

DIARIO 16

ANDALUCÍA

EDITORIAL PRENSA ANDALUZÁ, EPASA, S.L.

DIRECTOR:
JOSÉ AGUILAR

SUBDIRECTOR: Rafael Rodríguez
REDACTORES JEFES: Juan Emilio Ballesteros,
Luis Carlos Peris y José Antonio Chacón
JEFES DE SECCIÓN: Jesús G. Laguna (Edición),
Miguel Ángel Vázquez (Andalucía), Juan Luis de
las Peñas (Deportes), Francisco Javier Recio
(Sevilla) y Olatz Ruiz (Economía)

EXCLUSIVA DE PUBLICIDAD:
CENTRAL DE VENTA DE MEDIOS EN MEDIOS, S.L.
Tfnos.: (95) 436 02 46 - Fax: (95) 4353800 - 4353835

IMPRIME:
C.I. UTILPRESS, S.L.
Teléfono: (95) 443 89 26 - Fax: (95) 443 87 13
DIRECTOR TÉCNICO:
Julián Sotoca

DEPÓSITO LEGAL: SE-434-1989.

PLGNO. CALONGE, C/B, P./ N.13

41007 SEVILLA

TELÉFONOS:

Redacción: (95) 4351055

Fax: (95) 4357898 - 4354048

Administración: (95) 4358050

Gerencia: (95) 4358270 - Fax: (95) 4354188

D 16 ANDALUCÍA:

DE TOLEDO

DELEGADO:

ERRERO



ro de atención de los turistas y aguanta impasible las innumerables sesiones fotográficas de los curiosos.

pective muy peculiar

amente ataviado vela en la Judería cordobesa por
s turistas y se convierte en el centro de sus flashes

y su singular

conoce como
ificado de que
l mejor amigo
se encamina
ñable compa-
hasta la esta-
fo Maimóni-
en la Judería.
al y amigable
iado con un
brero y gafas
a fotografiar y
re el asombro
de los visitan-

tes de muy diferentes nacionalidades.

Paco ha entrenado a su inseparable amigo para que además de permitir

**El animal está
entrenado para
perseguir, bloquear
al ladrón y
recuperar el bolso**

que turistas y curiosos se puedan fotografiar, evite los tan comunes tirones que sufren los turistas. Su dueño le ha instruido para perseguir, bloquear al ladrón y recuperar el bolso.

Para algunos turistas la estancia de Paco y su perro les parece curiosa y entrañable, sobre todo para los británicos, tan amantes de los animales. Pero, sin duda, los que más disfrutan de la presencia del can son los más pequeños, que ani-

mados y llenos de valor se acercan para comprobar que el dócil y entrañable perro se deja fotografiar.

Sin embargo, lo que muchos no saben es que este peculiar perro puede evitar que les quiten la cartera o el bolso. Lleva, haga sol, o granice, Paco volverá cada día a la plaza para mezclarse entre los turistas y provocar alguna que otra sonrisa por la indumentaria de su perro y evitar algún que otro hurto.

ISIDORO MORENO

El logotipo

Un *consulting* de diseñadores posmodernos, a petición de la Junta, ha inventado un logotipo, consistente en un triángulo y dos curvas concéntricas, que sustituirá en todos los papeles oficiales, publicaciones, anuncios de obras y hasta señales de carretera al escudo de Andalucía. El invento, por el que sus autores se embolsarán unos buenos millones, ha sido explicado por el caradura de turno diciendo que dará a Andalucía "una nueva imagen", una "imagen moderna", que reflejará "los sólidos cimientos y el dinamismo de una comunidad que se proyecta hacia el futuro". Y se quedó tan fresco.



Aisladamente considerado, el hecho no pasaría de ser otra nueva frivolidad, pagada, como siempre, por nuestros bolsillos, pero la cosa es más grave, porque estamos ante un nuevo

eslabón en la ya larga cadena de agresiones hacia los símbolos andaluces por parte de quienes tendrían la obligación política y moral de defenderlos. Agresiones que comenzaron con el cambio de fecha para el Día de Andalucía, trasladado del 4 de diciembre al 28 de febrero sin razón aparente y siguieron, por poner tan sólo un par de ejemplos, con el ocultamiento del propio nombre de Andalucía en la denominación de la televisión andaluza —Canal Sur la llamaron, y ahora su logotipo es una "C"—, y con los "arreglos" musicales en el himno, que han hecho prácticamente imposible cantarlo sin ser tenores o, cuando menos, barítonos.

Se afirma que el triángulo y las curvas no pretenden representar a Andalucía —hasta ahí podría llegar la broma—, ni a la Junta como institución, sino al Consejo de Gobierno de la Junta. Sutiles distinciones, muy difíciles de comprender por la gente de a pie y que no logran ocultar el hecho de que el Gobierno andaluz —que es lo que todos entendemos por la *Junta*— rehusa a la utilización del escudo y los colores de Andalucía, sustituyéndolos por unos trazos de diseño que igual podrían servir para la propaganda de una marca de coches que de una compañía de seguros.

En el Consejo de Gobierno que ha aprobado el logotipo se sientan dos consejeros que dicen ser *andalucistas* (?); ¡Qué vergüenza! Y, más que nada, ¡qué esperpéntico!

SUSCRIPCIÓN

Servimos a domicilio.