

VIII REUNIÓN DE COMUNICACION DE BANCA CENTRAL



LUGAR Y FECHA: Cartagena de Indias, Colombia del 5 al 7 de noviembre de 2003

IDIOMA: Español e inglés, con traducción simultánea

OBJETIVO: Compartir y analizar las experiencias y requerimientos comunicacionales bajo un régimen de *Inflation Targeting*. Analizar las ventajas y desventajas de la implementación de diversos mecanismos que pretenden mejorar la transparencia en la provisión de información a los distintos agentes de la economía. Intercambiar experiencias en la gestión comunicacional de la banca central en períodos de crisis, y examinar la conveniencia de elaborar un manual de “Mejores Prácticas” en materia de comunicación de banca central.

PARTICIPANTES: Bancos centrales miembros del CEMLA

METODOLOGÍA DE LA REUNIÓN: La reunión se llevará a cabo con base en mesas redondas, en las que se presentarán para discusión ponencias de estudios de casos nacionales y/o aspectos conceptuales sobre los distintos temas de la Reunión, con el propósito de obtener conclusiones y recomendaciones. Se incluirán tres conferencias sobre la economía y la información económica, desde distintas perspectivas. Adicionalmente, se incluirá un taller sobre las coyunturas más destacadas del año en materia comunicacional, con presentaciones de la experiencia de los bancos centrales.

FECHA LÍMITE DE INSCRIPCIÓN: Nombres de los participantes y título de la ponencia, o el tema al que esté referida, deberá proporcionarse al CEMLA y al Banco de la República a más tardar el próximo 15 de agosto.

FECHA LÍMITE DE ENVÍO DE PONENCIAS: Las ponencias deberán remitirse a más tardar el 17 de octubre de 2003 al anfitrión y al CEMLA con textos no mayores de 25 páginas, tamaño carta a doble espacio. Se ruega enviar los documentos en español y en inglés, en formato WORD para Windows. Al momento de enviar sus trabajos, los ponentes deberán avisar al banco anfitrión el equipo de ayudas visuales requerido en sus presentaciones.

De igual forma, para seleccionar las ponencias que se presentarán en la reunión, así como para una adecuada programación, se solicita enviar antes del próximo 3 de octubre un resumen de la ponencia en inglés y en español que no exceda de una página tamaño carta a doble espacio, así como indicar el tiempo estimado para su presentación.

COORDINADORES EN EL BANCO DE LA REPÚBLICA: Coordinación técnica: Sra. Diana Margarita Mejía, Directora del Departamento de Comunicación Institucional, Teléfono: (57-1) 286 4597 Fax (57-1) 334 5915 E-mail: dmejiaan@banrep.gov.co; Coordinación logística: Fernando Albán, Director de Relaciones Públicas, Teléfono (57-1) 243 6562, Fax (57-1) 284 4823, E-mail: falbandi@banrep.gov.co, Dirección: Carrera 7 No. 14-78 Piso 9 Bogotá, D.C., Colombia.

COORDINADOR EN EL CEMLA: Sr. Fernando Sánchez Cuadros, Director de Estudios (i). Teléfonos: (52-55) 5207 8006 y 5533 0300 ext. 240. Fax (52-55) 5207-8006 y 5533-0300 ext. 289. E-mail: sanchez@cemla.org. Dirección: Durango No. 54, Colonia Roma, 06700 México, D. F., México

Nota: A fines de septiembre el anfitrión enviará el boletín informativo y la hoja de registro.

Temario Preliminar

Experiencias Comunicacionales bajo el Régimen de *Inflation Targeting*

Un régimen de *inflation targeting* impone, para su efectividad, requisitos y exigencias en el campo comunicacional que son amplios y estrictos. Es por ello de relevancia e interés llevar a cabo un intercambio y discusión sobre las diversas experiencias comunicacionales que los bancos centrales han tenido que instrumentar en apoyo a la adopción de dicho paradigma monetario.

¿En qué Dirección debe mejorar la Transparencia en los Bancos Centrales?

En muchos bancos centrales se ha venido cuestionando la introducción de más mecanismos para mejorar la transparencia. Es por ello conveniente discutir las ventajas y desventajas de las siguientes recomendaciones recientes más comunes para mejorar la transparencia:

Es preciso ampliar la forma en que se cuantifican los objetivos de los bancos centrales. ¿Es necesaria esta cuantificación más allá de expresar un objetivo numérico para la tasa de inflación? En caso afirmativo, ¿en qué forma deben cuantificarse más ampliamente los objetivos? ¿Cuáles son los retos comunicacionales con el público para difundir y explicar estos objetivos?

¿Deben o no los bancos centrales publicar y difundir pronósticos sobre ciertas variables económicas? ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de hacerlo?

¿Deben publicarse las minutas de las deliberaciones de política monetaria de los Directorios o Juntas de Gobierno de los bancos centrales? En caso afirmativo, ¿Cuál es el rezago “óptimo” para dar a conocer dichas minutas? ¿Cuál es el mejor canal y forma para hacerlo?

¿Existen límites a la transparencia de los bancos centrales? Teniendo en cuenta que en muchas ocasiones los mercados sobre-reaccionan ante la publicación de una mayor cantidad de información y que magnifican cualquier "ruido", a tal grado que la información termina causando más daño que bien, es importante entrar a discutir cuál es el grado de transparencia que pueden asimilar los agentes del mercado.

Gestión comunicacional de crisis en bancos centrales: A la luz de casos prácticos de crisis, intercambiar experiencias sobre la estrategia adecuada del “control de daños” (*damage control*) bajo condiciones de tensión y emergencia.

Varios de nuestros bancos centrales han enfrentado recientemente experiencias desafortunadas que tienen un importante impacto en el área comunicacional. Es por ello relevante intercambiar estas experiencias en la gestión comunicacional de estas crisis, toda vez que nos pueden aportar importantes elementos de enseñanza para estar mejor capacitados para enfrentar emergencias similares.

¿Hasta qué punto deben los bancos centrales respaldar sus decisiones de política monetaria en principios, reglas y guías explícitas de comunicación?

Un punto de debate entre diferentes bancos centrales lo es el hecho de si se debe tener un “manual” explícito para llevar a cabo las prácticas comunicacionales de la institución, sobre todo en lo relativo a la conducción de los mandos directivos con los medios en general. Muchos bancos han optado por

tener reglas implícitas al respecto, porque sienten que ello les da más flexibilidad para reaccionar a situaciones distintas. Por otro lado, los que favorecen el enfoque explícito señalan su ventaja en el hecho de que no hay lugar a ambigüedades, y las reacciones de comunicación por parte de los funcionarios de la institución tienden a ser más predecibles y, por ende, se atenúa la incertidumbre. Así que este es un debate abierto que constituye un buen tema de discusión para tener una visión más completa de las ventajas y desventajas de esta problemática.

En la Reunión se establecerá un grupo de trabajo que elaborará un documento que contenga los principios y códigos básicos de conducta de “Mejores Prácticas” en el campo de la comunicación de la banca central. Todos los participantes de la Reunión deberán preparar un listado de las mejores prácticas comunicacionales implementadas por su banco central. Las conclusiones de la discusión de este conjunto de prácticas, serán el insumo del “Código de Mejores Prácticas Comunicacionales”, el cual podrá ser sometido a consideración de los Gobernadores.

Estrategias de comunicación para impulsar los grados de autonomía de los bancos centrales

El grado de autonomía es un fundamento importante para poder estructurar cualquier política de comunicación. En ese sentido, se analizarán las experiencias de los bancos centrales en esta materia.

Cómo apoyar la institucionalidad del banco central en época de elecciones y de cambios de gobierno

Se propone revisar las estrategias para mantener o mejorar la autonomía de los bancos centrales en el momento de un cambio de gobierno (identificando riesgos, acciones de proactividad y reacción, uso de lobby, posible propaganda, etc.).