

DIARIO 16

EDITORIAL PRENSA ANDALUZA, 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),
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

DIARIO 16 ANDALUCÍA:

ALDO DE TOLEDO



la Presidencia presentó ayer la campaña 'Llegan al corazón' junto a la directora del Instituto Andaluz de la Mujer.

Llegan al corazón

La Junta presenta la campaña a favor de los juguetes no sexistas

ando más solidario y or". ara Zarrías, "no exist juguete sexista, sino actitudes sexistas", lo que mostró su con nza en que "cuando se nprán muchos jueg- los padres sepan que ar es algo más que nprar un juguete, y e éste no debe servir ra discriminar".

Por su parte, Carmen Olmedo señaló ayer que la iniciativa pretende que los padres "se detengan a pensar con qué juegan sus hijos", y que los menores "rechacen la tradicional visión de los juegos para niños y para niñas y aquellos que fo-

menten actitudes agresivas".

Olmedo admitió que la divulgación de la campaña será "difícil", porque "tendrá que combatir con una batería de mensajes publicitarios sexistas".

La campaña consistirá en el reparto de material

La campaña consistirá en el reparto de material didáctico en colaboración con 2.400 colegios

didáctico en colaboración con los 2.400 centros de Educación Primaria y colectivos como la Federación de Asociaciones de Padres de Alumnos, con lo que se espera que el mensaje llegue a unos 600.000 niños.

La administración autonómica pone en marcha desde 1995 una campaña sobre el juguete, incluida en las iniciativas del II Plan Andaluz para la Igualdad de las Mujeres.

ISIDORO MORENO

Veinte años después

Van a cumplirse veinte años de aquel 4 de diciembre en que Andalucía gritó que existe. Nos echamos aquel día a la calle reafirmando nuestra identidad como pueblo y exigiendo el autogobierno como medio para comenzar a solucionar nuestros gravísimos problemas. Un joven trabajador, García Carparrós, murió asesinado cuando trataba de colocar en el balcón de la Diputación de Málaga la bandera verde y blanca...



En los poco más de tres años entre aquella fecha y el 28 de febrero del 80, el sentimiento andaluz se activó de forma intensa y empezamos a transitar, desde la identidad cultural, reafirmada sin complejos, a la con-

ciencia política. Como escribí por entonces, Andalucía comenzaba a emerger como nación política (nación cultural ya lo era, históricamente). Y salimos victoriosos en un referéndum imposible, conquistando el derecho a integrarnos en el grupo de cabeza de las autonomías: el de las nacionalidades. Ese triunfo alertó a los poderes económicos y políticos, partidos incluidos, de la carga potencialmente transformadora de aquel movimiento, y todos emprendieron la labor de desactivarla. Una Andalucía pacífica, pero fuerte era un peligro mayor para el *statu quo* que la violencia vasca o el tacticismo catalán. Por eso, nuestra autonomía fue secuestrada al nacer y utilizada desde entonces como un simple mecanismo más en el regateo interpartidario. Entre todos, consiguieron hacer volver al pueblo a su sies-ta y su escepticismo. Veinte años después, todo sigue por hacer, incluida la construcción de una verdadera alternativa nacionalista. Tenemos, no obstante, los mecanismos logrados, aunque estén oxidados por el no uso. Como el arpa al que se refería el poeta, están ahí, esperando las manos—los corazones—dispuestas a ponerlos en marcha.

Servimos a domicilio.