

Etnografía Virtual como aplicación metodológica: Caso Chevron en Ecuador

Mgs. José Luciano Revelo Ruiz
Mgs. Raimundo Alfonso López Ayala
Mgs. Alexandra del Carmen Mina Páez

Docentes de la Universidad Técnica del Norte
jlrevelo@utn.edu.ec

RESUMEN

Este trabajo realiza un acercamiento académico en el tratamiento de la acción estratégica que lleva a cabo el sitio web www.juiciocrudo.com Chevron - Ecuador, aplicando la metodología denominada “*etnografía virtual*” en el nivel descriptivo, toma en cuenta cinco ejes con criterios de estandarización que garantizan un mejor análisis de los servicios prestados, identifica las estrategias comunicacionales y evalúa el impacto frente a los usuarios. En la parte introductoria se encuentran los fundamentos epistemológicos de la comunicación desde perspectivas diferentes o antagónicas como el funcionalismo, el estructuralismo, el marxismo bajo la atenta mirada académica de pensadores como Habermas, Lasswell, Rincón, Fraser, Van Dijk, Bauman, Cuadra, entre otros, que defienden estas teorías con propuestas que enriquecen el marco teórico y que sirve de fundamento para este análisis. En las conclusiones se identifica que la empresa Chevron frente a una crisis de imagen institucional construye un plan estratégico de reputación corporativa, elabora contenidos mediáticos con fuentes afines que refuerza su prestigio como una empresa líder en el área petrolera y con reconocimiento social. Esta etapa es analizada en el último semestre del 2016, por la coyuntura mediática en el campo político - económico, aplicando la metodología planteada por Habermas, donde se destaca la acción estratégica abierta y encubierta.

Palabras clave: ETNOGRAFÍA VIRTUAL, TEORÍAS COMUNICACIONALES, ACCIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIÓN, SITIO WEB.

ABSTRACT

Virtual Ethnography as a Methodological Application: Case Chevron in Ecuador

This work academically approaches the treatment of a strategic action carried out by the website www.juiciocrudo.com Chevron - Ecuador, applying the methodology called “*virtual ethnography*” at a descriptive level. It takes into account five axes with standardization criteria that guarantees a better analysis of the services provided. It identifies communication strategies and assesses the impact on users. In the introductory part, we find the epistemological foundations of communication from different or antagonistic perspectives such as: functionalism, structuralism, Marxism under the attentive academic look of thinkers such as Habermas, Lasswell, Rincón, Fraser, Van Dijk, Bauman, Cuadra, among others, who defend these theories with proposals that improve the theoretical framework, and are the foundation for this analysis. The conclusions show that the company Chevron at facing an institutional image crisis builds a strategic plan of corporate reputation. It develops media content with related sources that reinforces its prestige as a leading company in the oil field and with social recognition. This stage was analyzed in the last six months of 2016, due to the mediatic situation in the political and economic field, applying the Habermas methodology highlighting open and covert strategic action

Keywords: VIRTUAL ETHNOGRAPHY, COMMUNICATION THEORIES, STRATEGIC COMMUNICATION ACTION, WEB SITE

Introducción

Fundamentos Epistemológicos

Desde una perspectiva teórica, la comunicación es analizada como estrategia de “acción comunicativa” (Habermas, 2003), “creativa y planificadora” según Costa, cuyos enfoques identifican las dinámicas comunicacionales como procesos, capaces de generar opinión pública con las articulaciones permanentes de mensajes que buscan realimentación permanente entre sus públicos, en “*un campo cultural donde conjuntamente se codifica los mensajes para evidenciar procesos de significación social*” (Rincón, 2001).

Estas teorías de la comunicación permiten profundizar el discurso académico, asumiendo la responsabilidad en el diseño de ideas que puedan construir la realidad con autonomía para tomar decisiones con su propio criterio, “*todos los hombres son iguales*” (Fraser, 1993) para interpretar la causa y el efecto de un fenómeno, donde la comprobación a través de la verificación juegan un rol básico para que la comunicación asuma el nivel de ciencia social. Ahora bien, en comunicación no se puede hablar de una teoría, sino de varias partiendo desde la fusión entre el nivel “*filosófico - normativo o teoría de la filosofía social con el estudio de las teorías de las audiencias, dando como resultado una gran teoría*” (Martínez, 2014).

Teorías comunicacionales con enfoques funcional, estructural, marxista o desde la construcción del pensamiento latinoamericano que reconocen una reestructuración continua del pensamiento en base a la crítica y a la capacidad reflexiva. La teoría funcionalista plantea que la comunicación es generada a partir de una sociedad de consumo, del libre mercado, del capital y de una globalización permanente de mensajes a través de medios de masas, promueve el discurso único.

Burrhus Frederic Skinner pensador funcionalista argumenta que “*un individuo que está expuesto a los medios, que consume publicidad y propaganda, puede ser manipulado*”, “*inducido a actuar y, en consecuencia, puede ser controlado*” (Marafioti, 2008); a esta teoría se la denomina aguja hipodérmica o bala mágica. McLuhan, máximo representante de la Escuela de Toronto propone el “*determinismo tecnológico*”, manifiesta que “*el medio es el mensaje*” dándole importancia a la tecnología sobre la elaboración del mensaje. Lasswell plantea cinco preguntas:

¿Quién? (...), el comunicador; Llamamos análisis de control. (...) ¿Qué dice? (...), el mensaje. Se denomina análisis de contenido (...). ¿En qué canal? (...), el medio. Hace referencia al análisis de medios. (...) ¿A quién? (...), receptor. Se habla de análisis de audiencias (...). ¿Con qué

efecto? (...) *Se interesa en el análisis de los efectos (Lasswell, 1948).*

La teoría estructuralista pretende que el mensaje sea captado, comprendido e interpretado desde un pensamiento crítico y analítico, plantea conocer la estructura del lenguaje desde los signos, el significante, los mitos, la connotación y la denotación para la elaboración de contenidos comunicacionales; sus máximos representantes son Ferdinand de Saussure, Roland Barthes, Charles Peirce, Levi - Strauss y Umberto Eco, que estudian el proceso comunicacional desde la semiología, la semiótica y la antropología para producir significados. Para el estructuralista Piaget *“una estructura está formada por elementos, pero éstos se encuentran subordinados a leyes que caracterizan al sistema como tal”* respetando sus propias particularidades para la conformación de un todo; el *“uso del lenguaje, como comunicación de creencias, como forma de interacción social, así, como las relaciones entre el uso del lenguaje, la comunicación y la interacción con el contexto social”* (Vanduk, 2001).

La teoría marxista es considerada como la teoría de la clase proletaria en la búsqueda permanente de transformación de su entorno, estudian el fenómeno de manera directa para luego explicarlo, estudian la estructura significativa como consecuencia de la praxis social, fomentan la dialéctica materialista como una unidad de cambio, transformación y desarrollo, se oponen como método científico al funcionalismo y al estructuralismo. Tiene exponentes de gran trascendencia como: Max Horkheimer, Theodor Adorno, Harber Marcuse y Walter Benjamín que integraron la Escuela de Frankfurt en Alemania con una fuerte crítica al funcionamiento de la cultura de medios masivos frente a la clase obrera y a la sociedad, *“en que se expresa la praxis comunicativa cotidiana de los grupos sociales”* (Honneth, 1990).

Las industrias culturales son estudiadas desde la visión de la teoría marxista, donde la cultura y los medios de comunicación son relacionados desde una

perspectiva de la economía capitalista de concentración del mercado y de servicio comercial. Los medios masivos de comunicación son instrumentos que difunden contenidos alienantes, son actores de riesgo para la pérdida de identidad, *“la cultura como una expresión “orgánica” de las formas de vida y valores compartidos que no pueden ser reducidos a epifenómenos de las relaciones económicas”* (Marafioti, 2008: 208) que alteran los valores simbólicos impregnados en la cultura de las masas, *“industrias culturales, que recrean escenarios, los actores y el discurso”* (Bauman, 2001).

Los estudios en comunicación plantean tres momentos epistemológicos, el primer momento se basa en la *“oralidad del lenguaje”*, entendido como el *“psiquismo del mensaje humano”* (Cuadra, 2016); el segundo momento conocido como *“pragmático formal”* o *“momento socio-genético”*, planteada desde la teoría de la Acción Estratégica de Habermas a través de la *“mediación lingüística con la acción social”*, y el tercer momento se desarrolla en los actuales momentos mutaciones *“tecnocientíficas”* que proyectan nuevos planteamientos para definir a la comunicación denominada *“Comunicación Mediada por Computador”* (Cuadra, 2016), convirtiéndose en el objeto de estudio de la *“Etnografía Virtual”*, entendido como un modelo de comunicación basado en la relación *“usuario-nodo”*, es decir, este usuario o portador entendido como no solo una memoria psíquica y social, sino que además una tecno memoria propia del entorno, enfatizando una *“nueva sociabilidad de relaciones entre iguales”* (Barbero, 2002).

Fundamentos Metodológicos

Este proceso de acción comunicativa para el análisis o aprendizajes de páginas web se fundamenta en tres operaciones fundamentales (básicas): Observación, Participación y Recopilación entendido como Registro.

Etnografía Virtual. Esta metodología problematiza el uso del internet, interpre-

tando y reinterpretando, como forma de acción comunicativa y como objeto en las relaciones de las personas a través de comunidades. En este análisis de la página web www.juiciocrudo.com esta metodología liga niveles descriptivos e interpretativos y no puede aislarse de los aspectos políticos y sociales dentro de su entorno, con dimensiones de análisis en lo virtual desde la comunicación de la acción estratégica abierta y encubiertas planteada por Habermas en la teoría de los tres mundos.

Objetivos

General

Examinar el tratamiento informativo de la página web www.juiciocrudo.com Chevron- Ecuador, aplicando la metodología de la “*Etnografía Virtual*” en el último semestre del 2016.

Específicos

Identificar fundamentos epistemológicos de la acción comunicativa que sirva de base para el análisis del sitio web.

Analizar el nivel descriptivo del sitio web, aplicando la metodología etnográfica virtual, (A-E-I-O-U).

Identificar los niveles interpretativos del sitio web con el análisis semántico de la connotación y la denotación del discurso, la imagen, la composición y los contenidos audiovisuales.

Evaluar el impacto potencial de la información del sitio web a manera de conclusiones, aplicando la acción estratégica planteada por Habermas en la teoría de los tres mundos.

Relevancia de la página

Política

Esta página se constituye en un espacio masivo para la difusión de contenidos periodísticos y normativas que tienen relación con el tema de Chevron y su accionar en el Ecuador. Busca generar un discurso único a su favor al estilo de la “*publicidad burguesa*” como aparataje, para consolidar un mundo mental de las “*public relations*” (Habermas, 1982), donde esta empresa se victimiza frente a la amenaza que re-

presentan los demandantes, el Gobierno Nacional y el sistema de justicia ecuatoriano; para ello, establece una política comunicacional de transparencia desde su perspectiva con la utilización de fuentes informativas, cifras estadísticas, imágenes, sonidos, textos y animaciones que enriquecen su propio discurso.

Social

Chevron es una empresa petrolera multinacional, su presencia está prácticamente a nivel mundial. A través de esta página se vincula con públicos heterogéneos (usuarios) que buscan información sobre este tema, la página a pesar de mantener un formato serio, muestra un ambiente agradable y de fácil comprensión de los mensajes, de este modo mantener seguidores con niveles de criticidad aceptados por la empresa, que son producto o el resultado del debate y de la participación de los diferentes sectores con un solo lineamiento.

Mediática

Esta página a través de un kit de medios, utiliza como estrategia discursivas y comunicacionales para la difusión masiva de información, por si misma este sitio web se constituye en una fuente de información para medios masivos de comunicación convencionales y no convencionales, “*esta postura también es cuestionada, por cuanto obedece a un “exagerado valor del progreso”* (Arendt, 2009); por ello, la necesidad de analizarla utilizando la metodología etnografía virtual a través del nivel descriptivo (accesibilidad, encontrabilidad, interactividad, operabilidad y usabilidad) y del nivel interpretativo con lo cognitivo y lo denotativo.

Contexto Político Mediático

La Empresa Chevron es la segunda empresa más grande de petróleo en Estados Unidos y la cuarta en todo el mundo, utiliza su poder político y recursos económicos para generar un discurso mediático ante la opinión pública a su favor, negando ser la causante de la contaminación de petróleo en el Oriente Ecuatoriano, se muestra como una empre-

sa transparente, cumplidora con el ordenamiento jurídico y respetuosa del medio ambiente, deslegitima el discurso de los demandantes, del Gobierno Nacional y del Sistema de Justicia del Ecuador. Este sitio web, se convierte en un espacio generador permanente de opinión pública, sus contenidos informativos juegan un “rol estratégico y articulador de perversión y oportunidad” (Barbero, 2002); es el espacio virtual donde se hace visible el accionar político e ideológico que la empresa Chevron persigue; además, cumple una función de integración a través de consensos y de legitimación de un discurso controlador, el usuario pierde legitimidad y representación social, se convierte en una mera existencia estadística.

Nivel Descriptivo

Análisis página web

www.juiciocrudo.com

Este sitio web interpreta técnicamente las necesidades del usuario, siendo amigable con sus requerimientos en la operatividad, descargue rápido, facilidades y claridad al momento de acceder a la información requerida. Es analizada aplicando la metodología de la “Etnografía Virtual” del (A-E-I-O-U), tomando en cuenta cinco ejes con criterios de estandarización que garantizan un mejor análisis de los servicios prestados: accesibilidad, encontrabilidad, interactividad, operabilidad y usabilidad.

Accesibilidad

Tiempo o velocidad de descarga

Se enfoca al tiempo que toma la página web para descargar todos sus componentes animaciones, multimedia, imágenes, texto, otros. Esta página no demora más de 4 segundos para ingresar, los resultados arrojados por la página testmysite, herramienta desarrollada por google para el análisis de página de sitios web se dieron los siguientes resultados:

Cuenta con una buena optimización

para dispositivos móviles, con una calificación de 99 sobre 100 puntos. La velocidad en dispositivos móviles es baja con un puntaje de 40 sobre 100 puntos. La velocidad en computadoras de escritorio es media, con un puntaje de 51 sobre 100 puntos.

Resolución de pantalla

Es el número de píxeles que pueden ser mostrados en una pantalla dependiendo del tipo de dispositivo sea este de escritorio, móvil o portátil. Tiene que ver con la claridad de toda la información contenida y su calidad en la imagen y en los textos, juega con el tratamiento pre-publicación de los audiovisuales, en definitiva es un control técnico de calidad. Esta página mantiene estándares de calidad por cuanto al visualizarse no distorsiona su contenido, lo que facilita al usuario el acceso a la información y la permanencia, manteniendo el apego con sus públicos. 1320 píxeles horizontal y 768 píxeles vertical.

Compatibilidad con exploradores

Tiene que ver con la compatibilidad entre navegadores, es decir, la facilidad que tiene la página para desplegarse en su totalidad en cualquier sistema operativo y plataforma de navegación. Este sitio web es compatible con los exploradores más populares (safari, Chrome, explorer, fire-fox, entre otros), su página inicial pasa las pruebas de “cross-broweing para MS Internet Explorer, Mozilla Firefox y Google Chrome.

Adaptación a dispositivos móviles

Los contenidos del sitio web deben desplegarse en dispositivos móviles con acceso a internet sin mayores problemas, por cuanto, están adaptados al peso de las páginas. La gran mayoría de elementos son de fácil visualización con otros dispositivos de diferente tamaño. Sin embargo, esta página presenta ciertos problemas con los videos en algunos dispositivos móviles requiere de una herramienta adicional que es el flash player, caso contrario no aparecen los videos.

Accesibilidad Wai.web

Es una iniciativa que permite la acce-

sibilidad de la red para personas con discapacidad, incapacidad o personas de la tercera edad; existe cinco áreas de trabajo principales: tecnología, directrices, herramientas, formación y difusión. Esta página es analizada con la herramienta "Hera", en la cual se evidencia falencias, no dispone de acceso de audio, imagen y texto en todos los niveles para públicos diversos con discapacidad, por ejemplo, en los videos no tienen lenguaje de señas, ni subtítulos.

Encontrabilidad

Motor de búsqueda

Es un campo de la página que le permite buscar contenidos-información sin tener que navegar; en este caso, el acceso funciona adecuadamente arrojando resultados relevantes en las búsquedas y en tres idiomas inglés, español y portugués.

Mapa de sitio

Es un mapa o índice conceptual (contenidos) de ubicación para el usuario, sin tener que navegar por todo el sitio; es una manera práctica de informar a los buscadores sobre el contenido de un sitio web, con la finalidad de tener una mejor percepción de los usuarios. Esta página no dispone de un mapa de sitio, limitando al usuario el acceso de información de manera ágil y rápida.

Nombre de dominio

Es la puerta de entrada a un sitio web, es el nombre y apellido de la página, su composición debe estar clara en su nombre, dominio genérico y código de país. En este caso de análisis, la página web analizada www.juiciocrudo.com, el nombre mantiene un juego retórico simple, utiliza una analogía para potencializar el nombre, mantiene un dominio genérico (punto com) que no identifica un área de acción específica, tampoco se puede identificar donde está el origen del sitio.

Metadatos y descriptores

Los usuarios pueden ubicar de manera eficiente el contenido de un sitio web. Son textos de ayuda para los usuarios, también mantienen una función informa-

tiva con una función persuasiva; en este caso la página cuenta con escasos elementos de este tipo, lo que limita una inapropiada recuperación.

Posicionamiento en buscadores

El uso de buscadores para la ubicación de contenidos relevantes. Es el lugar que la página ocupa en una búsqueda, haciendo referencia a palabras claves. En este caso analizado las palabras juicio crudo en los buscadores google, yahoo y bing (principales motores de búsqueda), en este sitio web aparece primero, dando una lectura que este dominio mantiene relación contractual con estas empresas.

Interactividad

Información básica de interacción

Un sitio web es la imagen de la institución, por lo tanto, la información que identifica a la institución en la primera página debe ser explícita y clara para los usuarios; Además, consiste en conocer el número de visitas que mantiene una página. En este caso no dispone de información básica (dirección, teléfono, horario de atención, etc.), además no tiene un contador de número de vistas, no se puede evidenciar interacciones con la página porque los comentarios están restringidos, se restringe puntos de vista a favor o en contra, generando contenidos comunicacionales unilaterales desde sus intereses.

Interacción con enlaces

Son considerados el fundamento del funcionamiento del contenido de un sitio web. Los enlaces de texto, imagen y video constituyen los argumentos visuales a través de los cuales el usuario despliega la información de la página principal. En este caso, todos los enlaces son intuitivos no existe hipervínculos o botones explícitos. La interacción se maneja a un nivel básico.

Estructura de navegación

Son las barras de menú: horizontales y verticales, es el lenguaje de programación (estructura) sobre la cual está desarrollado el contenido de la página que permite una navegación consistente e intuitiva. Este

sitio web maneja una estructura clásica con un encabezado, donde se muestran los vínculos a las redes sociales, al acceso idiomático y el motor de búsqueda; bajo el encabezado se encuentra la barra de menú con botones desplegados expansibles. Como cuerpo principal maneja un área de texto e imagen con desplazamientos lateral izquierdo. Como base y cierre existe informativos con imágenes y titulares. A continuación muestra videos destacados, luego noticias donde enfatiza los titulares, para cerrar con una barra de los tweets más relevantes; además mantiene una barra que incluye un campo de información para establecer contactos y se replica nuevamente el tema de las redes sociales. Cabe indicar que el acceso de toda esta información de manera vertical por desplazamiento a través del mouse o movimiento de los dedos en los dispositivos táctiles.

Contacto en línea

Es un campo casi obligatorio por que la página requiere de un retorno por parte del público visitante, es necesario que el usuario sienta tener una interacción con otros usuarios. Esta página dispone de un campo donde se despliega una ventana de contacto, el usuario debe contactarse con el nombre, email, país, asunto y comentarios. Finalmente dispone de un código de verificación aleatorio evitando el contacto robótico a manera de filtro para no permitir saturación de la red y posibles hackeos y los trolls (perfiles falsos).

Medios sociales y Web 2.0

Toda página mantiene vínculos con redes sociales con la finalidad de segmentar los mercados y expandir a otros públicos su información. Este sitio mantiene vínculos con redes sociales como: Facebook, tweeter, instagran, linked-in, youtube y google. La web 2.0, es una plataforma global que aprovecha la inteligencia colectiva, nutriéndose de información que los públicos generan, no se limita a un solo sistema, sino por el contrario es difundida a través de varios dispositivos. Esta página busca redes colaborativas para nutrir su acción con la web 2.0.

Operabilidad

Uso de frames

Es parte de la estructura de la página, tiene como finalidad dividir la información de forma jerárquica, lo más importante son los frames o cuadros inmovilizados, por cuanto los contenidos se encuentran en este lugar, debido a que la mirada de los públicos se centran en este panel y por ende es probable que en este lugar reciba más clips y puede ser más utilizado. Es sitio web tiene dos marcos en sentido vertical a dos columnas, su información esta jerarquizada por escalas, en el frame de izquierda se encuentran los elementos estructurales secundarias de la página, conformada por el encabezado donde se encuentra el menú principal, los elementos de identidad y los accesos a las redes sociales. El menú principal resalta en este encabezado y se constituye en un elemento de enganche visual para facilitar la navegación, por cuanto están ubicados los temas principales, divididos por categorías y los temas secundarios. En el cuerpo de la página se encuentra la galería rotativa y por su gran tamaño se encuentran los titulares del mensaje de la página; en el mismo cuerpo se encuentran una fila de imágenes más pequeñas que permiten acceder a los artículos complementarios. En el segundo bloque se puede acceder a información audiovisual interactiva que está conformada por los cuadros (máscaras) de reproducción audiovisual, seguida del titular y un subtítulo con información resumida vinculado al video. En el tercer bloque se encuentra el cierre o el pie de página en donde su información está basada en la promoción crítica de la página (búsqueda de notificaciones importantes, retroalimentación con el usuario y redes sociales).

Continuidad

Es la disponibilidad del sitio web, ubica los elementos de contenidos alojados en el sitio web, permite jerarquizar la visualización lectura de los contenidos (el orden como se leen y se ven los contenidos en

la página). El primer bloque (cuadro de la derecha “últimas noticias”) tiene movilidad, pero es el que más llama la atención a pesar de ser armónico, por cuanto trasgrede con la organización de los elementos de la página, el orden de continuidad esta de derecha a izquierda. El segundo cuadro, tiene navegación visual dirigida de la parte superior hacia el inferior (de arriba abajo); por lo que la división de la información están bien ubicados. Además está adaptada para dispositivos móviles o cualquier tipo de pantalla. También los colores cálidos son los de mayor contraste, más llamativos lo que atrae, cautiva y engancha a los públicos que lo visitan; los colores (blancos, negro y gris) están distribuidos de forma mayoritaria en la página para mantener un equilibrio. Los colores fríos ayudan a dar elegancia, armonía y paz.

Datos abiertos

Calidad de acceso de la información generada recientemente, tomando en cuenta la oportunidad e importancia de los contenidos sin restricciones de formato (pdf, csv, rtf, html, txt) o plataforma, promoviendo información abierta y completa. En el caso de esta página existe datos abiertos dentro de los frames, el usuario puede ampliar la información sin ninguna restricción.

Controladores añadibles

Es un plug-ins, son aplicaciones informáticas que permiten interactuar con el navegador de internet, de este modo genera una operatividad determinada, son palabras claves que permiten acceder a otra información más ampliada correlacionada al tema principal. En el caso de este sitio web, los controladores añadibles permiten navegabilidad en el uso de la información, los datos programados ayudan a navegar dentro de su interfaz con mayor amplitud y seguridad.

Seguridad

La parte operativa en cuanto a la seguridad plantea desafíos, en el que los usuarios demandan de los sitios web una mayor protección al momento de navegar, la finalidad es tomar medidas técnicas ne-

cesarias y generar ambientes seguros para el usuario, de este modo evitar amenazas informáticas y proteger los datos personales. Es necesario generar políticas de protección, protocolos seguros de comunicación y ausencia de virus. Esta página en la barra de navegación no aparece el candado de seguridad, ni el certificado de autenticidad, lo que hace que no se identifique la entidad que emite la información en calidad de soporte; además no cuenta la seguridad del protocolo de transferencia de hipertextos (https://)

Usabilidad

URL Limpios

Es la dirección de la página web, también es un recurso en general que permite navegar de forma segura una página web, jerarquizando el sitio que se encuentra dentro de un dominio. En este caso no incluye caracteres especiales como por ejemplo #, *, ^, etc; además tiene una interfaz (fácil, cómoda e intuitiva), tiene criterios de usabilidad centrados en el usuario (dcu), en el caso del usuario al momento de navegar tiene facilidades de navegación, porque puede encontrar la información requerida, existe elementos de interactividad en las imágenes animadas y en los videos incrustados en la página.

Texto

El mayor porcentaje de información que circula en el internet o en las páginas web es transmitida a través de textos consistentes, por lo que es necesario poner atención en la forma como se realiza o se presenta en su formato, ancho, alineación y su tipografía. En esta página existen textos legibles, tamaños adecuados, jerarquizados por el uso de mayúsculas y minúsculas según su importancia e impactos, además están jerarquizados por el color, por el tamaño y por su ubicación, existe un equilibrio entre el texto, las imágenes.

Diseño

Una estructura de diseño limpio y ordenado, ayuda a una mejor comprensión por parte de los usuarios, la estructura y

la distribución son proporcionalmente distribuidos, la distribución por filas es más perceptible que por las columnas, por cuanto estas se encuentra sin proporción simétrica, esto facilita ubicar los elementos especialmente a los de mayor tamaño, la combinación estratégica con imágenes establece las prioridades en la navegación. El efecto de desplazamiento (scroll) segmenta la información, el corte de la información es adecuada; en cuanto a la creatividad tiene que ver con el eje temático, haciendo aplicaciones de sus elementos más formales, ejemplo la utilización de textos sin serifas, imágenes fotográficas con planos limpios y sin ruido visual.

Animaciones

Los recursos multimedia y las animaciones enriquecen el discurso comunicacional en las páginas web, a pesar de que existen criterios que estos recursos tienen más desventajas que ventajas, debido a que en algunos casos aumenta el tiempo de descarga y son difíciles para su manipulación causando descontentos en el usuario. En esta página existen elementos de animación correspondientes a la galería central dándole niveles de atracción y comprensión del mensaje por parte del usuario, existe un despliegue de menús y sub-menús agradables y el sistema de sensibilidad de precisión. En la parte del tercer bloque se encuentra el acceso a los videos, teniendo un stream óptimo lo que permite la descarga con fluidez, existe un pequeño efecto de sobre posición en los botones de acceso a las redes sociales.

Calidad de código

Este recurso asegura mayor velocidad en la descarga y mejor tolerancia a los errores, lo que permite en el usuario una experiencia agradable al momento de navegar por un sitio web. Existe una organización llamada W3C que define los estándares de codificaciones y pone a disposición de los encargados de sitios web. En este sitio el tamaño de la página es de 2.3 mb, lo que garantiza una descarga rápida de la información, el tiempo de carga es de 5.26 segundos, el tiempo de respuestas en-

tre páginas es de 2,67 tomando en cuenta una conexión DNS (banda ancha). Existe acceso a todos los links o enlaces de información, no existe enlaces rotos o caídos.

Nivel interpretativo (análisis semántico)

Relación de los signos respecto a la realidad (off Line)

En esta fase, la página web es analizada desde la perspectiva de la etnografía tradicional, su énfasis está focalizado en el espacio real localizado en el irl; donde la observación, la participación y la recopilación o registro se constituyen en la base para su estudio.

Observación

Espacio Físico (in situ), cultura/comunidad localizada, etnografía tradicional, cualitativa/Interpretativa, holística, descripción densa, adaptativa a contextos IRL, comunicación face-to-face, estructura de significación, lógica informal cotidiana.

Participación

Interacción directa, permanente, investigador-sujeto y viaje geográfico.

Recopilación y Registro (Etnógrafo in situ)

Memoria psicogenética, memoria sociogenética

Análisis del discurso y de la imagen en el nivel denotativo informacional y connotativo simbólico

Denotativo en el uso de los colores

En el sitio web describe lo formal en el uso de colores planos, porque no existe gradaciones, existe texturas planas, utiliza gamas de colores fríos celestes, verdes, contrastados con los amarillos dando como resultado un contraste, los grises fortalecen la visualidad de los otros tonos.

Connotativo en el uso de los colores

Aplica conceptos de teoría del color, los colores fríos como el azul o el celeste

dan a entender que es un sitio web serio, formal y libertad cuando es aplicado en imágenes con planos generales y en contrapicado; es decir sus lectores tendrán una experiencia agradable al momento de tener contacto con los contenidos, estos tienen credibilidad y sus usuarios pertenecen a un grupo selecto de lectores con capacidad reflexiva.

Denotativo en el uso de la grilla cuadrática

Son rectángulos o cuadrados en diferentes tamaños y estáticos que este sitio web utiliza, no tiene curvas o redondos.

Connotativo en el uso de la grilla cuadrática

Estos rectángulos y cuadrados aplicados en este sitio web simbolizan aspectos de solidez, seriedad y transparencia al momento de publicar un contenido, esto permite que sus usuarios mantengan fidelidad, interés y permanencia, por cuanto no existe distractores de movimientos, salvo el banner central mantiene un movimiento horizontal de desplazamiento para mostrar las noticias principales, reflejando agilidad en el discurso planteado, lo que despierta el interés del usuario para leerlo.

Denotativo en el uso de las imágenes

Casi todas las imágenes que presentan, muestran elementos clásicos relacionados a la fotografía, aparecen personas vestidos de traje formal en escenarios o ambientes internos o externos. La naturaleza es captada en planos abiertos, con movimientos en las miradas de los sujetos y en ángulos contrapicados.

Connotativo en el uso de las imágenes

Estas imágenes de personas con trajes formales connotan experiencia en lo que están haciendo lo que refleja mayor apego, afinidad y credibilidad por parte del usuario, el escenario muestra un ambiente de modernidad y progreso; además las imágenes de naturaleza, agua, cielo limpio connotan su apego hacia las normas y respeto por la naturaleza y a las culturales ancestrales en contradicción a lo que sus políticas de chevron se contraponen. Didi Jubers en su libro *“Imágenes pese a todo”*,

hace una análisis de la fotografía, manifiesta que la imagen no es una visión exacta del mundo, es una muestra sesgada de la realidad, por cuanto muestra una parte de perspectiva de la realidad y en cierta época, el tiempo sesga la realidad y los actores dentro de las imágenes se ven alterados y falseados.

Denotativo en el uso de la composición de la imagen

En la composición de imagen se muestran planos abiertos y cerrados con ángulos contrapicados y movimientos.

Connotativo en el uso de la composición de la imagen

Al mostrar imágenes en planos abiertos no quieren identificar detalles que pueden evidenciar falencias, su mensaje está elaborado en base a generalidades para llamar la atención del usuario en temas ligeros o ambiguos. Para resaltar estos mensajes utilizan el ángulo contrapicado con la finalidad de profundizar la espectacularidad de los hechos de manera agradable en los usuarios.

Denotativo en el uso de la grilla cuadrática

Este sitio web utiliza una grilla cuadrática sans serif.

Connotativo en el uso de la grilla cuadrática

Esta grilla cuadrática proyecta solidez al momento de enviar los mensajes al usuario, no se muestra con una compañía vieja pese a serlo (en el Ecuador estuvo desde 1964), se muestra como una compañía moderna, ágil y actual pese a tener varias décadas, se muestra elitista (su tipografía está dentro del grupo de tipografías san-serif. Joan Costa, en su libro *Imagen Global* clasifica a las tipologías en:

SERIF	SANS SERIF	DECORATIVA
Clásica (no es utilizada por esta página) les va a proyectar como viejos	Moderno (les conviene), utiliza www.juicio-crudo.com	Ornamentales no utiliza

Análisis de los aspectos de composición de imagen y diseño (estructuras de significación)

Juicio Crudo es el nombre de la página que en sí misma representa la imagen corporativa del mensaje central por la que se crea este sitio, se constituye en la base para la construcción de los signos y de todas sus simbologías hasta la construcción de los mensajes en todas sus expresiones. El diseño por sí mismo no representa el fundamento del discurso de Chevron, pero ayuda a construir significaciones persuasivas que influyen en los apegos y afinidades por parte del usuario; los elementos gráficos ordenados de manera técnica y creativa, acompañados de animaciones, sonidos, videos o imágenes crean ambientes agradables y formales. Las imágenes limpias tienen un mensaje que representa una posición más formal y a la vez amigable. La composición de los elementos que tiene esta página no es caótica, por el contrario el tema antagónico a lo que Chevron representa (empresa petrolera multinacional contaminadora del medio ambiente) no incurren en ese discurso de contaminación con el petróleo es totalmente diferente.

La información que presenta esta página no está legitimada, intenta serlo, sin embargo, su composición y diseño condiciona sutil y persuasivamente al seguimiento del caso por parte del usuario, lo que genera confianza desde lo técnico y en la calidad de la información con interlocutores y fuentes que refuerzan el mensaje. La distribución de las filas presentan formas rectangulares y horizontales, estos elementos del diseño representan en el caso horizontal armonía, paz, descanso y los elementos verticales actividad y dinamismo en definitiva es el equilibrio de la vida.

Revisar los contenidos audiovisuales y los textos interactivos

El anclaje a las redes sociales es una

adaptación del lenguaje audiovisual para otros públicos que se identifican con este tipo de mensajes, en este caso dirigido a un público joven que visitan la red e incluso con una característica diferente en el campo de la criticidad y en desarrollo de una nueva "cultural visual" (Martín Barbero). En esta web no se puede comentar, está cerrado y controlado, existe una apertura controlada, donde el usuario puede emitir sus criterios pero develando sus datos personales, lo que limite y controla los comentarios que van dirigidos en contra a la imagen de la empresa Chevron, protegen su imagen y no le vuelven vulnerable frente a cualquier amenaza externa.

Youtube, es utilizado para poner vínculos de videos (reportajes, noticias, entrevistas, declaraciones) de canales nacionales y locales (fuentes externas) tratando de victimizarse por el tema de contaminación generada en el Oriente ecuatoriano, buscando victimarios que por lo general son los demandantes, el gobierno nacional y los jueces; estas fuentes informativas están condicionadas a favorecer el buen nombre y la responsabilidad social que tiene la empresa desde su creación y en todas partes del mundo en donde se encuentra.

Esta página dispone de un Kit Medios, donde se encuentran los audiovisuales y los textos interactivos, este kit es utilizado como estrategia comunicacional para la difusión masiva de información, es decir, el interés de la empresa Chevron es convertirse en una fuente de información para medios masivos de comunicación convencionales y no convencionales que requieren de esta información, claro está que esta se encuentra diseñada desde una sola óptica o una sola direccionalidad que beneficia a sus intereses. Este sitio web tiene 43 mil seguidores, una cantidad para nada despreciable si tomamos en cuenta que cada seguidor al menos tiene cinco seguidores más en promedio, llegando fácilmente a unos 200.000 seguidores siendo conservadores en esta aproximación; es decir, tiene un potencial de audiencias cautivas sin de pautas, es un alcance

orgánico, no paga para que la gente le vea, lo ve porque se encuentra en la red.

Lo corporativo de esta entidad está basada a su misión y visión empresarial, es una página de un caso especial en el Ecuador, no es página de Chevron. Le da énfasis a la temática mas no a la corporación, la marca Chevron está identificada pero no tiene preponderancia y dentro del espectro visual de la página, el logo de la marca no ocupa un espacio de visualidad respecto a la ley de tercios (queda en un segundo plano), lo preponderante es el discurso de una empresa con responsabilidad social, para ello, tiene actores políticos, ciudadanía, técnicos especializados en el área petrolera y en lo legal que le permite direccionar sus mensajes en beneficio del buen nombre de la empresa.

Conclusiones

La proyección de las conclusiones están basadas aplicando la acción estratégica planteada por Habermas en la Teoría de los Tres Mundos; está compuesta por la acción estratégica abierta y por la acción estratégica encubierta y esta a su vez por la distorsión (inconsciente) y por la manipulación (consciente).

Acción Estratégica Abierta

La información relativa al caso Ecuador-Chevron tratada en la página www.juiciocrudo.com, que frente a una crisis de imagen institucional, se constituye en una estrategia comunicacional a través de la narración de hechos noticiosos mediáticos con la utilización de varios formatos periodísticos y con fuentes diversas, utilizando un estilo narrativo de textos e imágenes con nitidez, generan un discurso obediente a sus intereses, donde exponen su importancia y alcance de manera clara a públicos diversos que visitan esta página. Se debe tomar en cuenta que esta empresa es catalogada como la segunda más grande de petróleo en Estados Unidos y la cuarta en todo el mundo, utiliza su poder político y recursos económicos para generar un discurso mediático ante la opinión

pública a su favor, niega ser la causante de la contaminación de petróleo en el Oriente Ecuatoriano.

El análisis de esta página con la aplicación metodológica de la Etnografía Virtual con el nivel descriptivo del (A-E-I-O-U), tomando en cuenta los cinco ejes con criterios de estandarización que garantizan un mejor análisis de los servicios prestados: accesibilidad, encontrabilidad, interactividad, operabilidad y usabilidad; se constituye en una acción estratégica abierta, por cuanto la técnica en la elaboración de páginas web corresponde a estándares de calidad, que simbolizan aspectos de solidez, credibilidad, afinidad, seriedad, agilidad, modernidad, progreso y transparencia al momento de publicar los contenidos.

Acción Estratégica Encubierta: Manipulación (consciente)

La información presentada en esta página web obedece a una estrategia comunicacional consistente, por cuanto, utiliza estrategias discursivas mediáticas colaborativas y controladoras basadas en relaciones de poder a nivel local e internacional que le permite configurar redes o alianzas en base a sus intereses, con la finalidad de generar un discurso imperativo, dominante y de victimización enfocados a deteriorar o desprestigiar el discurso proveniente desde las organizaciones demandantes, al sistema de justicia y al mismo Estado ecuatoriano representado por el gobierno nacional.

Este sitio web, se convierte en un espacio generador permanente de opinión pública, sus contenidos informativos juegan un rol estratégico y articulador, es el espacio virtual donde se hace visible el accionar político e ideológico que la empresa Chevron persigue; además, cumple una función de integración a través de consensos y de legitimación de un discurso controlador, el usuario pierde legitimidad y representación social, se convierte en una mera existencia estadística.

El discurso semántico denotativo y

connotativo del sitio web (juciocrudo) representa la imagen central del mensaje y justifica por qué se crea esta página, constituyéndose en un mensaje manipulador encubierto, que con el uso de simbologías como: signos, imágenes (agradables, limpias y formales), el diseño (composición, colores, textos) y los contenidos audiovisuales (animaciones, video, sonido) elaboran mensajes persuasivos antagónicos a lo

que verdaderamente debería representar el fundamento del discurso de Chevron (empresa contaminadora de petróleo en el medio ambiente), con este discurso simbólico no dicho trata de consolidarse como una empresa solidaria, respetuosa del orden legal y protectora del medio ambiente; además ayuda a victimizarse frente a los verdugos. 

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- ARENDDT, H. T. (2009). *La Condición Humana*. Buenos Aires: .
- BARBERO, J. M. (2002). *Política y Comunicación, Des-figuraciones de la Política y Nuevas Figuras de lo Público*. Foro. N#45, 13-26.
- BAUMAN, Z. T. (2001). *En Busca de la Política*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- BENJAMÍN, W. (1989). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad*. Buenos Aires: Editorial Taurus.
- CASTORIADIS, C. (2008). "La Democracia como régimen y como procedimiento". Vol. 2. Ediciones Proyecto Revolucionario. Edición Digital. Pág. 44-54.
- CAPRIOTTI, P. (2013). *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*. Málaga, España: Ariel.
- CUADRA, A. (2016). *Comunicación mediada por computador*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- ECO, U. (2000). *Tratado de semiótica general*. España: Lumen.
- FONTANILLE, J. (2001). *Semiótica del discurso*. Lima: Universidad de Lima, FCE.
- FERNÁNDEZ, A. S. (2012). *Estudios teóricos y Metodólogos. Mediaciones Sociales, Re-vista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, 244.
- FRASER, N. (1993). *Pensar en el Ámbito Público: como contribución a la crítica de la democracia realmente existente*. EE.UU.
- GARRIDO, F. (2003). *El Devenir de la Modernidad: Crisis del Paradigma y el Acerca-miento a una Nueva Epistemología Social*. Aposta, *Revista de Ciencias Sociales*, 3-14.
- HABERMAS, J. (1982). *Historia crítica de la opinión pública. Versión Castellana de Antoni Doménech*. Madrid: Gustavo Gil.
- HABERMAS, J. P. (2003). *Acción Comunicativa e Identidad Política*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- HONNETH, A. (1990). *Teoría Crítica*. En Giddens, A. y Turner, J. *La teoría social, hoy*. (pp. 445-488). Madrid: Alianza Editorial.
- LASSWELL, H. (1948). "Estructura y función de la comunicación en la sociedad", 1985 en M. de Moragas Spa (comp). *Sociología de la comunicación de masas, t. 11: Estructura, funciones y efectos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- MARAFIOTI, R. (2008). *Sentidos de la comunicación: Teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación*. Buenos Aires: Biblos.
- MARTÍNEZ, Y. D. (8 de junio de 2014). *www.razon y palabra.org.mx*. Obtenido de <http://goo.gl/47Ym4U>
- PRICE, V. (1992). *La Opinión Pública, La esfera pública y la comunicación*. México: Traducción de Pilar Vásquez Mota. Pag. 46,46,48.
- RINCON, O. E. (2001). *Televisión: Pantalla e Identidad*. Quito: El Conejo.
- VAN DIJK, T. (2001). *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona: Gedisa. .