

**CAPÍTULO 9**

# **COMUNICACIÓN EXTERNA**

## I POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

El objetivo de la comunicación externa del BCE es mejorar la comprensión de sus políticas y decisiones por parte del público y, por este motivo, la comunicación es parte integrante de la política monetaria del BCE y del resto de sus funciones. Dos elementos clave –la apertura y la transparencia– guían las actividades de comunicación del BCE y contribuyen a la eficacia, la eficiencia y la credibilidad de su política monetaria y de sus otras funciones estatutarias. Además, dichos elementos ayudan al BCE a cumplir con su obligación de rendición de cuentas, como se explica con más detalle en el capítulo 8.

El principio de explicación periódica, detallada y en tiempo real de las decisiones y las valoraciones de la política monetaria del BCE, que se adoptó en 1999, constituye una aproximación singularmente abierta y transparente a la labor de comunicación de un banco central. Las decisiones sobre política monetaria se explican en una conferencia de prensa que se celebra inmediatamente después de que el Consejo de Gobierno las haya adoptado. El presidente realiza un detallado comunicado preliminar en el que explica las citadas decisiones, tras el cual se pone, junto con el vicepresidente, a disposición de los medios de comunicación para responder a sus preguntas. Desde diciembre de 2004, las decisiones del Consejo de Gobierno distintas de las referidas a los tipos de interés también se publican todos los meses en las direcciones de Internet de los bancos centrales del Eurosistema.

Los instrumentos jurídicos del BCE se publican en todos los idiomas oficiales de la UE, al igual que las decisiones de política monetaria del Consejo de Gobierno, las decisiones adoptadas por el Consejo de Gobierno (distintas de las decisiones por las que se establecen los tipos de interés), y los estados financieros consolidados del Eurosistema<sup>1</sup>. El Informe Anual del BCE también se publica en todos los idiomas oficiales de la UE en su versión completa<sup>2</sup>. El Informe de Convergencia y la edición trimestral de su Boletín Mensual también se publican en todos los idiomas oficiales, ya sea en su versión íntegra

o en forma resumida<sup>3</sup>. Para cumplir sus obligaciones de rendición de cuentas y transparencia ante la opinión pública, el BCE publica otros documentos, además de las publicaciones estatutarias, en todos los idiomas oficiales o en algunos de ellos, como las notas de prensa que anuncian las proyecciones macroeconómicas de los expertos, las declaraciones institucionales e información de interés para el público en general. La elaboración, publicación y distribución de las principales publicaciones del BCE en los distintos idiomas nacionales se realizan en estrecha colaboración con los BCN.

1 Salvo en gaélico, para el que se aplica una excepción a nivel de la UE.

2 Salvo en gaélico (por excepción de la UE) y maltés (por acuerdo con el Bank Centrali ta' Malta/Central Bank of Malta, tras suprimirse en mayo de 2007 la excepción temporal de la UE).

3 Véase la nota 2.

## 2 ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN

El BCE ha de dirigirse a grupos de destinatarios muy diversos, como expertos en cuestiones financieras, medios de comunicación, Administraciones Públicas, parlamentos y público en general, con distintos niveles de conocimiento en economía y finanzas. Por ello, la explicación de sus funciones y sus decisiones se lleva a cabo a través de una gama de herramientas y actividades que se intenta mejorar constantemente de modo que resulten lo más efectivas posible, teniendo en cuenta los distintos tipos de audiencia, el entorno y las necesidades en materia de comunicación.

En 2010, el BCE centró de forma especial sus actividades de comunicación en explicar la crisis económica y financiera mundial y sus consecuencias, así como las medidas adoptadas por el BCE y por el Eurosistema. La mayor parte de los discursos públicos pronunciados por los miembros del Comité Ejecutivo estuvieron relacionados con este tema, sobre el que se recibió el mayor número de preguntas y de solicitudes de información por parte de la prensa, del público y de los visitantes. También formaron parte habitual de las actividades de comunicación del BCE los planes para la creación de la Junta Europea de Riesgo Sistémico y la definición de sus objetivos y funciones, incluida la función específica del BCE de asegurar el funcionamiento de la Secretaría del nuevo órgano.

El BCE publica varios estudios e informes periódicos, entre los que se incluye el Informe Anual, que presenta una panorámica general de las actividades desarrolladas por la institución durante el año anterior, y que contribuyeron con ello a la rendición de cuentas del BCE; el Boletín Mensual, que facilita actualizaciones regulares de la valoración que realiza el BCE de la evolución económica y monetaria, así como información detallada en la que se basan sus decisiones; y el informe «Financial Stability Review», que analiza la estabilidad del sistema financiero de la zona del euro en cuanto a su capacidad para absorber perturbaciones de carácter adverso. El BCE ofrece también una amplia gama de estadísticas, principalmente

a través de la sección «Statistical Data Warehouse» y de gráficos interactivos que pueden consultarse en su sitio web, pero también en su versión impresa en las ediciones mensuales del «Statistics Pocket Book».

Todos los miembros del Consejo de Gobierno del BCE contribuyen directamente a mejorar el conocimiento y la comprensión del público de las funciones y políticas del Eurosistema mediante comparecencias ante el Parlamento Europeo y los parlamentos nacionales, discursos públicos y entrevistas con los medios de comunicación. En 2010, el presidente del BCE y otros miembros del Comité Ejecutivo comparecieron en ocho ocasiones ante el Parlamento Europeo (para más información, véase capítulo 8). Durante el año, los miembros del Comité Ejecutivo pronunciaron alrededor de 200 discursos ante diverso público y concedieron 360 entrevistas a los medios de comunicación, además de publicar numerosos artículos en revistas académicas, periódicos y prensa especializada.

Los BCN de la zona del euro desempeñan un papel importante en la difusión a nivel nacional de la información y los mensajes del Eurosistema tanto al público en general como a las partes interesadas. Los BCN distribuyen esa información entre un público de muy amplio espectro a escala nacional y regional, en sus propios idiomas y entornos.

En 2010, el BCE organizó 15 seminarios para periodistas destinados a mejorar el conocimiento y la comprensión de los representantes de los medios de comunicación nacionales e internacionales del mandato, las funciones y las actividades del BCE. Algunos de estos seminarios fueron organizados por el BCE y otros en colaboración con los BCN, la Comisión Europea, el Centro Europeo de Periodismo y otras autoridades públicas o fundaciones.

En 2010, el BCE recibió en su sede de Fráncfort a unos 13.000 visitantes, quienes obtuvieron información de primera mano en presentaciones impartidas por expertos y directivos de la institución.

Todos los documentos que publica el BCE, así como otras informaciones sobre sus distintas actividades, se difunden a través de su dirección en Internet, que, en 2010, recibió 29 millones de visitas (un 16% más que el año anterior), con 231 millones de páginas consultadas y 68 millones de documentos descargados. En diciembre de 2010, el BCE puso en marcha, en colaboración con los BCN, dos iniciativas con material educativo sobre actividades de banca central y economía: «ECONOMIA, el juego de la política monetaria» e «Inflation Island». En «ECONOMIA», los participantes deben mantener la inflación bajo control actuando sobre el tipo de interés oficial, y tomando en consideración, al mismo tiempo, otros parámetros económicos como el crecimiento de la producción, el desempleo y el crecimiento monetario. En el juego «Inflation Island», en esta economía ficticia los participantes pueden comparar los beneficios de la estabilidad de precios con el impacto negativo de la deflación, de una inflación elevada o de la hiperinflación. Los juegos están dirigidos a jóvenes de 18 a 25 años con poco o ningún conocimiento de economía. Ambos juegos pueden descargarse de la dirección del BCE en Internet y de los sitios web de la mayoría de los BCN en todos los idiomas oficiales de la UE.

En 2010, el BCE contestó a unas 100.000 consultas del público sobre diversos temas relacionados con las actividades, las políticas y las decisiones de la institución.

En 2010 se organizaron una serie de conferencias internacionales de alto nivel, entre las que se incluyen las tituladas «La gran crisis financiera: lecciones para la estabilidad financiera y la política monetaria – coloquio en honor de Lucas Papademos» y la Sexta Conferencia del BCE sobre banca central, dedicada al tema «Revisión de los enfoques de la política monetaria – lecciones de la crisis».

Para preparar la incorporación de Estonia a la zona del euro el 1 de enero de 2011, el BCE y el Eesti Pank organizaron una campaña informativa en 2010 con el objetivo de familiarizar a los

ciudadanos estonios con el aspecto visual y los elementos de seguridad de los billetes y monedas en euros. En las herramientas de comunicación utilizadas en la campaña se tuvo en cuenta la experiencia adquirida cuando se llevó a cabo la introducción del euro en ocasiones anteriores, e incluyeron encuestas a la opinión pública, la edición de tantas como 20 publicaciones diferentes (1,6 millones de copias en total) y páginas web diseñadas al efecto. Por primera vez desde la Campaña de Información Euro 2002, se realizó una campaña publicitaria en televisión (con cuatro anuncios entre noviembre de 2010 y mediados de enero de 2011). La campaña también incluyó actividades de relaciones públicas y encuentros con la prensa, incluido un seminario para los medios de comunicación organizado por el BCE y celebrado en Fráncfort, así como una exposición sobre los billetes y monedas en euros, y una conferencia sobre el euro en Tallin. Para celebrar la puesta en marcha de la campaña informativa sobre el euro en Estonia, el 19 de septiembre de 2010, el Sr. Trichet, presidente del BCE, entregó al Gobernador Lipstok una estrella simbólica con billetes en euros en la capital del país. Además, como parte de las actividades de comunicación relacionadas con los billetes, se organizó una exposición en la que se presentaron diversos elementos y juegos interactivos en Berlín, Fráncfort, Luxemburgo, Varsovia y Tallin, en cooperación con los respectivos BCN y otras instituciones, como museos.

En 2010, las Jornadas Culturales del BCE estuvieron dedicadas a los Países Bajos y fueron organizadas en colaboración con el De Nederlandsche Bank. Entre el 20 de octubre y el 15 de noviembre se presentaron 22 eventos que reflejaban la diversidad cultural de este país en varios lugares representativos de la cultura en Fráncfort del Meno. Las Jornadas Culturales empezaron a celebrarse en 2003, con el fin de dar cada año a los residentes en Fráncfort y a los visitantes una idea de la cultura de un Estado miembro de la UE diferente.



El 19 de mayo de 2010, el BCE celebró el comienzo oficial de los trabajos de construcción de su nueva sede en el solar del antiguo Grossmarkthalle de la ciudad de Fráncfort del Meno con la colocación de la primera piedra. El presidente del BCE, Jean-Claude Trichet, los miembros del Comité Ejecutivo, del Consejo de Gobierno y del Consejo General del BCE, así como la alcaldesa de la ciudad de Fráncfort, Petra Roth, y el arquitecto Wolf D. Prix, de COOP HIMMELBLAU, introdujeron en la primera piedra planos de los edificios, periódicos de los 27 Estados miembros de la UE, juegos de monedas de los 16 países de la zona del euro y billetes en euros, así como una moneda de la ciudad de Fráncfort. A continuación la piedra se selló y se colocó en el área excavada donde se construirá la doble torre de oficinas.