

CONSULTAS SOCIALES

Viernes 24 Octubre 2003 (8:30 - 12:00)

PROGRAMA DE LA SESIÓN E INFORME DE INTRODUCCIÓN

PROGRAMA DE LA SESIÓN

1. Introducción

Sr. Willy BURGUNDER (Presidente del Comité C2/SUIZA)

2. Informe de introducción

Sr. Mark ELFORD (Secretario de habla inglesa del C2/AUSTRALIA)

3. Sesión de información

Sr. Baudouin SERRUYS (Secretario de habla francesa del C2/BÉLGICA)

4. Sesión de consultas

Sr. Ganief FISH (Miembro del C2/SÚDAFRICA)

5. Sesión de participación

Sr. Hubert RESCH (Miembro del C2/AUSTRIA)

6. Análisis del futuro campo de actividades del Comité C2

Sr. Willy BURGUNDER (Presidente del Comité C2/SUIZA)

ÍNDICE

ÍNDICE.....	3
RESUMEN	4
INTRODUCCIÓN	5
UN MODELO PARA LA IMPLICACIÓN DEL PÚBLICO	6
ABANICO DE POSIBILIDADES DE IMPLICACIÓN DEL PÚBLICO.....	6
AMPLITUD DE LA IMPLICACIÓN DEL PÚBLICO.....	7
VENTAJAS DE LA IMPLICACIÓN DEL PÚBLICO.....	8
CONDICIONES PREVIAS PARA QUE LA IMPLICACIÓN DEL PÚBLICO TENGA ÉXITO	9
IMPLICACIÓN DEL PÚBLICO EN FORMA DE COMUNICACIÓN	10
IMPLICACIÓN DEL PÚBLICO EN FORMA DE CONSULTA	12
MÉTODOS DE CONSULTA.....	12
IMPLICACIÓN DEL PÚBLICO EN FORMA DE PARTICIPACIÓN.....	13
ASPECTOS CLAVE DE LA IMPLICACIÓN DEL PÚBLICO	14
CONCLUSIONES	16
ANEXO 1 - PUBLICACIONES ANTERIORES DE LA AIPCR	18
ANEXO 2 - GLOSARIO	18

RESUMEN

La implicación del público es reconocida cada vez más como una necesidad fundamental de las Administraciones de Carreteras del mundo entero.

Por esta razón, en el XXI Congreso Mundial, celebrado en Kuala Lumpur, se creó el Comité C2.

Este nuevo Comité ha centrado sus esfuerzos en el desarrollo de un modelo que facilitase la participación del público y que pudiera aplicarse a cualquier proyecto, en cualquier etapa de su ciclo de vida.

El presente informe introductorio esboza este modelo, analiza las ventajas de la implicación del público y las condiciones previas para que ésta tenga éxito, y trata brevemente de la aplicación del modelo en forma de comunicación, de consulta y de participación en las diversas fases de un proyecto. El informe enuncia algunos aspectos clave de la implicación del público y llega a la conclusión de que conviene profundizar en este trabajo con el fin de incluir información complementaria sobre las herramientas y las técnicas aplicables, junto con estudios de casos importantes.

AUTORES

A continuación se indican los nombres de los miembros que han participado en la redacción de este informe introductorio:

Willy Burgunder	Suiza
Mark Elford	Australia
Istvan Bakonyi	Hungría
Ganief Fish	Sudáfrica
Hubert Resch	Austria

INTRODUCCIÓN

La implicación del público es reconocida cada vez más como una necesidad fundamental de las Administraciones de Carreteras del mundo entero.

Para responder a esta necesidad, en el XXI Congreso Mundial de Carreteras, celebrado en Kuala Lumpur, se creó el Comité Técnico C2, cuyos términos de referencia son los siguientes:

- Mejorar la comprensión por parte de los usuarios y del público del proceso de consulta, y conocer mejor lo que esperan del mismo.
- Elaborar un inventario de las prácticas de consulta exitosas.
- Desarrollar nuevas metodologías para la consulta del público.

Se reconoce el enorme trabajo realizado en este campo durante los diez últimos años, que se ha traducido en tres importantes publicaciones de la AIPCR. En el Anexo 1 se proporciona información más detallada sobre estos informes.

El presente informe parte de los trabajos existentes y establece un marco de fácil comprensión dentro del cual pueden abordarse sin problemas tanto las diversas formas de implicación del público como la amplitud de esta implicación.

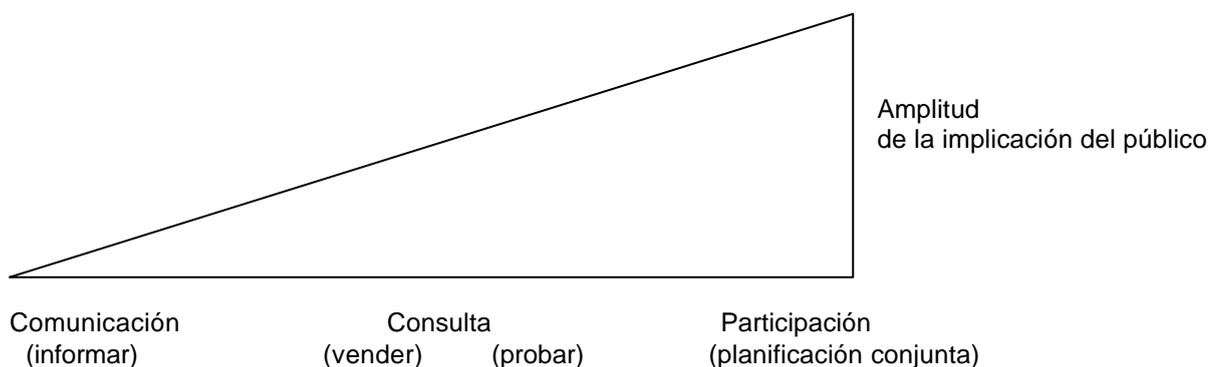
Este documento es, en cualquier caso, un informe introductorio: si se desea más información respecto a la implicación del público, se puede consultar el informe realizado por el Comité C2 para la AIPCR.

UN MODELO PARA LA IMPLICACIÓN DEL PÚBLICO

El Comité C2 ha elaborado un modelo de dos dimensiones para la implicación del público:

Abanico de posibilidades de implicación del público

La implicación del público puede considerarse como el continuo siguiente:



En el extremo izquierdo, la implicación del público es mínima. La Administración de Carreteras (o ente decisorio correspondiente) se contenta con informar al público sobre lo que pretende hacer. A efectos del presente informe, es lo que se llama comunicación. A medida que nos desplazamos sobre el continuo, la implicación del público va aumentando. En el nivel de consulta, el órgano de decisión "vende" su propuesta a la comunidad o comprueba la reacción de ésta. En esta fase existe un flujo de información y de opiniones entre las partes en los dos sentidos. A la derecha del continuo, la implicación del público es máxima. Esto puede suponer un cierto grado de "planificación conjunta" en la que se tienen muy en cuenta las opiniones de la otra parte, que incluso pueden estar respaldadas por un marco legal.

Conviene observar que la terminología relativa a este tema puede ser motivo de confusión, aunque hayamos definido ya algunos términos esenciales para ayudar a clarificar las cosas. En el Anexo 2 se incluye un glosario más detallado. La expresión "consulta del público" puede utilizarse en un sentido genérico (para describir toda la gama de implicaciones posibles del público) o de manera más específica (como lo ha hecho el Comité C2). Por consiguiente, el presente informe lleva el título de "Implicación del Público", mientras que el Comité C2 se denomina "Consulta del Público"¹

¹ **N. del t.:** A pesar de lo que aquí dicen los originales en inglés y francés, el título que figura en la portada del informe original francés (el inglés viene sin título) es "Consultation du Public/Community Consultation". Para que todo fuera coherente, habría que cambiar en la portada el título del informe (tanto en los originales como en la traducción) por "Implicación del Público".

En este modelo, ninguna solución es necesariamente superior a las demás. La elección del punto más apropiado dentro del continuo es importante y depende de un cierto número de factores como la cultura, la complejidad del proyecto, la historia del proyecto, las exigencias legales, etc. Esto se tratará más a fondo en el cuerpo del informe.

Conviene precisar asimismo que este modelo se puede aplicar de manera diferente a los diversos componentes de un proyecto. Por ejemplo, la implicación del público puede ser mínima en lo que se refiere al trazado, pero los detalles relativos a la ordenación paisajística pueden exigir la participación del público.

Amplitud de la implicación del público

La otra dimensión de la implicación del público puede denominarse "amplitud" o ciclo de vida de un proyecto.

Puede expresarse en distintos planos:

- Planificación estratégica/Plan general
- Anteproyecto
- Proyecto definitivo
- Construcción
- Explotación

En cada una de estas fases existen diversos aspectos de la "implicación" que pueden abarcar desde reuniones públicas en la fase de anteproyecto hasta la comunicación en la de explotación.

La implicación del público, por supuesto, no es un fin en sí misma, sino que se inscribe en un proceso más amplio de desarrollo sostenible. Algunos aspectos más generales se estudian en otros comités de la AIPCR, tales como los siguientes:

- C4: Carreteras Interurbanas y Transporte Interurbano Integrado.
- C10: Áreas Urbanas y Transporte Urbano Integrado
- C14: Desarrollo Sostenible y Transporte por Carretera.

En este contexto, el C2 se ocupa de las herramientas y las técnicas de implicación del público.

Dentro de la fase de recogida de información para el presente informe, se ha difundido un cuestionario entre una serie de países, tanto aquellos desarrollados como otros en transición. Ha sido interesante comprobar que todos los países reconocían en sus respuestas la práctica de alguna forma de implicación del público. En algunos casos, esta implicación se impone por ley, mientras que, en otros campos, las ventajas y la necesidad de la implicación del público se reconocen pese a la ausencia de obligaciones legales al respecto.

En el presente informe se examinará la implicación del público desde estos dos puntos de vista, es decir, se estudiará la comunicación/consulta/participación para las diferentes etapas de un proyecto.

VENTAJAS DE LA IMPLICACIÓN DEL PÚBLICO

La importancia de fomentar una mayor implicación del público en la toma de decisiones relativas a proyectos industriales o de infraestructura fue reconocida a nivel internacional en la Convención de la CEE/ONU sobre Acceso a la Información, Participación del Público y Acceso a la Justicia en los Temas Medioambientales (la "Convención de AARHUS"). Las Administraciones de Carreteras de todo el mundo reconocen cada vez más como una necesidad fundamental la implicación de los individuos y del público afectado o de los grupos de interés o de presión. En la Conferencia de la ONU sobre el Desarrollo Sostenible celebrada en Johannesburgo en 2002 se subrayó de nuevo la importancia de dicho proceso.

Si bien se reconoce que la implicación del público, en particular la consulta y la participación, pueden ser procesos complejos y en ocasiones bastante largos, se considera que sus ventajas superan ampliamente sus inconvenientes. Entre estas ventajas pueden citarse:

- **Compromiso del público/la comunidad/las partes interesadas**
La implicación puede reforzar el compromiso de todas las partes interesadas en un proyecto, con lo que se reduce el riesgo de conflictos costosos.
- **Mejor selección de los objetivos**
La implicación puede aportar información mejor y más detallada. En los proyectos de carreteras, la consulta puede proporcionar informaciones importantes sobre las condiciones locales que de otra forma podrían haberse pasado por alto.
- **Datos más fiables**
Gracias a la implicación, todas las partes interesadas pueden intercambiar información más válida y más fiable y comunicarla a los responsables públicos, lo que aumenta la responsabilidad. Una mejor comprensión de los valores, prioridades y expectativas locales puede traducirse en proyectos de carreteras y mecanismos de ejecución más compatibles con las condiciones sociales y culturales.
- **Mejora de la capacidad de negociación**
A medida que el alcance y la importancia de la implicación del público aumentan, se incrementa también la capacidad de los pobres, las mujeres, los jóvenes y otros grupos, a menudo no tenidos en cuenta, para obtener ventajas del proyecto. A su vez, la equidad social refuerza el compromiso de los participantes con el proyecto de carreteras propuesto. La implicación aporta asimismo a las partes interesadas una experiencia que pueden aplicar después a otros proyectos. Especialmente en aquellos lugares en que la conciencia cívica es limitada y existe una larga tradición de dependencia respecto a los dirigentes políticos locales, la experiencia adquirida mediante mecanismos de consulta puede desencadenar un largo proceso que conducirá a la asunción de responsabilidades por los participantes en áreas ajenas al proyecto de carreteras inmediato.
- **Reducción de costes**
La implicación puede suscitar en las partes interesadas una mayor voluntad de dedicar tiempo, trabajo y otros recursos a un proyecto de carreteras que "hayan hecho suyo", lo que aumenta el valor de los fondos invertidos. La investigación ha demostrado que cuanto más se implican las personas en un proyecto, tanto mayor es su compromiso en la defensa de sus valores y sus objetivos.

CONDICIONES PREVIAS PARA QUE LA IMPLICACIÓN DEL PÚBLICO TENGA ÉXITO

La primera condición para que la implicación del público tenga éxito es la existencia de un entorno político favorable.

Una segunda condición consiste en aceptar que la implicación del público sea un proceso iterativo, no sólo para las comunidades afectadas, sino también para otras como el personal encargado del servicio de las carreteras.

En tercer lugar, es necesario que cada una de las partes que intervienen en el proceso tenga un papel claramente definido. Esto es importante, porque el proceso puede dar lugar a que algunos grupos tengan una idea equivocada sobre el alcance real de su capacidad para tomar decisiones.

Una cuarta condición previa es el intercambio de información y el establecimiento de consultas lo más extensas posibles con las partes interesadas.

Otra condición consiste en esforzarse sistemáticamente por comprender a la comunidad o el público de la región afectada por la propuesta. También es importante elaborar un programa adecuado de implicación del público, junto con el conjunto de técnicas adecuadas.

Finalmente, la gestión eficaz de la Administración de Carreteras (u otro organismo que promueva los proyectos de carreteras) es fundamental para el éxito de cualquier proceso de implicación.

IMPLICACIÓN DEL PÚBLICO EN FORMA DE COMUNICACIÓN

Como se ha indicado anteriormente, la comunicación en este contexto es esencialmente un flujo unidireccional de información. Respecto a la "profundidad" de la implicación del público, en las distintas etapas en el ciclo de vida del proyecto, se pueden hacer las observaciones siguientes:

En las fases de estudio de los proyectos (incluidos el plan general, el anteproyecto y el proyecto definitivo)

- La comunicación puede ser la base que facilite la consulta o la participación. Si el proceso incluye la participación de los ciudadanos, éstos deben ser informados sobre sus derechos y sobre la forma de participar.
- Puede ser necesario aumentar la concienciación del público respecto a la necesidad de las obras de carreteras.
- Puede informarse al público sobre los programas de construcción de carreteras planificados a corto y medio plazo.

Construcción

- Antes de empezar las obras es importante informar a los usuarios de la carretera sobre la fecha de comienzo de los trabajos y sobre su duración, así como sobre cualquier otra posible molestia relacionada con las obras (restricciones temporales del tráfico, desvíos, etc.)
- Puede ser necesario recordar las razones para estas obras, su coste, etc.
- Puede suministrarse información sobre el avance de las obras (lo que se ha hecho, lo que queda por hacer).
- Las ventajas del nuevo tramo de carretera pueden especificarse una vez que las obras hayan terminado, en particular durante la jornada de puertas abiertas y en la ceremonia de inauguración.

Explotación

- En el momento oportuno, puede darse información sobre el estado y la disponibilidad de la red viaria: eventuales retrasos, desviaciones, incidentes, condiciones meteorológicas, conservación programada, etc.

Los medios utilizados para difundir la información pueden variar en función de un cierto número de factores, entre los que se encuentran la tecnología disponible y los aspectos económicos. Como ejemplos de dichos medios pueden citarse los siguientes:

- Folletos distribuidos entre los usuarios de la carretera, circulares (en los grandes proyectos deberían distribuirse folletos más detallados en lugares clave, tales como las áreas de descanso de las autopistas y los puestos de peaje, y en lugares públicos como son las oficinas de correos).
- Carteles publicitarios en los edificios públicos locales.
- Tablones de anuncios.
- Vallas publicitarias en las carreteras.

- Informaciones facilitadas a los medios de comunicación:
 - Radio (local, nacional).
 - Televisión (local, nacional), vídeos, películas.
 - Prensa (diaria, semanal, extranjera, etc.)
- Informaciones transmitidas por los medios de comunicación.
- Películas informativas.
- Foros, conferencias, debates.
- Centros de comunicación.
- Llamadas telefónicas gratuitas (números gratuitos).
- Internet
- Exposiciones itinerantes.
- Planos temáticos (que indiquen el estado técnico de la red y el volumen de tráfico).
- Teletexto.
- Paneles informativos electrónicos.

Esta lista no es exhaustiva y existen, sin duda, otras técnicas apropiadas para las diversas condiciones locales.

IMPLICACIÓN DEL PÚBLICO EN FORMA DE CONSULTA

La consulta exige una mayor implicación del público que la comunicación. En esta forma de implicación se solicitan opiniones, y la capacidad de las comunidades para influir en el proyecto es mayor.

Respecto a las fases del proyecto, este tipo de implicación del público es especialmente útil en las fases de elaboración del anteproyecto y del proyecto definitivo. En estas fases puede consultarse al público para aprovechar sus conocimientos sobre el entorno y la meteorología locales, las vías de agua naturales, las costumbres locales, la utilización de los terrenos y otras cuestiones que pueden tener gran influencia sobre el proyecto. Esto da ocasión asimismo para consultar al público sobre su implicación futura en el proyecto en calidad de suministradores de servicios o de materiales.

La fase de construcción es fundamentalmente un período de control de cómo se respetan las auténticas preocupaciones del público. La fase de explotación permite al público evaluar en qué medida se tienen en cuenta sus preocupaciones y hacer llegar esta información a la Administración de Carreteras

Métodos de consulta

Se dispone de una amplia gama de métodos/técnicas de consulta, entre los que se incluyen:

- Audiencias públicas.
- Comités consultivos de ciudadanos.
- Foros de debate público.
- Mediación
- Consulta general del público.
- Jornadas de puertas abiertas.
- Sesiones de trabajo intensivo ("charrettes").
- Presentaciones visuales.
- Tormentas de ideas ("brainstorming").
- Grupos focales (grupo de personas escogidas para debatir sobre un tema específico).
- Facilitación.
- Encuestas públicas.
- Teléfonos de información.

IMPLICACIÓN DEL PÚBLICO EN FORMA DE PARTICIPACIÓN

La participación se concibe como una implicación activa del público en todas las fases de un proyecto que le afecta y en el ejercicio de un cierto control sobre estas fases.

Tal como se ha indicado anteriormente, la importancia de impulsar una mayor participación del público en la toma de decisiones sobre los proyectos de infraestructuras ha sido reconocida en la Convención CEE/ONU ("Convención de AARHUS"). Un aspecto fundamental de la participación es la existencia de procedimientos jurídicos ("acceso a la justicia") que permiten a un individuo o al público en general impugnar la legalidad de proyectos abiertos a la participación del público. La participación exige asimismo la existencia de un órgano ejecutivo que pueda tomar decisiones restrictivas como resultado del proceso de participación.

En las diversas fases del proyecto, la amplitud de la participación aumenta a medida que los detalles del proyecto se van definiendo. En la fase de planificación general, la participación del público debería ser mínima y el grado de acceso a la justicia limitado; pero en las fases de anteproyecto y proyecto definitivo la implicación debería ser considerablemente mayor, al igual que las posibilidades de acceso a la justicia.

En la fase de construcción, el nivel de participación del público disminuye. Cabe observar, no obstante, que pueden existir razones económicas y/o sociales importantes para implicar a las comunidades locales en esta fase (oportunidades de formación, desarrollo comercial).

En la fase de explotación, cada vez es más habitual que en algunos países donde la participación del público se traduce en la "aprobación de una autopista" se produzca un fenómeno interesante: una comunidad puede trabajar con la Administración de Carreteras local en la conservación y control de un tramo de carretera. También en el campo de la seguridad vial participan cada vez más grupos de usuarios

Las formas de participación del público se prescriben a menudo por ley e incluyen técnicas ya citadas para la comunicación y la consulta.

Es preciso tomar medidas detalladas para este tipo de información y de consulta, lo que puede depender, en particular, de las características específicas de los proyectos u obras afectados:

- Determinación del público afectado.
- Especificación de los lugares en que la información puede ser consultada.
- Especificación de la forma en que puede informarse al público, por ejemplo poniendo carteles dentro de un determinado radio, publicación en la prensa local, organización de exposiciones con planos, dibujos, tablas, gráficos y maquetas.
- Determinación de la forma en que debe consultarse al público, por ejemplo, mediante propuestas escritas o con encuestas públicas.
- Establecimiento de plazos apropiados para las diversas fases del procedimiento, a fin de garantizar que se tomará una decisión en un plazo razonable.

ASPECTOS CLAVE DE LA IMPLICACIÓN DEL PÚBLICO

La implicación del público se practica desde hace muchos años de muy diversas maneras. Los aspectos principales indicados a continuación se derivan del análisis de varios estudios de casos prácticos sobre este tema:

1. La comprensión del público o la comunidad afectados es fundamental para la eficacia de cualquier proceso de implicación del público.
2. El nivel y la calidad de la consulta por el público dependen directamente de los del personal de la Agencia de Carreteras (u organismo que promueve la construcción de las carreteras)
3. No hay que consagrar más del 20% de los recursos a intentar directamente que cambien de opinión las personas más vigorosamente opuestas a una propuesta válida. Por el contrario, hay que dedicar los esfuerzos a interesar, informar e implicar a la mayoría generalmente silenciosa, animándola a que se enfrente a los que se oponen a la propuesta.
4. Los medios de comunicación son aliados dudosos: si se quiere decir algo adecuadamente, mejor decirlo uno mismo. Los medios de comunicación tienen sus propios objetivos, y a ellos supeditan generalmente los de los demás. Se reconoce el papel tradicional y vital de los medios de comunicación en la vida pública, en especial sus esfuerzos por presentar la propuesta del promotor de un proyecto por medio de comunicados de prensa, conferencias de prensa, etc., pero es preferible preparar un anuncio para que aparezca en los periódicos bajo la forma de preguntas y respuestas, con un cupón de respuesta, y publicarlo sin advertir previamente a los periodistas: los departamentos de publicidad se acomodan generalmente a esta técnica por los ingresos que genera. Posteriormente, los periodistas pueden recibir información general suplementaria, así como diagramas, en respuesta a su interés. De esta forma, el proponente consigue presentar las cosas de manera positiva, y no negativa como suele hacerlo un periodista.
5. El consenso es un noble ideal, pero hay que estar preparado para conformarse con un objetivo realista y alcanzable: un apoyo informado, visible y mayoritario del público.
6. Cuando se habla del "público" se cubre una realidad plural, y hay que desconfiar de toda amalgama. Es fundamental identificar los diversos públicos para una determinada propuesta; las organizaciones que pretenden representarlos; los dirigentes que parecen hablar en su nombre; los medios de comunicación que llegan hasta ellos; los valores, actitudes y creencias que los animan; su conocimiento del autor del proyecto y de la propuesta y sus opiniones al respecto; así como las condiciones en las que estarían dispuestos a apoyar la propuesta. La preparación de este perfil social supone reunir estas informaciones y otros datos vitales, con objeto de constituir una base de datos sociales que es fundamental para la planificación y la gestión del programa de implicación del público.

7. El defensor de una propuesta tiene a menudo más apoyo potencial del que da a entender su cobertura mediática.
8. Cuando se elabora un programa de implicación del público, el secreto del éxito está en velar por que cada grupo implicado gane algo en el programa: aunque sólo se trate de reconocimiento.
9. Hay que iniciar el proceso en las primeras fases del ciclo de vida del proyecto, utilizar juiciosamente el tiempo del público y respetar los períodos importantes para el público, por ejemplo: el trabajo estacional, las fiestas, el tiempo disponible para la participación de las mujeres, etc.
10. La mejor forma de aprender, tanto de los fracasos como de los éxitos, es la evaluación. Con los procedimientos de implicación del público deberían efectuarse dos tipos de evaluación: uno interno, realizado por las personas directamente responsables del proceso; y el otro externo, llevado a cabo por expertos no directamente responsables del proceso. La evaluación interna contribuirá a mejorar el proceso de implicación existente. La evaluación externa independiente, unida a la interna, contribuirá a determinar si conviene proseguir el proceso de implicación en su conjunto.

CONCLUSIONES

1. L'implication du public est de plus en plus reconnue comme une exigence fondamentale. Aucune forme d'Etat démocratique ne permet encore aux pouvoirs publics de réaliser de grands projets d'infrastructure sans bénéficier de l'acceptation de la population concernée. Ce principe doit guider tous les acteurs confrontés à cette problématique, qu'il s'agisse des autorités politiques ou des Services des routes du monde entier.
2. Dans ce domaine, les notions sont appliquées de manière très imprécise, au risque de provoquer très souvent des malentendus. Il est donc judicieux de définir schématiquement les notions utilisées, ce qui permet de classer avec plus de précision les mesures et instruments qui seront appliqués par la suite. De ce point de vue, la bonne voie à suivre est celle qui est préconisée, autrement dit la voie consistant à établir une répartition entre les catégories « flux d'informations unidirectionnel » (information), « flux d'informations bidirectionnel sans droits formels des parties » (consultation) et flux d'informations bidirectionnel avec droits des parties et voies de recours formelles.
3. Outre des éléments théoriques fondamentaux, chaque catégorie est composée d'une série de mesures et d'instruments. A cet égard, il convient généralement de mettre les éléments en balance et de procéder à une évaluation avant de décider du choix des mesures ou instruments, voire de la prescription générale à appliquer dans un cas d'espèce. Dès lors que pratiquement toutes les mesures et tous les instruments sont applicables, sous leurs formes plus diverses, pour s'adapter à la situation effective d'un pays, l'éventail des possibilités qui en résulte de facto est très large. Aussi est-il d'autant plus important d'étudier toute la gamme des possibilités.

4. En l'occurrence, la comparaison avec les expériences faites dans d'autres pays revêt une très grande importance; mais dans ce contexte, il n'est en général guère possible de copier simplement des systèmes. C'est plutôt à la lumière des expériences réalisées et en tenant compte des circonstances concrètes qu'il faut développer et appliquer un instrument adapté aux propres besoins des utilisateurs. En matière d'implication du public, l'échange d'expériences constitue donc un élément central.

5. Se fondant sur le schéma fondamental des mesures et instruments ainsi établi, le C2 estime que sa tâche consiste d'abord à préparer des informations portant sur les instruments et outils nécessaires. A moyen terme, ce travail devrait déboucher sur la création d'un site Internet, une prestation utile à tous ceux qui oeuvrent dans le domaine de la construction des routes. Outre d'autres activités futures, il s'agirait également de tirer parti des connaissances acquises pour la préparation de séminaires appropriés destinés aux pays en transition.

6. La séance du Comité du C2 qui aura lieu le 24 octobre 2003 à Durban permettra de discuter des expériences faites dans d'autres pays ainsi que de l'aménagement des instruments dans l'optique des chances et des risques inhérents à leur utilisation.

ANEXO 1 - PUBLICACIONES ANTERIORES DE LA AIPCR

[1] Methods to Obtain Public Participation in Road Project Development, referencia 04.05.B, PIARC, 2000

[2] Informe introductorio de la sesión transversal "Proceso de toma de decisiones para un transporte sostenible" en el XX Congreso Mundial de Carreteras, referencia 21.33.B, AIPCR

[3] Informe técnico del Comité Técnico de Áreas Urbanas y Transporte Urbano Integrado: "Environment and Consultation with the Public", referencia 10.13.B, publicado en *Routes/Roads*, Revista de la AIPCR, n°304, IV - 1999, AIPCR

ANEXO 2 - GLOSARIO

A efectos del presente informe, los términos siguientes deben entenderse definidos de la forma que se indica a continuación:

COMUNICACIÓN: esencialmente un flujo unidireccional de información (por ejemplo, informar).

CONSULTA: implica un diálogo (por ejemplo, un flujo bidireccional de información), pero las posiciones del interlocutor no son forzosamente tenidas en cuenta (por ejemplo, "vender" o probar).

PARTICIPACIÓN: las posiciones de los interlocutores son estudiadas y pueden incluso estar respaldadas por un marco legal (por ejemplo, planificación conjunta).