

GENX.COLOMBIA-Un espacio para todas las generaciones

Omar Javier Monroy Forero

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano

Facultad de Ciencias Sociales

**Trabajo de grado para optar por el título de magíster en Generación y Gestión de
Contenidos Digitales**

Tutor: Maria Camila Gonzalez



Tabla de Contenido

1. Introducción	11
2. Justificación.....	12
3. Objetivos.....	13
3.1 Objetivo general.....	13
3.2 Objetivos Específicos.....	14
4. Enfoque metodológico: creación como investigación	15
5. Antecedente	16
5.1 Origen y creación del proyecto	16
5.2 Fuentes de inspiración y selección de temas.....	17
5.3 Tiempos de producción de un capítulo	18
5.4. Análisis de la primera temporada	18
5.5. Resumen de los capítulos de la primera temporada.....	19
<i>Capítulo 0-Presentación GENX.COLOMBIA</i>	<i>19</i>
<i>Capítulo 1-Dragon Ball –Saga de Pilaf- 1 de 2</i>	<i>19</i>
<i>Capítulo 2-Dragon Ball – El 21°Torneo de artes marciales- 2 de 2.....</i>	<i>19</i>
<i>Capítulo 3-Los magníficos.....</i>	<i>20</i>
<i>Capítulo 4-Volver al futuro – Parte 1.....</i>	<i>20</i>
<i>Capítulo 5-Soda Estéreo</i>	<i>20</i>
<i>Capítulo 6-Drácula - Capítulo Especial de Halloween.....</i>	<i>20</i>
<i>Capítulo 7-Mundial Qatar 2022 - Capítulo Especial Previo Mundial 2022... </i>	<i>20</i>
<i>Capítulo 8-Mundial Qatar 2022 - Capítulo Especial Final Arg Vs Fra</i>	<i>21</i>
<i>Capítulo 9-Guns N Roses.....</i>	<i>21</i>
<i>Capítulo 10-Películas navideñas que no son navideñas.....</i>	<i>21</i>
5.6 Resultados de la primera temporada	21

<i>Los magníficos:</i>	22
<i>La final de Qatar 2022</i>	22
<i>Soda Stereo</i>	23
5.7 Referentes de creación y de discurso	24
<i>Somos Geek</i>	24
<i>Pelicomic</i>	24
<i>Rock In Geek</i>	24
<i>El Chombo (Rodney Sebastián Clark Donalds) La Sabiduría Chombal</i>	24
<i>Agustín Locutor (Agustín Negrussi)</i>	25
6. Marco Conceptual	26
6.1. La nostalgia como herramienta cultural y emocional.	27
6.2. Cultura popular y memoria colectiva.....	27
6.3. El podcast como medio de difusión cultural.....	29
6.4. Intergeneracionalidad y construcción identitaria	30
6.5. Nostalgia mediática y dinámicas del mercado contemporáneo	30
7. Marco de Antecedentes	32
7.1. Historia y contexto cultural.....	32
7.2. Convergencia mediática y cultura participativa.....	32
7.3. Memoria y plataformas digitales	33
7.4. Nostalgia algorítmica.....	33
7.5. Estrategia Multiplataforma para GENX.COLOMBIA	33
7.6. GENX.COLOMBIA en este contexto	34
7.7. Articulaciones teóricas con el diseño del producto.....	35
7.8. Encuesta como herramienta de complementaria de investigación.	36
7.8.1. Metodología	37

7.8.2. Preguntas de la encuesta.....	37
7.8.3. Perfil de la audiencia.....	38
7.8.4. Hábitos digitales y consumo mediático	38
Redes sociales favoritas	38
7.8.5. Preferencias culturales	39
Series y películas.....	39
Música.....	40
Videojuegos	40
7.9.6. Recuerdos y emociones asociados	40
7.8.7. Conexión entre generaciones.....	41
7.9.8. Conclusiones de la encuesta.....	41
7.8.9. Conclusiones generales para el desarrollo de GENX.COLOMBIA.....	42
8. Producto: Podcast GENX.COLOMBIA.....	43
8.1. Concepto y Enfoque.....	43
8.2 ¿Por qué una Segunda temporada de GENX.COLOMBIA?.....	44
Profundizar en nuevos relatos culturales:.....	44
Fortalecer la comunidad que se formó en la primera temporada:	44
Dar continuidad al proceso de investigación-creación:	44
8.3. Producción y Estructura Narrativa.....	45
8.3.1. Fase de exploración y conceptualización.....	45
8.3.2. Fase de diseño narrativo	46
Introducción	46
Presentación:	46
Saludo curioso.....	46
Parte técnica:.....	46

Contenido central:	46
Cierre:	47
El tono narrativo del proyecto:	47
8.3.3. <i>Guion del primer capítulo de la segunda temporada</i>	50
8.3.4. <i>Fase de producción y prototipado</i>	53
8.2.5. <i>Fase de implementación y difusión</i>	54
8.2.6. <i>Fase de validación y reflexión</i>	55
8.4. Fases del proceso creativo en GENX.COLOMBIA	56
9¿Por qué crear una estrategia multiplataforma para GENX.COLOMBIA?	57
<i>La estrategia multiplataforma permite:</i>	58
<i>Mayor alcance y visibilidad:</i>	58
<i>Diversificación de formatos</i>	58
<i>Conexión emocional y engagement</i>	59
<i>Construcción de comunidad</i>	59
<i>Tránsito de la audiencia dentro del ecosistema</i>	59
<i>Recogida de datos e insights</i>	59
<i>Sostenibilidad y crecimiento del proyecto</i>	59
9.1. Ecosistema de medios GENX.COLOMBIA	59
9.1.1. <i>Plataforma central: el núcleo del proyecto</i>	60
9.1.2. <i>Extensiones digitales: expansión del contenido</i>	61
9.2. Estructura del ecosistema de GENX.COLOMBIA	62
9.2.1. <i>Expectativa</i>	63
9.2.2. <i>Presentación del capítulo</i>	64
9.2.3. <i>Complemento</i>	64
9.2.4. <i>Sostenimiento</i>	65

9.3. Colaboraciones y redes (Alianzas estratégicas).....	66
Podcasts aliados.	66
Artistas, músicos y creadores.....	66
9.6. Monetización y sostenibilidad	66
<i>Patrocinios de marcas</i>	66
<i>Merchandising:</i>	66
<i>Reconocimiento y fidelización:</i>	66
10. Key visual de GENX.COLOMBIA	67
10.1. Como se ve aplicado la estrategia multiplataforma de GENX.COLOMBIA.....	69
Canales secundarios (Instagram-Tik-Tok- Facebook).....	71
11. Modelos de negocio de GENX.COLOMBIA	72
11.1. Presupuesto GENX.COLOMBIA (Segunda Temporada)	72
Objetivo del presupuesto.....	72
<i>Proyección de ingresos potenciales</i>	73
<i>Estrategia financiera</i>	74
11.2. Plan de financiamiento.....	75
<i>Estructura del proyecto</i>	75
11.3. Fuentes de financiamiento	75
A. <i>Recursos propios</i>	75
B. <i>Ingresos por monetización digital</i>	75
Plataformas de streaming:.....	75
Redes sociales:	76
C. <i>Alianzas y patrocinios</i>	76
D. <i>Convocatorias y apoyos institucionales</i>	76
11.4. Estrategia de sostenibilidad.....	76

11.5. Proyección financiera básica (referencial por temporada).....	77
11.6. Proyección a mediano plazo	77
11.7. Conclusión	78
12. Público objetivo	79
12.1. Publico Principal.....	79
<i>Segmento principal</i>	79
• Generaciones X y Millennials (Y) (30 a 50 años).....	79
<i>Perfil psicográfico</i>	80
<i>Motivaciones:</i>	80
<i>Revivir recuerdos de su infancia o juventud.</i>	80
12.2. Publico Secundario	80
<i>Segmento secundario</i>	80
Generación Z curiosa (18-29 años):.....	80
Hábitos de consumo	81
12.3. <i>Buyer Persona</i>	82
• Carolina Ramírez.....	82
Perfil psicográfico	82
Hábitos de consumo de medios.....	83
Momentos de consumo:	84
Conexión con GENX.COLOMBIA.....	84
13. Presentación de GENX.COLOMBIA Segunda Temporada.....	85
13.1. Expectativa del capítulo de Brian Adams – Tik tok	86
13.2. Presentación del capítulo -Spotify	87
13.3. Presentación del capítulo You tube.....	88
13.3. Complemento de capitulo Instagram	89

13.4. Complemento divulgación Facebook	90
13.5. Repositorio y reseña Pagina Web	91
14. Expectativas de la segunda temporada de GENX.COLOMBIA.....	92
15. Conclusiones sobre el proyecto GENX.COLOMBIA.....	93
16. Referencias.....	95

Resumen

GENX.COLOMBIA es un podcast diseñado para conectar generaciones mediante la nostalgia, explorando la cultura pop de los años 80, 90 y los primeros años del siglo XXI. A través de episodios que combinan anécdotas, análisis y datos curiosos, busca rescatar y reinterpretar referentes culturales como series, películas, videojuegos, música y fenómenos sociales que marcaron a varias generaciones.

El proyecto tiene un enfoque intergeneracional, fomentando la memoria colectiva y el diálogo entre jóvenes y adultos, mientras analiza críticamente el pasado para comprender el presente. Su metodología incluye investigación documental, entrevistas, participación activa de la audiencia y la creación de contenido sonoro y audiovisual.

GENX.COLOMBIA se enmarca en la actual "Era de la Nostalgia" y aspira a consolidarse como referente cultural y educativo en el ámbito hispanohablante, con planes de expansión hacia plataformas de video y contenidos interactivos.

Palabras clave: Nostalgia cultural, cultura pop, podcast, Generación X, Millennials, Generación Z, memoria colectiva, retromarketing, análisis cultural, intergeneracionalidad, años 80, 90 y 2000, educación cultural, conexión emocional, contenido retro, estrategia multiformato, narrativas digitales, identidad cultural, cultura digital, música retro, nostalgia reflexiva, cultura colombiana, patrimonio cultural contemporáneo, divulgación cultural.

Abstract

GENX.COLOMBIA is a podcast designed to connect generations through nostalgia, exploring pop culture from the 1980s, 1990s, and the early 2000s. Through episodes that combine anecdotes, analysis, and curious facts, it seeks to recover and reinterpret cultural references such as TV series, films, video games, music, and social phenomena that marked multiple generations.

The project follows an intergenerational approach, promoting collective memory and dialogue between younger and older audiences while critically analyzing the past to understand the present. Its methodology includes documentary research, interviews, active audience participation, and the creation of sound and audiovisual content.

GENX.COLOMBIA aligns with the current "Era of Nostalgia" and aims to establish itself as a cultural and educational reference within the Spanish-speaking community, with plans to expand into video platforms and interactive content.

Keywords: Cultural nostalgia, pop culture, podcast, Generation X, Millennials, Generation Z, collective memory, retromarketing, cultural analysis, intergenerationality, 80s, 90s, 2000s, cultural education, emotional connection, retro content, multi-format strategy, digital narratives, cultural identity, digital culture, retro music, reflective nostalgia, Colombian culture, contemporary cultural heritage, cultural dissemination.

1. Introducción

En un contexto dominado por la inmediatez digital y la constante renovación de contenidos, surge la necesidad de rescatar y reinterpretar aquellos referentes culturales que han marcado la memoria colectiva. GENX.COLOMBIA nace como un proyecto de divulgación que se propone analizar y difundir la cultura pop de los años 80, 90 y los primeros años del siglo XXI, utilizando la nostalgia no solo como un recurso emocional, sino como una herramienta crítica para comprender la construcción identitaria y las dinámicas sociales contemporáneas.

Este podcast articula la memoria de generaciones que vivieron estas décadas con la curiosidad de las nuevas audiencias, generando un espacio de diálogo intergeneracional basado en el análisis de series, películas, videojuegos, música y fenómenos sociales icónicos. Su enfoque metodológico combina la exploración documental, la participación activa de la audiencia y la producción de contenidos digitales para promover la reflexión cultural y fortalecer los lazos emocionales entre distintas generaciones.

2. Justificación

GENX.COLOMBIA nace en un contexto donde muchas personas buscan identidad, pertenencia y conexión emocional en medio de la era digital. Más que revivir la nostalgia como una moda pasajera, este proyecto la transforma en un recurso para analizar y reflexionar sobre la cultura.

A través del podcast, se abre un espacio para mirar la cultura pop de los años 80, 90 y los primeros años del 2000 con una perspectiva crítica y cercana. Series, películas, música, videojuegos y fenómenos sociales no solo se recuerdan con cariño, sino que también se estudian para entender cómo marcaron una época y cómo siguen presentes en la sociedad de hoy.

El verdadero valor de GENX.COLOMBIA está en unir generaciones: conectar la memoria de quienes vivieron esos años con la curiosidad de quienes apenas los descubren. Así, el proyecto fomenta un diálogo que combina entretenimiento, análisis y reflexión colectiva. No es solo un viaje al pasado, sino una manera de entender el presente a partir de la memoria compartida.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Diseñar, producir y difundir contenidos originales que rescaten el legado cultural de las décadas de los años ochenta, noventa y los primeros años del siglo XXI. A través de historias relacionadas con la televisión, el cine, los videojuegos, la música y diversos fenómenos sociales, el proyecto busca fortalecer el vínculo entre generaciones, utilizando la nostalgia como vehículo para el diálogo, el intercambio de recuerdos y la reinterpretación cultural contemporánea.

Asimismo, se propone diseñar e implementar una estrategia multiplataforma que permita la distribución y adaptación del contenido del podcast en diferentes plataformas digitales, como Spotify, YouTube y redes sociales, con el fin de ampliar su alcance, diversificar los puntos de contacto con la audiencia y responder a los hábitos de consumo mediático del público objetivo, manteniendo la coherencia narrativa y editorial del proyecto.

Indicadores

Publicación de al menos un episodio correspondiente a la segunda temporada del podcast GENX.COLOMBIA.

Implementación de una estrategia multiplataforma con presencia activa y coherente en un mínimo de tres plataformas digitales.

3.2 Objetivos Específicos

Diseñar la estrategia multiplataforma de GENX.COLOMBIA, definiendo el rol, tipo de contenido y dinámica de publicación para cada plataforma digital seleccionada (Spotify, YouTube, Instagram, TikTok, Facebook y sitio web).

Producir y publicar contenidos originales del podcast en Spotify y YouTube, garantizando una periodicidad quincenal y una línea editorial centrada en la nostalgia cultural de las décadas de los 80, 90 y 2000.

Crear piezas derivadas y adaptadas para redes sociales (reels, clips, shorts) orientadas a promocionar cada capítulo y atraer tráfico hacia los episodios completos.

Implementar la estrategia de distribución y circulación del contenido multiplataforma, estableciendo cronograma, formatos y flujos de publicación que aseguren presencia digital constante.

Fortalecer la identidad visual y narrativa del proyecto en todos los canales, asegurando coherencia estética y discursiva entre el podcast y sus extensiones comunicativas

4. Enfoque metodológico: creación como investigación

El proyecto GENX.COLOMBIA se desarrolla bajo una metodología de investigación-creación, entendida como un proceso en el que el conocimiento emerge a partir de la práctica creativa y la reflexión crítica. En este caso, la producción del podcast y su despliegue en múltiples plataformas digitales constituyen tanto el medio como el objeto de estudio, permitiendo que el diseño, experimentación y circulación de contenidos culturales se conviertan en un espacio activo de análisis, aprendizaje y construcción de conocimiento.

Desde esta perspectiva, el proyecto se concibe como un laboratorio creativo multiplataforma, donde cada fase, conceptualización del guion, producción sonora, realización audiovisual, edición, distribución y retroalimentación de la audiencia habilita un ciclo continuo de experimentación. La práctica no solo materializa ideas, sino que las cuestiona, transforma y resignifica en interacción con los públicos y con los lenguajes propios de cada medio digital.

En este enfoque, la estrategia multiplataforma permite que GENX.COLOMBIA trascienda el formato del podcast y se expanda a diferentes canales (Spotify, YouTube, Instagram, TikTok, Facebook y sitio web) a través de contenidos adaptados a sus características narrativas y comunicativas. El podcast opera como núcleo del proyecto, mientras que las demás plataformas funcionan como extensiones que amplifican el mensaje, diversifican los puntos de contacto con la audiencia y fortalecen el diálogo en torno a la memoria generacional.

De esta manera, GENX.COLOMBIA se configura como un dispositivo de experimentación narrativa y mediática donde la nostalgia, la memoria colectiva y la cultura pop actúan.

5. Antecedente

GENX.COLOMBIA fue creado en 2022 por John Sotelo y Javier Monroy como una iniciativa radial destinada a revivir y compartir historias de la cultura popular. El proyecto nació con el objetivo de producir un programa que abordara series de televisión, cine, videojuegos, música y otros referentes de las décadas de los 70, 80, 90 y los primeros años del siglo XXI. Este contenido se desarrolla a través del formato de podcast, ofreciendo un espacio para la memoria, la nostalgia y el análisis cultural.

5.1 Origen y creación del proyecto

Empecemos por contar por qué este proyecto se llama GENX.COLOMBIA. El origen de este nombre radica en varios factores. Uno de ellos es que, en este punto, somos personas del común que hablamos sobre un tema como lo es la cultura pop de los años 70,80, 90 y 2000 hasta la fecha, pero aún no somos figuras reconocidas dentro del medio; a esto comúnmente se le denomina “gente X”.

Otro de los factores que influyó en este nombre es el público al cual nos dirigimos: la Generación X y la Generación Y. Al recopilar esta información, nos dimos cuenta de que el elemento común en las letras era “GENX”, y así fue como llegamos a ser “GENX”.

¿Pero por qué usamos COLOMBIA? Lo hicimos pensando en la terminología y los gentilicios presentes en nuestro discurso, además de que todas nuestras experiencias surgen desde la perspectiva de quienes fuimos niños y adolescentes en los años 80 y 90, creciendo en Colombia.

Los temas abordados en GENX.COLOMBIA se originan a partir de conversaciones con nuestro círculo social cercano. Con el tiempo, y en el marco de la Maestría en

Generación y Gestión de Contenidos Digitales de la Universidad Jorge Tadeo Lozano (2024), se implementó un proceso más estructurado, mediante entrevistas y encuestas dirigidas a los públicos objetivo. Este proceso permitió identificar con mayor precisión sus intereses y orientar la producción de los capítulos, asegurando una conexión más efectiva con las audiencias.

Si bien el podcast fue concebido inicialmente para las generaciones X y Y, con el tiempo se evidenció que otras generaciones también encontraban en la nostalgia un vínculo emocional con el contenido.

5.2 Fuentes de inspiración y selección de temas

Los temas que se abordan en GENX.COLOMBIA surgen de conversaciones espontáneas con personas cercanas y con individuos del común que encontramos en nuestro día a día, durante actividades cotidianas. Todo parte de una pregunta sencilla pero poderosa: “¿Qué recuerdas de tu niñez?”. A partir de esta inquietud, exploramos memorias compartidas relacionadas con la música, la televisión, el cine, los videojuegos y otros elementos que marcaron a toda una generación.

Este proceso de conversación y escucha nos permite construir relatos auténticos, donde la nostalgia se convierte en un puente para conectar distintas generaciones. Así, en GENX.COLOMBIA no solo recopilamos recuerdos, sino que los transformamos en historias que reflejan la identidad cultural, los valores y las experiencias que nos han formado como sociedad.

5.3 Tiempos de producción de un capítulo

La producción de un capítulo de GENX.COLOMBIA se desarrolla en un proceso que combina investigación, creación y difusión, con una duración aproximada de tres a cinco semanas.

- Preproducción (1-2 semanas): investigación del tema, escritura y validación del guion.
- Producción (3-5 días): grabación de voces, entrevistas y recursos sonoros.
- Postproducción (1-2 semanas): edición, mezcla, diseño sonoro y montaje audiovisual.
- Publicación y difusión (2-3 días): lanzamiento en plataformas y promoción dentro del ecosistema.

Cada etapa aporta al desarrollo creativo y narrativo del proyecto, garantizando calidad técnica, coherencia temática y conexión con la audiencia.

5.4. Análisis de la primera temporada

La primera temporada de GENX.COLOMBIA es un viaje sonoro a través de los recuerdos, las emociones y los íconos culturales que marcaron a varias generaciones. Cada capítulo rinde homenaje a aquellos momentos, personajes y obras que, más allá del entretenimiento, se convirtieron en parte de nuestra memoria colectiva. Desde series y películas que definieron la televisión y el cine de los años 70, 80 y 90, el podcast busca reconectar con la esencia de una época en la que la cultura pop unió a millones de personas alrededor del mundo.

En esta primera temporada, nuestros oyentes encontrarán una mezcla entre nostalgia y análisis: relatos sobre clásicos como *Dragon Ball*, *Los Magníficos* y *Volver al Futuro*; homenajes a íconos musicales como *Soda Stereo* y *Guns N' Roses*; capítulos especiales dedicados a eventos como el *Mundial de Qatar 2022*; e incluso episodios temáticos como el especial de *Halloween* con *Drácula* y el de *Navidad* con películas poco convencionales.

Así, GENX.COLOMBIA no solo recopilamos recuerdos, sino que los revive y los resignifica, invitando a nuevas generaciones a descubrir y a las anteriores a reencontrarse con aquellos hitos que definieron nuestra manera de ver, escuchar y sentir el mundo.

5.5. Resumen de los capítulos de la primera temporada

Capítulo 0-Presentación GENX.COLOMBIA, Este es el capítulo cero cuenta el inicio de muchos podcasts en donde se habla de programas de Tv, Música, Cine, Videojuegos y muchas cosas más que han trascendido de generación en generación. Contadas desde la visión de los 70s, 80s y 90s narrándoles a todas las generaciones.

Capítulo 1-Dragon Ball –Saga de Pilaf- 1 de 2, Cuenta la historia de Goku un niño que vive en las montañas, quien vivía con su abuelo Gohan, al fallecer su abuelito queda solo y le deja de regalo una esfera de cuatro estrellas. Sin saber que este sería el inicio a gran aventura.

Capítulo 2-Dragon Ball – El 21° Torneo de artes marciales- 2 de 2, La aventura continua después de salvar al mundo de las manos de Pilaf tras un deseo muy particular ,es momento de entrenar y de participar en el torneo de artes marciales.

Capítulo 3-Los magníficos, Esta es la historia de un equipo elite, capaces de realizar misiones imposibles perseguidos por un crimen que no cometieron, sí alguien tiene un problema necesita ayuda y puede localizarlos tal vez pueda contratar a LOS MAGNIFICOS.

Capítulo 4-Volver al futuro – Parte I, Esta es la historia de Marty McFly quien viaja en el tiempo y conoce a sus padres cuando eran adolescentes, pero no tiene idea como volver al futuro o a su presente es ahí cuando tiene que buscar al doc Emmett Brown del pasado para que le ayude a volver y a recomponer la línea de tiempo ocasionada por el mismo para no desaparecer o algo peor causar una paradoja del viaje de tiempo en donde puede destruir el universo.

Capítulo 5-Soda Estéreo, Banda argentina de rock creada en Buenos Aires en 1982 integrada por Gustavo Cerati (voz, guitarra), Héctor «Zeta» Bosio (bajo) y Carlos Alberto Ficichia «Charly Alberti» (Batería). Una de las bandas rock más importantes de Suramérica, exponente del rock en español y un gran referente en el continente.

Capítulo 6-Drácula - Capítulo Especial de Halloween, Protagonista de la obra Conde Drácula del escritor irlandés Bram Stoker, de 1897, del cual se han derivado una larga lista de versiones de este personaje en cine, cómics y teatro. Algunos aspectos del personaje están basados en Vlad III, el Empalador, príncipe de Valaquia del siglo XV.

Este podcast cuenta las distintas versiones desde la obra de Bram Stoker y como a través del cine y la televisión se ha contado la historia del Conde Drácula incluso presentándolo como un personaje de acción.

Capítulo 7-Mundial Qatar 2022 - Capítulo Especial Previo Mundial 2022,Este capítulo cuenta como vemos los mundiales que nos han impactado tales como México 86, Italia 90 y Usa 94 entre otros. También hablaremos de como llegan los equipos a este mundial Qatar 2022 y cuáles son nuestros pronósticos de clasificados con un posible campeón.

Capítulo 8-Mundial Qatar 2022 - Capítulo Especial Final Arg Vs Fra , Este capítulo es la recopilación de lo sucedido en el mundial del Qatar 2022 y una breve crítica del mismo, sin olvidar que el futbol no para acá. Hablaremos de lo que se le viene a la selección Colombia y como esta afrontara las eliminatorias para el siguiente mundial.

Capítulo 9-Guns N Roses, Una de las mejores bandas de rock como lo es GUNS AND ROSES en este capítulo contaremos se historia musical y como a través de los años los distintos conflictos entre sus integrantes los excesos y otras cosas más hicieron que esta banda no fuese la mejor de todos los tiempos, pero esto no fue un impedimento para que nos deleitaran con canciones épicas tales como: November Rain,Welcome To The Jungle,Paradise City y Knockin’ On Heaven’s Door. Entre otras.

Capítulo 10-Películas navideñas que no son navideñas, En este capítulo hablaremos de aquellas películas navideñas que no son navideñas saliendo un poco del molde de las que son las películas donde el protagonista es la Navidad.

5.6 Resultados de la primera temporada

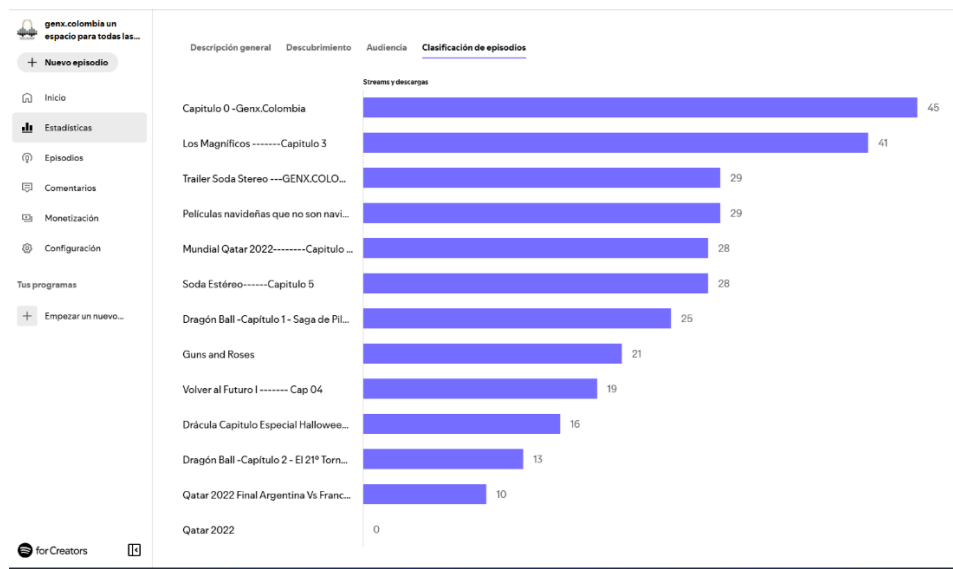


Figura 1

Figura 1

Estadísticas de episodios del podcast GENX.COLOMBIA.

Nota. Captura de pantalla realizada por el autor (2025).

Durante la primera temporada de GENX.COLOMBIA consideramos que los indicadores de audiencia fueron positivos, especialmente si se tiene en cuenta que el proyecto aún no disponía de un ecosistema de medios que facilitara la difusión del podcast, la construcción de comunidad o el fortalecimiento del voz a voz. A pesar de estas limitaciones iniciales, los resultados obtenidos permiten identificar patrones de consumo relevantes y reconocer oportunidades de crecimiento para futuras temporadas.

Es importante señalar que, aunque el capítulo de presentación obtuvo una notable acogida por parte de los oyentes, este episodio no fue incluido dentro del análisis comparativo. La razón es que no desarrolla un tema específico; su finalidad es introducir el proyecto, explicar sus objetivos y contextualizar la propuesta general de GENX.COLOMBIA. Por esta razón, no ofrece información útil para evaluar las preferencias temáticas de la audiencia ni para identificar cuáles contenidos generan mayor interés, tal como sí lo hacen los demás capítulos de la temporada.

En consecuencia, el análisis se centra en los episodios temáticos, que permiten observar con mayor precisión el comportamiento de los oyentes, los temas que lograron mayor conexión y las dinámicas de escucha que pueden orientar la estrategia de contenido para la segunda temporada. Esta distinción resulta fundamental para realizar una interpretación rigurosa de los datos y para proyectar acciones que fortalezcan el alcance y la consolidación del ecosistema el proyecto.

Los magníficos: Este fue uno de los capítulos con mayor audiencia. Un factor determinante fue que lo difundimos a través de nuestras redes sociales personales.

La final de Qatar 2022: Este capítulo no tuvo mayor recepción, principalmente por dos razones: primero, solo se publicó en Spotify; y segundo, el tema no logró conectar con la audiencia.

Soda Stereo: Este capítulo fue un hallazgo importante para nosotros, porque logramos conectarnos con la audiencia. La temática de Soda Stereo en GENX.COLOMBIA fue diferente, ya que para desarrollar el guion utilizamos la técnica de conversar con muchas personas en busca de un contenido más atractivo. Lo que conseguimos fue entender que las canciones de Soda no solo fueron algo que escucharon en el pasado, sino que también representaron la banda sonora de una parte de sus vidas.

Esta primera temporada nos permitió identificar varios hallazgos significativos. Uno de los más importantes es que los capítulos que abordan la nostalgia generan un impacto profundo en la audiencia. El episodio dedicado a **Soda Stereo**, por ejemplo, produjo numerosas reacciones debido a la conexión emocional que muchas personas establecen entre sus canciones y momentos clave de sus vidas.

También comprendimos que la forma en que se narran las historias es fundamental para conectar con la audiencia. No basta con presentar datos o recuerdos: es necesario construir relatos sensibles, contextualizados y emocionalmente significativos. Cuando el contenido se elabora desde una perspectiva cercana, reflexiva y auténtica, las personas se sienten más inclinadas a compartir sus propias experiencias, ampliar la conversación y fortalecer el sentido de comunidad.

Asimismo, descubrimos que no todos los temas generan el mismo nivel de impacto. Un ejemplo claro fueron los capítulos dedicados al Mundial de Qatar 2022, cuyo alcance no fue el esperado. Esto se debió, principalmente, a que nuestra audiencia no tiene un interés particular por el fútbol. Estos episodios se realizaron como una prueba de formato, tono y ritmo, con el propósito de diversificar el contenido del canal y experimentar con narrativas vinculadas a eventos coyunturales y de alta tendencia.

La conclusión de este ejercicio fue que, si bien el tema del mundial funcionó como exploración creativa, Sin embargo identificamos que este tipo de contenido podría ser pertinente para otro público más afín al fútbol y sus dinámicas culturales. De este modo, los capítulos sirvieron para afinar el perfil de nuestra audiencia, comprender mejor sus preferencias y ajustar nuestras estrategias narrativas hacia los temas que realmente generan conexión y participación.

5.7 Referentes de creacion y de discurso

Somos Geek, Es un canal que se especializa en contar la actualidad del cine y las series de televisión en las distintas plataformas de streaming, analizando el contenido y presentando posibles teorías sobre cómo se desarrollarán las películas y series que están por lanzarse. Publica un promedio de 2 o 3 veces por semana-Youtube

Pelicomica, Es un canal similar a Somos 74Geek incluso se puede pensar que son competencia , pero en varias ocasiones han trabajado en conjunto en donde interactúan en los canales de cada uno. Publica un promedio de 2 o 3 veces por semana-Youtube

Rock In Geek, Este canal tiene como temática contar sobre videojuegos desde su perspectiva pero su público fuerte es la de aquellos niños de los 80s y 90s que nacieron o crecieron en Argentina , a veces sus gentilicios desconectan un poco a la audiencia, sin embargo su narrativa es muy buena lo que engancha al público, su última publicación fue el 6 de Octubre de 2024-Spotify

El Chombo (Rodney Sebastián Clark Donalds) La Sabiduría Chombal. El Chombo genera contenido musical, contenido formativo/análisis, y contenido interactivo/digital. Su valor está en combinar producción de hits con reflexión crítica de la música urbana, participación en redes y la construcción de comunidad. Publicaba una vez al mes su último video salió el 18 de diciembre de 2023-Youtube

Agustín Locutor (Agustín Negrussi), Su narrativa conecta de inmediato, por que cuenta las canciones desde un punto distinto, desde el relato emotivo detrás de canciones clásicas. Por ejemplo, presenta videos con títulos como «*La historia de Eclipse total del corazón (Bonnie Tyler)*» o «*La historia escondida de Every Breath...*», lo cual sugiere un formato donde se revelan anécdotas, contextos y significados que van más allá de la letra o la melodía.- YouTube.

En conjunto, estos canales aportan aprendizajes sobre:

- Estrategias de narrativa (emocional, analítica, teórica, contextual).
- Uso de la nostalgia como recurso emocional y cultural.
- Construcción de comunidad y relación con las audiencias.
- Técnicas para diversificar contenidos sin perder identidad.
- Ritmos de publicación y consistencia.

Adaptación a diferentes plataformas (YouTube, Spotify, redes).

Todos ellos funcionan como espejos y guías para fortalecer el enfoque multiformato, la autenticidad narrativa y la gestión de comunidad en GENX.COLOMBIA.

6. Marco Conceptual

Para la creación de contenidos trabajamos con la nostalgia como una herramienta cultural y emocional, que más allá de idealizar el pasado, fomenta la reflexión crítica y fortalece la conexión emocional y generacional. En GENX.COLOMBIA utilizamos la nostalgia reflexiva para reinterpretar la cultura popular de las décadas de los 80, 90 y los primeros años del siglo XXI, otorgándole nuevos significados (Boym, 2001).

El podcast fue nuestra primera herramienta de difusión cultural, lo que nos permitió llegar al público a través de un medio masivo y transmitir nuestra propia visión de la cultura pop. Uno de los principales hallazgos fue que este tipo de contenido favorece la creación de comunidades y el diálogo intergeneracional, contribuyendo así a la construcción de identidades colectivas. Aunque el proyecto se inscribe en la tendencia del retromarketing, su enfoque prioriza la reflexión crítica por encima del consumo (Brown, 2001).

Asimismo, en GENX.COLOMBIA adoptamos una estrategia multiplataforma como eje central de circulación y posicionamiento del contenido, orientada a distribuir el podcast y sus piezas derivadas en distintos medios digitales con formatos adaptados a cada entorno. Esto implica que el relato principal nace en el podcast, pero se amplifica mediante fragmentos, clips, contenidos visuales, publicaciones interactivas y materiales promocionales que se despliegan en plataformas como Spotify, YouTube, Instagram, TikTok, Facebook y el sitio web.

Aunque el proyecto retoma referentes teóricos como Jenkins (2006) respecto a la convergencia mediática y la participación de las audiencias, la apuesta actual se enfoca en una multiplicidad de canales que funcionan de manera complementaria, priorizando la difusión, el alcance y la adaptación de contenidos para diferentes hábitos de consumo.

Cada plataforma cumple así una función comunicativa específica dentro del ecosistema, permitiendo diversificar los puntos de contacto con la audiencia y fortalecer la experiencia alrededor del contenido cultural y nostálgico que caracteriza al proyecto.

Esta lógica multiplataforma no solo amplía la presencia digital de GENX.COLOMBIA, sino que refuerza la conexión emocional con los públicos a través de formatos breves, accesibles y pensados para la interacción cotidiana, facilitando el acceso al contenido principal y fomentando la recordación de los temas abordados.

6.1. La nostalgia como herramienta cultural y emocional.

Lejos de ser solo una emoción, la nostalgia se ha resignificado como un recurso cultural y social. Boym (2001) distingue entre una nostalgia restaurativa, que idealiza el pasado, y una reflexiva, que lo examina críticamente. Esta última guía el trabajo de GENX.COLOMBIA, donde el pasado se utiliza para promover nuevas reflexiones.

Estudios contemporáneos confirman que la nostalgia puede tener un impacto positivo en el bienestar emocional y la cohesión social, al actuar como un vínculo simbólico entre experiencias pasadas y presentes (Sedikides et al., 2008).

La nostalgia se consolidó como uno de los hallazgos más poderosos durante el proceso de difusión de la primera temporada. Esto se evidenció especialmente con el capítulo de Soda Stereo, donde pudimos observar cómo la audiencia expresó sentimientos de alegría, tristeza y melancolía. Muchos nos contaron sobre lo que estaban viviendo cuando escucharon por primera vez esas canciones.

6.2. Cultura popular y memoria colectiva.

La cultura pop actúa como un depósito de memoria compartida que configura valores e identidades generacionales. Halbwachs (1992) sostiene que la memoria colectiva se construye socialmente, y los medios desempeñan un papel central en esa

reconstrucción. Según Storey (2006), los productos culturales no solo reflejan su época, sino que también contribuyen a conformar las identidades.

En este sentido, en GENX.COLOMBIA re contextualizamos los referentes culturales de los años 80, 90 y 2000, otorgándoles nuevos significados y actualizando su relevancia dentro de la cultura digital contemporánea.

Este concepto se manifiesta en el proyecto cuando se crea el guion para el podcast y hacemos inicialmente un levantamiento de la información y paralelamente hablamos con algunos de nuestros oyentes cercanos y nos presentan sus puntos de vista este proceso es muy importante porque una persona posee un conocimiento particular, especialmente en lo relacionado con la cultura popular. Lo que fortalece el contenido de nuestro podcast.

La cultura pop es un vehículo que conecta la memoria colectiva, pues está estrechamente ligada a la historia y a los acontecimientos que transforman a la humanidad. Muchos eventos históricos se convierten en puntos de referencia dentro de las líneas del tiempo culturales, influyendo no solo en la sociedad, sino también en las narrativas de productos mediáticos como el cine, la televisión, la música o los cómics.

Un ejemplo claro de esta relación es la película *Spider-Man* de 2002. Su producción coincidió con los sucesos del 11 de septiembre de 2001. Varias escenas y materiales promocionales incluían las Torres Gemelas como parte del entorno visual, pero después del atentado fueron retirados o editados por respeto a las víctimas y para evitar que la película evocara de manera dolorosa el acontecimiento. Este hecho evidenció cómo la cultura pop reacciona, se adapta y, al mismo tiempo, registra momentos críticos de la memoria histórica.

Así, el cine y otras expresiones de la cultura pop no solo funcionan como entretenimiento, sino también como artefactos de memoria. Estas obras dialogan con los recuerdos

colectivos, ya sea como referencia explícita, como recurso narrativo o como testimonio de la sensibilidad social de su tiempo. De esta manera, la cultura pop se convierte en un espacio donde memoria, historia y narrativas contemporáneas se entrelazan.

Vale aclarar que esta mirada hacia la cultura pop no pretende mitificar a las generaciones que crecieron en los años 80 y 90. Más bien, su objetivo es conectar y crear vínculos con otras generaciones que no vivieron directamente esta etapa cultural. Al visitar estos referentes, se busca abrir un espacio de diálogo intergeneracional donde los símbolos, sonidos, narrativas y experiencias de la época puedan ser comprendidos, reinterpretados y resignificados por públicos más jóvenes.

De esta manera, la cultura pop se convierte en un puente que permite comprender cómo se construyeron ciertas sensibilidades colectivas, al tiempo que invita a nuevas audiencias a participar en esa memoria compartida desde sus propias experiencias y lenguajes

6.3. El podcast como medio de difusión cultural.

El podcast, como ya se ha mencionado, fue nuestra primera herramienta de difusión de contenido y ha emergido como un medio que democratiza la comunicación cultural. Permite establecer un vínculo más directo con la audiencia, ofrece un acceso flexible y favorece la creación de comunidades temáticas. Spinelli y Dann (2019) destacan que este formato potencia el diálogo y la construcción de identidades compartidas, consolidándose como un medio educativo y de archivo cultural.

En GENX.COLOMBIA, el podcast funciona como un espacio de encuentro intergeneracional, en el que la cultura pop se convierte en un pretexto para la conversación, la memoria y la reflexión.

No obstante, utilizar el podcast como única herramienta de difusión limita el alcance y la interacción con el público, lo que evidencia la necesidad de ampliar las estrategias

comunicativas hacia otros formatos y plataformas que fortalezcan la participación y el vínculo con la audiencia.

6.4. Intergeneracionalidad y construcción identitaria

El intercambio entre generaciones es clave para la transmisión de valores y la continuidad de la memoria cultural. Mannheim (1952) propuso el concepto de *unidad generacional* para describir los vínculos simbólicos entre grupos que comparten experiencias históricas.

Este concepto en GENX.COLOMBIA se visualiza en la intención de interacción entre generaciones a partir de referentes culturales comunes, fortaleciendo la construcción identitaria colectiva en un entorno mediático cada vez más fragmentado.

La conexión con distintas generaciones durante el proceso creativo nos permitió identificar puntos de encuentro donde la cultura pop es percibida de maneras diversas: algunos la observamos desde el recuerdo y la nostalgia, mientras que otros la descubren desde lo novedoso, la curiosidad o la estética. La existencia de estas miradas ayuda al proyecto y demuestra cómo la cultura pop se transforma, se resignifica y sigue generando vínculos entre personas de diferentes edades.

6.5. Nostalgia mediática y dinámicas del mercado contemporáneo

La nostalgia también ha sido apropiada por el mercado mediante el *retromarketing*, una estrategia que apela a la memoria emocional del consumidor (Brown, 2001). Esta tendencia se refleja, por ejemplo, en adultos que adquieren artículos que no pudieron tener en su infancia como consolas de videojuegos, discos o juguetes, buscando reconectar con momentos significativos de su vida.

Si bien esta práctica tiene un objetivo comercial, también puede favorecer la reconexión cultural en contextos de incertidumbre (Grainge, 2002).

Algo muy importante observado durante las distintas fases de creación es cómo la cultura popular y el ámbito retro se han convertido en un producto comercial. Esto no es ni bueno ni malo, pero sí debemos comprender cómo puede influir en la sociedad tanto desde lo económico como desde sus narrativas. Un ejemplo claro de esta dinámica es el éxito de series como *Cobra Kai*, cuya historia conecta situaciones y símbolos de los años 80, especialmente los inicios de la saga *Karate Kid*, con un salto generacional hacia la actualidad

En Colombia existe una fuerte conexión con la nostalgia relacionada con la cultura pop. Esto se debe a que, en nuestro contexto, la televisión, la radio e incluso el cine han marcado profundamente la vida cotidiana de varias generaciones. Muchos crecieron viendo *Padres e Hijos* al mediodía, escuchando 88.9 La Superestación, o disfrutando de películas emblemáticas del cine nacional como *La gente de La Universal*.

Estos referentes mediáticos no solo acompañaron momentos familiares o rutinarios, sino que también se convirtieron en hitos culturales que hoy generan reconocimiento, pertenencia y memoria compartida. Esta nostalgia no responde únicamente al afecto por el pasado, sino a la manera en que estos productos moldearon imaginarios, sensibilidades y formas de vivir la cultura en Colombia.

Así, la cultura pop en el país funciona como un archivo afectivo que permite visitar épocas, reconstruir identidades y establecer puentes entre quienes vivieron esos contenidos y quienes los descubren desde nuevas plataformas o contextos actuales.

7. Marco de Antecedentes

7.1. Historia y contexto cultural

Las décadas de 1980 y 1990 marcaron un punto de consolidación de la cultura pop a nivel global. Durante este periodo, los medios masivos, como la televisión, la radio y el cine, impulsaron la creación de un imaginario cultural compartido que definió la identidad de toda una generación. Estos sucesos culturales influyeron directamente en el desarrollo de nuestra propuesta como proyecto audiovisual, tanto por afinidad estética y emocional como por el hecho de haber sido parte de esas generaciones que vivieron la evolución de la cultura pop.

Hoy, esa misma cultura se reactualiza en los entornos digitales, donde el remezcla, la reinterpretación y la nostalgia mediada permiten reconfigurar su significado (Jenkins, 2006;). La transmisión y resignificación de los productos de la cultura pop en plataformas contemporáneas como Netflix, HBO, Spotify o YouTube ha permitido que múltiples generaciones accedan nuevamente a estos contenidos, otorgándoles nuevos sentidos ya sea desde la nostalgia, la curiosidad o la del retromarketing.

En GENX.COLOMBIA, entendemos este fenómeno como una oportunidad para reflexionar sobre el pasado desde el presente, reconectando con los símbolos, sonidos e imágenes que marcaron una época, pero también cuestionando cómo esos recuerdos moldean nuestra identidad actual. Más que idealizar el ayer, buscamos reinterpretarlo y darle un nuevo valor cultural, celebrando lo que fuimos y explorando cómo la cultura pop sigue siendo un puente generacional que nos une, emociona y nos invita a seguir contando

7.2. Convergencia mediática y cultura participativa

La convergencia mediática redefine las relaciones entre creadores y audiencias. Jenkins (2006) plantea que los usuarios actuales son prosumidores, productores y consumidores

simultáneos de contenido que construyen significados colectivos mediante la interacción digital.

En GENX.COLOMBIA, esta lógica se traduce en la creación de una comunidad activa que no solo escucha, sino que también participa en la construcción de una memoria compartida. Esto permite generar un contenido más cercano al público, que deja de ser un receptor pasivo para convertirse en parte del proceso creativo y discursivo del proyecto.

7.3. Memoria y plataformas digitales

Los medios digitales transforman la memoria en un proceso mediado y dinámico. Van Dijck (2007) señala que las plataformas tecnológicas funcionan como espacios donde los recuerdos se actualizan constantemente. Por su parte, Landsberg (2004) introduce la idea de *memoria prostética*, que alude a la apropiación de recuerdos ajenos mediante experiencias mediáticas.

En este contexto, en GENX.COLOMBIA buscamos ser un archivo vivo que rescata y reactiva la memoria cultural de varias generaciones.

7.4. Nostalgia algorítmica

Las plataformas digitales condicionan el acceso y la visibilidad de los contenidos a través de algoritmos que promueven materiales nostálgicos. Esta *nostalgia algorítmica* (Chun, 2016) convierte el recuerdo en un producto moldeado por los datos y la personalización.

En GENX.COLOMBIA, esta dinámica nos permite llegar a un público más amplio, aprovechando las lógicas de recomendación y visibilidad para conectar emocionalmente con la audiencia.

7.5. Estrategia Multiplataforma para GENX.COLOMBIA

La estrategia multiplataforma de GENX.COLOMBIA se orienta a distribuir, adaptar y amplificar el contenido del proyecto en distintos medios digitales, reconociendo los

hábitos de consumo contemporáneo y la diversidad de formatos mediante los cuales las audiencias se relacionan con la cultura pop y la memoria generacional. El podcast se establece como contenido central, mientras que las demás plataformas actúan como espacios complementarios para la circulación y expansión del discurso nostálgico del proyecto.

Esta estrategia consiste en distribuir el contenido base —el podcast— en diferentes canales digitales y complementarlo con piezas derivadas adecuadas al lenguaje de cada plataforma. Con ello se busca ampliar el alcance del proyecto, diversificar formatos y generar rutas de acceso más flexibles para la audiencia.

En este sentido, Spotify y YouTube funcionan como los medios principales de publicación del podcast, mientras que Instagram, TikTok y Facebook operan como espacios de circulación, promoción e interacción a través de clips, reels, fragmentos destacados, trivias, datos curiosos, memoria visual y otros recursos breves diseñados para el consumo rápido. Estos contenidos derivados buscan motivar al usuario a escuchar el episodio completo y mantener activa la conversación en torno a la nostalgia, la cultura pop y los referentes generacionales.

De este modo, la audiencia no solo escucha, sino que también comenta, reacciona, comparte recuerdos y resignifica la cultura pop desde su propia experiencia, pasando de ser observadora a participante. Esto fortalece la recordación del contenido y el vínculo emocional con la propuesta cultural del proyecto.

7.6. GENX.COLOMBIA en este contexto

Dentro de este marco, GENX.COLOMBIA se consolida como un espacio de convergencia entre memoria, cultura pop y participación digital. No solo preserva la memoria

colectiva, sino que la transforma en una experiencia viva y compartida, promoviendo un diálogo intergeneracional que vincula la emoción, análisis y tecnología.

7.7. Articulaciones teóricas con el diseño del producto

Los conceptos desarrollados en este marco conceptual y de antecedentes intervienen directamente en el proceso creativo, narrativo y comunicativo de GENX.COLOMBIA, orientando tanto la producción del contenido como su circulación en diferentes medios digitales. Desde su concepción, el proyecto se fundamenta en la nostalgia reflexiva, la memoria colectiva y la intergeneracionalidad, configurándose como una propuesta cultural que recupera referentes pop de los años 80, 90 y 2000 para reinterpretarlos desde el presente. Estas bases teóricas han guiado las decisiones relacionadas con el diseño narrativo del podcast y la construcción de una estrategia multiplataforma que distribuye el contenido en formatos adaptados a cada entorno digital.

Estos conceptos se materializan desde la elaboración del guion del podcast, en el cual se cuida el tono, los datos históricos, las referencias culturales y la manera en que estos elementos se conectan con el recuerdo individual y la memoria colectiva. Se busca que el oyente compare sus propias experiencias con los relatos presentados, generando un vínculo emocional que articule pasado y presente. Así, el contenido no solo entretiene, sino que invita a reflexionar sobre la cultura popular y su influencia en la identidad generacional.

En primer lugar, la nostalgia reflexiva (Boym, 2001) opera como eje discursivo y emocional del proyecto. No se pretende idealizar el pasado, sino revisitarlo críticamente para comprender su impacto en la cultura actual. Al abordar música, televisión, cine o videojuegos icónicos, se establecen diálogos con problemáticas contemporáneas, evidenciando cómo estos referentes moldearon comportamientos, estéticas y hábitos de

consumo. Esta perspectiva orienta la selección de temas, el desarrollo narrativo y la creación de piezas derivadas para redes sociales, donde la nostalgia funciona como detonante de conversación e identificación.

Por otro lado, la cultura popular y la memoria colectiva (Halbwachs, 1992; Storey, 2006) sustentan la construcción del contenido y su distribución multiplataforma. No solo el podcast integra relatos significativos, sino que las piezas destinadas a YouTube, Instagram, TikTok o Facebook potencian la conexión con recuerdos compartidos mediante clips, visuales, trivia y microcontenidos que complementan la experiencia principal. Esto posiciona a GENX.COLOMBIA como un punto de reconocimiento cultural, capaz de activar memorias generacionales y generar diálogo intergeneracional entre la audiencia.

7.8. Encuesta como herramienta de complementaria de investigación.

La encuesta se realizó con el propósito de conocer el perfil de la audiencia potencial de GENX.COLOMBIA, identificando sus características demográficas, hábitos de consumo cultural y preferencias mediáticas. Este instrumento permitió recopilar información valiosa sobre los intereses, edades, plataformas preferidas y temáticas más atractivas para el público, elementos esenciales para orientar el enfoque narrativo y comunicativo del proyecto.

Los resultados obtenidos no solo nos ayudaron a comprender mejor al público objetivo, sino que también sirvieron para validar los supuestos teóricos para nuestra investigación y fortalecer las decisiones relacionadas con la producción y difusión del contenido. A partir de estos hallazgos, fue posible ajustar aspectos como el tono del discurso, la duración de los episodios y la integración de formatos audiovisuales complementarios.

Es importante aclarar que la encuesta no se considera una herramienta de uso continuo dentro del proceso creativo del proyecto, ya que su aplicación frecuente podría disminuir su impacto y generar sesgos en la interpretación de los resultados. En cambio, se realiza como un recurso puntual y estratégico, para la presentación del proyecto en la **Maestría en Generación y Gestión de Contenidos Digitales**, útil en las etapas iniciales de diagnóstico y validación, dentro de una metodología de investigación-creación, donde la práctica y la reflexión se retroalimentan constantemente.

7.8.1. Metodología

La encuesta se divulgó de manera virtual a través de nuestras redes sociales. La muestra fue de carácter no probabilístico, orientada a personas con interés en la cultura popular de las décadas de los 80, 90 y los primeros años del siglo XXI.

- **Instrumento:** cuestionario virtual auto administrado.
- **Difusión:** redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp).
- **Muestra:** no probabilística, de carácter intencional, conformada por personas con afinidad hacia la cultura popular de los años 80, 90 y 2000.
- **Tamaño de la muestra:** 50 personas
- **Alcance:** exploratorio-descriptivo.

7.8.2. Preguntas de la encuesta.

- ¿En qué rango de edad te encuentras?
- ¿Cuál es tu red social favorita para consumir contenido?
- ¿Qué plataforma utilizas para escuchar podcast?
- ¿Sobre qué series de TV te gustaría que hablemos en GENX.COLOMBIA?
- ¿Sobre qué películas te gustaría que hablemos en GENX.COLOMBIA?
- ¿Sobre qué grupos musicales te gustaría que hablemos en GENX.COLOMBIA?

- ¿Sobre qué videojuego y en qué consola te gustaría que hablemos en GENX.COLOMBIA?
- ¿Qué recuerdos te evocan las series, películas, videojuegos o música de estas décadas?
- ¿Qué series, películas, videojuegos o música recuerdas y con qué los asocias?
- ¿Crees que este tipo de contenido ayuda a conectar generaciones? ¿Por qué?

7.8.3. Perfil de la audiencia

Distribución de edades

- 30–39 años → 40%
- 40–49 años → 35%
- 20–29 años → 15%
- 50+ años → 10%
- Menores de 20 años → participación puntual (1 caso)

Análisis: La audiencia se concentra principalmente en Generación X y Millennials, lo cual confirma la pertinencia de un enfoque basado en la nostalgia y la memoria cultural de las décadas estudiadas.

7.8.4. Hábitos digitales y consumo mediático

Redes sociales favoritas

- Instagram : 40%
- Facebook : 35%
- TikTok : 20% (particularmente entre los más jóvenes, aunque también aparece en 40–49 años)
- YouTube → 5%

Análisis: Instagram y Facebook constituyen los canales centrales de comunicación, mientras que TikTok aparece como espacio emergente para atraer a públicos más jóvenes.

Plataformas de podcast

- Spotify → 75%
- Apple Podcasts, Google Podcasts, YouTube → 15%
- No consumen podcast → casos aislados

Análisis: Spotify es la plataforma dominante para la distribución, aunque se recomienda mantener presencia en YouTube para quienes prefieren consumir contenidos en formato audiovisual.

7.8.5. Preferencias culturales

Series y películas

- Series animadas y caricaturas: Dragon Ball, Super Campeones, Caballeros del Zodiaco, Los Simpson.
- Series colombianas: Francisco el Matemático, Dejémonos de vainas, Don Chinche.
- Series internacionales: Friends, Vikings, Game of Thrones, Beverly Hills 90210.
- Películas icónicas de los 80–90: Volver al Futuro, La vida es bella, El resplandor.
- Otras: Interestelar, Crepúsculo, Rápido y Furioso.
- Cine colombiano: Satanás, Perro come perro, Pájaros de verano.

Análisis: Las menciones evidencian un interés por producciones internacionales con alto impacto cultural, combinado con referentes colombianos, lo que refuerza la conexión entre lo global y lo local en la memoria colectiva.

Música

Rock en español: Soda Stereo, Aterciopelados, Héroes del Silencio.

Rock/Metal internacional: Metallica, AC/DC.

Otros géneros: Ska, rap, funk, reggae (minoría).

Música colombiana: salsa, cumbia, carranga, Grupo Niche.

Análisis: El rock latino de los 80–90 constituye el núcleo musical de la audiencia, complementado con ritmos colombianos tradicionales, lo cual revela una identidad híbrida entre lo global y lo local.

Videojuegos

Clásicos arcade/Nintendo: Super Mario Bros, Pac-Man, Street Fighter, Mortal Kombat, Crash, Sonic.

Consolas PlayStation/Xbox: GTA, Resident Evil, FIFA, God of War.

PC retro: Age of Empires, Carmen Sandiego, Top Gear.

Análisis: Los videojuegos clásicos y de arcade ocupan un lugar privilegiado en la memoria de los participantes, lo que confirma su valor como referente cultural intergeneracional.

7.9.6. Recuerdos y emociones asociados

Los recuerdos que más se asocian son la infancia, los amigos, la familia, colegio y el barrio.

Las emociones más mencionadas fueron felicidad, inocencia, nostalgia y unión.

También se destacó la importancia de los cambios tecnológicos y culturales.

Análisis: La nostalgia aparece no solo como recuerdo, sino como una emoción compartida que conecta experiencias individuales con un sentido de comunidad.

7.8.7. Conexión entre generaciones

La mayoría de los participantes afirmó que los contenidos retro permiten conectar generaciones, ya que sirven para revivir recuerdos y explicar a sus hijos o sobrinos cómo era el pasado. Este tipo de contenidos facilita el diálogo intergeneracional, al convertirse en un punto de encuentro entre quienes vivieron una época y quienes la conocen solo a través de relatos o medios digitales.

Un grupo minoritario manifestó no sentir dicha conexión, especialmente aquellos que no tienen afinidad con lo retro o prefieren contenidos contemporáneos. Esta diferencia evidencia que la relación con la nostalgia depende en gran medida de la experiencia personal, la edad y la exposición a los referentes culturales de cada época.

Se entiende, entonces, que la nostalgia funciona como un puente emocional y narrativo que fortalece los lazos entre generaciones, al mismo tiempo que activa procesos de memoria colectiva. Para nosotros en GENX.COLOMBIA es importante entender que la nostalgia afecta de maneras muy distintas según el contexto de nuestra audiencia este hallazgo reafirma la importancia de utilizar la cultura pop y los recuerdos compartidos como recursos para generar empatía, identidad y conversación entre distintas audiencias.

7.9.8. Conclusiones de la encuesta.

El público objetivo está conformado principalmente por personas de entre 30 y 49 años, es decir, Generación X y Millennials, quienes muestran fuerte vínculo con la cultura de los 80 y 90.

Las redes sociales estratégicas para la difusión del podcast son Instagram y Facebook, con apoyo en TikTok para captar públicos jóvenes.

Spotify es la plataforma principal para la distribución del podcast, aunque se recomienda mantener presencia en YouTube como alternativa.

Las preferencias culturales revelan un fuerte apego al rock en español, series animadas e íconos audiovisuales de los 80–90, así como videojuegos clásicos de arcade y consolas retro.

La nostalgia se configura como un recurso emocional que no solo evoca recuerdos, sino que también favorece la conexión intergeneracional.

7.8.9. Conclusiones generales para el desarrollo de GENX.COLOMBIA.

En primer lugar, definimos la nostalgia como una herramienta fundamental dentro de la narrativa de nuestros capítulos, ya que, como se ha mencionado anteriormente, buscamos conectar generaciones a través de los recuerdos y de la cultura pop. Este recurso no solo evoca emociones y experiencias compartidas, sino que también funciona como un punto de partida para la reflexión sobre los cambios culturales, tecnológicos y sociales que han moldeado a distintas generaciones.

Nuestro enfoque debe evolucionar más allá de un formato único, como lo es el podcast, y consolidarse en un ecosistema que permita convertir a nuestra audiencia en una comunidad activa y participativa. Para ello, nos apoyamos en conceptos como la memoria colectiva, la conexión intergeneracional y el retrofuturo, con el propósito de fortalecer el conocimiento y la identidad cultural.

Los capítulos de GENX.COLOMBIA continuarán desarrollándose en torno a temáticas relacionadas con el cine, las series, los videojuegos y la música. Estos contenidos se complementarán con reels y shorts diseñados para plataformas como Instagram y TikTok, con el fin de ofrecer información adicional, despertar curiosidad y dirigir a los usuarios hacia nuestros canales principales: YouTube y Spotify. Buscamos fomentar la creación de comunidad, es necesario fortalecer nuestro ecosistema de medios. Esto implica no solo diversificar los formatos y las plataformas.

8. Producto: Podcast GENX.COLOMBIA

8.1. Concepto y Enfoque

GENX.COLOMBIA es un podcast diseñado para explorar y reinterpretar la cultura pop de los años 80, 90 y principios del siglo XXI desde una perspectiva nostálgica, crítica y reflexiva. Su concepto se basa en rescatar recuerdos, productos culturales y experiencias colectivas que marcaron a generaciones enteras, no solo para revivirlos, sino también para analizarlos y comprender su impacto en la sociedad actual.

El enfoque del podcast combina análisis cultural, narrativas personales y referencias icónicas incluyendo series, películas, videojuegos, música y fenómenos sociales, para construir puentes emocionales entre generaciones. A través de conversaciones dinámicas, anécdotas propias, curiosidades y datos históricos, cada episodio invita a la audiencia a redescubrir los elementos culturales que definieron una época, entendiendo su valor simbólico y su evolución hasta hoy.

La nostalgia reflexiva es el eje conceptual del proyecto: una mirada que examina el pasado con profundidad, sin idealizarlo, reconociendo tanto sus aciertos como sus contradicciones. Esto permite generar una lectura más completa de cómo esos referentes culturales siguen influyendo en nuestras formas de pensar, sentir y relacionarnos. “Sin entrar en que todo tiempo pasado es mejor”.

Además, GENX.COLOMBIA empleamos un tono cercano, auténtico y conversacional que fomenta la conexión emocional y el diálogo intergeneracional, invitando a los oyentes a participar, recordar, compartir historias y construir memoria colectiva alrededor de la cultura pop que ha acompañado a varias generaciones

8.2 ¿Por qué una Segunda temporada de GENX.COLOMBIA?

La decisión de producir una segunda temporada de **GENX.COLOMBIA** surge de la necesidad de profundizar y expandir el proyecto más allá del formato inicial del podcast. Durante la primera temporada, el público mostró interés y reconocimiento hacia los contenidos centrados en la nostalgia, la memoria cultural y la reinterpretación de la cultura pop colombiana y latinoamericana. Este recibimiento evidenció que **GENX.COLOMBIA** no solo funciona como un espacio de entretenimiento, sino como un laboratorio de reconstrucción de memoria colectiva, especialmente significativo para la Generación X y los públicos que crecieron entre las décadas de 1980, 1990 y comienzos del 2000.

La segunda temporada responde a tres razones principales:

Profundizar en nuevos relatos culturales: La cultura pop es un territorio vasto y dinámico.

Explorar temas como la música, el cine, la televisión y los hábitos culturales de las décadas mencionadas permite ampliar la narrativa y aportar nuevos significados desde una nostalgia reflexiva.

Fortalecer la comunidad que se formó en la primera temporada: Se identificó un público con alto grado de identificación emocional con los recuerdos compartidos. Continuar el proyecto permite consolidar esa comunidad y seguir generando conversaciones intergeneracionales.

Dar continuidad al proceso de investigación-creación: El proyecto no solo produce contenidos: construye conocimiento. Cada capítulo funciona como una pieza donde la vivencia personal, la memoria colectiva y la teoría convergen. Una nueva temporada es una oportunidad para seguir investigando, creando y documentando.

8.3. Producción y Estructura Narrativa

La producción de GENX.COLOMBIA se desarrolla bajo un modelo tipo magazín radial, cuya estructura parte de un guion que permite abordar los temas con libertad, pero manteniendo un orden y un objetivo claro durante la realización del podcast. Este proceso integra tanto investigación documental como interacción directa con la audiencia.

El desarrollo de GENX.COLOMBIA se ha estructurado a partir de una metodología organizada en cinco fases principales. Cada una de ellas nos ha permitido avanzar desde la exploración conceptual hasta la producción del producto final, garantizando coherencia narrativa, estética y comunicativa en todo el proceso.

8.3.1. Fase de exploración y conceptualización

Es importante mencionar la fase de exploración inicial. En este punto se define qué tema se abordará en el capítulo del podcast y cómo se desarrollará, teniendo en cuenta que ya existe una guía previa para la elaboración del guion, la cual orienta la narrativa y garantiza coherencia en el contenido. El primer paso consiste en recopilar información, inicialmente a partir de fuentes digitales, y complementar esta búsqueda consultando a algún experto o seguidor del tema. Esto permite comprender el fenómeno desde distintas perspectivas y determinar la manera más adecuada de presentarlo.

Para fortalecer la comprensión de nuestra audiencia y validar los supuestos iniciales, los contenidos se nutren de conversaciones que permiten identificar los temas más relevantes para el desarrollo del podcast. En esta etapa, como parte del proceso de lanzamiento de la segunda temporada de GENX.COLOMBIA y de la presentación del trabajo de grado de la maestría, se diseñó y aplicó una encuesta exploratoria que

permitió reconocer hábitos de consumo cultural, emociones asociadas a la nostalgia y preferencias mediáticas.

8.3.2. Fase de diseño narrativo, A partir de los hallazgos de la fase anterior, se procedió al diseño de la estructura narrativa del proyecto. En primer lugar, se elaboró la historia central, en la cual se definieron el tono, el estilo y el recorrido narrativo a desarrollar. En esta etapa iniciamos nuevamente la recolección de información para complementar y confirmar lo trabajado previamente, tomando como referencia los ejes ya establecidos para la elaboración del guion. Estos ejes se materializan en un guion base, compuesto por las siguientes partes:

Introducción: breve descripción del tema con un componente de expectativa que anticipe de qué trata el episodio del podcast.

Presentación: identificación del podcast y de sus realizadores.

Saludo curioso: saludo dirigido a la audiencia con un estilo particular, relacionado con la temática del capítulo. Se emplea un tono ameno y humorístico que permite contextualizar el tema a tratar.

Parte técnica: presentación de los protagonistas o elementos centrales del capítulo (programa de televisión, grupo musical, película, entre otros), incluyendo datos de producción, contexto histórico y otros aspectos relevantes.

Contenido central: esta sección se estructura de manera similar a una infografía, en la que se realiza un recorrido narrativo por la historia del tema principal, ya sea un artista, serie, película o videojuego, conectándolo con experiencias personales y anécdotas que buscan generar identificación y despertar la nostalgia en la audiencia.

Cierre: conclusión del capítulo, acompañada de una invitación a escuchar el siguiente episodio y a visitar los contenidos de temporadas anteriores.

El tono narrativo del proyecto: es cercano y empático, procurando mantener siempre la veracidad y coherencia de la información presentada tanto en los capítulos del podcast como en las demás plataformas que conforman el ecosistema de medios de GENX.COLOMBIA. Para esta segunda temporada, daremos inicio con un episodio dedicado al artista Bryan Adams, ícono de la música que marcó a toda una generación con su estilo y letras cargadas de nostalgia. El guion base para este capítulo servirá como punto de partida para el desarrollo del podcast, manteniendo la estructura característica de GENX.COLOMBIA, que combina narración, análisis cultural y fragmentos musicales, junto con reflexiones que vinculan pasado y presente dentro del universo de la cultura pop.

Las decisiones creativas de GENX.COLOMBIA se fundamentan en la necesidad de desarrollar un producto narrativo coherente, atractivo y emocionalmente significativo para las audiencias. Para ello, se definió una estructura narrativa basada en elementos específicos que orientan tanto la selección de los temas como la construcción de cada capítulo.

La elección de los temas no se realiza al azar. Siempre buscamos que estén relacionados con conversaciones actuales o con tendencias que prevemos para los próximos meses. Esto garantiza que el contenido sea pertinente, oportuno y capaz de resonar con distintas audiencias. Además, cuidamos que el tono del programa sea cercano, tranquilo y natural, evitando caer en un estilo acartonado. Nuestro objetivo es mantener un formato tipo magazín: dinámico, conversacional y flexible, pero con un hilo narrativo claro.

Cada integrante del equipo cumple un rol específico dentro de la estructura narrativa, lo cual ayuda a conservar el orden, la coherencia y el ritmo del capítulo. Esta distribución de funciones se vuelve aún más evidente en el proceso de edición y montaje, donde resulta fundamental mantener la estructura previamente definida para lograr un episodio fluido, bien articulado y con una identidad sonora coherente.

En conjunto, estas decisiones creativas permiten que GENX.COLOMBIA construya un relato sólido y auténtico, capaz de conectar emocionalmente con la audiencia mediante un equilibrio entre memoria, análisis y entretenimiento.

Nuestro estilo se ha inspirado en referentes sonoros y narrativos como 88.9 La Superestación y Radioactiva, especialmente en la versión que escuchábamos a finales de los años 2000. El ritmo de estas emisoras, su forma de conversar con los oyentes y la naturalidad de sus locutores influyeron profundamente en la identidad que hoy buscamos proyectar. Aspiramos a transmitir esa cercanía, espontaneidad y vibra juvenil que caracterizaba a estas radios, adaptándola a un formato contemporáneo.

El proceso de diseño y creación del podcast ha sido especialmente entretenido, pues de alguna manera nos ha permitido cumplir ese deseo infantil o adolescente de “ser locutores de radio”. Sin embargo, también ha implicado un aprendizaje permanente. En ocasiones nos enfrentamos a dificultades como no encontrar suficiente información para construir un capítulo con la profundidad que deseamos, o trabajar con material sonoro de apoyo que presenta restricciones por derechos de autor, especialmente en plataformas como YouTube.

Incluso el desarrollo de la imagen visual del proyecto ha sido un desafío. Pensar en un logo o un identificador gráfico sin caer en diseños demasiado similares a otros referentes populares fue un proceso complejo. Aun así, logramos construir una identidad visual

con un logo y una paleta de colores que evocan un estilo retro y que se alinea con el propósito narrativo y estético de GENX.COLOMBIA. Asimismo, hemos optado por episodios cada vez más cortos para captar mejor la atención de la audiencia y facilitar la digestión del contenido en un entorno mediático saturado.

Estas experiencias nos han permitido fortalecer nuestras habilidades de investigación, adaptación y creatividad, buscando siempre soluciones responsables, originales y sostenibles. Gracias a ello, nuestro estilo continúa evolucionando, consolidándose como una mezcla entre nostalgia radial, narrativa contemporánea y un enfoque propio que diferencia a GENX.COLOMBIA dentro de una estrategia multiformato.

8.3.3. Guion del primer capítulo de la segunda temporada

Nombre :	genx.colombia
Nombre del capítulo	Bryan Adams
Duración :	30 minutos-Aprox
Locutores :	Jhonn Sotelo Javier Monroy

Indicación Técnica	Voz
Heaven, Bryan Adams-5Seg-Solo	
Heaven, Bryan Adams-Fondo	<p>Locutor (Javier) Este es uno de los cantantes de Rock pop ,que muchos de nosotros recordamos en nuestra adolescencia ,Talvez porque escuchábamos sus canciones y estas eran perfectas para dedicar a esa personal especial en nuestras vidas. Soy Javier Monroy y mi compañero de fórmula radial Jhonn Sotelo y nosotros somos genx.colombia un espacio para todas las generaciones y eso es : Bryan Adams Así que ruédalo Jhonn</p>
Heaven, Bryan Adams-Fondo	<p>Locutor (Jhonn) Hola Omar, hola a todos nuestros seguidores de genx.colombia y bienvenidos otra vez Y mis saludos A los que se encuentran en la vi.....</p>
Heaven, Bryan Adams-Fondo	<p>Locutor (Javier) Listo Fredy es momento de hablar de la parte técnica.</p>

Indicación Técnica	Voz
Heaven, Bryan Adams-Fondo	<p>Parte técnica Locutor (Jhonn)</p> <p>Antes de ser una estrella internacional, Bryan Adams era solo un joven canadiense con sueños de hacer música. Nacido en Kingston, Ontario, el 5 de noviembre de 1959, Bryan comenzó a tocar la guitarra desde muy joven. A mediados de los años 70, formó su primera banda, pero fue a principios de los 80 cuando todo empezó a cambiar. En 1983, su primer álbum "Cuts Like a Knife" lo catapultó al estrellato. Pero fue con su siguiente disco, "Reckless" (1984), cuando realmente conquistó al mundo.</p>
Summer of '69, Bryan Adams 3seg	
Summer of '69, Bryan Adams Fondo	<p>Locutor (Javier)</p> <p>"Summer of '69", un tema que muchos recordamos con nostalgia, se convirtió en uno de sus más grandes éxitos. La canción, con su riff de guitarra inconfundible, nos hizo pensar en los mejores momentos de nuestra juventud. Y es que, no solo era una canción sobre el pasado, sino una canción sobre el sentimiento de libertad de aquellos años de nuestra vida.</p>
Summer of '69, Bryan Adams Fondo-Transion con--- Heaven, Bryan Adams-Fondo	<p>Bryan Adams y las generaciones de los 80s y 90s]</p> <p>Locutor (Javier)</p> <p>En los años 80s y 90s, la música de Bryan Adams se convirtió en la banda sonora de toda una generación. En los 80s, Bryan logró crear una conexión especial con los adolescentes que buscaban algo más que una simple melodía pegajosa: querían letras con las que pudieran identificarse. "Heaven", por ejemplo, es una de esas canciones que marcó a muchos jóvenes de la época. Su poder emocional hizo que fuera el tema perfecto para momentos románticos o de pura reflexión.</p>
Heaven, Bryan Adams-Fondo	<p>Locutor (Jhonn)</p> <p>Y ¿qué tal "Everything I Do (I Do It for You)"?</p> <p>Esa es probablemente su canción más famosa a nivel mundial. Fue la banda sonora de la película Robin Hood: Prince of Thieves en 1991, y alcanzó el #1 en los charts de todo el mundo, permaneciendo allí durante varias semanas. Si alguien te pedía una canción para declarar su amor, esta era la elección. Era el himno de una generación que, aunque moderna, quería sentir esa conexión profunda con el amor verdadero.</p>

Indicación Técnica	Voz
Heaven, Bryan Adams-Fondo-- Transición -Please Forgive Me,Bryan Adams	Locutor (Jhonn) A lo largo de su carrera, Bryan Adams no solo fue un ícono musical, sino también un referente para nuevas generaciones de artistas. Su estilo simple, directo, con un toque de rock y pop combinado con su inconfundible voz, lo hizo único. En los 90s, siguió creando éxitos como "Please Forgive Me" o "All for Love", temas que continuaron sonando en cada rincón del planeta.
Please Forgive Me,Bryan Adams	Locutor (Javier) ¿Y qué decir de sus conciertos? Si tienes la suerte de haberlo visto en vivo, yo no tuve la fortuna de ir al concierto el 9 de abril de 2008 en el Coliseo Cubierto El Campin de Bogotá
Please Forgive Me,Bryan Adams	La Vigencia de Bryan Adams Hoy Locutor (Jhonn) Aunque los años han pasado, la música de Bryan Adams sigue vigente. Incluso en la actualidad, su legado es reconocido tanto por quienes crecieron con sus discos como por las nuevas generaciones que descubren sus canciones a través de las plataformas digitales. Y aunque ya no está en el centro de los reflectores como lo estuvo en los 80s y 90s, su música sigue siendo una parte fundamental de nuestra vida diaria.
Shine a Light Me,Bryan Adams	Locutor (Javier) Bryan Adams no solo logró marcar a generaciones, sino que también ha continuado innovando, y lo mejor de todo: su música nunca pasa de moda. Los acordes de sus canciones, las letras que reflejan emociones universales y, por supuesto, esa voz tan característica, siguen resonando en el corazón de los fans de ayer y de hoy.
Shine a Light Me,Bryan Adams	[Cierre] -Capitulo Locutor (Jhonn) Así que, si eres de esos que crecieron con sus canciones o si eres de una nueva generación que ha descubierto su música, hoy celebramos juntos a Bryan Adams, un artista que ha sabido mantenerse relevante a lo largo de los años, sin perder nunca esa chispa especial que lo convierte en uno de los grandes de la música mundial.
I Do It For You,Bryan Adams - Se extiende 5 seg aprox después de finalizar la voz -Ending	Cierre genx Locutor:Javier Gracias por acompañarnos en este capítulo de Bryan Adams Recuerden que nosotros somos genx.colombia un espacio para todas las generaciones

8.3.4. Fase de producción y prototipado

En esta fase se realiza la grabación del podcast en donde la locación es fundamental para este proceso el lugar elegido es Salas de ensayo y prácticas musicales de la Biblioteca Luis Ángel Arango un espacio idóneo por el control total del sonido permitiendo un sonido más limpio.

Los equipos usados para esta grabación del podcast son:

- Tableta Samsung tab 3
- Micrófono de solapa inalámbrico
- Trípode para tableta
- Celular Oppo A57-Almacenar información

En el proceso de producción o grabación del podcast se inicia leyendo y ajustando el guion corrigiendo algunos que consideramos que se pueden mejorar antes del empezar a grabar.

En la grabación del podcast tenemos en cuenta las condiciones sonoras en el espacio.

- Ambiente controlado: se graba en un espacio insonorizado o con tratamiento acústico básico para evitar reverberaciones y ruidos externos.
- Toma de voz principal: los locutores interpretan el guion con un tono cercano y natural, manteniendo la identidad comunicativa del proyecto.
- Definir roles dentro del podcast: más que definir roles es más la secuencia u orden al momento de hablar y como estas se deben complementar.

No hacemos un libreto formal como tal para poder tener libertad y no correr el riesgo de sonar cuadrículados, esto no quiere decir que no tenemos orden o coherencia, el guion nos

permite ser ordenados con un toque a la improvisación y la energía propia de GENX.COLOMBIA.

En GENX.COLOMBIA el trabajo se realiza así:

- Introducción: a cargo de Javier Monroy
- Presentación: a cargo de J.M.
- Saludo curioso: a cargo de John Sotelo
- Parte técnica: a cargo de J.M.
- Contenido central: a cargo de J.S. y J.M
- Cierre: a cargo de J.S. y J.M

Es decir, ejecutamos el guion para hacer el podcast, Posterior a este proceso de grabación se procede a revisar la calidad y el contenido realizado, esto se hace el mismo día al instante de realizar este proceso por si tenemos que hacer algún tipo de corrección. Luego se procede a revisar que pistas y como se va a editar

8.2.5. Fase de implementación y difusión

Una vez ya grabado el podcast se procede a realizar la edición ,este punto es fundamental ya que nos tenemos que ceñir a las condiciones que cada plataforma nos indique por ejemplo Spotify es más libre en cuanto a que no pone condiciones para editar el archivo y no requiere verificación de la autoría de las canciones mientras que YouTube si hace una revisión exhaustiva lo que condiciona que recursos se usan en este proceso de edición ,esto lo que hace es que el podcast se edite pensando en las posibles restricciones que nos de YouTube por lo cual debemos ser muy cuidadosos ,Una vez consolidados los materiales iniciales, se procede a la publicación de los episodios en las dos plataformas principales Spotify y Youtube.

Para el lanzamiento del ecosistema. Esta etapa implicó la puesta en marcha de una estrategia de difusión orientada a la visibilización del proyecto y al fortalecimiento de su comunidad digital.

Se implementaron acciones como la presentación de reels en plataformas como Tik-Tok e Instagram y nos hemos apoyado en publicaciones hechas en Facebook en donde presentamos noticias o publicaciones referentes al tema tratado incluso lo usamos como medio de difusión de los capítulos pertenecientes a las otras plataformas

8.2.6. Fase de validación y reflexión

La última etapa evaluaremos el impacto que tiene nuestro producto como en la identificación de oportunidades de mejora en cada uno de los elementos que componen nuestro ecosistema. De igual forma se realiza una evaluación del proceso creativo, identificando los aprendizajes derivados de la experiencia y los aspectos susceptibles de optimización en futuros capítulos.

Con base en estos resultados, se propuso una reformulación de secciones, formatos y estrategias narrativas, orientada al fortalecimiento de la segunda temporada y a la consolidación de GENX.COLOMBIA como una plataforma cultural.

8.4. Fases del proceso creativo en GENX.COLOMBIA

A continuación, se presentamos el proceso de producción de cada episodio de GENX.COLOMBIA, organizado en cinco fases que permiten garantizar la calidad narrativa, técnica y conceptual del proyecto. Cada etapa integra acciones específicas que van desde la investigación inicial hasta la publicación y evaluación del contenido final. Esta estructura metodológica asegura un equilibrio entre la nostalgia, el análisis riguroso y la experiencia creativa, consolidando un flujo de trabajo coherente y profesional.

	Fase	Acciones principales
1	Exploración	Búsqueda documental; conversaciones con la audiencia; identificación de tendencias y referentes.
2	Conceptualización	Definición del guion base; selección del tono narrativo; estructuración del episodio; equilibrio entre orden y nostalgia.
3	Creación	Escritura del guion final; grabación; producción de piezas digitales; curaduría de sonidos, música y datos.
4	Iteración	Edición del audio; pruebas de narrativa y ritmo; ajustes creativos; verificación de coherencia histórica y técnica.
5	Cierre	Publicación; difusión en redes; análisis de recepción; retroalimentación.

9¿Por qué crear una estrategia multiplataforma para GENX.COLOMBIA?

La implementación de una estrategia multiplataforma en GENX.COLOMBIA responde a la necesidad de expandir el alcance narrativo, relacional y experiencial del proyecto más allá del producto central el podcast permitiendo que la audiencia interactúe con el contenido desde distintos formatos, lenguajes y dispositivos. En un entorno digital caracterizado por la convergencia mediática y el consumo fragmentado, operar en una sola plataforma limita el potencial de circulación, participación y memoria cultural que el proyecto propone:

Una estrategia multiplataforma garantiza que el contenido se adapte a los modos de consumo contemporáneos, donde los usuarios alternan entre audio, video, imagen y texto según sus hábitos, tiempos y motivaciones. De este modo, cada canal digital se convierte en un punto de entrada autónomo al universo narrativo de GENX.COLOMBIA, ofreciendo experiencias personalizadas pero interconectadas. Mientras el podcast profundiza en la reflexión y el análisis cultural, las redes sociales permiten complementar, expandir y dinamizar el relato mediante clips breves, piezas visuales, debates, memes, archivos afectivos y contenido participativo que fortalece la construcción de comunidad.

Crear una estrategia multiplataforma también responde a un objetivo clave: convertir a la audiencia en agente activo del proceso comunicativo. A través de espacios de interacción, comentarios, aportes de recuerdos y circulación de experiencias comunes, el público deja de ser únicamente receptor para convertirse en prosumidor, coproductor de narrativas y memoria colectiva. Esto amplifica el valor cultural del proyecto, diversifica los puntos de contacto con la marca y aumenta las posibilidades de permanencia y fidelización.

En síntesis, apostar por una estrategia multiplataforma permite a GENX.COLOMBIA no solo amplificar su alcance, sino también construir un ecosistema vivo, participativo y sostenido en el tiempo, donde cada plataforma aporta un rol específico dentro de la experiencia global del usuario. Así aseguramos que la nostalgia, la reflexión y el diálogo intergeneracional no se queden en un formato único, sino que se expandan en múltiples lenguajes y escenarios digitales, potenciando su resonancia emocional y cultural.

La estrategia multiplataforma permite:

Una estrategia multiplataforma permite distribuir y adaptar el contenido en diferentes medios digitales, aprovechando las particularidades comunicativas, narrativas y de consumo de cada uno. Su implementación no solo amplía el alcance del mensaje, sino que diversifica las rutas de acceso y facilita que la audiencia interactúe con el proyecto desde el entorno que más consume o que le resulta más cómodo.

Aplicada a proyectos culturales como GENX.COLOMBIA, una estrategia multiplataforma permite:

Mayor alcance y visibilidad:

- El contenido llega a diferentes públicos según sus hábitos de navegación.
- Aumenta las probabilidades de descubrimiento orgánico gracias al uso de múltiples canales.

Diversificación de formatos

- El mensaje se adapta a lenguajes distintos: audio, video, piezas visuales, textos cortos, interacción en tiempo real, etc.
- Se potencia la creatividad al generar contenido derivado

Conexión emocional y engagement

- Cada plataforma ofrece oportunidades para activar la nostalgia, el recuerdo y la conversación.
- La audiencia puede reaccionar, comentar, compartir y aportar su experiencia generacional.

Construcción de comunidad

- Facilita espacios de interacción constante más allá del consumo pasivo.
- Promueve el sentido de pertenencia, la memoria colectiva y la participación activa.

Tránsito de la audiencia dentro del ecosistema

- Las plataformas funcionan como puertas de entrada que redirigen hacia el núcleo del proyecto (el podcast).
- Permite crear rutas narrativas donde el usuario descubre contenido complementario.

Recogida de datos e insights

- Cada plataforma ofrece métricas distintas que ayudan a entender intereses y comportamientos.
- Permite ajustar estrategias y contenidos con base en evidencia real.

Sostenibilidad y crecimiento del proyecto

- Abre la posibilidad a alianzas, colaboraciones y formatos comerciales futuros.
- Potencia el posicionamiento de marca y su permanencia en el tiempo.

9.1. Ecosistema de medios GENX.COLOMBIA

El ecosistema de medios de GENX.COLOMBIA está creado como una red que conecta, amplían y complementan la experiencia de nuestro podcast. Cada medio aporta una

pieza única del relato, invitando al público a moverse entre formatos y descubrir nuevos matices de la cultura pop de los 80, 90 y 2000.

9.1.1. Plataforma central: el núcleo del proyecto

Las plataformas Spotify y YouTube fueron seleccionadas como punto de partida para el lanzamiento de GENX.COLOMBIA debido a su pertinencia estratégica frente a las características temáticas, narrativas y sonoras del proyecto. La música, entendida como dispositivo de memoria y evocación generacional, constituye un eje central del contenido, presente en capítulos dedicados a artistas y bandas como *Guns N' Roses*, *Soda Stereo* o *Bryan Adams*. En este sentido, Spotify se consolida como el espacio principal para la experiencia sonora del podcast, donde la escucha prolongada, íntima y contextualizada favorece la conexión emocional con los recuerdos y con la nostalgia musical que el proyecto aborda.

YouTube opera como plataforma complementaria dentro de la estrategia multiplataforma, permitiendo expandir el relato a través de recursos visuales y audiovisuales. A diferencia de Spotify, este entorno integra imágenes, fragmentos de archivo, videografías y material gráfico que enriquecen el discurso sonoro y fortalecen la inmersión del usuario. Desde allí se proyecta el desarrollo del video podcast y otros formatos audiovisuales analíticos. Como antecedente, ya se cuenta con un piloto dedicado a *Batman: El caballero de la noche* dirigido por Christopher Nolan, publicado en el canal oficial.

De esta forma, mientras Spotify prioriza la experiencia auditiva, YouTube amplifica el universo narrativo desde lo visual, lo que permite adaptar el contenido al comportamiento de consumo híbrido de la audiencia. Esta integración no responde solo

a criterios de distribución, sino a una estrategia multiplataforma donde cada medio cumple un rol narrativo específico dentro del ecosistema digital del proyecto.

El podcast, publicado de manera quincenal en ambas plataformas a partir de diciembre de 2025, constituye el contenido matriz. Cada episodio articula memoria, análisis y nostalgia para reconectar a la audiencia con referentes culturales que marcaron distintas etapas de su vida en lo musical, audiovisual y mediático. No obstante, con la llegada de la segunda temporada, la experiencia se expandirá más allá de Spotify y YouTube mediante una estrategia multiplataforma que integra redes sociales, clips, materiales adicionales y espacios de participación activa del público.

9.1.2. Extensiones digitales: expansión del contenido

Nuestro podcast en redes sociales tendrá formatos breves y visuales que conectan emocionalmente con la audiencia.

TikTok: La función de esta plataforma dentro de nuestro ecosistema será la de generar expectativa sobre el contenido de nuestro podcast, presentado un abre-bocas buscando generar engagement dirigiendo al público a Spotify y Youtube. Para este primer capítulo, dedicado a Bryan Adams, los reels en TikTok presentarán una selección de canciones especiales que marcaron distintas generaciones conectando la música con la memoria y la nostalgia

Instagram: En esta plataforma complementaremos la información del podcast. Para el primer capítulo de la segunda temporada de GENX.COLOMBIA, dedicado a Bryan Adams, compartiremos un *reel* donde contaremos curiosidades, anécdotas y datos interesantes sobre el artista, conectando así con la nostalgia y los recuerdos de toda una generación.

Facebook: Canal complementario que difunde noticias, trivias, recomendaciones y curiosidades, publicaremos los enlaces que conecten a Spotify y YouTube presentando

nuestro podcast de Bryan Adams, pero esto no para ahí publicaremos un hilo de discusión denominando “A que no conocías estas canciones de Bryan Adams” esto con el fin de generar un espacio de opinión con la audiencia.

Espacio web el punto de convergencia: La página web de GENX.COLOMBIA tiene un papel fundamental dentro del ecosistema del proyecto. Su función principal será actuar como el eje central donde se integran, amplía y archivan los contenidos que se distribuyen en otras plataformas.

Comunidad viva: interacción y co-creación: Más allá de los canales, GENX.COLOMBIA busca construir una comunidad activa que participe, opine y cocree contenido.

Cada publicación, comentario o aporte del público se convierte en parte del relato colectivo, fortaleciendo el vínculo entre el proyecto y su audiencia

9.2. Estructura del ecosistema de GENX.COLOMBIA



El ecosistema de GENX.COLOMBIA se organiza en cuatro etapas

Estas etapas son:

- Expectativa
- Presentación del Capítulo
- Complemento
- Sostenimiento

El propósito de estas fases es generar un discurso articulado que permita conectar con audiencias diversas, adaptarse a múltiples plataformas y construir una experiencia más profunda y significativa. En otras palabras, no se trata solo de “estar en varias redes”, sino de construir una narrativa coherente, expandida y participativa en distintos medios.

9.2.1. Expectativa

En esta fase hacemos uso de TikTok, donde publicamos clips breves que anticipan el tema del próximo episodio. El objetivo es despertar la curiosidad, activar la memoria emocional del público y provocar conversación antes del lanzamiento. En estos contenidos utilizamos un lenguaje cercano y espontáneo, acompañado de humor, referencias culturales y fragmentos de archivo que refuerzan la conexión nostálgica y emocional con nuestra audiencia.

Esta etapa funciona como un momento de expectativa, en el que cada publicación se convierte en una pieza clave del relato general en GENX.COLOMBIA. A través de estos clips, la audiencia empieza a reconocer el tono, la identidad visual y sonora del proyecto, estableciendo un vínculo emocional que trasciende la pantalla. Así, la expectativa no solo cumple una función de engagement, sino que también invita a las personas a revivir

recuerdos compartidos, conectando pasado y presente desde la cultura pop que nos define.

9.2.2. Presentación del capítulo

Las plataformas Spotify y YouTube actúan como el eje central del ecosistema de GENX.COLOMBIA. En estos espacios se publican los episodios del podcast, donde la conversación adquiere una mayor profundidad narrativa y reflexiva, permitiendo explorar los temas desde distintas perspectivas de la cultura pop.

El podcast se estructura bajo un formato tipo magazín, que combina análisis, entrevistas, fragmentos sonoros y música, generando una dinámica ágil y envolvente. Este enfoque busca mantener un equilibrio entre el entretenimiento y la reflexión cultural, logrando que cada capítulo sea una experiencia que conecta la memoria, la emoción y el pensamiento crítico.

En GENX.COLOMBIA, entendemos el podcast no solo como un espacio de difusión, sino como un lugar de encuentro generacional, donde las voces, los recuerdos y los sonidos del pasado dialogan con las sensibilidades del presente. Es allí donde la nostalgia se transforma en reflexión, y la cultura pop se convierte en una herramienta para comprender quiénes fuimos y cómo seguimos construyendo nuestra identidad colectiva.

9.2.3. Complemento

Una vez publicado el episodio, en Instagram compartimos reels que complementan la narrativa del podcast. En ellos se publican fragmentos con datos curiosos, referencias visuales y piezas de archivo, que amplían el universo narrativo de cada capítulo.

Estos contenidos funcionan como una extensión visual y emocional del podcast, permitiendo prolongar la conversación, contextualizar los temas tratados y abrir nuevas lecturas desde la cultura pop. A través del formato ágil y cotidiano de Instagram, buscamos que la audiencia reconecte con sus recuerdos, pero también descubra nuevas perspectivas sobre los símbolos, sonidos y personajes que marcaron una época.

9.2.4. Sostenimiento

El sostenimiento del proyecto se da a través de la página web y el grupo de Facebook, los cuales funcionan como repositorios y espacios de comunidad, en la web se alojan los capítulos, fichas informativas, fotografías y textos complementarios que fortalecen el carácter documental y reflexivo del proyecto.

Por su parte, el grupo de Facebook fomenta la participación activa de los seguidores mediante comentarios, debates, recomendaciones y publicaciones.

Estas etapas no son rígidas; es decir, con excepción del núcleo del ecosistema conformado por YouTube y Spotify como plataformas principales de distribución del podcast, las demás herramientas pueden cumplir roles similares o complementarios según las necesidades de producción. La asignación de tareas específicas a cada plataforma se define estratégicamente durante el proceso creativo.

Por ejemplo, un reel diseñado inicialmente para TikTok puede ser adaptado y reutilizado en Facebook o Instagram. Sin embargo, este proceso debe hacerse con cuidado para evitar la replicación excesiva de contenidos, ya que el objetivo es que cada elemento del ecosistema cumpla una función narrativa diferenciada y aporte valor desde su propio formato y tipo de audiencia. Mantener esta coherencia garantiza una experiencia sólida, diversa y atractiva para los usuarios.

9.3. Colaboraciones y redes (Alianzas estratégicas)

Podcasts aliados.

Es un paso importante en el desarrollo de GENX.COLOMBIA este es un propósito para esta segunda temporada en donde podemos ser invitados a otro podcast o invitarlos al nuestro.

Artistas, músicos y creadores

Estamos en la búsqueda de artistas, músicos y creadores que nos aporten su conocimiento además una voz diferente a la nuestra les da un nuevo aire a los capítulos.

9.6. Monetización y sostenibilidad

Patrocinios de marcas

En el desarrollo de los capítulos de esta segunda temporada para ser más exactos a partir del capítulo 3 tenemos como propósito poder incluir alguna(s) marca(s) que pauten con nosotros, la figura sería patrocinando alguna sección.

Merchandising:

En este momento en un cambio de identidad de marca estamos obsequiando calcas-stickers con el objetivo de hacer branding y tener más seguidores en nuestras redes sociales.

Reconocimiento y fidelización:

Creación de una comunidad de oyentes. Usando la página de GENX.COLOMBIA como eje de esta comunidad, apoyada en Instagram, Facebook y Tiktok.

10. Key visual de GENX.COLOMBIA

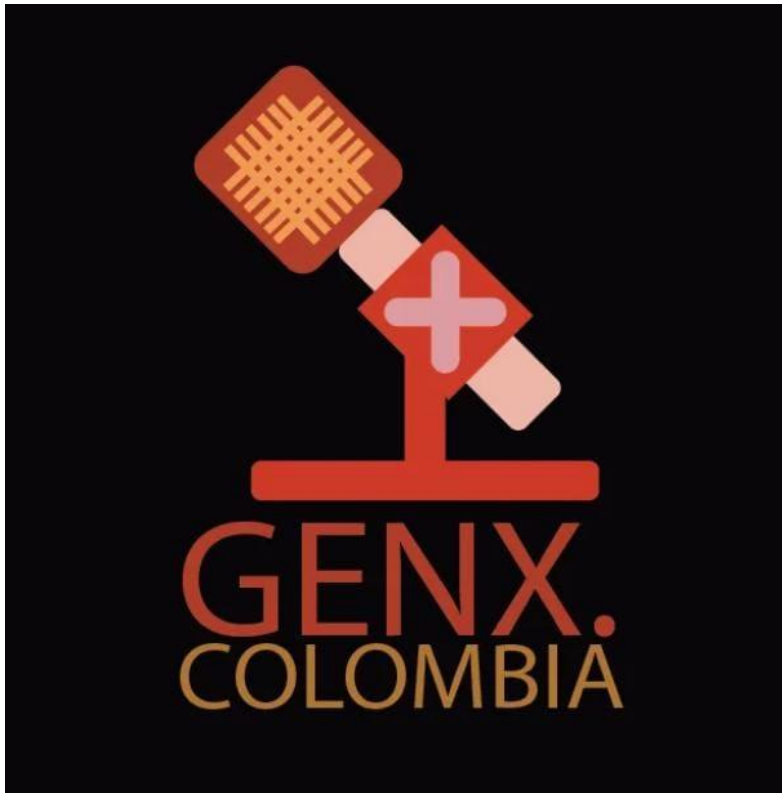
El logo de GENX.COLOMBIA ha pasado por varias fases durante su proceso de diseño. En un inicio fue representado por una banderilla y, posteriormente, por unos audífonos con una combinación de colores que no reflejaban adecuadamente lo que se quería comunicar. Sin embargo, a través de un proceso creativo que incluyó trabajo de campo y conversaciones con nuestra audiencia, llegamos a la idea de utilizar un micrófono como elemento central, símbolo del instrumento con el cual producimos nuestro contenido.

En cuanto a la paleta de colores, se optó por tonos asociados a lo retro y con una textura visual que evocara el estilo de los crayones, buscando generar una sensación de cercanía, nostalgia y autenticidad, coherente con la identidad del proyecto.

Nuestro logo de GENX.COLOMBIA presenta una composición moderna y simbólica que combina elementos gráficos asociados al universo del sonido y la comunicación, reflejando su esencia como proyecto cultural.

El diseño está compuesto por la silueta de un micrófono, formado por figuras geométricas simples (rectángulos y rombos) que le da un estilo minimalista y contemporáneo. En la parte superior, el cuadrado inclinado con textura reticulada evoca la rejilla del micrófono, símbolo universal de la expresión oral, la memoria sonora y la conversación elementos fundamentales del proyecto.

En el centro, un rombo con una cruz o signo positivo (+) representa la conexión, la suma de generaciones y la construcción colectiva de recuerdos, aludiendo al diálogo entre pasado y presente que caracteriza a GENX.COLOMBIA.



Debajo del ícono se ubica el nombre del proyecto en dos líneas:

- ❖ GENX. : En tipografía sans serif, mayúscula, de color rojo intenso.
- ❖ COLOMBIA: En una tonalidad dorado–ocre, más cálida, que equilibra la composición y refuerza el vínculo con la identidad nacional.

Paleta cromática y su significado

- **Rojo anaranjado**
 - ❖ Tono dominante del logo.
 - ❖ Transmite energía, vitalidad y creatividad.
 - ❖ Representa la pasión por contar historias y la fuerza expresiva del proyecto.

- **Rojo oscuro / Terracota**

- ❖ Presente en la base y en detalles del micrófono.
- ❖ Evoca calidez, cercanía y una sensación nostálgica asociada a los medios analógicos (radios, grabadoras, cassetes).

- **Dorado ocre**

- ❖ Utilizado en la palabra *COLOMBIA*.
- ❖ Aporta equilibrio visual y un toque de identidad local.
- ❖ Simboliza la memoria, el valor del tiempo y la riqueza cultural del país.

- **Fondo negro**

- ❖ Destaca la composición y da protagonismo a los colores cálidos.
- ❖ Representa el espacio sonoro del podcast, el vacío que se llena con la voz y la música.

10.1. Como se ve aplicado la estrategia multiplataforma de GENX.COLOMBIA.

La estrategia multiplataforma de GENX.COLOMBIA se materializa a través de un ecosistema digital en el que diferentes plataformas y formatos se articulan para ampliar la circulación del contenido y fortalecer la conexión con la audiencia. Esta estrategia no se limita a replicar el mismo material en distintos canales, sino que distribuye contenidos adaptados al lenguaje, dinámica y propósito comunicativo de cada plataforma, asegurando que el usuario viva una experiencia complementaria y continua.

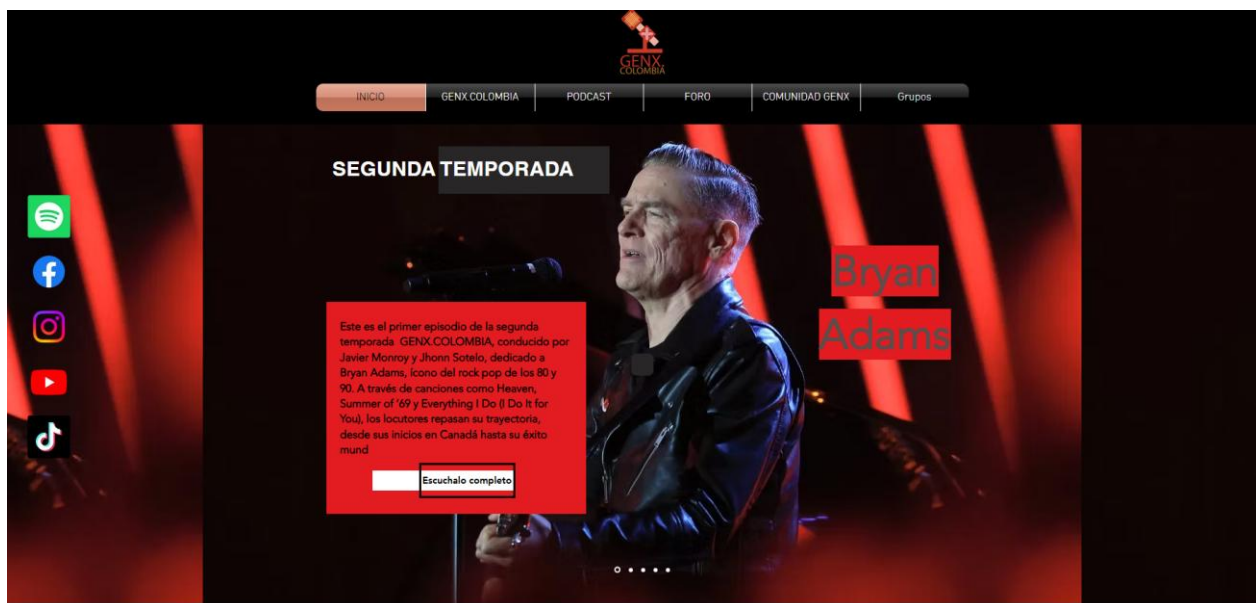
En este modelo, el podcast constituye el núcleo central de contenido, mientras que las demás plataformas funcionan como espacios de extensión narrativa, promoción, interacción y participación. Cada medio suma valor desde su propio formato (audio, video, clips breves, textos, memoria visual, dinámicas participativas), permitiendo múltiples puntos de acceso a la historia y generando un consumo más dinámico y transversal

Plataforma	Rol	Función narrativa específica
Podcast (Spotify / YouTube)	Contenido matriz	Introduce los temas centrales del proyecto. Articula memoria generacional, análisis y nostalgia. Define el tono editorial y el universo narrativo de GENX.COLOMBIA.
Instagram	Archivo afectivo y curaduría visual	Construye memoria emocional a través de imágenes, reels y micro relatos. Activa la identificación generacional y promueve la interacción con la audiencia.
TikTok	Reinterpretación creativa y re significación cultural	Adapta y resignifica los contenidos del podcast a formatos breves y lenguajes contemporáneos, favoreciendo el diálogo intergeneracional.
Facebook	Contador de Historias	Complementa con noticias asociadas con el tema central del podcast.
Sitio web / plataforma central	Nodo de integración y memoria expandida	Articula todas las plataformas. Aloja contenidos de profundidad (artículos, líneas de tiempo, archivos colaborativos) y permite recorridos no lineales del universo narrativo.

Podcast (Spotify / YouTube)



Canales secundarios (Instagram-Tik-Tok- Facebook)



11. Modelos de negocio de GENX.COLOMBIA

11.1. Presupuesto GENX.COLOMBIA (Segunda Temporada)

Objetivo del presupuesto

Cubrir los costos de producción, difusión y sostenibilidad del proyecto **GENX.COLOMBIA**, fortaleciendo la calidad técnica, el alcance y la identidad visual de la marca en medios digitales.

Categoría	Detalle / Actividades	Costo estimado (COP)
Producción de audio y video	Grabación, edición de sonido, masterización, ambientación musical, limpieza de audio, postproducción de video para redes	\$2,500,000.00
Diseño gráfico y branding	Diseño de piezas gráficas para redes, miniaturas, portada de pódcast, plantillas de publicaciones, adaptación de logo, animaciones ligeras	\$1,000,000.00
Gestión de redes y community management	Planificación de contenido, programación de publicaciones, análisis de métricas, interacción con comunidad	\$1,200,000.00
Marketing y difusión	Publicidad paga (Meta Ads, TikTok Ads, YouTube), campañas de visibilidad, colaboraciones con creadores afines	\$1,500,000.00

Equipo técnico y software	Mantenimiento y actualización de micrófonos, luces, trípodes, licencias de edición (Adobe Audition, Premiere, Canva Pro, Descript)	\$1,200,000.00
Logística y producción externa	Transporte, alimentación, invitados especiales, alquiler de locaciones o estudios (si aplica)	\$ 800,000.00
Administración y gestión	Honorarios de coordinación, registro de marca, dominio web, hosting, gestión de patrocinios	\$800,000.00
Desarrollo de comunidad y merchandising	Producción de camisetas, stickers, pines o souvenirs con identidad retro (para fidelización o venta)	\$1,000,000.00
Total, Estimado x Temporada		\$ 9,280,000.00

Proyección de ingresos potenciales

Fuente de ingreso	Descripción	Estimado (COP)
Monetización digital	YouTube, Spotify for Podcasters, Facebook Reels, TikTok Creator Program	\$ 1,000,000.00
Patrocinios o menciones	Alianzas con marcas culturales o tecnológicas	\$ 2,000,000.00
Colaboraciones o eventos	Participación en ferias, podcast en vivo, talleres, charlas	\$ 1,500,000.00
Venta de productos	Camisetas, pines, stickers retro	\$ 1,000,000.00
Total potencial de ingresos		\$ 5,500,000.00

Con este esquema, el financiamiento externo o propio cubriría la diferencia hasta equilibrar el costo total de la temporada.

Estrategia financiera

- **Autogestión inicial:** uso de recursos y equipos propios para reducir costos fijos.
- **Búsqueda de patrocinios afines:** marcas de tecnología vintage, cultura geek, tiendas retro, productoras audiovisuales, espacios culturales.
- **Monetización progresiva:** aumento de visualizaciones, apertura de membresías y venta de productos de marca.
- **Reinversión:** destinar mínimo el 30% de ingresos a mejorar la calidad de producción y difusión.

Mes	Actividad Principal	Ejecución presupuestal aproximada
1	Preproducción y diseño de marca visual	\$ 1,000,000.00
2	Producción de episodios iniciales	\$ 2,500,000.00
3	Difusión y promoción de lanzamiento	\$ 1,500,000.00
4	Producción continua y redes sociales	\$ 2,000,000.00
5	Comunidad y merchandising	\$ 1,000,000.00
6	Cierre de temporada y evaluación	\$ 2,000,000.00
Total		\$ 10,000,000.00

11.2. Plan de financiamiento

Garantizar la sostenibilidad y expansión de GENX.COLOMBIA como ecosistema de medios digitales enfocado en la cultura pop y la nostalgia, fortaleciendo su producción de contenidos, presencia en plataformas, estrategias de marketing y conexión con su comunidad.

Estructura del proyecto

El financiamiento se orienta a tres líneas principales:

Producción de contenido: podcast, video, redes sociales, y material audiovisual complementario.

- **Difusión y posicionamiento:** estrategias de marketing digital y presencia en eventos o colaboraciones.
- **Gestión y sostenibilidad:** monetización, alianzas y diversificación de ingresos.

11.3. Fuentes de financiamiento

A. Recursos propios

- Aportes iniciales del equipo de producción (equipos, tiempo, edición, locución).
- Espacios físicos o virtuales propios para grabación y edición.

B. Ingresos por monetización digital

Plataformas de streaming:

Monetización a través de Spotify for Podcasters, YouTube (adsense y membresías).

Ingreso por visualizaciones, reproducciones y suscripciones.

Redes sociales:

Contenido patrocinado, reels monetizados y colaboraciones pagadas (Instagram, TikTok y Facebook).

C. Alianzas y patrocinios

Marcas afines a la cultura pop, el entretenimiento y la tecnología retro (ej. tiendas de vinilos, gadgets vintage, cómics, cine, moda o coleccionismo).

Empresas locales y pymes interesadas en conectar con audiencias de 25 a 50 años mediante publicidad contextual o menciones en el podcast.

Medios o plataformas culturales con los que se puedan generar proyectos colaborativos o contenido cofinanciado.

D. Convocatorias y apoyos institucionales

- Participación en **fondos culturales o de comunicación** (por ejemplo, MinCultura, Idartes, Ibermedia, CREA Digital).
- Postulación a **becas de creación de contenido digital o pódcast** (nacionales e internacionales).
- Vinculación con universidades o centros culturales interesados en investigación sobre memoria y medios.

11.4. Estrategia de sostenibilidad

1. **Diversificación de ingresos:** combinar monetización digital, patrocinios y productos derivados.
2. **Crecimiento orgánico:** fortalecer la comunidad a través de contenido constante, interacción y participación del público.

3. **Gestión profesional:** mantener control de gastos, establecer presupuestos por temporada y medir resultados (alcance, reproducciones, engagement).
4. **Reinversión:** destinar un porcentaje de los ingresos a mejorar la calidad técnica, ampliar la difusión y desarrollar nuevos formatos (documentales, especiales, en vivos).

11.5. Proyección financiera básica (referencial por temporada)

Categoría	Descripción	Costo estimado (COP)
Producción (grabación, edición, música)	Honorarios, software, equipo técnico	3000000
Diseño y comunicación	Branding, redes sociales, piezas gráficas	1000000
Marketing digital	Publicidad en redes, campañas de difusión	1500000
Logística y alianzas	Colaboraciones, desplazamientos, invitados	1000000
Total, Estimado x Temporada		6500000

(Los valores pueden ajustarse según recursos propios o externos).

11.6. Proyección a mediano plazo

- **Año 1:** consolidar presencia digital, aumentar audiencia y establecer primeras alianzas comerciales.
- **Año 2:** diversificar ingresos mediante membresías, productos de marca (merchandising retro) y colaboraciones con marcas culturales.
- **Año 3:** convertir GENX.COLOMBIA en un referente de cultura pop intergeneracional en el ámbito digital colombiano y latinoamericano.

11.7. Conclusión

Nuestro modelo de negocio en GENX.COLOMBIA cuenta con un enfoque estratégico sólido buscando garantizar sostenibilidad y crecimiento durante la segunda temporada. El presupuesto planteado permite cubrir las necesidades fundamentales de producción, diseño, difusión, administración y desarrollo comunitario, asegurando una mejora significativa en la calidad técnica y en la presencia digital del proyecto.

En cuanto a los ingresos, está basado en cuatro fuentes principales: plataformas digitales, patrocinios, colaboraciones y venta de productos. Aunque estas no cubren por completo el costo total estimado de la temporada, sientan las bases para un modelo de financiamiento mixto que combina recursos propios, ingresos orgánicos y apoyos externos.

Nuestra estrategia financiera es un enfoque racional, basado en la autogestión inicial, la búsqueda de alianzas con marcas afines y la reinversión continua de un porcentaje de los ingresos. Por otro lado, el plan de financiamiento identifica diversas oportunidades externas como convocatorias culturales, alianzas institucionales y patrocinios especializados.

12. Público objetivo

El público objetivo de GENX.COLOMBIA está compuesto por personas que crecieron o se formaron culturalmente entre los años 80, 90 y 2000, y que sienten afinidad por los contenidos que evocan recuerdos, emociones y experiencias compartidas de esas décadas. Asimismo, incluye a nuevas generaciones interesadas en descubrir cómo era la cultura pop de ese período y su influencia en la actualidad.

12.1. Público Principal

Segmento principal

- **Generaciones X y Millennials (Y) (30 a 50 años)**
- **Ubicación:** Principalmente en Colombia (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla), con proyección a Latinoamérica y audiencia de colombianos en el exterior.
- **Género:** Hombres y mujeres por igual.
- **Nivel educativo:** Técnico, profesional o universitario.
- **Nivel socioeconómico:** Medio y medio-alto.
- **Ocupación:** Profesionales, creativos, comunicadores, docentes, publicistas, diseñadores, periodistas o personas con interés en los medios, el entretenimiento y la cultura.

Perfil psicográfico

Intereses: Cultura pop, música retro, televisión clásica, cine de los 80, 90 y 2000, tecnología vintage, publicidad y tendencias culturales.

Motivaciones:

Revivir recuerdos de su infancia o juventud.

- Conectar emocionalmente con contenidos que marcaron su vida.
- Compartir referencias culturales con otras generaciones (hijos, estudiantes o colegas).
- Reflexionar sobre cómo ha cambiado la sociedad, los medios y el entretenimiento.

Valores: Autenticidad, identidad cultural, curiosidad, memoria colectiva

Actitudes: Prefiere contenidos con profundidad y contexto; valora la nostalgia no como una idealización del pasado, sino como una forma de comprender el presente.

12.2. Público Secundario

Segmento secundario

Generación Z curiosa (18-29 años):

Está conformada por jóvenes interesados en la estética retro, la música de los años 80, 90 y 2000, y en los orígenes de las tendencias culturales actuales. Son nativos digitales por excelencia, que consumen, reinterpretan y reconfiguran la cultura pop desde los entornos virtuales donde habitan cotidianamente.

Aunque no vivieron directamente las décadas que inspiran nuestro proyecto, las redescubren a través de la nostalgia mediada que circula en plataformas como TikTok, YouTube y Spotify, espacios donde los íconos del pasado resurgen con nuevos significados. Para

ellos, lo retro no es un recuerdo personal, sino una experiencia cultural adoptada que conecta su presente con las sensibilidades de otras generaciones.

En GENX.COLOMBIA, la generación Z se aproxima con una curiosidad estética y emocional hacia los contenidos. Participan activamente en la conversación, aportando lecturas frescas, humor y creatividad. Para esta generación, lo retro es una expresión cultural, una manera de entender el pasado desde las dinámicas participativas del presente digital.

Hábitos de consumo

Plataformas preferidas: Spotify, YouTube, Instagram, TikTok y Facebook.

Estas plataformas son los principales espacios donde la audiencia de GENX.COLOMBIA accede a contenidos culturales y de entretenimiento. Su elección responde al equilibrio entre lo visual, lo auditivo y lo participativo.

Formatos favoritos: Podcasts, clips de video, trivias, cápsulas informativas, entrevistas y listas temáticas. Los formatos breves y dinámicos capturan la atención del público, mientras que el podcast ofrece una experiencia más profunda, reflexiva y emocional. Este balance entre inmediatez y contenido elaborado facilita la exploración de la cultura pop desde distintos niveles de interés y participación.

Momentos de consumo: Durante el trabajo, los desplazamientos, los tiempos de descanso y los fines de semana. La audiencia integra el contenido de GENX.COLOMBIA en su rutina cotidiana, convirtiendo el consumo en una experiencia flexible y constante.

Estilo de interacción: Activo, participativo y nostálgico.

Los oyentes y seguidores comentan, comparten anécdotas y recuerdos relacionados con los temas tratados, generando una conversación abierta y colaborativa. Este intercambio fortalece el sentido de comunidad y refuerza la identidad emocional del proyecto.

El público de GENX.COLOMBIA encuentra en el podcast un espacio para revivir, reinterpretar y compartir los referentes culturales.

12.3. Buyer Persona

- ***Carolina Ramírez***
- **Edad:** 45 años
- **Género:** Mujer
- **Ubicación:** Principalmente en Colombia (Bogotá, Medellín, Cali), con audiencia secundaria en Latinoamérica y entre colombianos residentes en el exterior.
- **Nivel educativo:** Educación técnica, profesional o posgrado.
- **Ocupación:** Profesional en áreas administrativas, educación, comunicación o servicios.

Nivel socioeconómico: Medio.

Perfil psicográfico

Personalidad:

Carolina es una mujer reflexiva, curiosa y sociable. Tiene una profunda conexión con la cultura pop de los años 80, 90 y comienzos de los 2000, y disfruta compartir recuerdos, canciones y anécdotas que marcaron su vida. Es alguien que se emociona al ver un videoclip antiguo, escuchar una canción en la radio o encontrar en redes un meme que evoca su infancia o juventud.

Valores:

Valora la autenticidad, la memoria colectiva y la identidad cultural. Cree que los recuerdos no son solo pasados, sino una forma de entender el presente y construir puentes entre generaciones. Para ella, la nostalgia no es tristeza, sino una manera de reconectar con lo que la hizo feliz.

Motivaciones:

- Revivir los momentos que marcaron su infancia y juventud.
- Compartir referentes culturales con sus hijos, estudiantes o amigos más jóvenes.
- Reconectar con los íconos musicales, cinematográficos y televisivos que definieron su generación.
- Disfrutar contenidos que combinen emoción, historia y reflexión sobre la cultura pop.

Frustraciones:

- Saturación de contenido superficial o vacío en redes.
- Escasez de espacios que valoren la cultura pop desde una mirada crítica, sensible y local.
- Falta de proyectos que representen su generación sin estigmatizarla como “anticuada” o “fuera de moda”.

Hábitos de consumo de medios**Plataformas preferidas:**

Spotify, YouTube, Instagram, TikTok y Facebook.

Tipo de contenido:

Podcasts, documentales, videos retro, listas musicales, trivias y clips nostálgicos.

Momentos de consumo:

- Durante los desplazamientos o en el trabajo (podcasts).
- En las noches o fines de semana (YouTube y redes sociales).
- Comparte clips, memes y recuerdos culturales con amigos, familiares o colegas.

Conexión con GENX.COLOMBIA

Carolina encuentra en GENX.COLOMBIA un espacio donde su memoria emocional cobra sentido. No solo escucha el podcast: lo vive, lo comparte y lo comenta. Se siente parte de una comunidad que habla su mismo lenguaje cultural, mezcla la emoción con el análisis y celebra los referentes que definieron toda una generación.

Para ella, GENX.COLOMBIA no es solo entretenimiento; es un puente entre pasado y presente, un lugar donde la nostalgia se transforma en una conversación viva sobre quiénes fuimos y quiénes seguimos siendo.

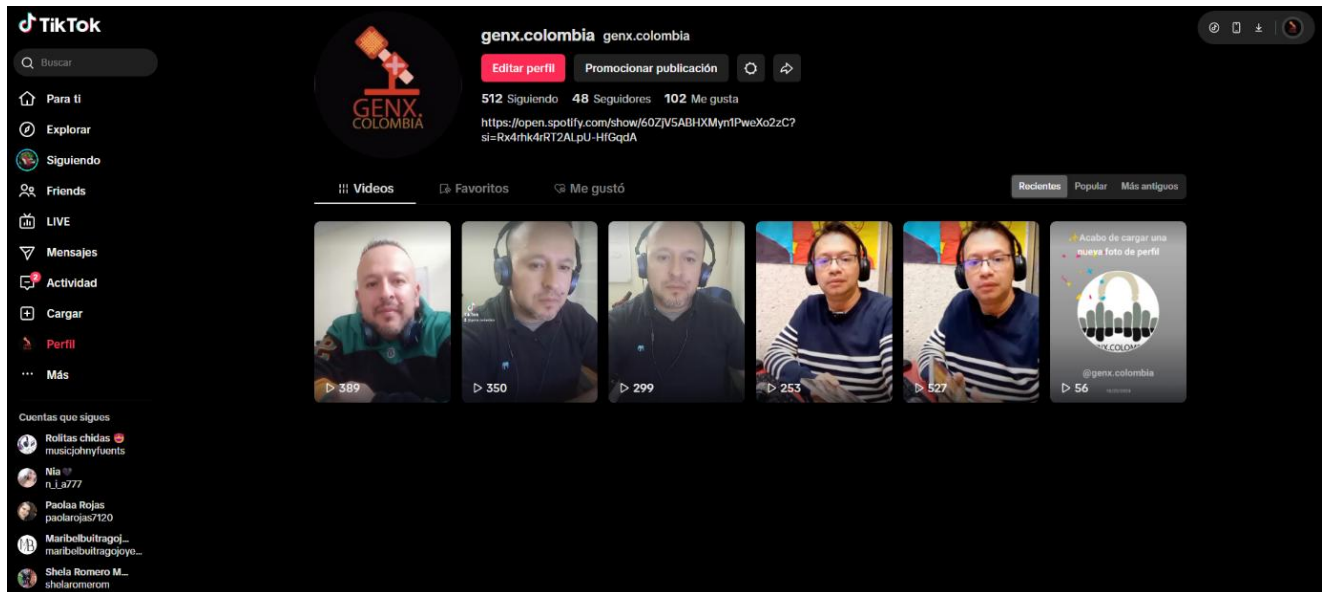
13. Presentación de GENX.COLOMBIA Segunda Temporada

La segunda temporada de **GENX.COLOMBIA** marca un nuevo comienzo en nuestro proyecto audiovisual. Luego de consolidar una comunidad que comparte su memoria emocional a través de la cultura pop, regresamos con una propuesta más madura, crítica y sensorial, que profundiza en los vínculos entre nostalgia, identidad y medios de comunicación.

Dejamos atrás aquella primera etapa en la que el podcast era un producto solitario alojado en nuestro canal de Spotify. Hoy, más conscientes del impacto que este formato genera en la audiencia y de los hallazgos obtenidos durante la primera temporada, damos un paso adelante hacia la construcción de un discurso más articulado y expansivo, propio de una estrategia multiplataforma. Este enfoque nos permite integrar diversas plataformas, ampliando la experiencia narrativa y conectando con el público desde múltiples lenguajes y sensibilidades.

Para el lanzamiento de esta nueva temporada, presentamos un episodio muy especial dedicado a Bryan Adams, un artista que simboliza la esencia emocional y generacional de los años 80 y 90. La elección de este referente surge de las conversaciones constantes con nuestra audiencia, quienes han manifestado su conexión con su música, aun cuando muchas personas no vivieron directamente su época de mayor esplendor. Este fenómeno refleja cómo la cultura pop trasciende generaciones, reconfigurando sus significados a través de la memoria, la reinterpretación y la nostalgia.

13.1. Expectativa del capítulo de Brian Adams – Tik tok

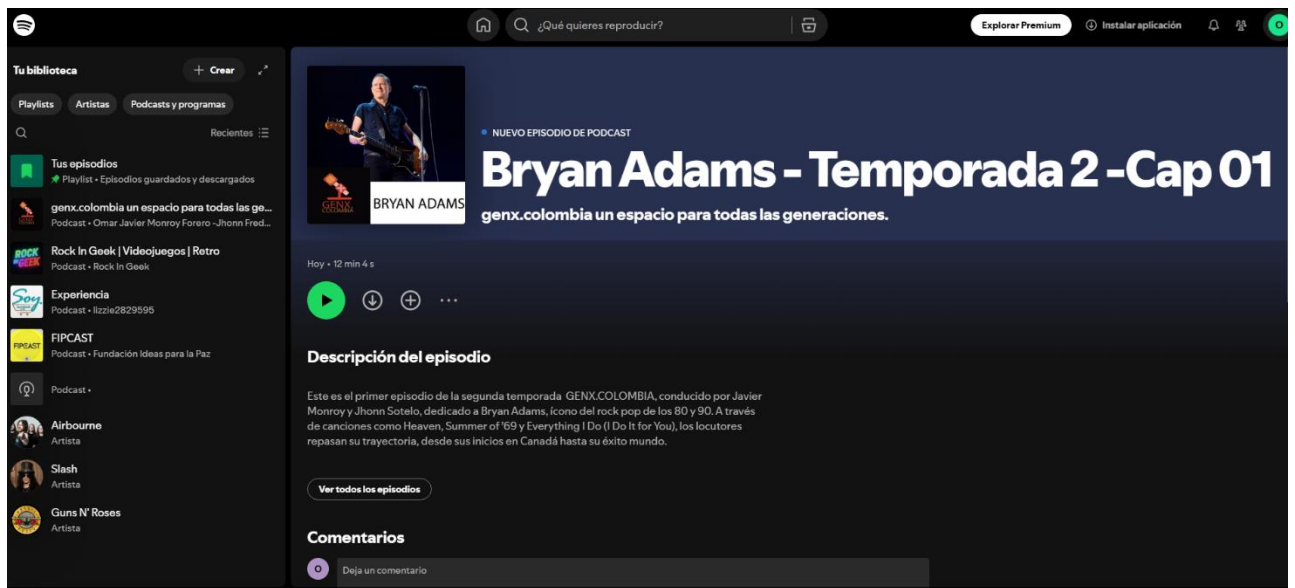


https://www.tiktok.com/@genx.colombia?is_from_webapp=1&sender_device=pc

TikTok tiene como función principal presentar el podcast y, al mismo tiempo, generar expectativa sobre cada nuevo episodio. Esto no significa que no se pueda compartir información adicional; por el contrario, es un espacio ideal para publicar clips, datos curiosos, tendencias y contenido dinámico relacionado con los temas del podcast.

Lo más valioso de esta plataforma es su alcance: permite llegar a nuevos públicos, incluidos usuarios que no están suscritos a GENX.COLOMBIA, aumentando así la visibilidad del proyecto y fortaleciendo la construcción de comunidad a través de contenido ágil, entretenido y fácil de compartir.

13.2. Presentación del capítulo -Spotify

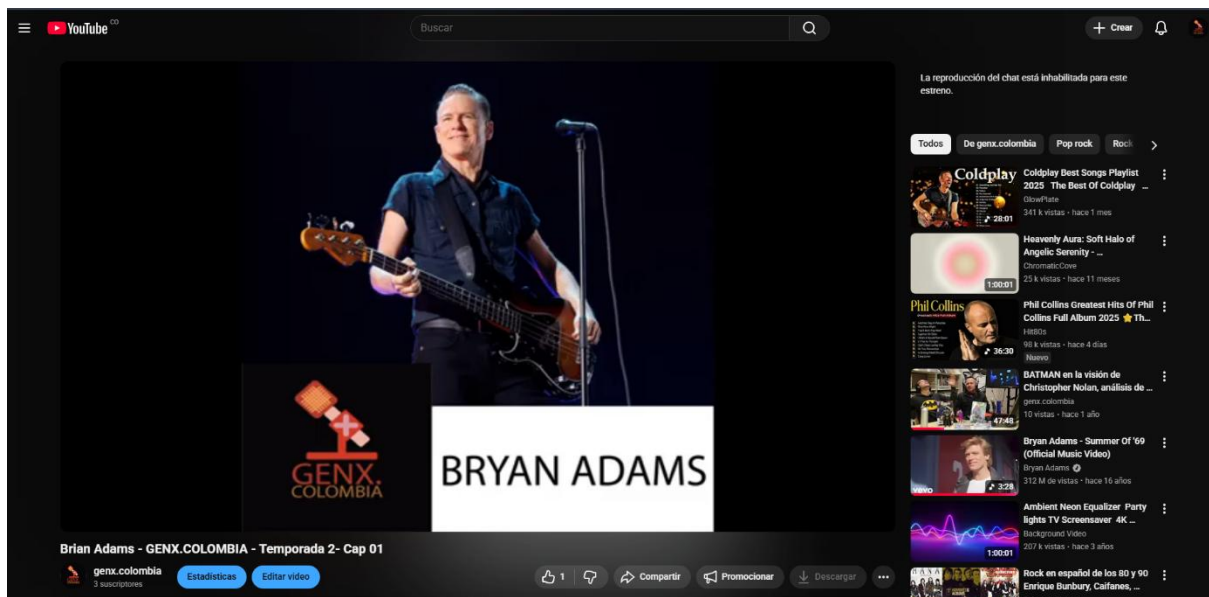


<https://open.spotify.com/episode/3YycbBTXIoAjAwCbjIpNAUU>

Spotify es nuestro principal canal de difusión y la plataforma base donde publicamos cada nuevo episodio de GENX.COLOMBIA. Al tratarse del medio con mayor estabilidad para alojar y distribuir podcasts, conocemos bien sus fortalezas como su amplio alcance, facilidad de reproducción y herramientas de interacción, así como sus limitaciones en cuanto a personalización y visibilidad inicial.

En este canal se publicó el primer capítulo de la segunda temporada, dedicado al artista Bryan Adams, un referente del rock pop de los años 80 y 90. Además, habilitamos la función de comentarios y preguntas dentro del episodio para que los oyentes puedan compartir su opinión, aportar recuerdos, recomendar temas y enriquecer la conversación. Esta dinámica nos permite fortalecer la interacción directa con la audiencia y obtener insumos valiosos para los siguientes capítulos.

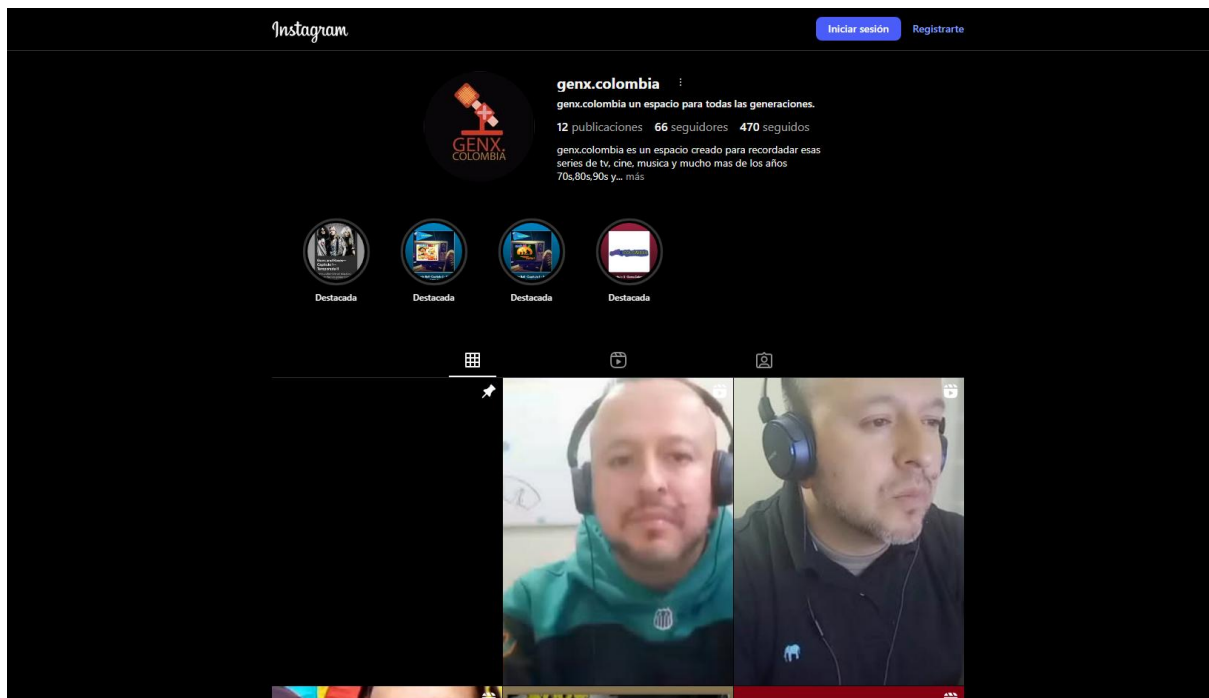
13.3. Presentación del capítulo You tube



<https://www.youtube.com/watch?v=zJINsOZ9khg>

YouTube es la gran novedad en GENX.COLOMBIA, ya que se incorpora como un segundo núcleo de difusión que complementa y amplifica la experiencia del podcast. A diferencia de Spotify, que funciona principalmente como plataforma auditiva, YouTube nos permite explorar formatos audiovisuales, presentar cápsulas visuales, fragmentos de episodios, materiales de apoyo y contenido que expande el universo narrativo del proyecto. Su capacidad para atraer audiencias diversas y su algoritmo de recomendación ofrecen nuevas oportunidades de crecimiento y visibilidad

13.3. Complemento de capítulo Instagram

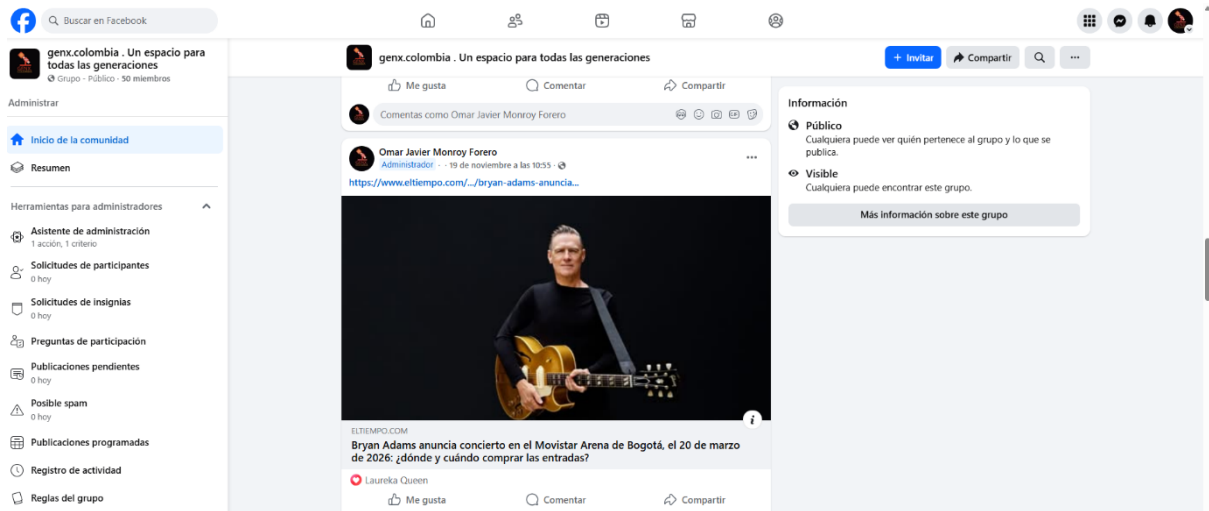


<https://www.instagram.com/genx.colombia/profilecard/?igsh=dHE0aGY3NzM1bGw2>

Instagram tiene como función complementar el contenido del podcast mediante la publicación de datos curiosos, imágenes, infografías y pequeños segmentos en formato de reels. Esta plataforma permite reforzar la conexión visual con la audiencia y ofrecer contenido más organizado y estético, aprovechando su enfoque en lo gráfico y narrativo.

Además, Instagram sirve como un espacio para interactuar directamente con la comunidad a través de historias, encuestas, preguntas y comentarios, fortaleciendo el vínculo con los seguidores y ampliando el alcance del proyecto.

13.4. Complemento divulgación Facebook

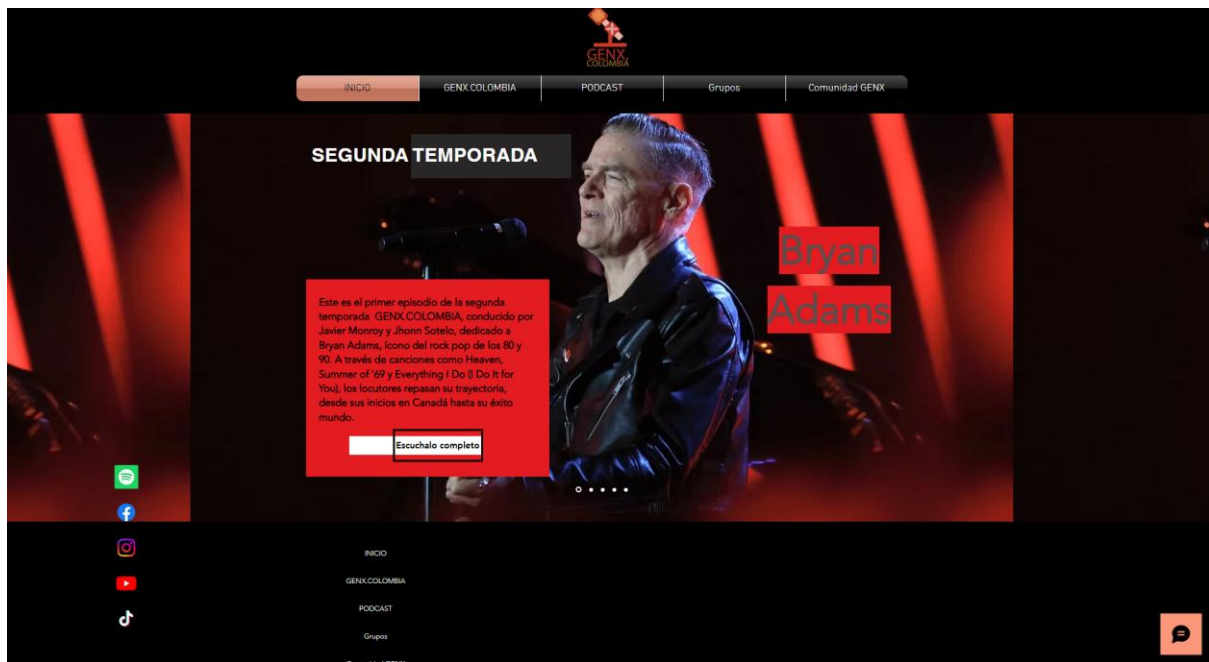


<https://www.facebook.com/groups/1105447951012205>

Facebook cumple una función fundamental dentro de la estrategia multiplataforma de GENX.COLOMBIA, ya que actúa como un espacio de comunidad, conversación y alcance ampliado. A diferencia de plataformas como Spotify centrada en la escucha o YouTube orientada a lo audiovisual, Facebook nos permite integrar formatos mixtos (imagen, video, texto y enlaces) y fomentar la participación mediante comentarios, reacciones y compartidos, lo que fortalece la construcción de una comunidad activa alrededor del proyecto.

En esta plataforma se publicamos fragmentos de episodios, imágenes con datos curiosos, enlaces directos al podcast y contenidos que expanden el contexto cultural tratado en cada capítulo. Además, Facebook es clave para llegar a públicos de edades variadas, especialmente usuarios de la Generación X y adultos jóvenes que utilizan esta red para informarse, recordar y compartir contenidos relacionados con la nostalgia pop.

13.5. Repositorio y reseña Pagina Web



<https://genxcolombia.wixsite.com/genxrecargado>

La página web de **GENX.COLOMBIA** tiene como propósito centralizar todas las plataformas donde se publican los episodios del podcast, así como los enlaces a nuestras redes sociales. Además, funciona como un espacio para que los usuarios conozcan quiénes somos, cuál es nuestra propuesta y cómo se desarrolla el proyecto.

Nuestra página está pensada como un lugar de encuentro digital donde pueda consolidarse una comunidad interesada en dialogar sobre los temas abordados en el podcast, compartir recuerdos, aportar experiencias y participar activamente en la construcción del universo cultural de GENX.COLOMBIA. De esta manera, la web no solo actúa como un repositorio informativo, sino también como un puente de interacción y participación para todas las generaciones que encuentran en la cultura pop un punto de conexión común.

14. Expectativas de la segunda temporada de GENX.COLOMBIA

La segunda temporada de **GENX.COLOMBIA** se proyecta como una etapa de consolidación y expansión del proyecto, orientada a fortalecer su identidad narrativa mediante una estrategia multiplataforma que amplíe el alcance y profundice la conexión emocional con la audiencia. A partir de la experiencia acumulada en la primera temporada, esta nueva fase busca diversificar los contenidos y mejorar la calidad de producción.

Uno de los principales objetivos es potenciar el impacto del podcast como eje central del proyecto, incorporando historias más completas, análisis culturales más profundos y un acercamiento más sólido a la nostalgia reflexiva. Asimismo, se plantea fortalecer la presencia en plataformas como Instagram, TikTok, YouTube y Facebook, donde la estrategia multiplataforma permitirá expandir los relatos y generar interacciones más dinámicas y participativas.

Se espera además consolidar una comunidad activa, en la que los oyentes no solo consuman contenido, sino que actúen como prosumidores, compartiendo recuerdos, generando debates, aportando historias personales y contribuyendo a resignificar los referentes culturales que marcaron sus vidas.

Desde la producción, la temporada integrará nuevos formatos, clips, cápsulas históricas, entrevistas, detrás de cámaras, entre otros y mejorará los procesos técnicos y creativos, incorporando un key visual unificado que refuerce la identidad del proyecto.

Finalmente, la segunda temporada se concibe como una oportunidad para que **GENX.COLOMBIA** se consolide como un espacio de memoria cultural, reflexión crítica y conexión emocional, capaz de trascender la nostalgia para convertirse en un puente entre generaciones y en un referente de análisis cultural en el ecosistema digital contemporáneo.

15. Conclusiones sobre el proyecto GENX.COLOMBIA

GENX.COLOMBIA evidenció que la nostalgia y la cultura pop son recursos narrativos eficaces para generar diálogo intergeneracional en entornos digitales. Su articulación dentro de una estrategia multiplataforma permitió activar memorias afectivas y culturales vinculadas con las décadas de 1980, 1990 y 2000, manteniendo vigentes sus significados simbólicos y sociales.

El uso de nostalgia reflexiva se consolidó como herramienta cultural para reinterpretar el pasado desde una mirada crítica, evitando la idealización y favoreciendo el análisis sobre cómo la cultura pop ha influido en las prácticas sociales, los consumos mediáticos y las identidades generacionales.

El proyecto demostró que la cultura pop funciona como archivo de memoria colectiva. Los productos culturales no solo se conservan, sino que se transforman, resignifican y adquieren nuevos valores a partir del contexto mediático contemporáneo, generando oportunidades para la conversación social y la reconstrucción simbólica del recuerdo.

La estrategia multiplataforma se estableció como una vía efectiva para ampliar el alcance del contenido, diversificar los formatos y promover la participación activa de la audiencia, quien pasó de ser consumidora a prosumidora, aportando relatos propios y co-construyendo significados alrededor del contenido.

El podcast se consolidó como un eje comunicativo cercano, accesible y emocionalmente potente para la difusión cultural. Sin embargo, su impacto se multiplicó al integrarse en un ecosistema digital articulado con otros lenguajes y plataformas, confirmando la importancia del contenido expandido.

El proceso creativo permitió desarrollar una metodología de trabajo que integra investigación, sensibilidad cultural y participación comunitaria, estructurada en fases de exploración,

conceptualización, creación, iteración y cierre. Esto fortaleció la capacidad del proyecto para adaptarse y mantenerse vigente.

GENX.COLOMBIA sigue en búsqueda de la preservación de la memoria cultural, logrando convertirse en un espacio donde diversas generaciones se conectan a través del gusto por la cultura pop y el retromarketing, ya sea como práctica de consumo o como búsqueda estética.

El desarrollo del proyecto brindó aprendizajes técnicos y creativos relevantes para la producción sonora y audiovisual, especialmente en la planificación del podcast, la edición, el uso de herramientas como Audition y Premiere, y la creación de contenidos para diferentes plataformas.

Se reconoce que la nostalgia no siempre está asociada únicamente con recuerdos positivos. En algunos casos, remite a experiencias dolorosas o pérdidas significativas, lo que abre la posibilidad de construir discursos equilibrados que reconozcan tanto la dimensión emotiva como la crítica.

GENX.COLOMBIA se consolida como un espacio que busca conectar generaciones a través del recuerdo, la experiencia cultural y el intercambio de relatos. Su lema, *“GENX.COLOMBIA, un espacio para todas las generaciones”*

16. Referencias

- Boym, S. (2001). *The future of nostalgia*. Basic Books.
- Brown, S. (2001). *Marketing: The retro revolution*. SAGE Publications.
- Chun, W. H. K. (2016). *Updating to remain the same: Habitual new media*. MIT Press.
- Grainge, P. (2002). *Monochrome memories: Nostalgia and style in retro America*. Praeger.
- Halbwachs, M. (1992). *On collective memory* (L. A. Coser, Ed. & Trans.). University of Chicago Press.
(Trabajo original publicado en 1950).
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Landsberg, A. (2004). *Prosthetic memory: The transformation of American remembrance in the age of mass culture*. Columbia University Press.
- Mannheim, K. (1952). *Essays on the sociology of knowledge*. Routledge & Kegan Paul.
- Sedikides, C., Wildschut, T., Arndt, J., & Routledge, C. (2008). Nostalgia: Past, present, and future. *Current Directions in Psychological Science*, 17(5), 304–307.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2008.00595.x>
- Spinelli, M., & Dann, L. (2019). *Podcasting: The audio media revolution*. Bloomsbury Academic.
- Storey, J. (2006). *Cultural theory and popular culture: An introduction* (4th ed.). Pearson.
- Van Dijck, J. (2007). *Mediated memories in the digital age*. Stanford University Press.