

Buscarán acercarse al 15% de la población que asegura estar poco informado

# Grupos del “No” tras indecisos

*Campañas a favor y en contra se extenderían por tres meses en caso de referéndum*

Las personas que están indecisas, o tienen poco conocimiento sobre el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos (Cafta), serán el centro de atención de la campaña que a partir de ahora impulsarán diversas agrupaciones opositoras del acuerdo comercial.

El movimiento se basará en despliegues informativos acerca de las consecuencias que acarrearía para los pequeños y medianos productores, y en el desempeño de entidades estatales como el Instituto Costarricense de Electricidad, la ratificación del acuerdo comercial.

Con esto, se pretende atraer

cerca de un 15% que, de acuerdo con una encuesta realizada días atrás por la Universidad de Costa Rica, está indeciso con relación al acuerdo comercial.

Según el estudio, un 49,7% de los costarricenses estaría a favor del acuerdo comercial, y un 37,6% en contra.

El informe también detalla que es la mayoría de la población la que se considera desinformada con relación al acuerdo comercial.

En ese sentido solo un 10,5% de los costarricenses manifestó estar muy informado sobre el Cafta, un 39,5% tiene conocimientos moderados, mientras que más de un 42% señaló estar poco o nada

informado.

Para transmitir los mensajes los opositores realizarán foros de discusión, charlas informativas y visitas a los hogares en todo el país, como parte de la iniciativa “cara a cara”, que organizan mediante comités cantonales y distritales.

Por su parte, quienes dirigen la campaña del “Sí” ya han elaborado parte de la estrategia con la cual tratarán de convencer a los costarricenses.

Por ejemplo, desde ya distribuyen pulseras blancas, con lo cual buscan llamar la atención a favor del acuerdo comercial.

En contraposición los grupos opositores distribuirán camisetas,

pulseras y banderas alusivas a la campaña, pero resaltando los colores patrios.

Los signos representarán “una lucha patriótica contra el dominio extranjero que quieren imponer”, explicó Rolando Araya, ex candidato presidencial por el Partido Liberación Nacional y miembro del grupo contra el Cafta.

A pesar del inicio de la campaña, los líderes de las agrupaciones contra el Cafta, deben enfrentar aún problemas internos, como la división de opiniones políticas que hay entre los integrantes y los pocos recursos con los que cuentan.

La diversidad de criterios surge debido a que la organización está

compuesta por grupos heterogéneos como sindicatos, estudiantes y políticos.

Las campañas publicitarias tanto del “Sí” como del “No” contra el Cafta se extenderán por tres meses, cuando el Tribunal Supremo de Elecciones haga la convocatoria formal para que se realice el referéndum.

Esta última institución está a la espera de que la Sala IV responda las consultas de constitucionalidad planteadas sobre el Tratado tanto por la forma como por el fondo de este.

*Carolina Barrantes*  
cbarrantes@larepublica.net