

Carlo:

- Me parece OK.
- Veamos cómo se va planteando.
- El grupo que de él surge con la presencia de ^{será} ^{contigo}.

Camp. auto

PROGRAMA CHILE JOVEN

1.- **Presentación:** ¿Por qué Chile Joven y no "Comité Juvenil por Ricardo Lagos? . Entre los jóvenes ya es un dato de la realidad el alto grado de escepticismo y mala imagen de los políticos. Por otra parte, es clara la necesidad de un perfil juvenil propio, que desborde el ámbito juvenil partidario PS-PPD. No podemos arriesgarnos a una campaña a la "clásica" donde los jóvenes sean un apéndice atravesado por las pequeñas querellas de siempre. Lo que buscamos es una iniciativa más amplia, más allá de lo agitativo de una campaña electoral.

Frente a esto, ¿qué? Un sello nuevo y propio, capaz de convocar a los jóvenes en una oferta de dos caras: participar y decidir.

2.- **Estructuras:**

- Comité ejecutivo 10-12 personalidades juveniles.
- Consejo de 50-80 adherentes.
- Comités provinciales y comunales.
- Equipo organizador de eventos.

3.- **Diseño Campaña:** Busca incentivar la participación y el protagonismo de los jóvenes, poniendo de manifiesto que es tiempo de decisiones y en los jóvenes está el poder de decidir el próximo presidente de Chile.

Chile Joven es una iniciativa a la que convergen jóvenes de distinta procedencia, deportistas, estudiantes, artistas, empresarios y muchos más bajo el signo común de la capacidad de emprender y crear.

Chile Joven es un espacio que se asocia con naturalidad a Ricardo Lagos, porque ambos trabajan con interés y confianza en la participación de los jóvenes, instándoles a abrirse espacios en la sociedad.

Para tal efecto, la campaña relevará algunos problemas centrales del mundo juvenil (el derecho a saber y cuidar de su cuerpo, la expresividad cultural, la represión, la capacidad emprendedora, la calidad de la educación, la protección del medio ambiente), conjugando con las potencialidades y capacidades creativas con que los jóvenes

se hacen cargo de sus problemas.

El instrumento principal de la campaña será la animación cultural directa, la conversación y la inserción en los medios de comunicación.

4.- Fases Campaña: Tiene 2 etapas, definidas cada una por un slogan:

1 Fase: "Lo que viene es nuestro tiempo: tú decides!"
Abarca desde Noviembre a Febrero. Comprende los siguientes eventos:

1) Eventos de diálogo y debate en plazas u otros espacios públicos: "Tu plaza un parlamento" (sin trampas ni caretas, los jóvenes conversan con Ricardo Lagos).

2) Campaña Cable a Tierra: Documentales cortos de sensibilización y conocimiento sobre problemas y anhelos de jóvenes comunes.

3) Gesto con artistas, deportistas y otros: **Chile Joven** llama a inscribirse en los registros electorales.

4) Tour por la Mágica Ciudad: Un bus arcoiris (colores concertación), lleva a Los Tres, el Teatro del Silencio y los Opus Salsa, organizando diez recitales en las principales ciudades del país, conociendo a sus jóvenes, lo que hacen, fortaleciendo identidad regional y promoviendo la inscripción electoral. Todo se registra en video.

5) Cierre de Fase: Proyectamos un megaevento juvenil-cultural llamado "Hola 2000", que unirá el momento de la reflexión al de la expresión juvenil. Será al final de Febrero, en Punta de Tralca. Allí se estrenaría el video filmado durante la gira nacional.

2 Fase: "Para decidir, inscribete". Se inicia en Marzo, poniendo al centro el tema de la inscripción electoral.

ANEXO: Requerimientos técnicos y financieros programa Chile Joven.

1.- Recursos materiales y comunicaciones

	(miles)
- Sede a Marzo	\$ 750
- 2 líneas telefónicas y fax	\$ 600
- 6 beepers	\$ 90
- 3 celulares	\$ 600
- 2 PC con impresora	\$1.800
- Camión (por la campaña)	\$1.000
- 2 máquinas de escribir	\$ 200
- 1 radio	\$ 50
- 1 equipo amplificación	\$1.200
- 5 megáfonos	\$ 300
- 1 escenario por campaña	\$ 300
- 1 fotocopidora	
- 1 mimeógrafo manual	\$ 90
- Amoblado (arriendo a Marzo)	\$ 300
- Servicios (a Marzo)	\$1.200
	<hr/>
Total	\$8.480 (miles)

2.- Recursos humanos

	miles
- Director general	\$ 250
- Coordinador ejecutivo	\$ 200
- Secretaria	\$ 100
- Recepcionista	\$ 60
- Administrador	\$ 120

- Junior	\$ 70
- Chofer	\$ 90
- Periodista	\$ 150
	<hr/>
Total	\$1.040

3.- Bus Arcoiris

Item	por 10 presentaciones (\$ miles)
- Bus	\$ 2.000
- Sonido	\$ 900
- Luces	\$ 800
- Escenario	\$ 800
- Carpa	\$ 600
- Pantallas	\$ 500
- Camión	\$ 1.000
- Publicidad	\$ 900
- Honorarios Los Tres	\$ 5.000
- Teatro del Silencio	\$ 7.000
- Opus Salsa	\$ 2.000
- Equipos técnicos	\$ 1.600
- Calcomanías	\$ 200
- Poleras	\$ 500
- Edición documental	\$ 600
	<hr/>
Total	\$24.400

4.- Megaevento "Hola 2000"

	(\$ miles)
- Amplificación	\$ 800
- Iluminación	\$ 500

- Escenario	\$ 500
- Honorarios Fito Paez	\$ 2.000
- Seguridad	\$ 300
- Publicidad	\$ 700
- Pantallas	\$ 500
- Equipo producción	\$ 1.500
	<hr/>
Total	\$ 6.800 (miles)

TOTAL APROXIMADO: \$40.720 (miles)

HUMBERTO ABARCA P.

ARTURO BARRIOS O.