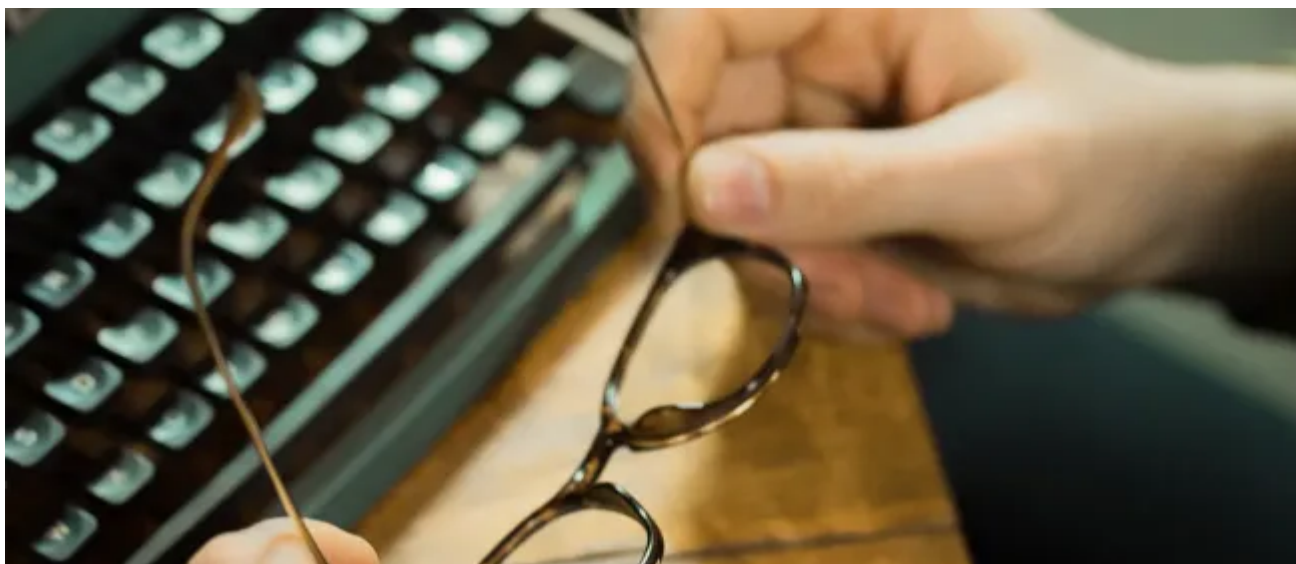


Merentes el matemático o “¿por qué hablar de los nuevos billetes y no de los viejos?”



Tiempo de lectura: 3 min.

[Willy McKey](#)

Jue, 08/12/2016 - 21:26

Nelson Merentes, en su condición de presidente del Banco Central de Venezuela, presentó el nuevo cono monetario. Lo hizo mediante una estrategia comunicacional feroz. Casi cruel. Merentes habló de cada efigie, de cada prócer, de cada animal y de cada paisaje como si aparecieran por primera vez en los billetes.

Haber elegido esta estrategia comunicacional sólo puede tener dos motivaciones. Y ambas son estrictamente políticas. La primera es cándida: ser una especie de Adán en las bóvedas del Paraíso, encargado de nombrar para el resto de los hombres una moneda como si nos resultara desconocida. La segunda es simple: evitar los territorios de la reminiscencia.

Una de las teorías del conocimiento más importantes que derivan del pensamiento de Platón se conoce como Teoría de la Reminiscencia. Y su postulado es simple: conocer es recordar.

La torpeza semántica (y con eso política) del nuevo cono monetario venezolano ha puesto en los seis billetes a los mismos próceres, animales y paisajes que estaban en los billetes que actualmente circulan en la economía venezolana, enormemente devaluados. ¿Y cuál es la consecuencia reminiscente de esto? Pues que a partir del 15 de diciembre el papel moneda nos recordará rotundamente que para aquello que en 2008 necesitábamos un billete de 2 bolívares, hoy necesitamos uno de 500. Y los principales testigos de eso serán la misma cara de Francisco de Miranda que estaba en el billete de 2, la misma tonina, el mismo fracaso.

Y aunque el calco de los próceres es evidente y penoso, durante su rueda de prensa Nelson Merentes es capaz de repasar cada batalla, cada país y cada monumento donde aparece Francisco de Miranda... excepto el hoy inútil billete de dos. Y hace lo mismo con Pedro Camejo en el de 5 y ahora en el de 1.000, con Guaicaipuro en el de 10 y en el de 2.000, con Luisa Cáceres de Arismendi en el de 20 y en el de 5.000, con Simón Rodríguez en el de 50 y en el de 10.000 y con Simón Bolívar en el de 100 y en el de 20.000.

Nuestro billete de más alta denominación ha pasado de 100 a 20.000 bolívares y el presidente del Banco Central de Venezuela no nos explica nada. Tan solo repasa anécdotas biográficas y zoológicas de una iconología repetida.

Merentes no quiere recordar. Merentes no quiere conocer. Merentes no quiere reconocer.

[El único argumento que dejó colar en su alocución para justificar el uso de los mismos íconos fue un premio](#) (de diseño, no de economía) que obtuvo la serie de ilustraciones cuando exhibían menos ceros. De ahí en adelante, prefirió evocar elementos como la locomoción del cachicamo o el talento para la música de Miranda. Tampoco recordó aquella enorme campaña comunicacional que se hizo

para presentar al Bolívar Fuerte, que hoy contrasta con esta breve y austera rueda de prensa. Ignoró de manera campante, y en nuestras narices, que aquella proeza revolucionaria que en 2008 nos convenció de que a los billetes había que restarle ceros hoy ha sido transformada en una operación de multiplicación delirante, consecuencia de unas políticas económicas de las cuales él también es responsable.

La profesión para la cual se formó Nelson Merentes es la Matemática. Si bien la teoría de la reminiscencia entiende que aunque todo lo que vemos, oímos y sentimos puede considerarse como un conocimiento, también reconoce que su veracidad es imposible de comprobar porque no todos percibimos el mundo de la misma forma. Y por eso para Platón era un problema basar esta teoría sólo en sensaciones. ¿Y saben dónde consiguió la posibilidad de hacerlo? Justamente en las matemáticas. Explicaba el filósofo que, al estar desprovistas de emociones, las matemáticas le permitían al hombre llegar a resultados verdaderos que parecían salir de él mismo.

Y así entendió el platonismo que la verdad no surge del mundo exterior, sino de la razón.

Y es precisamente eso lo que hace que las ganas de hacernos olvidar que parece tener la estrategia comunicacional de Nelson Merentes y sus nuevos billetes se vengán abajo: la reminiscencia.

Una explosiva combinación de la memoria emocional y la frialdad de las matemáticas.

Al haber decidido calcar los rostros devaluados de nuestros próceres, el único éxito rotundo de este nuevo cono monetario reside en su capacidad para explicarnos que para aquello que alguna vez necesitábamos un billete de 100 hoy nos urge uno de 20.000. Y eso no surge del mundo exterior, sino de la razón.

Así de platónico. Así de patético. Así de simple.

Obtenido de: Prodavinci, 07 diciembre 2016

[ver PDF](#)

[Copied to clipboard](#)