CONCLUSIóN.

Después de realizar la investigación bibliográfica, así como la producción del video documental, el resultado fue, que sin lugar a dudas, el Volkswagen Sedán en México no es considerado para muchos un simple medio de transporte, sino como un auto que vino a revolucionar no sólo la empresa automotriz en nuestro país, y fue punto clave para la aparición de una contracultura que se desarrolló dentro de los clubes de vocheros y dentro de una afición fiel a su automóvil que dió pié a la realización de eventos en torno a este vehículo así como el surgimiento de una revista especializada. Una de las muestras principales de este fenómeno y que se tomó como espina dorsal dentro del documental es la pasión de Don Ray por su automóvil, demostrando todo lo que es capaz de hacer por su vocho.

Cuando se inició este proyecto, existía la duda de qué definición semiótica se le podría dar al Volkswagen Sedán, pensándose en un principio como icono, pero en el transcurso de la investigación semiótica se descubrió que el termino ícono resultaba muy complejo para catalogar de esta manera la imagen de Volkswagen Sedán, siendo el término símbolo el más apto por sus características para ubicar semioticamente la imagen del automóvil.

Posterior a la realización de esta tesis surgieron ideas para la realización de nuevos proyectos de video documental que se proponen a continuación:

- Los clubes de vocheros
- Arrancones de vochos
- Los coleccionistas de vochos
- El vocho como un fetiche

- Seguimiento a la afición después del cese de la producción del Volkswagen Sedán.

Para fines prácticos, esta tesis se utilizará como herramienta curricular para búsqueda de trabajo en el área de producción. Se ofrecerá como obsequio a la Volkswagen de México y se buscará su exhibición dentro de concursos y festivales de video documental.