

## ***Dementes o los Emilios***

Diego Barraza, *Dementes*, <https://www.dementes.mx>

Marcos Jacobo Estrada Ruiz\*



En los últimos años, el consumo de *podcasts* ha aumentado considerablemente en Latinoamérica, particularmente en la población joven. Entre los gustos y preferencias temáticas, para el caso de México, las que imperan son el humor-comedia y autoayuda-superación personal, también conocidas como temáticas blandas. *Dementes* se ubica en esta tendencia. Dado su crecimiento considerable y por ser una muestra del tipo de *podcasts* que han predominado en el país, consideramos importante hacer una reseña general del mismo.

*Dementes* salió a escena en el 2016 con sólo cuatro capítulos. A partir del 2017 empezó a tener un crecimiento considerable, llegando a dieciséis emisiones y en el 2020, durante la pandemia y ya con un posicionamiento importante, se publicaron más de ochenta episodios. Hasta finales de junio del 2021 contaba con 246, lo que habla de una consolidación del programa.

¿De qué trata el *podcast*? Dice su creador en la concepción original del 2016: “en México existen ideas muy fregonas, gente que está haciendo cosas interesantes y no se les da difusión, aquellos que están cambiando las reglas, personas y mentes que están cambiando el mundo y las formas de hacer las cosas, los que rompen las reglas sin importar lo que diga la sociedad”. Lo que sí es cierto es que el creador se tomó en serio eso de que hay que iniciar los ideas o los emprendimientos, aunque no tengas partes importantes resueltas, de ahí las expresiones casi tiernas de “por si alguien algún día nos escucha” y “cuando tengamos correo” que aparecen en los primeros capítulos. Pero quien no vea en esto una declaración inicial de principios, no entenderá de qué trata la transmisión.

**Fecha de recepción:**  
2021-12-01  
**Fecha de aceptación:**  
2021-12-07



\* Departamento de Educación, Universidad de Guanajuato.

Al ser un programa que ha superado el lustro, es posible observar su interesante evolución. La aparente idea de evolución, o involución según sea el caso, se puede mirar desde varios niveles. Por ejemplo, en que el conductor ha pasado del “padrísimo” al “chingón, chingón”, así doble, pues como se sabe uno nunca es suficiente. También lo que ha resultado llamativo en el curso de los años del *podcast* es que ciertamente el entrevistador y creador, Diego Barraza, se fue convirtiendo en un “conversador” más atento conforme pasaron los años. Tampoco es que se haya vuelto en un gran interlocutor, pero claramente ya no recurre ni se apega del todo a un guion fijo, inamovible. Ha aprendido, como aprende el novel investigador de campo, a estar atento a las respuestas para, a partir de estas, plantear lo no desarrollado, lo soterrado, eso que al inicio del programa se le escapaba. Y de hecho en los capítulos más recientes (y algunas veces en los iniciales), cuando se sale del guion y logra captar las respuestas que hay que reelaborar y devolver, es cuando han salido a la luz verdaderos hallazgos, aunque esto aún no es lo más común. Pero también es cierto —preferible pensarlo así— que evita polemizar, como cuando alguno de los invitados comenta que admira y le agradece prácticamente todo a Carlos Salinas de Gortari o que la inteligencia se trae de nacimiento.

Quizá lo que fue perdiendo con el tiempo *Dementes* es el tono natural con el que se desarrollaban los episodios, hablaban más los invitados, se

les escuchaba, no era el entrevistador el protagonista. Lo que sí ha sido una constante desde el inicio es una de las cuestiones de fondo de este programa: la ausencia de cuestionamientos sobre el origen de las capacidades, de las habilidades, las oportunidades y de las perspectivas del éxito de las y los invitados. Toda la cuestión de las ventajas o los privilegios, de principio a fin en cada capítulo, nunca aparecen.

Como no hay una definición de todo lo anterior que pretendía el programa, queda en la perspectiva de los oyentes decir en qué medida el objetivo se ha ido cumpliendo. Después de seguirlo algunos años, hay varios episodios que se acercan, pero en general, lo que prevalece es una perspectiva vaga de eso que han dado en llamar “éxito”. Y en esto la definición básica es *ad hoc*, pues mayormente lo que se suele escuchar en el *podcast* es el resultado feliz de un negocio, o bien, la buena aceptación que alguien o algo ha logrado.

La idea de éxito que impera en el programa se ve mayormente clarificada y acompañada por expresiones como “mí mismo” o “creo en mí mismo” que se repiten constantemente. Ese es el signo de los protagonistas y por extensión del *podcast*. Siempre nos quedamos con preguntas sobre el origen, porque suponiendo que en efecto los invitados están cambiando las reglas (y los paradigmas) y que lo hacen más allá de lo que piense la sociedad, quizá su origen nos diga algo, su familia, su niñez, pero parecen más bien Emilios<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Véase el *Emilio* de Rousseau y la comparación que hace Dussel con Freire.

# DEMENTES

(individuales, sin historia, sin comunidad) crecidos de la nada; son una generación espontánea en-vuelta en un halo o una suerte de don celestial. De pronto, y si vamos a la raíz, se encuentra una mejor comprensión de lo que han logrado. Aunque, entonces, si se escarba en lo anterior, tengamos respuestas simples, convencionales y tradicionales y el *podcast* no tendría sentido ni sería aspiracional.

En el último año, además del audio también se cuenta con el video de los capítulos en YouTube. Si bien no están todos, hay una pequeña parte que corresponde a poco más de un año. Destacan algunos capítulos que tienen más vistas: resaltan por eso, nada más.

Pero hay otros, por poner sólo un ejemplo, como el de Scott Munguía que apenas supera las mil reproducciones (contra los más de medio millón de otros). Es el menos visto, pero es uno de los más interesantes. Trata sobre un joven ingeniero químico fundador de Biofase, empresa social dedicada a hacer bioplástico a partir de la semilla de aguacate. La historia es por demás notable, incluyendo ese momento de descubrimiento (casi científico) de la idea y su transformación en producto. ¿Por qué es el capítulo menos visto? Quizá porque no tiene un nombre reconocido, tal vez por error en la estrategia de difusión y el cintillo del video, puede ser por la ausencia de grandes frases, porque no hay llamados estentóreos al “echaleganismo”, porque no es un Emilio. En todo

caso, que sea un capítulo que ha pasado casi inadvertido, ¿habla más de la audiencia que del *podcast* y su creador?, ¿es un

efecto no deseado el tipo de audiencia que ha ido logrando? Para nada. Pero resultaría interesante conocer y caracterizar a su audiencia, nos daría muchas pistas, entre otras cosas, del por qué la proliferación de este tipo de programas.

*Dementes* nos da, en cualquier caso, al menos una idea para un proyecto de este tipo: sería interesante que existiera uno en el que, en efecto, sus protagonistas estuvieran dementes, en donde el signo fuera la locura, la falta de juicio. Imaginen cómo sería escuchar a alguien en pleno deterioro de sus facultades mentales intentando decirnos de qué va el mundo. Aunque, a decir verdad, si por extensión, demencia es el trastorno de la conducta, es posible que algunos capítulos del *podcast* creado por Diego Barraza cumplan con esto.

Sus puntos endebles son la información objetiva-verificable. El conductor suele abandonarse a los temas y la discusión y olvida su papel y hay posturas poco críticas que por momentos rozan la banalidad. Pero tiene puntos fuertes en las interacciones que se logran, en la profundidad y significatividad de algunos temas que se han abordado. En especial, las experiencias subjetivas de los actores son el gran aporte, porque se pueden hacer, entre otros, análisis sociológicos. *Dementes* es una enorme base de datos a la que se le pueden plantear múltiples preguntas. 