

ACTIVIDADES PARA EL NIVEL DE CONOCIMIENTOS BÁSICOS**LENGUA****Comprensión Lectora**

1. Lee atentamente el siguiente artículo creado por *The Economist* de la Revista *Muy Interesante* y responde a las preguntas:

LA LEYENDA DE LEVI STRAUSS

Una exposición en San Francisco muestra cómo la tela de pantalón vaquero americana conquistó el mundo.

Nació en un pequeño pueblo de Baviera, en 1829, y a los diecisiete años huyó con su familia del antisemitismo. En Nueva York, ya en posesión de su flamante ciudadanía americana, se embarcó en un vapor con destino a San Francisco con la intención de expandir el negocio familiar de telas. Pero eran los vertiginosos días de la fiebre del oro y el joven quería hacer algo grande. El éxito de su iniciativa fue tal que probablemente ahora mismo llevas puesto encima su invento. Se llamaba Levi Strauss.

En puridad, el emprendedor al que llamaban Tío Levi no inventó los característicos remaches de cobre de su producto estrella, el peto vaquero. La idea fue de un sastre de Nevada que le compraba la tela para hacer ropa de trabajo. En 1872, Jacob Davis convenció a Strauss de que registraran juntos la patente de una “mejora en el cierre de las aperturas de los bolsillos” y de que pasaran de vender exclusivamente la tela a ofrecer los pantalones acabados. El resto es el relato de un *marketing* genial, documentado en la mayor muestra habida nunca de objetos pertenecientes al archivo de Strauss & Co.

"UNA HISTORIA DEL ESTILO AMERICANO"

La exposición *Levi Strauss: una historia del estilo americano*, en el Contemporary Jewish Museum de San Francisco, entrelaza tendencias corporativas, culturales y sociales para contar el nacimiento y la evolución de uno de los más famosos productos de exportación del país. Cuando Strauss murió, en 1902, fue elogiado

como uno de los principales filántropos de San Francisco y un pilar de la comunidad judía. Entonces nadie podía imaginar que la empresa que dejaba a sus cuatro sobrinos definiría el estilo americano y se convertiría en un gigante global. Lo consiguió relacionando astutamente su producto con dos figuras americanas míticas: el *cowboy* y el rebelde.

Los Levi's 501 eran unos vaqueros resistentes. El par más antiguo de los que se exponen es de 1890. Hay otro que sirvió para remolcar un coche. Pensados originalmente para granjeros, mecánicos y mineros, se convirtieron en la prenda favorita de los jinetes del oeste. No transcurrió mucho tiempo antes de que John Wayne y Clark Gable los llevaran cabalgando hacia la puesta de sol. Luego vinieron los glamurosos renegados que interpretaban Marlon Brando y James Dean.



La publicidad de la marca se subió a la ola contracultural y aprovechó su estatus como símbolo de estilo y libertad. Marilyn Monroe llevaba Levi's; Andy Warhol los inmortalizó. Hasta Albert Einstein fue visto con una cazadora *bomber* de Levi's. La sala está llena de vaqueros lucidos, a lo largo de las décadas, por culos de famosas, entre ellas Patti Smith, Madonna y Beyoncé.

En cualquier momento que se elija, una gran parte de la humanidad tendrá puestos unos *blue jeans*, señalan los organizadores de la exposición. Los Levi's han sido objeto de deseo tras el telón de acero y adorados como fetiches en Japón. Han sido destrozados, bordados y cubiertos de tinta. No está mal para un chico de Baviera.

© 2019 The Economist Newspaper Limited. Todos los derechos reservados. Perteneciente a Economist.com, traducido por Rodrigo Brunori, publicado bajo licencia. El artículo original, en inglés, se puede encontrar en www.economist.com

2. Crea un cartel publicitario y un eslogan para el producto que tú elijas.

Vocabulario

3. Observa atentamente y descubre la fruta que más veces se repite:

