



***INFORME:***

**Investigación Cualitativa – Grupos Focales  
Prueba de cinco piezas de comunicación**

***San Cristóbal, Barcelona, Maracaibo, Caracas***

[Escriba aquí]

Caracas, junio de 2023

**ÍNDICE**

Principales aspectos técnicos .....	4
Principales hallazgos .....	6
Piezas evaluadas .....	6
I. Canción .....	6
1. Impresión que deja .....	6
2. Lo que se recuerda .....	7
3. Mensaje que transmite .....	7
4. Lo que gusta .....	8
5. Lo que no gusta .....	8
6. Originalidad .....	9
7. Credibilidad .....	9
8. A quién va dirigido .....	9
II. Imagen .....	11
1. Impresión que deja .....	11
2. Lo que se recuerda .....	12
3. Mensaje que transmite .....	12
4. Lo que gusta .....	13
5. Lo que no gusta .....	13
6. Originalidad .....	13
7. Credibilidad .....	13
8. A quién va dirigido .....	14
III. Caricatura .....	15
1. Impresión que deja .....	15
2. Lo que se recuerda .....	16
3. Mensaje que transmite .....	17
4. Lo que gusta .....	17
5. Lo que no gusta .....	17

6. Originalidad .....	18
7. Credibilidad .....	18
8. A quién va dirigido .....	19
IV. Texto .....	21
1. Impresión que deja .....	21
2. Lo que se recuerda .....	22
3. Mensaje que transmite .....	22
4. Lo que gusta .....	23
5. Lo que no gusta .....	23
6. Originalidad .....	23
7. Credibilidad .....	23
8. A quién va dirigido .....	24
IV. Texto .....	26
1. Impresión que deja .....	26
2. Lo que se recuerda .....	27
3. Mensaje que transmite .....	27
4. Lo que gusta .....	27
5. Lo que no gusta .....	28
6. Originalidad .....	28
7. Credibilidad .....	28
8. A quién va dirigido .....	29
Acerca de la expresión “Pa’llá” .....	31
Pieza que más gustó .....	31
Pieza que menos gustó .....	32

## Principales aspectos técnicos

Para el estudio se condujeron una serie de grupos focales de manera mixta (remota y presencial) en cuatro ciudades del país: Caracas, Maracaibo, San Cristóbal y el eje Barcelona/Puerto La Cruz.

En cada ciudad se ejecutaron tres sesiones para un total de doce. Cada sesión estuvo conformada por un grupo de 6 personas y una duración de entre 100 y 130 minutos.

El diseño de los grupos en cada ciudad estuvo definido por dos variables:

- Variable 1: Edad
  - V1.1= Personas entre 18 y 29 años.
  - V1.2= Personas entre 30 y 49 años.
  - V1.3= Personas entre 50 años y más.
  
- Variable 2: Nivel Socioeconómico
  - V2.1= C
  - V2.2= D y E+.

Cada sesión estuvo balanceada por sexo de los participantes y el recorrido interno en cada grupo de edad. La estructura de los tres grupos en cada ciudad fue alternada de la siguiente manera:

Número de personas por sesión  
según edad y nivel socioeconómico

Sesión	Fecha	Lugar	Edad	Nivel socioeconómico	Género	
					Masculino	Femenino
1	02/06/2023	San Cristóbal	18-29	C	3	3
2	02/06/2023	San Cristóbal	45-54	D-E	3	3
3	02/06/2023	San Cristóbal	30-44	D-E	3	3
4	05/06/2023	Barcelona	18-29	D-E	3	3
5	05/06/2023	Barcelona	30-44	C	3	3
6	05/06/2023	Barcelona	45-54	D-E	3	3
7	06/06/2023	Maracaibo	18-29	D-E	3	3
8	06/06/2023	Maracaibo	45-54	C	3	3
9	06/06/2023	Maracaibo	30-44	C	2	4
10	07/06/2023	Caracas	45-54	C	3	3
11	07/06/2023	Caracas	18-29	C	2	4
12	07/06/2023	Caracas	30-44	D-E	3	3

Las dinámicas fueron conducidas siguiendo el formato descrito a continuación:

- A los panelistas se les presentaron las piezas comunicacionales a evaluar una a la vez.
- Por cada pieza comunicacional presentada, y antes de pasar a la siguiente pieza, se siguió el procedimiento descrito a continuación:
  - o Se concedieron unos minutos para que los panelistas observaran o escucharan, según fuese el caso, la pieza comunicacional.
  - o Luego se les suministró un formulario en el que debían responder diferentes aspectos relacionados con la pieza.
  - o Una vez llenado el formato, se propició un intercambio de ideas sobre lo observado contrastando las diferentes opiniones de los panelistas.

Al finalizar el recorrido por las cinco piezas evaluadas se realizó un intercambio breve y general sobre diferentes aspectos de lo observado.

### **Período de ejecución.**

Las dinámicas fueron ejecutadas entre el 02 y el 07 de junio de 2023.

## Principales hallazgos.

### Notas iniciales.

- A continuación, se expondrán los principales hallazgos encontrados en este estudio. Por cada punto investigado se han señalado los aspectos relevantes que surgieron durante las discusiones grupales. Seguido de estos aspectos, se han incluido “verbatim”, que consisten en frases mencionadas por distintos participantes durante las sesiones. Estas frases se incluyen en el informe como una muestra de los comentarios surgidos en las dinámicas, solo con propósitos de apoyo a la lectura y comprensión de lo expuesto, y en ningún caso constituyen una transcripción exhaustiva de cada sesión.

## Piezas evaluadas

### I. CANCIÓN

#### 1. Impresión que deja

**No complace a todos.** En general los ritmos que maneja no molestan, pero a algunas personas no les parecen adecuados.

**No todos piensan que es pegajosa.** Incluso algunos sienten que el coro se repite mucho. Sin embargo, este estribillo queda en sus memorias, independientemente de que a muchos les parece que no transmite el mensaje completo porque no dice para dónde vamos.

**Algunos perciben que la canción es un llamado a participar, unirse, votar.** Pero no saben exactamente por qué o para quién. Lo relacionan con algo político y de Oposición. Habla de un cambio, pero el mensaje no llega bien. Incluso algunos dijeron que tiene muchos mensajes, que las frases son muy largas, y que así es difícil que se les grabe en la memoria.

**Algunos dicen que la canción habla de un cambio,** que esa idea está en la canción. Y que el cambio se lleva a cabo a través de la unión, porque el llamado es a todos: inclusión. Eso interesa porque muestra “lo que está pasando”, del hecho de que necesitamos un cambio. Sin embargo, dicen que podría ser más interesante si la letra se distinguiera y expresara menos ideas.

**En general les parece importante porque motiva a seguir luchando** para resolver los problemas y recuperar espacios. Dicen que transmite entusiasmo y alegría. Es un llamado, una invitación. Sin embargo, la apatía de varios como consecuencia de todos los fracasos que se han vivido los muestra escépticos y no creen en lo que dice la canción.

**La sensación de que es una canción asociada con propaganda política** se expresó de varias maneras. Por ejemplo, algunos comentaron que les recordó la canción de Capriles cuando se lanzó a la presidencia.

**Tanto en el Zulia como en San Cristóbal manifestaron que la canción debería llevar otro ritmo** para que ellos se pudieran identificar más. Dicen que los ritmos de la canción eran más para la gente del centro del país, que eran muy de Caracas.

**En general, a los jóvenes es a quienes más les gusta**, les llama más la atención y les parece pegajosa. Les agrada el ritmo, aunque no a todos les parece original.

## 2. Lo que se recuerda

**El coro queda grabado**, aun cuando a algunos les parece que el mensaje está incompleto porque no especifica para dónde vamos.

**También hay gente que objeta que se diga “pa’ llá” en vez de “para allá”**. Pero definitivamente, esa expresión queda grabada a fuego.

**Recuerdan que habla sobre el futuro**, el cambio. La idea general de esperanza.

**También que se hace un llamado a los profesores**, educadores, deportistas, estudiantes.

Las frases:

- Si uno quiere el cambio uno mismo lo busca.
- El río está muy movido y luego se seca y se calma.
- Luchar por nuestros hijos.
- Lo del río, que corre hacia el mar, y llegamos a ese lugar de solidaridad y convivencia.

## 3. Mensaje que transmite

**Se capta el mensaje de que es necesario unirse para lograr un cambio**. Que hay una oportunidad, hay esperanzas. El llamado es para todos.

**Se percibe político y se supone que de Oposición**. Debemos dirigirnos a un lugar, una situación, a algo diferente; tomar un solo camino. Sin embargo, queda la sensación de que el mensaje no se da completo, que falta decir dónde está ese lugar al que vamos.

**Algunos entendieron que el mensaje es un llamado a la calle**, a moverse, a despertar y luchar. Que es para motivar a votar.

**Quienes menos manifestaron dudas acerca de la claridad del mensaje** fueron los jóvenes.

#### 4. Lo que gusta

**Lo que más agrada de la canción** es el hecho de que menciona a todas las clases sociales, a todas las personas: incluye. Perciben esto porque se mencionan a diferentes tipos de personas: amas de casa, estudiantes, jubilados, educadores, etc.

Dicen que transmite esperanza de cambio, de unión.

**El ritmo gusta porque es alegre**, motiva, aunque en Táchira y el Zulia se sienta orientado al centro del país. También les agrada que se haga un llamado a la participación.

**La letra gusta, pero algunos no la entienden toda**, y otros piensan que debe ser más sencilla para que se grabe.

A un señor de Caracas (30-44 años) le gustó que el mensaje fuera dado por una mujer; eso le transmitía más confianza.

A un señor de San Cristóbal (45-54 años) le gustó que motiva a la juventud, porque son los más apáticos.

#### 5. Lo que no gusta

**Entre lo que critican está que en ocasiones no se entiende lo que dicen los cantantes**, ya sea porque cantan muy rápido o porque la música tapa lo que dicen. Esto pasó en San Cristóbal, Barcelona (sobre todo) y Caracas; en grupos de todas las edades, excepto en Maracaibo.

**También objetan que el mensaje está incompleto** porque no dice para dónde vamos.

**Algunos dicen que la letra no les transmite nada**. Que es simple y no es clara.

**Varios manifiestan que se repite mucho “vamos pa’llá”**; sobre todo en Caracas.

**Algunos se quejaron de que era muy larga**.

**Los mayores fueron los que más criticaron el ritmo**. No les parece adecuado. Varios dijeron que la canción es muy escandalosa (también uno de los jóvenes mencionó eso). Algunos de los participantes mayores sintieron que esos ritmos eran muy “barrioterros”. Uno dijo que era para los jóvenes.

## 6. Originalidad

**La mayoría opinó que no es original.** Muy pocos opinaron que el ritmo y la letra eran novedosos.

**Suena electoral**, como lo que se escucha siempre en época de campaña. Es corriente, familiar. La letra se escucha en otras canciones. La palabra cambio siempre la utilizan, “y no ocurre”. Algunos opinan que es más de lo mismo, “pedazos unidos de otras canciones”.

A algunos le recuerda la canción de la campaña presidencial de Capriles. Incluso alguien dice que “Hay un camino” sí era motivadora, y que esta no lo es.

Sin embargo, hay quienes apuntaron que **es original que en la canción se mencionen a todos los sectores.**

## 7. Credibilidad

**Algunos opinan que habla de nosotros**, de lo que queremos, y que eso es creíble. Que es verdad que si nos unimos podemos lograr un cambio. Varios participantes, tanto adultos como jóvenes, manifiestan que quieren creer, quieren mantener la Fe.

**Pero otros no ven en la letra algo contundente que los llame a creer.** Es lo mismo de siempre, lo mismo que no ha tenido resultados.

**Para algunos mayores**, lo chillona de la canción no contribuye a su credibilidad.

Algunos dicen que **la credibilidad depende de quien esté detrás de ese mensaje.**

Un mayor (45-54) de Caracas dijo que **parecía propaganda de Gobierno.**

## 8. A quién va dirigido

**En general opinan que va dirigida a todos los venezolanos.** A quienes queremos un cambio. Alguno dice que a los opositores.

A varios, sobre todo mayores (45-54), les pareció que **la canción se hizo para motivar a los jóvenes por los ritmos que se usaron.** Que la trataron de hacer fresca, juvenil. Porque ellos son los que necesitan más motivación para participar.

- “La palabra ‘cambio’ ya se ha usado y ya no me gusta escucharla porque no se ha dado” (San Cristóbal / 30-44 / D-E)
- “Parece las que he escuchado en la iglesia para atraer el público” (Barcelona / 18-29 / D-E)

- “Debería incluir que el cambio ya empezó con nosotros, que abandonamos los bonos y estamos trabajando” (San Cristóbal / 30-44 / D-E)
- “Como es algo nuevo uno busca oírlo para ver cuál es la letra, y se asocia con alguien nuevo que va a salir, que nos va a dar esperanza” (Barcelona / 45-54 / D-E)
- “Transmite que hay que congregarse a un propósito, pero no me dice cuál” (San Cristóbal / 45-54 / D-E)
- “La canción da esperanzas, pero son palabras; aún hay que hacerlo realidad” (Maracaibo / 18-29 / D-E)
- “El mensaje que transite es que sí hay oportunidad de cambio” (Caracas / 18-29 / C)
- “La canción es poco importante porque eso se escucha en todos lados y no pasa nada, no hay cambios” (San Cristóbal / 30-44 / D-E)
- “El mensaje entra por el oído, por eso es tan importante la canción” (Maracaibo / 30-44 / C)
- “Me gustó el ritmo porque es alegre: la salsa para los mayores y el rap para los jóvenes” (Maracaibo / 30-44 / C)
- “Me gustaría que fuera más sencilla para que quedara grabada” (Caracas / 18-29 / C)
- “No es original, se hace familiar; y quizás eso sea bueno” (San Cristóbal / 18-29 / C)
- “Va dirigida a participar, por eso debería ser más directa, que quede claro que es política” (Maracaibo / 45-54 / C)
- “No me parece tan creíble. Seguimos esperando ese cambio. Y en las campañas siempre buscan a la gente: ver para creer” (Barcelona / 18-29 / D-E)
- “No me parece creíble porque si es para fines políticos, no debería ser tan chillona y fuerte, debería ser algo más suave para llegar a la gente; porque el sonido es como una imposición” (Barcelona / 45-54 / D-E)
- “El mensaje llega, pero tendría que ver de quién viene para ver si lo creo” (Maracaibo / 30-44 / C)
- “Imagino que va dirigida a los jóvenes, porque uno necesita algo más que una canción pegajosa” (San Cristóbal / 45-54 / D-E)

## II. Imagen

### 1. Impresión que deja

**Solo uno de los grupos** (45-54 años de San Cristóbal) encontró la imagen llamativa. Ellos dijeron que es sencilla, solo color azul y blanco, y una mano que señala, y que eso hace que el mensaje sea directo, que el azul es de esperanza, que el dedo que apunta llama la atención, e invita a seguir hacia adelante.

**El resto de los grupos opinaron que la imagen no era llamativa.** No motiva. Que era muy simple y no transmitía. “Es solo un dedito apuntando”.

**Que es muy vago en el mensaje.** La mano apunta hacia un lugar, pero no se sabe cuál. Le faltaría un dibujo que indicara hacia dónde se va.

Por otro lado, varios participantes manifestaron que **no sabían cuál era la dirección que apuntaba la mano**, porque el índice señala a una y el pulgar a otra.

**A algunos les gusta el color, a otros les parece muy pálida;** y unos piensan que es demasiado azul: “le falta colorido”.

**Por sí sola no habla.** Si ya se ha escuchado la canción entonces tiene más sentido: una dirección, el futuro, hacia adelante. Un rumbo que hay que encontrar hacia la democracia y la unidad. Alguien dijo que era de un partido y que ese era su logotipo.

**A algunos no gusta la expresión pa’llá.** No se ve bien. “Suena tierrúo”. En la canción no se nota tanto porque la gente cuando habla y canta comete esos errores. Pero verlo escrito les choca. Además, no dice dónde es allá.

**En general, al no dar un mensaje preciso, la imagen carece de importancia.** No interesa porque no se sabe de qué se trata. Sin embargo, alguien mencionó que es importante tener algo diferente que recordar, distinto a lo que nos han bombardeado: “sabes, los ojitos”.

**A una persona la imagen le pareció al dibujo con que identifican los baños.** A otros dos le pareció una señal de tránsito. Una dijo que parecía un guante de echarse tinte en el cabello. Uno dijo que no sabía si estaba disparando. Otro que podía ser una señal del lenguaje de sordos. Alguien la interpretó como acusativa. Otro que era una imposición. Uno dijo que le recordaba cuando lo regañaban. Alguien comentó que le recordaba a Chávez porque esa era su forma de hablar: coloquial. A uno lo hizo pensar en los Pitufos.

**Hubo opiniones fuertes acerca de la imagen**, como que parecía hecha por un niño de cinco años, o que no habían hecho esfuerzo al hacerla, que la habían hecho rápido para salir del paso, que lo habían regalado (no lo habían cobrado), que había poca imaginación en ella, o que parecía de Power Point.

**En general, la imagen resulta ambigua.** No da un mensaje claro. No indica una dirección precisa. Tampoco es muy atractiva a la vista. Y el eslogan desagrada a muchos.

**Sin embargo, aunque muy criticada, la imagen no es repulsiva.** No llama la atención ni enamora, pero es de fácil identificación. Queda grabada en la memoria. Algunos participantes incluso hablaban de detalles como los dedos que estaban desplegados, de qué lado está dispuesta la mano, el hecho de que está del lado izquierdo, pero apunta hacia el derecho; los tipos utilizados en la leyenda. Les parece sosa, pero se la llevan en la mente. A diferencia de la canción, de la que solo se llevan el coro.

## 2. Lo que se recuerda

**El color azul**, la mano azul, la mano señalando, la mano imponente, el mensaje de pa'llá vamos (uno dice que lo recuerda por el coro de la canción).

**Algunos recuerdan un mensaje:** la mano apuntando hacia el futuro, la señal de la mano dirigida hacia adelante, el mensaje de avanzar, la mano que señala un alcance. Haber escuchado primero la canción contribuyó a esto.

## 3. Mensaje que transmite

**Aun cuando muchos manifestaron que no transmitía mucho**, al haber escuchado previamente la canción varios hicieron la relación. Entonces piensan que el mensaje se trata de dirección, de un solo camino, un llamado a avanzar. Algo de esperanza. Una meta. Hacia adelante. Un cambio. Un nuevo rumbo que hay que encontrar, el de la democracia, de la unidad; todos con el mismo objetivo.

**La mano señala al futuro, pero no dice cuándo ni cómo.** Es impreciso porque no se sabe a ciencia cierta hacia dónde vamos ni para qué.

**A los que sí les gustó la imagen** (San Cristóbal 45-54 años), esta les transmite seguridad porque apunta, y quien apunta es una persona segura. Es liderazgo, es paternal, alguien tiene la capacidad de señalarles el camino. Da un mensaje sin vacilación: “para allá”. Transmite un llamado a un lugar específico. Alguien dirige, no importa quién, pero sabe el rumbo. Es una señal de triunfo.

#### 4. Lo que gusta

**En general, gustó que el mensaje sea de esperanza.** Que señala una dirección. La mano que dirige, porque en ese punto final está el cambio. Para algunos, que no tiene rojo.

**A los que les gustó** recalcan lo sencilla que es porque no hay que pensar tanto, sino que el mensaje llega rápido. Que hay alguien dirigiendo. El señalamiento, hacia arriba, hacia el triunfo. Que da seguridad de que sí se dará un cambio, porque señala un horizonte, una esperanza. Que el mensaje es muy seguro y directo.

#### 5. Lo que no gusta

Se indicaron varios aspectos.

**Que está mal escrito.** El pa'llá suena ordinario. Alguien recuerda que el chavismo tiene una canción con todas las palabras acortadas.

**Algunos se quejan del color,** porque sienten que le falta colorido. Que aunque guste, termina fastidiando. A algunos les molesta que sea de un solo color porque polariza: o rojo o azul. A otros que la mano sea azul, ya que no es real: “debería ser color carne”.

**También se dijo que la imagen no dice hacia dónde señala la mano.** La simpleza.

**Que la mano está a la izquierda,** debería estar a la derecha, “no sé por qué”.

#### 6. Originalidad

**En general, no se percibió como algo original.** Algunos dicen que otras campañas electorales ya han tenido manos. Que han manos anuncios de otros países: “la he visto en Curazao en anuncios turísticos. Que en las redes hay muchas manos. Que ya Capriles utilizó una vez una mano. Que una mano señalando no tiene nada de original. Solo unos pocos no han visto un logo así antes.

#### 7. Credibilidad

**La mayoría opinó que no es creíble,** y las razones son comunes: es muy simple, muy dispersa, no me da un mensaje en qué creer, no me dice dónde es allá, no gusta la mano, la expresión suena chabacana, no llama la atención, ya hay mucha decepción, no se identifica con nada.

**Al grupo que le gustó la imagen** (San Cristóbal 45-54 años) le parece que es bastante creíble: “la mano es de liderazgo y seguridad”.

**Del resto,** algunos piensan que es imponente y arrastra masas. Otros dicen que la imagen sí se corresponde con lo que trata de transmitir, un rumbo positivo, y que si todos ponemos de nuestra parte lo podemos lograr. Pero muchas de estas conclusiones tienen que ver más con la canción que con la imagen sola. Algunos solo eligen creer, tener Fe.

## 8. A quién va dirigido

**La mayoría piensa que va dirigida a todos los venezolanos.** Alguno dice que a un solo sector: un partido nuevo con el que se identifica ese logo. Algunos no saben a quién se dirige porque la mano no les dice nada.

- “Falta poner algo, como un dibujo de edificaciones bonitas que representen paz y cambio” (Caracas / 45-54 / C)
- “Pasa desapercibido a menos que sepas el contexto” (Caracas / 18-29 / C)
- “Habiendo escuchado la canción, se entiende; pero por sí solo, no” (San Cristóbal / 18-29 / C)
- “La mano hace una "ele", y eso da dos direcciones” (San Cristóbal / 30-44 / D-E)
- “Esta imagen me hizo pensar hacia dónde vamos; ¿dónde será eso?” (Maracaibo / 45-54 / C)
- “Me gusta, pero me pregunto por qué la mano izquierda y no la derecha; sabemos que la izquierda es el oficialismo” (San Cristóbal / 45-54 / D-E)
- “Siento que es un grafiti que hicieron en 2012 para la campaña de Capriles; no me agrada” (Maracaibo / 18-29 / D-E)
- “Por un momento pensé que era de Un nuevo tiempo, de Manuel Rosales, porque es azul y dice pa'llá vamos, como decimos los maracuchos” (Maracaibo / 45-54 / C)
- “Puede ser la mano de alguien que dirige” (San Cristóbal / 18-29 / C)
- “Si es política, señala hacia dónde vamos, pero no dice con quién” (Maracaibo / 45-54 / C)
- “La imagen es poco importante porque debemos tener una dirección; pero queda en el aire” (Barcelona / 30-44 / C)
- “La expresión debe escribirse bien: no podemos seguir deformando el idioma como se ha venido haciendo” (Barcelona / 30-44 / C)
- “No me gusta que use un solo color porque no es plural; es como el Gobierno que utiliza un solo color. Eso no unifica: o eres azul o eres rojo” (Barcelona / 30-44 / C)
- “Va dirigido a un partido político, el que se identifique con el color azul. Entonces excluye a los demás. Yo no quiero ser 'rojo', pero si tampoco quiero ser 'azul', ¿dónde quedo?, ¿dónde quedan las personas que no quieren ser 'azul'?” (Maracaibo / 45-54 / C)

- “No me parece creíble porque desde donde estamos no me parece que vamos ‘para allá’” (San Cristóbal / 18-29 / C)
- “¿Cómo voy a creer algo que no me da una dirección?” (Barcelona / 18-29 / D-E)
- “No es creíble: muchos pueden poner el dedito y decir pa’llá es que vamos, y si pa’lla es un farallón, ¿pa’llá nos vamos a ir?” (Barcelona / 30-44 / C)
- “Los muchachos podrían interpretar que pa’llá es para USA” (Maracaibo / 30-44 / C)
- “El azul es opositor, pero no está tan definido. Además, ya los de azul nos decepcionamos” (Caracas / 18-29 / C)
- “No va dirigido a nadie, porque si queremos captar la atención de la juventud se debe hacer algo más llamativo” (Maracaibo / 30-44 / C)
- “Va dirigido a los adultos, pero no tan mayores porque la expresión pa’llá no está bien escrita” (Caracas / 45-54 / C)

### III. Caricatura

#### 1. Impresión que deja

**La caricatura sí llama la atención.** Se fijan en los colores; les transmite mensajes. El hecho de que sea una secuencia que cuenta una historia —nuestra historia— la hace interesante. Se entiende el mensaje, se les queda grabado y, además, está completo: como estamos, lo que hay que hacer, la meta.

**Requiere de más observación y discernimiento.** La mayoría entiende el mecanismo de la historieta, pero algunos no lo captaron. Unos (pocos) no entendieron que es una secuencia, que cuenta algo, o lo ven por separado.

**En general, el primer cuadro produce tristeza.** Es lo que hemos vivido, en donde muchos piensan que aún estamos. A algunos no les gusta la oscuridad, aunque sea esto lo que les trasmite lo que hemos vivido. Alguien ve a una persona haciendo un llamado. Otro ve a alguien burlándose. Unos vieron a la gente que está fuera del país observando. Se fijan en el hombre colgando.

**El segundo cuadro transmite esperanza.** Agrada ver que se está trabajando por reconstruir el país, y que quienes lo reconstruyen somos nosotros, todos en Venezuela. Choca que sea rojo. Algunos lo rechazan ya que es el dominio socialista o la sangre derramada. Varios consideran que ya entramos en esta segunda situación.

**El tercer cuadro es la alegría**, el triunfo, la meta: lo que queremos. “El color verde es de la esperanza”. Sienten que no hemos llegado a este cuadro, pero se sueña con él.

**El mensaje de volver Venezuela tricolor nuevamente llegó a muchos**, aunque varios no lo captaron. No entienden por qué el segundo cuadro es rojo y le están poniendo un poco de amarillo: “será que está llegando la riqueza nuevamente”.

**Les parece importante porque el mensaje es positivo y da esperanzas**. Se entiende e impacta. Lo interpretan como un llamado para que cada venezolano aporte para reconstruir. Motivar a la unión es importante porque Venezuela está muy desunida.

**A algunos les gustan cosas que a otros no**, como el color de las personas (unos gustaron de que fueran blancas y otros las prefieren de colores), pero coinciden en la desaparición progresiva del rojo y su sustitución por el tricolor.

**Perciben que la caricatura se trata de reconstrucción.**

- Todo el mundo sabe que Venezuela está dividida y por el suelo, por lo que se identifican muy bien con el primer cuadro.
- Pero lo novedoso es que empezamos a trabajar para recomponerla; todos en el país, ya que la imagen muestra a las personas empujando a cada estado, lo que significa la participación de la gente de todas partes de Venezuela. Eso simboliza esfuerzo conjunto. El segundo cuadro significa unión, trabajo y reconstrucción, y esas tres ideas gustan, se desean. A los participantes les dio la idea de inclusión: somos todos, no un solo sector.
- El tercer cuadro es la meta, lo que deseamos: felicidad. Ahí estamos todos, celebrando, con un país donde caben todos los colores, incluso el rojo, pero sin dominio de ninguno.

Donde menos gustó la caricatura fue en los grupos de edades intermedias (30-44 años) de Barcelona. Varios hicieron críticas: los colores les parecen poco llamativos, las figuras anticuadas, no enamora.

## 2. Lo que se recuerda

**Algunos quedan impactados con el primer cuadro**, les duele, lo rechazan, y es lo que les queda en la memoria. El mapa rojo en el suelo, despedazado. El hombre colgado que se aferra a esa Venezuela rota. “Me sentí triste porque aún estamos ahí”.

**Otros recuerdan la unión que representa la caricatura**, todo el pueblo colaborando. El trabajo en equipo del segundo cuadro, las personas luchando, que no se rinden.

**La nueva Venezuela del tercer cuadro**, con todos sus colores: una Venezuela reconstruida y unida. El mapa tricolor. La gente celebrando. La gente en blanco, reflejando luz, tranquilidad, paz.

**Algunos manifestaron la tristeza** que les da las personas que se han tenido que ir del país. La caricatura les hace recordar esa gente que falta.

**Los más jóvenes (18-29 años)** tienden a recordar las facetas buenas de la caricatura: la unión, el trabajo en equipo, el país reconstruido, la felicidad si Venezuela se arregla.

**Los de más edad (30-44 y 45-54 años)** ven cosas buenas, pero también recuerdan de la caricatura el dolor de la destrucción, y les transmite tristeza por quienes se han tenido que marchar.

### 3. Mensaje que transmite

#### **Unidad. Trabajo. Reconstrucción. Cambio. Esperanza.**

**Transmite un mensaje de esperanza** porque muestra que trabajando todos unidos se puede lograr la meta deseada: una Venezuela arreglada y en paz.

**Habla de la reorganización** para trabajar como país, y no como partido político. Que en la unión está la fuerza. Que la reconstrucción es un trabajo de todos. Que no podemos vivir en desunión. Que la única forma de recomponer el país es participando todos.

**El país deja de estar dominado por un solo color.** Vuelve a ser tricolor: cabemos todos.

**Que después de 2024** —las elecciones— podremos estar en el segundo y tercer cuadro.

### 4. Lo que gusta

**Algunos opinan que es bueno que las personas estén en blanco** porque no se relacionan a ningún partido.

**Agrada que todo se va llenando de colores;** el rojo va cayendo. Que se va llenando de gente.

**Que señala lo que hay que hacer:** unirse y trabajar.

**Que estimula a trabajar.** La Venezuela del final está bonita.

**El mensaje de que juntos podemos arreglar el país.** Ver a todos trabajando.

**La celebración del cuadro final.**

### 5. Lo que no gusta

**Varios manifestaron que no les gustaba la situación del primer cuadro, que interpretan como la actual del país.** Prefieren olvidarlo, saltárselo. Unos sienten que esa imagen es exagerada: “nosotros mismos pisoteamos a Venezuela y hasta hay un niño que se está burlando; no hemos llegado a eso”.

**Algunos dijeron que no les agrada que las personas estén de blanco;** deberían ser de varios colores para mostrar pluralidad.

**A un hombre no le gustó** que no hubiese figuras femeninas.

**En varios grupos hubo participantes que manifestaron que no querían que la bandera tuviera ocho estrellas.** Eso los ubica en este Gobierno, en el socialismo. Les gustaría que el dibujo pusiera siete estrellas.

**Uno dijo que las imágenes eran anticuadas,** comparadas con todo lo que se ve hoy en día.

**Aun cuando a la mayoría les llamó la atención,** unos comentaron que le faltaba impactar más.

## 6. Originalidad

**En general les parece original la manera como se transmite el mensaje.** Si bien antes se habían utilizado caricaturas, muchos manifiestan que no habían visto una secuencia completa que mostrara las facetas de la historia.

**Algunos piensan que no es tan original** porque, por separado, se encuentran imágenes similares. En otros lados se ven imágenes de Venezuela así: “si googleas, las encuentras”. Uno comentó que en la campaña presidencial de Capriles hubo algo así. “Ya he visto mucho el mapa rojo”.

**Al grupo que le pareció menos original** fue el de 30-44 años de Barcelona. Argumentaron que le faltó creatividad y que las imágenes son anticuadas.

## 7. Credibilidad

**Varios opinan que es muy creíble** porque describe fielmente lo que estamos viviendo y lo que podemos lograr. Se apega a la realidad. “Sin palabras dice todo”.

**Unos consideran que ese proceso ya está ocurriendo,** que ya se está en el segundo cuadro, donde se está trabajando por la reconstrucción.

**Otros no son tan optimistas** con respecto a que ya estemos en esa situación, pero eso no les hace pensar que la caricatura no sea creíble. Igual opinan que sí lo es porque en este país lo que falta es que nos organicemos, como en el segundo cuadro de la caricatura, para lograr el tercero. “Con la música y esta caricatura me da mucha motivación para votar”.

**Otros no creen tanto en la caricatura** porque sienten que se necesita una propuesta que los convenza de que ese tercer cuadro sí se puede lograr. Si la caricatura se presenta con una propuesta, se vuelve más creíble. Además, la caricatura implica una unificación social que parece que no tenemos. Las experiencias de los últimos años han mermado la credibilidad de muchos.

Algunos creen porque eligen tener Fe.

## 8. A quién va dirigido

**Algunos sienten** que el hecho de que la caricatura termine con el tricolor implica que va dirigido a todos los venezolanos, chavistas y no chavistas.

**Algunos especifican que va dirigido a quienes quieren un cambio**, quienes no quieren seguir viviendo así. Porque dicen que hay gente que no está interesada en que esto cambie, ya sea porque reciben bonos y son conformistas, o porque están “enchufados”. Incluso hubo alguien que dijo que hasta a los enchufados les debería llegar, porque ellos también han tenido que ver partir a sus hijos.

**Algunos dijeron que también va dirigido a quienes tuvieron que dejar el país.** Alguno incluyó a los empresarios que se han tenido que ir; desea que se llenen de esperanzas y vuelvan con sus capitales.

- “Aquí sí dice para dónde vamos” (San Cristóbal / 18-29 / C)
- “La caricatura se trata de que todos unidos masivamente, podremos lograr la reconstrucción del país” (San Cristóbal / 45-54 / D-E)
- “La primera imagen es muy fuerte, una pesadilla: la realidad actual” (San Cristóbal / 30-44 / D-E)
- “Se trata de que Venezuela es levantada por los propios venezolanos, ya que Gobierno y Oposición no prestan esa ayuda” (Barcelona / 30-44 / C)
- “Un país que se reconstruye, y quienes lo hacen somos nosotros” (Maracaibo / 30-44 / C)
- “Quiero quedarme con el último cuadro y olvidar el primero” (San Cristóbal / 45-54 / D-E)
- “La caricatura integra al pueblo, a todos los estados, en un solo país” (Maracaibo / 18-29 / D-E)
- “La Venezuela rota tiene forma de pistola” (Maracaibo / 30-44 / C)
- “El mensaje que deja es que todos los venezolanos tenemos la responsabilidad de la reconstrucción de Venezuela, no solamente un sector” (Barcelona / 18-29 / D-E)
- “Me deja el mensaje de que vamos a reconstruir el país, mejor que veinte años atrás” (Barcelona / 45-54 / D-E)
- “El mensaje de la caricatura es que hemos pasado trabajo, pero que estamos luchando y vamos a seguir echándole pierna” ( )

- “La caricatura es importante porque muestra de dónde podemos sacar a Venezuela y cómo puede llegar a ser, que no tiene que quedarse como está actualmente para siempre” (Barcelona / 18-29 / D-E)
- “Es importante porque muestra lo que quiere la mayoría del país: reconstruir a Venezuela” (Barcelona / 45-54 / D-E)
- “Nos recuerda lo roto que estamos; es importante tener viva esa caricatura para tener la imagen de la Venezuela que podemos tener” (Maracaibo / 45-54 / C)
- “Me gustó que va de oscuro a claro; va de izquierda a derecha: cambio” (San Cristóbal / 45-54 / D-E)
- “Me gustó el cuadro del centro porque es lo que yo quiero: algo concreto para hacer” (San Cristóbal / 30-44 / D-E)
- “El uso de los colores que pasa de las tinieblas hacia el verde, que es fructífero; y las personas están en blanco porque son la luz: quienes van a hacer el cambio” (San Cristóbal / 45-54 / D-E)
- “Yo preferiría que tuviera siete estrellas para que el cambio fuera radical, total: sin vuelta atrás” (San Cristóbal / 45-54 / D-E)
- “La estrellita encima del rojo que me hace pensar en el socialismo; recuerda al che Guevara” (San Cristóbal / 30-44 / D-E)
- “No me gusta el tipo guindando; es una imagen muy fuerte para un niño” (Caracas / 18-29 / C)
- “La caricatura me parece poco creíble; quisiera que tuviéramos esa unificación política y social, pero no la tenemos” (Barcelona / 30-44 / C)
- “Es creíble porque muestra que el cambio lo hace uno, que no tiene que ser iniciativa de otro. Se muestra en la Venezuela rota y la gente en todas las zonas del país. Así que somos todos los que debemos colaborar desde cada lugar” (Maracaibo / 18-29 / D-E)
- “La caricatura nos representa, es lo que debemos hacer, con el apoyo de esa mano, de ese líder” (Caracas / 30-44 / D-E)
- “La caricatura va dirigida a todos porque están todos los colores, no solamente el rojo o el azul” (San Cristóbal / 18-29 / C)

## IV. Texto

### 1. Impresión que deja

**En general, a los participantes les pareció bastante llamativo.** Es informativo. Mucha de esa información no se conoce. Y la que se conoce se refresca y se respalda con los datos precisos.

**Agrada porque es información positiva del país.** En los panelistas se notó la influencia de lo que sienten que han vivido en los últimos años, dominado por el fracaso, la imposibilidad, los problemas, las carencias. Los venezolanos se sienten asolados y menospreciados por los países hacia donde ha tenido que migrar una gran masa de coterráneos. Entonces, el texto es una inyección de buenas noticias; aunque pasadas. Aun cuando les traiga añoranza por ese pasado, leer el texto en general los hace sentir bien.

**Les habla de que Venezuela no es un país malo,** que en el pasado las cosas se hicieron bien. Las cosas se hicieron mal recientemente y por eso estamos así. Que seguimos teniendo riquezas y capital humano, así que podemos volver a tener lo que tuvimos y ser aún mejores. Que de nuestra participación y colaboración depende que lo logremos.

**Ver todo aquello escrito por un tercero,** apoyado con estadísticas, da credibilidad. Ningún participante cuestionó la veracidad del escrito. Les interesa y lo leen fluidamente. Se entiende.

**Los hace sentir orgullosos,** aun cuando se trate de hechos del pasado, porque son cosas que los venezolanos logramos una vez, y eso habla bien de nosotros. Además, llena de esperanza porque sienten que, si eso se logró antes, se puede volver a hacer.

**Los mayores vivieron parte de lo que cuenta el texto,** y les da nostalgia y rabia por haberlo perdido. Ratifican con su experiencia lo que leen y lo apoyan con otras anécdotas.

**Los jóvenes no vivieron esa época,** pero han escuchado lo que les cuentan sus padres y abuelos. Desean haber conocido esa Venezuela y les da rabia tener que vivir la que les tocó.

**A todos les parece importante que el texto se dé a conocer,** porque la juventud debe enterarse de lo que fuimos y los adultos tienen que recordarlo; “porque uno a veces olvida las cosas”. Sobre todo, los mayores manifiestan que es importante hacer llegar el escrito a los muchachos para que sepan que Venezuela no siempre fue como estamos ahora. Todo eso motiva a trabajar para recuperar lo que tuvimos, informa que sí somos capaces. Textos como este dan caridad en momentos cuando todo se ve mal, anima cuando hay desaliento. Devuelve el orgullo de ser venezolanos.

**Los mensajes finales de ambos escritos funcionan** ya que, se recuerden explícitamente o no, influyen en la sensación de esperanza y la motivación que deja el texto.

## 2. Lo que se recuerda

**Lo que más recuerdan es que fuimos un refugio para los extranjeros**, por nuestra democracia y la buena situación económica. Repiten que los recibíamos bien y hasta les dábamos la nacionalidad. “Todos querían venir a Venezuela”. Que aprendimos a convivir con ellos. Varios comentan, con tristeza y algo de rencor, que ahora a nosotros no nos dan ese trato en los otros países.

**También llama mucho la atención que las escuelas y hospitales públicos fueran mejores que los privados.** Para ellos es como un sueño poder estudiar en una escuela pública buena, y asistir a un hospital público de calidad.

**Recuerdan los buenos sueldos.** Un padre de familia podía mantener su casa con un sueldo mínimo.

**Una frase que a muchos les quedó grabada es que éramos la estrella económica del América Latina.** Hablan de la infraestructura que se logró en esa época.

**Que las instituciones públicas eran autónomas.** Se podía hacer denuncias. La prensa era libre y tenía poder. El poder militar estaba subordinado al poder civil. “La gente no le tenía miedo al poder”.

**Que producíamos tres millones de barriles de petróleo al día.** Que hubo desarrollo tecnológico. Que éramos una potencia energética. Exportábamos. Nuestras elecciones eran un ejemplo en el mundo.

**Los mensajes finales de ambos escritos quedan en la memoria**, consciente o inconscientemente.

## 3. Mensaje que transmite

**El mensaje es que, conociendo ese pasado que tuvimos, debemos creer que es posible tenerlo otra vez.** Que sí se puede lograr porque seguimos siendo una potencia, tenemos los recursos. Si antes se pudo hacer, se puede volver a lograr. Ese pasado prueba que tenemos la capacidad. Y para eso debemos unirnos y trabajar.

**Es esperanzador**, motiva a continuar, a reconstruir, a votar. Que no se pierda la esperanza, que no nos rindamos. Porque nosotros somos los encargados de hacer el cambio.

**Que este país no es malo.** Que no tenemos que estar como estamos. Que no estamos destinados a seguir así. Hay la posibilidad de cambiar y ser mejor que hace setenta años. Llena de esperanzas sentir que para allá vamos.

**La expresión “pa’llá vamos” cobra más sentido aún.**

#### 4. Lo que gusta

**Gusta ver datos específicos.** Esas estadísticas le dan credibilidad al texto.

**Agrada que es información positiva de Venezuela,** cosas buenas de las que se pueden sentir orgullosos.

**Saber/recordar** que hubo una época cuando los poderes eran descentralizados. Conocer las riquezas del país. El cobijo que se le dio a los inmigrantes en Venezuela. La tranquilidad que vivió la gente en los 70's. La estabilidad económica que había. Las escuelas públicas y hospitales buenos. La tolerancia de ese entonces: convivíamos.

**Los mensajes finales de ambos textos.** Activan la esperanza. Porque la lectura es del pasado, pero esos mensajes son del futuro. Dan el poder de construirlo con nuestras acciones.

#### 5. Lo que no gusta

**Todo gusta.** Solo aparecen un par de sugerencias y una o dos críticas.

Alguien dice que quizás podría tener una propuesta para saber qué es lo que hay que hacer para volver a esos logros.

Otro opina que debería decir cómo un sistema como el actual destruyó todo.

**A algunos les sigue disgustando el slogan,** porque está mal escrito y porque no dice para dónde vamos.

**Al leerlo, a algunos les da tristeza e indignación estar como estamos.**

#### 6. Originalidad

**La mayoría de los participantes coincidieron en que la importancia del texto no radica en la originalidad sino en lo informativo.**

Algunos no conocían la información, así que es algo novedoso para ellos.

Algunos de los que sí la conocían dicen que no se puede decir que es original porque está en los textos de historia de las escuelas. Pero otros dicen que el hecho de utilizarlo para una campaña sí es muy original: “es una buena estrategia”. Algunos dijeron que sí se ha hecho referencia a esa información en campañas anteriores.

#### 7. Credibilidad

**Nadie cuestionó la información del pasado que contiene el texto.** Es muy creíble, tanto para quienes lo vivieron como para quienes la conocen solo por referencia de sus mayores. “Eso sucedió, no es fantasía”.

**También hay una confianza general en que podemos volver a lograr estar como cuenta el escrito.** El hecho de que ya lo hayamos logrado una vez es garantía de que podemos hacerlo nuevamente. Porque tenemos los recursos y el capital humano. El problema ha sido otro: político.

Solo dos participantes cuestionaron si con la participación ciudadana, con el voto, se podrá salir de ese problema político que nos llevó a donde estamos. El primero, un joven (18-29 años) de San Cristóbal, opinó que también es necesaria la inversión. El segundo, otro joven, pero de Caracas, puso en duda la capacidad del voto para salir de este Gobierno.

## 8. A quién va dirigido

**En general, opinan que va dirigido a todos los venezolanos.** Que es importante que llegue porque hay mucha gente que ha perdido las esperanzas y este texto se las devolverá. Los jóvenes necesitan conocer, los mayores recordar, y los chavistas creer.

**Unos (incluso de 18-29 años) opinan que sobre todo se debe dirigir a los jóvenes porque no vivieron eso.** “No pueden extrañar lo que no conocen”. Además, están acostumbrados a este modo de vida y, como hay desinformación, es posible que muchos jóvenes piensen que nuestro destino es la pobreza.

- “El texto habla de que en el pasado muchas cosas se hicieron bien, y si hay un cambio podemos hacer algo mejor aún” (San Cristóbal / 18-29 / C)
- “Recuerdo todo lo que menciona el texto porque es lo que nos falta hoy en día” (Maracaibo / 30-44 / C)
- “Fuimos un país bien visto en el mundo” (Caracas / 45-54 / C)
- “El texto nos recuerda lo que como venezolanos y seres humanos nos merecemos” (Barcelona / 30-44 / C)
- “El texto me recuerda que estoy viviendo el mejor momento de mi vida en el peor momento de Venezuela; por eso deprime un poco leerlo” (Maracaibo / 18-29 / D-E)
- “Nosotros desde pequeños hemos tenido preocupaciones y queremos vivir en una Venezuela como esa, tener una vida estable” (Maracaibo / 18-29 / D-E)
- “El texto es un sube y baja de emociones, porque fuimos eso y ahora todo está acabado” (Maracaibo / 45-54 / C)
- “El texto recuerda lo privilegiados que éramos los venezolanos, la democracia en Venezuela, que era una tabla de salvación para los extranjeros” (Barcelona / 30-44 / C)

- “Hasta una investigación periodística podía determinar el destino de alguien en un cargo público” (Caracas / 45-54 / C)
- “Recuerdo del texto que nuestras elecciones eran un ejemplo a nivel internacional” (Caracas / 18-29 / C)
- “Transmite el mensaje de que existe una nación fructífera con un capital humano fructífero. Solo tenemos que cambiar unas cosas para lograr ser lo que fuimos” (San Cristóbal / 45-54 / D-E)
- “Después de leer el texto, la expresión allá vamos sí encaja” (Barcelona / 45-54 / D-E)
- “Que si eso fue, puede volver a serlo y hasta mejor; porque no quiero lo mismo, sino algo mejor” (Maracaibo / 18-29 / D-E)
- “El mensaje es que deberíamos ir a votar para tener la Venezuela que nos cuentan nuestros padres y abuelos” (Caracas / 18-29 / C)
- “Es importante recordar las cosas buenas que tenemos, porque cuando no tenemos esperanzas vemos todo mal, y con este texto podemos ver lo que fue y lo que podemos llegar a ser; porque el petróleo no se ha ido” (San Cristóbal / 18-29 / C)
- “Es importante esta clase de escritos porque esa información ahora no se ve en los textos de historia de los liceos” (Barcelona / 18-29 / D-E)
- “Es importante que la gente sepa que antes podíamos tener todo trabajando, y así no se conformen con las migajas el Estado; que no tienen que agradecer eso” (Maracaibo / 45-54 / C)
- “Hoy en día estamos acostumbrados a lo que tenemos, y como el texto nos muestra la Venezuela que tuvimos, eso nos motiva a querer tener eso otra vez” (San Cristóbal / 45-54 / D-E)
- “El texto es original porque no hay mentiras. No promete nada, solo recuerda” (Maracaibo / 45-54 / C)
- “Por supuesto que el texto es creíble, yo creo en esta Venezuela. Podemos volver a eso y hacerlo mejor” (Barcelona / 18-29 / D-E)
- “Fue lo que pasó y puede volver a pasar. La frase final que dice podemos construir una Venezuela de la cual sentirnos orgullosos de nuevo... ese texto me hace sentir orgullosa” (Maracaibo / 18-29 / D-E)
- “El mensaje es creíble porque menciona las capacidades que existen para volver a estar bien, siempre y cuando nos unamos” (Maracaibo / 30-44 / C)
- “Es creíble porque, si una vez fuimos así, quiere decir que tenemos la fórmula para volver a ser así” (Caracas / 45-54 / C)

- “Ese texto debe ir dirigido a todos, incluyendo a los chavistas; para que sepan lo que es calidad de vida” (Barcelona / 30-44 / C)
- “Debe dirigirse a todo el que sepa leer y escribir. Y si no sabe, que se lo cuenten. Así, quien no lo vivió se entera por el escrito” (Maracaibo / 45-54 / C)

## V. Video

### 1. Impresión que deja

**En general, el video llama la atención.** Es agradable porque muestra paisajes de Venezuela e imágenes de cotidianidad con las que los participantes se identifican. Deja una sensación de optimismo. Varios opinan que los motiva.

**Perciben que se trata de lo que es común entre venezolanos,** las coincidencias. “No importa de qué estado seas, igual te vas a sentar a ver un partido de la liga venezolana de béisbol y a comer una arepa”. Lo que compartimos, bueno o malo. El día a día. Lo que muestra incluye a todos. Nuestras costumbres.

**Que habla de que juntos podemos mejorar,** reconstruir la nación. Hacer un cambio para nuestros hijos. Recordar por lo que hemos pasado, lo que hemos perdido, para luchar y recuperarlo. Y que, a pesar de las adversidades, hay una sonrisa.

**A algunos les pareció tan agradable que opinaron que es muy corto,** que debería durar más para que muestre más imágenes, más paisajes.

**El video estimula porque todo, incluso los problemas, son presentados positivamente.** “Estimula a ver el vaso medio lleno, en vez de medio vacío”.

**El video es concreto y no fastidia.** Opinan que está muy bien hecho, por un profesional. Alguien dice que es al contrario de la imagen, que parece hecha por un niño.

**En todos los grupos pocos se fijaron en la información de quiénes produjeron el video.** No les queda la información precisa. Mencionan: Asociación Democrática; Alianza por Venezuela; Alianza Venezuela; algo de Alianza, algo de Creemos; Movimiento Ciudadano o Alianza Ciudadana.

**La imagen que dominó en este sentido fue el logo de la UCAB.**

## 2. Lo que se recuerda

**Las imágenes del video que más quedaron en la memoria son la arepa y el cafecito.** En todos los grupos estos íconos fueron populares.

**También llamó la atención el caos de agarrar un transporte público,** lo que recuerdan de manera positiva porque así se los transmite el video.

**Recordaron la gente levantándose en las mañanas,** saliendo a trabajar y agarrando un transporte público como cosas que se han perdido. Esa dinámica que era normal en el país parece que ya no lo es.

**Las imágenes con niños** también fueron mencionadas en varias ocasiones: sus sonrisas.

**Otra imagen que impacta, porque molesta,** es el fajo de billetes de bolívares que se cambian por pocos dólares.

**También mencionaron** el salto Ángel, los paisajes en general, los viajes que se podían hacer dentro del país, las protestas, la gente saliendo a votar.

**Algunos dijeron** que en alguna parte dice que nos unamos por el futuro de los niños. Alguien con una pancarta que dice libertad. Gente alegre. Que el video incluye a todos, hasta el deporte.

## 3. Mensaje que transmite

**El mensaje que transmite el video, principalmente, es de esperanza de cambio.** Que sí se puede salir del atolladero y tener un país mejor.

**También transmite unión.** Unirnos para luchar por mejorar el país para nosotros, pero también para las generaciones nuevas, para que no tengan que vivir lo que nosotros hemos vivido (lo cual mencionan participantes de todas las edades, incluso los más jóvenes). Que hay chance de recuperación.

**Que somos nosotros los que podemos lograr ese cambio.** Que no nos rendimos. Que votemos.

## 4. Lo que gusta

**El video gusta, así que mencionan muchos detalles.** Lo que siempre está implícito es la sensación de esperanza, de oportunidad, de lucha y de cambio.

**Mencionan las imágenes icónicas** del café, la arepa y el salto Ángel. “Nadie se cansa de comer arepas”.

**La alegría que transmite.** Que participan todos; incluye a todos. La imagen de los niños. Cuando la gente está votando. La lucha del venezolano día a día.

**La frase** "todos unidos por una Venezuela mejor".

**Varios mencionaron que les agrada la música,** que es adecuada con el video.

**Alguno mencionó que le gusta la voz del narrador.** Unos opinan que el video es corto y preciso.

#### 5. Lo que no gusta

**En varios grupos alguien mencionó que el video es muy corto.** Que si durara más podría dar más información, mostrar más imágenes que estimulen el turismo. Podrían exponer más cosas: “Me gustaría que saliera una empresa produciendo, gente arando un campo, sacando petróleo del lago”.

**Algunos de los más jóvenes de San Cristóbal** opinaron que empieza fuerte, pero se va apagando.

**Algunos participantes de 30-44 años no quieren ver imágenes negativas,** como la trocha, las marchas y el fajo de bolívares.

**También en ese grupo etario (30-44 años)** algunos manifestaron que les sigue molestando el pa'llá, aunque en el video se entiende más.

#### 6. Originalidad

**La gran mayoría manifestó que ha visto videos parecidos,** con imágenes similares, con los paisajes parecidos. Alguien dice que hay mucha gente haciendo videos de ese estilo. Otro comenta que en épocas de campaña siempre salen ese tipo de videos. Una persona dijo que al principio le pareció un video de los que hace la Polar.

**Sin embargo,** independientemente de que en general no opinen que es original, manifiestan que tiene elementos nuevos como el hecho de mostrar la realidad —no solo la bonita sino también los problemas—, mostrar el día a día, y que haya participación de todos los sectores. Además, sí transmite el mensaje.

#### 7. Credibilidad

**En general, los participantes opinaron que el video es creíble,** porque muestra lo que vivimos, el día a día, lo que hemos pasado, situaciones y cosas en las que coincidimos. Como se identifican con todo lo que ven, les parece real. Y el video (además de toda la información previa provista en el grupo focal) los motiva a creer que podemos lograr el cambio deseado.

**Solo los más jóvenes de San Cristóbal se mostraron escépticos.** Están decepcionados y necesitan hechos para poder creer que lo que muestra el video se puede lograr. Uno puso como ejemplo que todo el tiempo se hablaba de unidad y al final los opositores no se unían; que si la Oposición sacara un solo candidato, eso sería un hecho que respaldaría el video.

Tanto en el grupo de los más jóvenes como en el de los intermedios de San Cristóbal hubo participantes que opinaron que hace falta la figura de un líder.

#### 8. A quién va dirigido

**Sienten que el video incluye a todos**, así que piensan que va dirigido a todos los venezolanos. Algunos incluso piensan que los niños pueden verlo.

**Algunos participantes mayores (45-54 años)** dicen que sobre todo debe dirigirse a los jóvenes, porque no conocieron la realidad pasada, hay mucha apatía y deben saber que hay esperanzas.

**Por otro lado**, algunos de los más jóvenes de Maracaibo piensan que debe dirigirse especialmente a los adultos porque ellos quieren luchar por sus hijos, por el futuro de sus nietos. Quieren construir una mejor Venezuela para los niños y deben fomentar los valores a las nuevas generaciones.

- “El video me llama la atención porque muestra lo bueno, y también los problemas pero de manera optimista” (Barcelona / 45-54 / D-E)
- “Me gusta ver que la gente defienda lo que tiene, que no se dejen quitar lo que les queda” (San Cristóbal / 30-44 / D-E)
- “El video muestra los valores que tenemos, lo que se ha perdido, lo que hemos luchado y lo que queremos lograr; pero se quedaron cortos, debería ser más largo” (Barcelona / 30-44 / C)
- “Muestra lo bonito que es ser venezolano; me recuerda lo bien que se siente” (Maracaibo / 18-29 / D-E)
- “Me agrada lo suficiente, tomando en cuenta que es una propaganda política” (San Cristóbal / 18-29 / C)
- “Queremos volver a visitar esos paisajes que salen en el video, y que los niños los conozcan” (Caracas / 45-54 / C)
- “El video es interesante porque no fomenta el ‘estar en contra’, sino el ‘estamos contigo’; no fomenta el odio sino lo que nos une” (Barcelona / 18-29 / D-E)
- “Transmite que no ha sido en vano lo que hemos pasado, tanta lucha; que tengamos la perseverancia de seguir adelante para lograr el cambio” (San Cristóbal / 45-54 / D-E)
- “Transmite que hay que unirnos para lograr el cambio para los más pequeños... nuestros padres como que no pensaban en nosotros” (Barcelona / 18-29 / D-E)

- “El mensaje que transmite el video es que, así como nos unen tantas cosas, que nos una también el voto” (Caracas / 18-29 / C)
- “El video es importante para una campaña, porque muestra el problema y da la solución: juntos podemos lograr el cambio” (Barcelona / 18-29 / D-E)
- “Es importante porque es necesario que el venezolano no pierda la fe de que vamos a salir de los que estamos viviendo: que se siga insistiendo y aportando” (Barcelona / 45-54 / D-E)
- “Es importante para que no caiga en el olvido lo que hemos hecho” (Maracaibo / 45-54 / C)
- “La música es agradable y no entorpece. Se entiende lo que dice el narrador” (San Cristóbal / 30-44 / D-E)
- “Me gustó la mano al final porque se ve imponente, y se escucha fuerte: ¡pa'llá vamos!” (Caracas / 45-54 / C)
- “Me gustó que me dio seguridad, tranquilidad” (Caracas / 30-44 / D-E)
- “Me parece trillado, estamos familiarizados con eso; en campaña siempre hay de esos videos, que tenemos algo en común, que las tradiciones; no es nuevo” (San Cristóbal / 18-29 / C)
- “El video es creíble porque son cosas que pertenecen a nuestra dinámica; no nos son lejanas” (San Cristóbal / 45-54 / D-E)
- “Es creíble, fíjate que cuando nos unimos cuando lo de la Asamblea Nacional sí pudimos hacer un cambio” (Barcelona / 18-29 / D-E)

## Acerca de la expresión “Pa’llá

**Una cosa es escucharla y otra leerla.** Al oír la canción no pega tanto porque la gente está acostumbrada a la manera informal de hablar y cantar. Pero cuando la ver escrita ya no pasa desapercibida. De hecho, muchos participantes, cuando la pronunciaban, lo hacían correctamente.

**En la mayoría de los grupos de jóvenes (18-29 años) no manifestaron que les molestara.** Solo en el de San Cristóbal dijeron que no les gustaba verla mal escrita.

**En los grupos de 30-44 años (con excepción de Maracaibo) sí incomoda.** Les parece ordinario, que debemos mejorar el léxico. Uno dice que “pa’llá” suena a “payaso”.

**En los grupos de 45-54 años (también con excepción de Maracaibo) no agrada.** En San Cristóbal no tuvieron objeción, pero cuando la pronunciaban decían “para allá”. En Barcelona al principio no gusta, les parece chabacano; sin embargo, se les queda pegada y luego, en el texto, mejora la percepción. En Caracas la sienten de nivel bajo; prefieren que esté bien escrito: “Se puede interpretar que quienes están detrás de esta campaña piensan que el pueblo habla mal”.

**En Maracaibo nadie manifestó que la frase le molestara,** ni escuchada ni escrita. Dicen que así habla el zuliano, que es parte de su jerga.

## Pieza que gustó más

**La pieza que más gustó fue el video,** seguido por la caricatura y luego el texto.

Quienes eligieron el **video** dijeron, básicamente, dos argumentos: la facilidad de transmisión de la pieza y el contenido de esta. Las razones que mencionaron pueden agruparse de la siguiente manera:

*Facilidad de transmisión:* Es corto y se puede transmitir por redes sociales. Puede verse en el teléfono. Se puede hacer viral. Es más fácil recibir el mensaje así porque la gente no se mete en las redes a leer.

*Contenido:* Lleva un mensaje de esperanza. Lo que estamos viviendo y lo que queremos será. Eso, junto con las imágenes y el sonido, emociona. El mensaje queda claro y las imágenes quedan grabadas. Uno recuerda y se identifica. Es visual y llamativo.

Quienes eligieron la **caricatura** se refirieron a la elocuencia de la pieza y al concepto.

*Elocuencia.* Las imágenes hablan por sí solas. El mensaje llega claro. Impacta. La caricatura dice más que cualquier discurso. Es muy visual. Es lo que estamos viviendo en realidad.

*Concepto.* Se ve la secuencia desde el pasado hasta el futuro. Se ve el proceso y da esperanzas de llegar al tercer cuadro. Dice lo que hay que hacer para llegar a esa meta. La situación que vivimos está completa. Nos lleva de la tristeza a la felicidad.

Además, mencionaron que no se necesitaba de un dispositivo para verla. Y que era diferente a otras propagandas

Quienes eligieron el **texto** se centran en el hecho de la veracidad del escrito y la nostalgia que produce:

Es más significativo porque hace recordar. Muestra lo que éramos, lo que realmente pasó. Lo que podemos volver a ser. Es esperanzador porque muestra evidencias. Es historia.

Solo dos participantes (Maracaibo, 30-40 años) eligieron la **canción**, y sus argumentos fueron que su vibra puede hacer que llegue más lejos, y que la gente no le presta atención a algo que tenga que leer.

### Pieza que gustó menos

**La pieza que menos gustó fue la imagen**, seguida (muy de lejos) por la canción.

Quienes manifestaron que la **imagen** era la pieza que menos les gustaba dijeron, *grosso modo*, que era por la incapacidad de transmitir el mensaje, la elaboración del diseño, y el aspecto de la pieza:

*Incapacidad de transmitir el mensaje:* No transmite, no dice nada, no le veo nada, no la entendí, no da un mensaje concreto, no dice hacia dónde vamos, es vaga, transmite un mensaje muerto.

*Elaboración del diseño:* Es muy común, es muy simple, muy básica, no impacta, no llama la atención, se pudo hacer mejor trabajo, le faltan elementos.

*Aspecto de la pieza:* No le pusieron empeño al hacerla, la expresión está mal escrita, recuerda lo oficialista, no gusta el color, el color satura, le falta emoción, la mano es masculina, la mano se ve autoritaria y estamos cansados de eso, es algo obligado.

Quienes eligieron la **canción** como la pieza que menos les gustó aducen que hay problemas con la letra y problemas con el ritmo y la música.

*La letra:* No tiene un mensaje claro, no lleva a la reflexión, no se entiende porque cantan muy rápido o porque no se escucha (la música tapa a los que cantan), no se recuerda, el coro es muy repetitivo.

*El ritmo y la música:* el ritmo no se adapta a todos, la canción es muy normal, no impacta, no me gustó el ritmo, la música es muy chillona, no es pegajosa, no transmite sentimentalismo, no transmite emoción, le falta fuerza.

Solo tres participantes (Caracas 30-44 años) dijeron que la pieza que menos les había gustado era la *caricatura*. Las razones que expusieron fueron: que la imagen del medio tenía mucho rojo; que no le gustaba el país roto del primer cuadro porque no lo quería ver así, ni las ocho estrellas del tercero porque quería que fueran siete; y que no le gustaba en primer cuadro porque no quería vivir eso otra vez.