

Costarricenses con menor escolaridad son más propensos a no participar en el referéndum

Ciudadanos mantienen dudas sobre Cafta

- Uso de términos económicos y políticos afectan la eficacia de los mensajes

Carolina Barrantes

8/17/2007

Las campañas publicitarias que han realizado los grupos que se inclinan a favor o en contra del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos (Cafta) no han sido lo suficientemente efectivas para llamar la atención de los ciudadanos a participar en el referéndum el próximo 7 de octubre.

El panorama apunta a que en los mensajes difundidos por medios de comunicación masiva y en propagandas casa por casa, se han empleado términos políticos y económicos que no han sido comprendidos por los sector de menor escolaridad.

A la fecha, un 38% de los costarricenses con primaria, manifiesta que se encuentran indeciso sobre si participará en el referéndum el próximo 7 de octubre, según una encuesta efectuada por la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica (UCR), y dada a conocer ayer.

En ese sentido, la indecisión de la población que cuenta con estudios de secundaria o menos, sería de un 30%.

Mientras, entre los que cuentan con algunos estudios universitarios o carreras profesionales concluidas, solo un 7% tiene dudas sobre su participación en la consulta nacional.

De la consulta también se desprende que de acuerdo con la dedicación laboral, las amas de casa presentarían el mayor nivel de ausentismo en el referéndum. Esto porque solo un 55,2% de las jefas de hogar consultadas aseguraron que sí emitirán su voto.

En contraparte, el resto de las personas encuestadas que estudian, trabajan, o que se encuentran jubiladas, presentarían un nivel de participación superior al 70%.

Las cifras reflejan que los grupos que impulsan tanto la posición a favor como en contra del acuerdo con Estados Unidos, deberían hacer “un análisis para equilibrar el contenido de sus mensajes, con el fin de promover la participación de los diferentes sectores económicos”, apunta la investigación.

Al respecto, los dirigentes de la campaña por el “sí”, reconocieron que una parte de la población costarricense no ha comprendido aún la información sobre el acuerdo comercial, que ha sido difundida por diferentes medios de comunicación.

Ante ello, impulsan actividades en zonas alejadas del área metropolitana, como Pérez Zeledón y Guanacaste, principalmente, para distribuir volantes con información individualizada de acuerdo con el grado de educación y conocimientos que tenga cada sector poblacional, según explicó Alfredo Volio presidente de la organización a favor del Cafta.

Un criterio similar externaron los representantes del “no”, quienes adujeron que los costarricenses que se encuentran indecisos en la actualidad, han recibido mucha información, pero no tienen la oportunidad de comprender los términos técnicos que se emplean.

Por ello, dicha agrupación implementará nuevas actividades en zonas rurales y urbano marginales, con el propósito de informar a las personas de bajos recursos”, aseguró Henry Mora, secretario del Frente Nacional de Apoyo a la Lucha contra el Cafta.

El estudio fue elaborado entre el 12 y el 19 julio; a incluye la opinión externada por personas mayores de edad en 717 viviendas de todo el país vía telefónica. El error de muestreo es del 3,5%.

pdfMachine

A pdf writer that produces quality PDF files with ease!

Produce quality PDF files in seconds and preserve the integrity of your original documents. Compatible across nearly all Windows platforms, simply open the document you want to convert, click “print”, select the “Broadgun pdfMachine printer” and that’s it! Get yours now!