la señal satelital de Telesur en territorio uruguayo por los sistemas de televisión abierta, de cable, regional, alternativa y comunitaria.

En una primera etapa, Telesur transmitirá su señal por satélite a través de compañías de cable en función de los acuerdos de distribución que se concreten. Para alimentar su programación, se busca concretar acuerdos con estaciones de Argentina (Canal 7), Cuba y plantas televisoras comunitarias de Brasil. La estación contará con siete corresponsalías propias en Argentina, Brasil, Perú, Colombia, Venezuela, Cuba, México y Estados Unidos, según su vicepresidente, el periodista uruguayo Aram Aharonian<sup>8</sup>.

Un 30% de su programación será periodística y se producirá en Caracas. El resto incluirá desde cine hasta documentales y programas culturales, deportivos, sociales, de investigación, facturados en

Latinoamérica, con énfasis en la difusión de los movimientos sociales de cada país: los sin tierra en Brasil, los mapuches en Chile, los indígenas en Bolivia. El leitmotiv de Telesur será la integración, afirma Aharonian, quien plantea que “no puede haber integración si no nos conocemos a nosotros mismos. Hasta ahora, nos hemos conocido viéndonos con ojos gringos o europeos”.

Para William Castillo, viceministro de Gestión Comunicacional, Telesur no sólo permitirá abordar la realidad de América latina desde la perspectiva de latinoamericana, sino que representa “la concreción de los proyectos de independencia comunicacional del Tercer Mundo”. En su formulación conceptual, la iniciativa de Telesur reproduce los lineamientos del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) propuesto por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) durante la conferencia de Belgrado en 1980. Dicha doctrina plasmada en el informe de la Comisión MacBride bajo el título “Un solo mundo, voces múltiples”, planteó la necesidad de “democratizar la comunicación internacional, asegurar la circulación de la información en los dos sentidos, vertical y horizontal y quebrar el monopolio de las grandes agencias”. En un mundo donde el 80% de las noticias internacionales provenían ya entonces de sólo cuatro agencias (AFP, AP, UPI y Reuters) y en el que 81 transnacionales concentraban el 75% de la producción y circulación de las comunicaciones a nivel global<sup>9</sup>.

La anhelada independencia comunicacional, se vincula con la noción de soberanía ultraterrestre. A la vuelta de tres años el país contará con un satélite propio “que garantizará a Venezuela la soberanía plena en el ámbito de las telecomunicaciones”, según el ministro Andrés Izarra. El proyecto, a cargo de una Comisión Presidencial Aeroespacial integrada por el Minfra, MCT y MCI, contempla la construcción en China y posterior colocación en la órbita 82.7, de un potente transmisor de 24 bandas con capacidad para envío y recepción de voz, imágenes e información. A través de este proyecto, el país podrá manejar sus propios servicios de televisión, radio y comunicaciones.

#### **RESORTE REVOLUCIONARIO**

Con la aprobación y entrada en vigencia de la Ley de Responsabilidad Social en

“

**Una radio de onda corta con señal desde Chile hasta Canadá, una agencia de noticias con corresponsalías en el exterior, un canal de cobertura hemisférica y a corto plazo, un satélite nacional propio, constituyen la arquitectura de ataque exterior con la cual el gobierno busca construir su independencia comunicacional**

”

radio y Televisión, (Resorte), en diciembre de 2004, la administración Chávez finalmente logró, bajo el empuje del ministro Izarra, dotarse de un instrumento legal para controlar y fiscalizar a los medios de comunicación electromagnéticos. Con apenas 37 artículos la norma consagra todo un sistema de regulación de los contenidos verbales, sonoros y visuales que se transmitan en radio y televisión, sus horarios de emisión y las penalizaciones a su trasgresión, mediante un complejo andamiaje de comisiones y directorios, con presencia de la sociedad y mayoría estatal. También, legaliza el derecho del Estado a acceder a la señal de los medios privados (hasta 10 minutos diarios, sin contar las cadenas), promueve la participación ciudadana en la supervisión de las comunicaciones y quiebra la individualidad de usufructo de las concesiones, al entregar franjas completas de transmisión para su exploración por parte de productores independientes.

El registro nacional respectivo, creado por mandato legal, contabiliza hasta ahora más de 100 productores independientes, que conforme a la normativa tendrán a su cargo la realización de un mínimo de 5 horas y media de la programación diaria en las estaciones de radio y televisión. Para democratizar los mensajes en los medios electromagnéticos, el MCI

creó un fideicomiso por Bs. 50 mil millones con los cuales se financiará la formación de productores y la realización de proyectos.

De un lado, con unos medios privados regulados en sus contenidos y erosionados en su autonomía mediante la figura de los productores independientes, y del otro, mediante una estructura de medios estatales en pleno proceso de modernización y expansión, la administración Chávez consolida su posición en el campo comunicacional interno y mira fijamente al exterior.

Una radio de onda corta con señal desde Chile hasta Canadá, una agencia de noticias con corresponsalías en el exterior, un canal de cobertura hemisférica y a corto plazo, un satélite nacional propio, constituyen la arquitectura de ataque exterior con la cual el gobierno busca construir su independencia comunicacional, romper la hegemonía de las grandes cadenas estadounidenses, abordar la realidad de América Latina desde una visión autóctona y promocionar su “revolución”.

Pero cabe preguntarse si esta artillería, que incluye además el desarrollo de un sistema estatal de encuestas para monitorear la opinión pública, no será usada para bombardear “a la opinión pública mediante el empleo sistemático de medias verdades, exageraciones, imprecisiones, confusiones, falseamiento de fuentes, tergiversación de hechos, empleo premeditado de la descontextualización, la manipulación de cifras”, como dijo en una oportunidad el ministro Izarra al evaluar el papel de los medios de comunicación estadounidenses.

En otras palabras, ¿quién o qué le garantiza a la sociedad que la administración Chávez no apelará a las mismas prácticas que cuestiona y no utilizará su estructura comunicacional para perpetuar la dinámica hasta ahora desplegada de unilateralismo informativo y propaganda gubernamental?

Ya en una ocasión el presidente Chávez acusó a una parte de la sociedad de cometer un fraude en la recolección de firmas para solicitar la revocatoria de su mandato, basándose en información parcial y tendenciosa suministrada por el expresidente del Consejo Nacional Electoral, Francisco Carrasqueño. En aquella oportunidad, los medios estatales se convirtieron en la caja de resonancia de las medias verdades y la propaganda oficial. Ahora, cuando el ministro de Comunicación, Andrés Izarra, dice al entregar los primeros equipos de transmisión a me-

dios alternativos: "mister gringo, ten la seguridad de que te vamos a derrotar", queda en duda la real independencia y "alternatividad" de unas radios y televisiones promovidas por el gobierno y financiadas por él.

El dilema estriba en torno a si la administración Chávez está realmente interesada en democratizar el flujo de información y consolidar la independencia comunicacional de Venezuela y Latinoamérica o tan sólo le interesa debilitar el peso de los medios privados en el ámbito interno y externo, dotándose de un espectacular aparato mediático de propaganda para promover el "proceso", publicitar a sus amigos y atacar a sus adversarios. Las dos caras de esta moneda están expresadas en las recientes publicaciones lanzadas por el MCI: la revista *Patria Grande*, orientada a "la integración cubano-vene-

zolana", que dirige el viceministro de estrategia Comunicacional Yuri Pimentel y el periódico *Palabra y Media*, que coordina el propio ministro Izarra, en cuyo segundo número aparece en portada un papel toilet con la bandera de Estados Unidos.

En este sentido las palabras de Izarra el 24 de febrero<sup>10</sup>, son quizás más elocuentes que cualquier conjetura: "estamos en una guerra ideológica" dijo el ministro. Y en toda guerra, la primera víctima es la verdad.

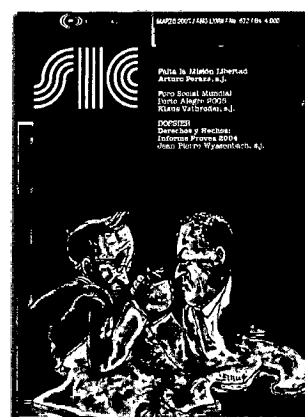
■ **Alejandro Botía**  
**Periodista. Actualmente trabaja en el diario Últimas Noticias.**

**Citas**

- 1 *El Universal*, viernes 25 de febrero 2005, pag 8
- 2 "La revolución avanza en su ofensiva comunicacional. *Últimas Noticias*, 6 de marzo 2005. pag 20-21
- 3 "Juramentado nuevo ministro de Comunicación". [www.minci.gob.ve](http://www.minci.gob.ve)
- 4 Entrevista personal con el viceministro de Gestión Comunicacional William Castillo, febrero 2005
- 5 Entrevista con la directora de RNV, Elena Salcedo. Febrero 2005.
- 6 Entrevista con el coordinador del proyecto de oficinas regionales del MCI, Oswaldo Pino
- 7 Entrevista con el director de ABN, Freddy Fernández. Febrero 2005
- 8 "Latinoamérica en tecnocolor" *Palabra y Media*, marzo 2005, pag 3 y 4.
- 9 Del "flujo libre" al Informe MacBride, *Revista Comunicación*. No 30-31, nov 1980.
- 10 *El Universal*, viernes 25 de febrero 2005, pag 8.



**Esquina de La Luneta,  
 Edif. Centro Valores,  
 P.B. Apartado 4838.  
 Telfs.: 564.9803  
 564.5871. Fax: 564.7557.  
 Caracas 1010-A. Venezuela.**



**TARIFAS DE SUSCRIPCIÓN REVISTA SIC**

**VENEZUELA**

Correo ordinario	Bs. 40.000
Suscripción de apoyo	Bs. 80.000
Número suelto	Bs. 4.000

**EXTRANJERO**

Correo ordinario	US\$ 50
Correo aéreo América	US\$ 55
Otros países	US\$ 60

**Buzones correo electrónico**

**REDACCION SIC // [sic@gumilla.org.ve](mailto:sic@gumilla.org.ve)**  
**REDACCION COMUNICACION // [comunicacion@gumilla.org.ve](mailto:comunicacion@gumilla.org.ve)**  
**UNIDAD DOCUMENTACION // [documentacion@gumilla.org.ve](mailto:documentacion@gumilla.org.ve)**  
**ADMINISTRACION // [administracion@gumilla.org.ve](mailto:administracion@gumilla.org.ve)**