F
RD
2401
e.2

FORMULACION DE UNA POLITICA DE INFORMACION PARA EL BANCO CENTRAL DE LA REPUBLICA DOMINICANA Y RECOMENDACION PARA SU APLICACION

INSTITUTO DOMINICANO DE ESTUDIOS APLICADOS

DOMINICAN INSTITUTE OF APPLIED RESEARCH

F
ED
2101
E.2

FORMULACION DE UNA POLITICA DE INFORMACION PARA EL BANCO CENTRAL DE LA REPUBLICA DOMINICANA Y RECOMENDACIONES PARA SU APLICACION

Informe Presentado al
Lic. Hugo Guiliani Cury
Gobernador del Banco Central de la
República Dominicana
Según Contrato del 20 de Febrero de 1986

APARTADO 1005 TELEFONO 566-1202 CABLE: IDEA SANTO DOMINGO, R. D.

2207/4

BANCO CENTRAL DE LA REPÚBLICA DOMINICANA
BIBLIOTECA
09-142
2009-09-17
Don.

Año 92

I N D I C E

		Pág.
1.	EL BANCO Y LA ECONOMIA	1
2.	LA TRADICION INFORMATIVA DEL BANCO	2
3.	UN NUEVO MODELO	5
4.	BASES PARA UNA ESTRATEGIA	6
5.	ESTRUCTURAS Y MEDIOS	11
6.	NECESIDADES PERMANENTES Y COYUNTURALES	13
7.	NECESIDADES A CORTO PLAZO	14
8.	ESTRUCTURAS FUNCIONALES	15
9.	LOS PRODUCTOS DE LA POLITICA INFORMATIVA	
10.	CONCLUSIONES	18
11.	RECOMENDACIONES	20

FORMULACION DE UNA POLITICA DE INFORMACION PARA EL BANCO CENTRAL DE LA REPUBLICA DOMINICANA Y RECOMENDACIONES PARA SU APLICACION.

1. EL BANCO Y LA ECONOMIA

"El Banco Central de la República Dominicana fue creado el 9 de octubre de 1947 de conformidad con la Ley Orgánica No. 1529, e inició sus operaciones el 23 de octubre del mismo año, instituyéndose como una entidad descentralizada y autónoma con el objetivo de promover y mantener las condiciones monetarias, cambiarias y crediticias más favorables a la estabilidad y desenvolvimiento de la economía nacional y regular el sistema monetario y bancario de la Nación, de conformidad con la Constitución de la República, su misma Ley Orgánica y la Ley Monetaria".

"A través de los años el Banco Central se ha constituído en una institución con funciones amplias dentro del sistema monetario y bancario nacional y ha adaptado su desarrollo interno a los principales requerimientos de dicho sistema, tendiendo a fortalecerse estructural y organizativamente para cumplir con las funciones que ponen a su cargo las leyes y la Junta Monetaria".

"Es por esto que, dada la problemática surgida de la situación económica actual del país y para corresponder con las últimas disposiciones de la Junta Monetaria referentes a política

económica, crediticia, monetaria y cambiaria, se dió inicio a un proceso de reestructuración orgánica del Banco, al aprobar la Junta Monetaria, a requerimiento del Gobernador, mediante la Vigésimo-octava Resolución de fecha 15 de febrero de 1985, una nueva estructura orgánico-funcional".

Los tres párrafos que anteceden tomados de la Introducción al "Manual General de Organización y Funciones del Banco Central de la República Dominicana" (Enero de 1986), reflejan la situación cambiante en que se encuentra insertada actualmente la institución y porqué se ha impuesto una revisión de sus estructuras y funciones.

Sin embargo, la parte correspondiente a información, comunicación, relaciones públicas, extensión cultural y prensa, parece que no fue sensiblemente tocada, por lo que se hace necesario y se justifica la formulación de una política a este respecto.

2. LA TRADICION INFORMATIVA DEL BANCO

Por décadas el Banco mantuvo una política informativa caracterizada por el alejamiento de toda situación polémica y de diálogo público. La principal fuente de información y atisbo de la situación económica, observada, evaluada o dirigida desde la perspectiva de la institución, era un discurso anual ante la Cá-

mara Americana de Comercio de la República Dominicana.

Esa participación del Gobernador en el almuerzo mensual de la Cámara era esperado con expectación por todos los sectores. Allí se esperaba saber lo que había ocurrido durante el año transcurrido entre cada presentación y qué podría esperarse en la conducción de la economía para el próximo período. Era este un enfoque esencialmente macro, en el cual aparecían cifras de resultados, y como cuestión poco común, las explicaciones acerca del manejo de la economía y el comportamiento reflejado en las principales cuentas nacionales.

En cuanto a las cuestiones cotidianas, se mantenía y mantiene, aunque con mayor flexibilidad, cierto hermetismo y protocolo para la divulgación de información.

Las decisiones de la Junta Monetaria, expresadas a través de sus resoluciones, sólo se comunican a las personas e instituciones afectadas, y para un tercero tener acceso a las mismas es preciso solicitarlas por escrito a la Secretaría de la Junta.

Hasta el año 1978 puede decirse que prevalecía en el Banco la tendencia a la máxima discreción en materia informativa, y en el mantenimiento de la imagen de máximo prestigio de la figura del Gobernador compatible con el más bajo perfil en los medios de comunicación de masas.

A partir de entonces (1978) los principales dirigentes de la institución se hacen más accesibles a la prensa, ofrecen declaraciones no escritas -improvisadas- e inclusive se abren canales de comunicación para llevar hasta la prensa noticias de interés no sólo económico, sino de explicación y fortalecimiento de la política gubernamental en sus implicaciones económicas.

Esto contrasta con la imagen de autonomía, independencia, o más bien desvinculación de las autoridades monetarias del resto de la política oficial, tal como aparecía a los ojos del público hasta el advenimiento de los dos gobiernos del Partido Revolucionario Dominicano.

El papel de la información pública y las relaciones públicas en el Banco Central puede medirse por su aparición en el organigrama de la institución como una función de asesoría y por el hecho de que el cargo de Director de Comunicaciones fuese creado el 8 de marzo de 1979, a los treintidos (32) años de haberse establecido el Banco Central de la República.

La creación de una Dirección de Comunicaciones contempló su acción en tres áreas básicas: Relaciones Públicas, Extensión Cultural y Prensa. Actualmente, principios de 1986, funcionan en lo que debería ser la Dirección de Comunicaciones, el Director de Comunicaciones, un Asesor de Prensa y una Asesora de Relacio-

nes Públicas, asignada a la Gobernación.

La Dirección de Comunicaciones no está suficientemente integrada y su encargado no ejerce la dirección, coordinación, supervisión, ni control de las asesorías de prensa y relaciones públicas. De hecho, la Dirección como tal parece que ha sido disuelta.

3. UN NUEVO MODELO

La creación de la Dirección de Comunicaciones en Marzo de 1979 puso en evidencia el surgimiento o la búsqueda de un nuevo estilo de comunicación. El solo hecho de conceder alguna presencia y jerarquía a las comunicaciones, con sus componentes de relaciones públicas, extensión cultural y prensa, representaba ya una nueva época en el manejo de la divulgación, tratamiento y proyección que el Banco habría de intentar en sus relaciones con la comunidad.

Probablemente la redefinición de "gobierno democrático" que intentaron las autoridades de los gobiernos del Partido Revolucionario Dominicano tuviese mucho que ver con el nuevo enfoque.

A eso habría que agregar que el inicio de negociaciones con el Fondo Monetario Internacional, con lo cual nace el gobierno para la etapa 1982-1986, creó de inmediato una situación abierta a la confrontación de opiniones con todos los sectores organizados de la comunidad nacional, situación que, vista la trayectoria del

Banco, resultaba insólita.

El intento legítimo de las autoridades monetarias por influir en la tasa de cambio y en intervenir las instituciones financieras informales (casas de cambio y financieras) agregó nuevos ingredientes a la proyección de la imagen de la institución en situaciones polémicas muy alejadas del mutismo y el aislamiento relativo que se mantuvo hasta 1978.

Probado ya hasta la saciedad el rol protagónico del Banco en el manejo de la economía dominicana, y muy en especial de su sector externo, resulta imperativo revisar toda la política y la praxis informativa con miras a responder a necesidades nuevas e insoslayables que han configurado nuevas respuestas institucionales para ser eficientes en un contexto que dista mucho de responder, por ejemplo, a lo que fuera la imagen discreta, conservadora, autoritaria y silente que caracterizó la gobernación durante el período (1963-1976).

4. BASES PARA UNA ESTRATEGIA

Para establecer las bases de una estrategia informativa hay que identificar con claridad la naturaleza actual de la institución y del medio en que las actuaciones de ésta tienen lugar.

El Banco, ahora, se caracteriza por ejercer un rol protagónico en los siguientes aspectos:

- Negociación de la deuda externa.
- Ajuste flexible de la tasa de cambio del peso dominicano.
- Estimulación de la producción de consumo local y exportable.
- Organización, racionalización y control del sistema financiero.

Los dos primeros aspectos son de tal relieve para los efectos políticos, no estrictamente económicos, que sin una información adecuada cualquier acción del Banco Central puede afectar la imagen y hasta la viabilidad del gobierno central.

Los dos restantes, de ser bien conducidos, pueden agregar activos favorables a la conducción político-administrativa del Poder Ejecutivo.

Tal situación de relación directa, y con marcados efectos de retroalimentación (feed-back) en la política gubernamental, hace necesarios una estructura y unos medios para que por vía de la información no queden dudas, ni aspectos oscuros, en los sectores que deben conocer, reaccionar, apoyar o eventualmente cuestionar, las decisiones de las autoridades monetarias.

Para cubrir con idoneidad la población meta que interesa

alcanzar para fines informativos se podría decir que, en primer lugar, toda la nación -la población dominicana- debe ser el objetivo de las actividades del Banco Central, pero dentro de ese contexto global, se deben identificar los segmentos específicos para los cuales conviene actuar de manera dirigida para obtener la comprensión y apoyo necesarios para implantar al menor costo la política económica.

Examinemos los segmentos que debe cubrir de manera específica la acción informativa del Banco Central.

Sector Interno: El Personal del Banco

Uno de los medios más eficaces para obtener resultados en la aceptación de las directrices que emanan de los niveles más altos de las autoridades monetarias, consiste en mantener bien y oportunamente informados a los responsables de la elaboración, trámite, adopción, supervisión y control de las medidas, planes, programas y proyectos. En tal sentido el Banco Central debe contar con un medio interno de difusión que mantenga a sus funcionarios y empleados enterados de cuáles son los objetivos de largo, mediano y corto plazo, de qué puede esperar el país como resultado de su aplicación, y qué deben esperar las autoridades del personal, al cual mantendría motivado con esa corriente de información.

Además, se informaría a través de este medio acerca de las responsabilidades correspondientes a cada departamento, las metas fijadas, los proyectos específicos a su cargo, los logros y atrasos, excelencias y deficiencias, así como de los efectos resultantes de la intervención del Banco Central en la economía y sociedad dominicana.

Las experiencias del Banco Central en cuanto a medios de comunicación interna, no resultarían válidos dentro de esta visión, ya que el Boletín Informativo, el cual ha tenido dos épocas diferenciadas, y "El Administrativo Informa", del Departamento Administrativo de la institución, no responderían a los criterios antes esbozados. En su momento la primera de esas publicaciones no despertó interés entre sus lectores y de ahí que se suspendiera su publicación, y la segunda por su propia naturaleza, resulta limitada.

Una revisión de esas publicaciones bien intencionadas permite explicar de inmediato las razones que las hacían inoperantes, como medios representativos del Banco, excepto quizás, para quienes escribían en dichos medios. Por ninguna parte, ni en ningún número del Boletín Informativo, apareció información pertinente a los objetivos y tareas de la institución y sus departamentos.

Sector Externo: La Comunidad Nacional

La comunidad nacional para fines de este trabajo es toda la población, excluyendo el personal del Banco. En tal sentido conviene desglosar los segmentos más significativos para la labor de difusión de esta institución, en los siguientes:

- Funcionarios del Poder Ejecutivo, que incluye Presidencia de la República y Secretarías de Estado.
- Congreso Nacional (Senadores y Diputados).
- Judicatura (Miembros de la Suprema Corte, de la Corte de Apelación de Santo Domingo, Colegio de Abogados, Asociación Nacional de Abogadas).
- Obispos de la Iglesia Católica y Episcopal.
- Cuerpo Diplomático Dominicano.
- Cuerpo Diplomático Extranjero acreditado en el país.
- Rectores Universitarios.
- Asociaciones de instituciones financieras.
- Centrales Sindicales.
- Prensa:
  - Diarios
  - Noticiarios de TV
  - Noticiarios de radio
  - Noticiarios de cine

  - . Revistas
  - . Agencias de prensa internacional.
- Principales partidos y líderes políticos.
- Colegio Dominicano de Economistas.
- Escuelas y Departamentos de Economía de de las Universidades.
- Asociaciones empresariales:
  - . Consejo Nacional de Hombres de Empresa.
  - . Asociación de Industrias de la República Dominicana.
  - . Asociación de Comerciantes e Industriales de Santiago.
  - . Cámaras de Comercio.
  - . Federación Dominicana de Comerciantes.
  - . Otras asociaciones miembros del Consejo Nacional de Hombres de Empresa.
- Organismos internacionales radicados en el país: PNUD - OEA - BID - IICA - ETC.

Puede esperarse que con la cobertura de estos segmentos específicos se proyecte toda la información a la población dominicana considerada como una globalidad.

5. ESTRUCTURAS Y MEDIOS

Las actividades del Banco Central de la República durante el último período de gobierno revelan la importancia política de

una información pública oportuna y adecuada para obtener la comprensión, el respaldo y el sentimiento de participación consciente del público en las decisiones económicas que afectan el presente y el futuro económicos de la nación.

Eso es básico en la búsqueda y alcance de un modelo democrático de vida política para el pueblo dominicano. De ahí que el Banco debe considerar seriamente elaborar y aceptar una política informativa que sitúe la institución en el centro de la política económica y en la disposición de compartir la responsabilidad de sus conocimientos, de sus decisiones y de las consecuencias de éstas.

Por eso mismo debe aceptarse la importancia de mantener un flujo de comunicación que evite especulaciones e interpretaciones torcidas de hechos cuyas consecuencias han de compartir los funcionarios del Banco con la comunidad nacional a través de las instituciones intermedias.

Permanentemente el Banco debe informar fríamente de sus logros, problemas y perspectivas, teniendo como único norte el interés nacional, por encima de posibles presiones partidistas, manteniendo así vigente la tradición de la institución en este sentido.

No se debe esperar una crisis o el surgimiento de situacio-

nes conflictivas aisladas para informar al público.

6. NECESIDADES PERMANENTES Y COYUNTURALES

El concepto del plazo, o del tiempo, es inherente a la economía. Toda política informativa en el área económica, por esa misma razón, tiene que atender al contexto temporal en que habrá de enmarcarse.

El Banco tiene necesidades permanentes, como son las que se refieren a la rutina administrativa y a la política monetaria y económica que se esté tratando de impulsar, la cual es muy posible que dure tanto como un período de gobierno (4 años) y que inclusive supere ese lapso.

Hay también las necesidades coyunturales, que son las que se dan de manera incidental en un breve período de tiempo y dentro del curso de la administración de rutina y a la aplicación sistemática de las políticas monetaria y económica.

Por tales circunstancias, las estructuras y medios de comunicación e información deben tomar en cuenta las necesidades permanentes y coyunturales, sin descuidar que en la actualidad sigue siendo oportuno atender una categoría, que llamaríamos de corto plazo, cuyo objetivo sería completar el proceso informativo relacionado con las negociaciones con el Fondo Monetario Internacio-

nal, la banca internacional y el Club de París.

La comunicación sistemática, sin privilegios ni alharacas, debe pasar a constituir la norma aplicable a través de los mecanismos de que disponga el Banco para tales fines, reservándose la participación directa del Gobernador, o de los jefes departamentales, para ocasiones especiales que deben ser previstas y conocidas por los funcionarios para que las reglas se apliquen con plenitud de conocimiento.

En consecuencia, el Banco debe crear, o hacer los ajustes pertinentes, para que exista una estructura administrativa de las comunicaciones y la información, la cual esté dotada de los recursos humanos, de la organización, la jerarquía y los medios materiales para implementar eficazmente la política informativa, interna y externa, y de relaciones con la comunidad.

7. NECESIDADES DE CORTO PLAZO

Independientemente de la adopción de una política de información y comunicación aplicable de manera permanente, aunque ésta se haga flexible y revisable, pasado un año de haberse llegado a un acuerdo con el Fondo Monetario Internacional, parece deseable y conveniente elaborar un programa dirigido exclusivamente a explicar y crear una conciencia de porqué se hizo tal

acuerdo, cuáles han sido sus consecuencias y qué hubiese ocurrido -muy probablemente- de no haberse negociado con el FMI.

Consideramos que el proceso de negociación debe ser historiado, ventilado y vulgarizado de manera tal, que se definan y entiendan las responsabilidades del gobierno central y de las autoridades monetarias, y de cómo se evitó lo que pudo ser el derrumbe del sector externo de la economía dominicana, de la moneda nacional, y casi seguro, del fracaso a que esa situación llevaría al sistema político dominicano.

Además de las negociaciones con el FMI y los condicionamientos que esto impuso a la conducción de la política monetaria del gobierno, desde el 23 de enero de 1985, las autoridades monetarias han negociado la deuda con los bancos comerciales del exterior y se han iniciado las aproximaciones al Club de París para renegociar las deudas de gobierno a gobierno o avaladas por estos.

Esas tres áreas de negociación requieren un tratamiento especial a corto plazo e independientemente de los conceptos de "necesidades permanentes y coyunturales" tratadas precedentemente.

8. ESTRUCTURAS FUNCIONALES

Por estructuras funcionales entendemos, para los fines de este trabajo, los elementos indispensables para poner en prác-

tica una política de información para el Banco Central. Para ello, se habrán de cubrir tres niveles de actuación que se correspondan con la filosofía, la estrategia y la táctica que deben orientar y producir los resultados que se propone conseguir la institución.

La filosofía ha de plasmarse en una definición de criterios que sirvan de marco de referencia para guiar la producción de información, las relaciones con la comunidad -interna y externa- y cualquier tipo de expresión y contacto ajeno a las funciones fundamentales del Banco.

Esos criterios deben ser expresión no sólo de la concepción de los responsables de la conducción de la institución, sino de la política de participación que defina el gobierno a través del Poder Ejecutivo. Su redacción debe ser inspirada por la Gobernación y así se tratará de recoger en las recomendaciones de este trabajo.

La estrategia debe estar constituída por el programa de trabajo, sus objetivos y métodos y será propuesta más adelante junto con la táctica que definirá los medios para alcanzar la población que interesa.

Por otra parte, hay que considerar entre las estructuras, a nivel táctico también, la dotación de personal y su ubicación

dentro del esquema organizacional del Banco.

9. LOS PRODUCTOS DE LA POLITICA INFORMATIVA

La materia prima para elaborar las informaciones provenientes del Banco a fin de proyectar su política en la opinión pública deben emanar de los planes, programas y proyectos de la institución, así como de sus dificultades, logros y acciones o interacciones significativas para el pueblo dominicano o segmentos de peso dentro del mismo.

Es preciso concertar la vigencia de dos tipos de comunicación: una, que podría llamarse "técnica", y la otra, de "democratización" de la información económica y monetaria, y la cual se caracterizaría por el lenguaje llano y sin rebuscamiento.

Las comunicaciones en lenguaje "técnico" deberían ir a personas e instituciones especializadas junto con la "traducción" del Banco para sectores menos sofisticados. Esta última sería la que tendría mayor difusión y debe guardar estricta concordancia con la información técnica.

Los medios deben abarcar:

- Folleto o boletín interno del Banco.
- Revista especializada de circulación nacional e internacional.

- Programas especiales -no permanentes- de televisión y radio producidos por el Banco.
- Artículos producidos (patrocinados por el Banco) para periódicos y revistas.
- Notas de prensa.
- Libros.
- Folletos y boletines especializados.
- Declaraciones personales de funcionarios.
- Concertación de entrevistas, ruedas de prensa.
- Concurrencia a programas y/o entrevistas producidas por terceros.

La canalización de la información está en cierto modo implícita en la naturaleza de los medios antes citados y en los segmentos de la sociedad que se describen en el apartado 4 de este trabajo, en los cuales se abarca el sector interno (funcionarios y empleados del Banco) y el sector externo, que es la comunidad nacional, excluyendo el personal del Banco.

10. CONCLUSIONES

La información pública y las relaciones con la comunidad, a excepción de una vasta acción de apoyo a buenas obras de interés común, han sido conducidas en el Banco Central al más bajo nivel

programático, administrativo, y de proyección de un política coherente y de un curso definido.

El cambio operado a partir de 1978, y en especial a partir del inicio de las negociaciones con el Fondo Monetario Internacional, sugiere la conveniencia de establecer una política y una praxis informativa que permita mantener los conflictos, controversias y contestación pública al mínimo, para evitar que el Banco sea blanco de las quejas y diatribas de políticos, técnicos y ciudadanos insuficientemente informados de las razones y fundamentos de las acciones de la institución.

Los esfuerzos para mantener un órgano de información interna han sido fallidos, como lo revela el doble colapso del Boletín Informativo Banco Central, y el limitado alcance de "El Administrativo Informa", del Departamento de Administración.

La conveniencia de tener la comprensión, el respaldo y el sentimiento de participación consciente del público y del personal del Banco en sus decisiones, nos permite recomendar la creación de las estructuras y uso de los medios adecuados para que el Banco inserte adecuada y oportunamente su política en la opinión pública y en la de sus colaboradores y funcionarios del Gobierno y grupos de interés.

11. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones tendentes a formular una política de información para el Banco Central de la República deben comprender los aspectos siguientes:

a. Establecer un marco normativo para la elaboración, control y difusión de la información, las relaciones públicas, incluída la prensa, y la extensión cultural. Esos principios podrían estar sujetos a revisión de tiempo en tiempo para que reflejen la actitud del Gobernador y las autoridades monetarias responsables del manejo del Banco Central de la República.

b. Reconocimiento de la jerarquía y posición de las actividades concernientes a información y afines dentro de la estructura organizativa del Banco.

c. Definición de una estructura funcional dotada de los recursos humanos y materiales para realizar una eficaz labor de información, prensa, relaciones pú-

blicas, extensión cultural y otras actividades colaborativas con la comunidad. La estructura actual no responde a las nuevas situaciones que enfrenta la institución.

d. Creación de un medio de información interna, permanente y regular, que recoja las palpitaciones y realidades propias del Banco y de sus departamentos. Sus planes, programas, proyectos, logros, problemas, relaciones, participación y compromisos de tipo internacional. Este no debe ser un órgano tradicional de "relaciones industriales" con las consabidas fechas de cumpleaños, fiestecitas, bautizos y poesías de señoras bien, sino que tal órgano de difusión debe y tiene que recoger las actividades características del Banco, sus relaciones con el FMI, con AID, con el BID, cómo marcha FIDE, INFRATUR, el Programa de Reactivación Industrial, cuáles son

las perspectivas y tropiezos, el impacto de las actividades del Banco en la economía y la comunidad nacional, cuáles son los indicadores de la economía, etc.

e. Edición de una revista, cuya edición debe ser de la exclusiva responsabilidad del Banco, pero que puede incluir actividades prioritarias del desarrollo nacional, como son la promoción del mercadeo de las exportaciones y el turismo, la difusión de los tópicos de mayor interés para la institución, como son las disposiciones emanadas como consecuencia del acuerdo con el FMI, y otros que pudieran hacerse en el futuro, notas sobre el manejo de la deuda externa, la tasa de cambio, el sistema financiero y la evolución de la economía y de las principales cuentas nacionales. Patrones para esta publicación podrían producirse por la combinación de elementos de la revista

de Comercio Exterior, de México, y Brazil-Comercio e Industria, publicación de la Fundación Visconde de Cabo Frío y patrocinada por el Ministerio de Relaciones Exteriores, el Banco Central de Brazil, y el Banco do Brazil. Esta última promueve las exportaciones, los contactos comerciales internacionales, artículos de fondo sobre algún producto exportable o con potencial de exportación, reseñas sobre empresas con logros significativos en el comercio exterior, las cifras y comportamiento de la economía en un apretado y escueto informe técnico, y como contribución a la difusión de la cultura se incluyen cuentos y relatos cortos. Una publicación así servirá de complemento a las labores especializadas de Cedopex, la Secretaría de Estado de Turismo, la Secretaría de Estado de Finanzas y el Secretariado Técnico de la Presidencia.

f. En concordancia con la política informativa que se desarrolle en torno a los "criterios",

desarrollar una maquinaria capaz de elaborar notas de prensa, artículos técnicos y de popularización que traduzcan oportunamente y para todos los públicos las actividades del Banco. Así se frenarían las especulaciones y se fomentaría el sano conocimiento de las directrices que orientan la política económica y monetaria, y otras que se deriven de las recomendaciones y decisiones de las autoridades monetarias. Quizás un boletín económico diario o semanal sería una alternativa a considerar.

g. Bajo la dirección del departamento, unidad o como se resuelva designarle, preparar y contratar la realización de programas de televisión, ensayos breves, libros, artículos para la prensa diaria y para revistas, que sirvan para difundir las ideas y actividades claves de la política monetaria y de las actividades del Banco. Los medios escritos son el vehículo por excelencia para la información económica institucional.

h. Desarrollar un programa coyuntural y de corto plazo para producir las explicaciones completas, coherentes y entendibles acerca de todo el proceso relacionado a las negociaciones con el FMI, antecedentes y resultados. Esto debería ser objeto de la más alta prioridad, pues todavía, ya terminado el plazo del acuerdo con el FMI, profesionales, políticos y legos, no han alcanzado a entender cuáles eran las condiciones del sector externo que llevaron a negociar dicho acuerdo y cuáles eran los "escenarios" posibles de no haberse negociado todo lo relativo a la deuda externa y al reordenamiento del sistema financiero.

i. Programar el alcance y limitaciones de las labores de información, prensa, relaciones públicas, extensión cultural y todo lo concerniente a relaciones con la comunidad en actividades no propiamente esenciales a la naturaleza del banco emisor de la nación y a la rectoría de la política monetaria.

Para tratar de dar un giro a la situación, en el corto

plazo, se recomienda la contratación, por un período no mayor de noventa (90) días, de un equipo consultor de profesionales que bajo la orientación de la Gobernación y la Gerencia de la institución, redacten los principios que guiarán el proceso en torno a la idea de democratización de la información económica y produzcan los primeros programas y materiales que sirvan para pautar las tareas del grupo que dentro de la organización habrá de realizar, de manera permanente, las tareas señaladas en este informe***

SANTO DOMINGO, D. N.
18 de abril de 1986