



## Argumentación y textos periodísticos

|   |                      |            |                                 |
|---|----------------------|------------|---------------------------------|
| Profesor(a): Mariela Quiroz Olivares  |                      | Alumno(a): |                                 |
| Puntaje<br>Máximo: 24ptos.  | Puntaje<br>Obtenido: | Curso: 2do | Fecha de entrega: 03 / 06 / 20. |
| Objetivo de aprendizaje o aprendizaje esperado: <ul style="list-style-type: none"><li>- Identificar algunas de las características y la estructura del discurso argumentativo en textos específicos.</li><li>- Leer comprensivamente diversos textos no literarios sobre temas de la realidad contemporánea.</li></ul>  |                      |            |                                 |
| Instrucciones:<br>Lee con atención cada ítem realizando en cada uno de ellos lo que se te solicita.<br>Las respuestas deben escribirse con lápiz pasta negro o azul. El uso de lápiz grafito no está permitido, puedes usar corrector solo en las respuestas de desarrollo<br>Revisa dos veces tus respuestas.<br>Cuide su ortografía, pues se descontarán décimas por error. |                      |            |                                 |

### Actividad

Lea el siguiente texto periodístico “**Monumentos de neón que se salvaron del derrumbe**” publicado por el diario La Tercera, y responda las siguientes preguntas.

#### **Monumentos de neón que se salvaron del derrumbe**

Desde 1954 las piernas de neón del cartel de Monarch y el corcho de champaña Valdivieso son parte del imaginario santiaguino. Son el primer objeto comercial en ser declarado Monumento Histórico.

En octubre de 2009, de regreso de una tarde burocrática en el Congreso de Valparaíso, el secretario ejecutivo del Consejo de Monumentos Nacionales, Oscar Acuña, venía en el auto institucional junto a la arquitecta Macarena Silva. Los detuvo el taco que se arma en Rancagua al llegar a Vicuña Mackenna a las 7 de la tarde. En la luz roja, al pasear los ojos por las luces de la noche, Macarena dijo de pronto:

-¡Carteles como éstos deberían ser Monumento Nacional!

Alcanzaron a contar las 16 piernas del cartel de Monarch girando contrarreloj. Vieron el corcho amarillo saltar de la botella de Valdivieso y encenderse la frase: “¿Y hoy, por qué no?”

De los años que pasaban por ahí, rumbo a las oficinas del consejo a la vuelta de la esquina, nunca habían visto completo el show de neón. Acuña comentó sobre un gigantesco cowboy de neón que es emblema de la calle Fermont en Las Vegas y Macarena recordó el cartel de Jerez Tío Pepe, sobre un edificio en la Puerta del Sol en Madrid. “Los letreros de neón están en decadencia. Se los están devorando los LED. Desaparecieron los del Hotel City, aluminios El Mono, los de los cines”, le dijo Acuña a Silva.



Centro Educacional de Adultos El Monte  
RBD 16.857-2  
[www.centroadultoselmonte.cl](http://www.centroadultoselmonte.cl)  
E-mail: [contactoelmonte@gmail.com](mailto:contactoelmonte@gmail.com)  
942294704

Estos letreros son una artesanía de delgados tubos fluorescentes de gas neón (rojo) y argón (azul) que, repintados y torcidos a mano por artesanos del vidrio, crean la ficción lumínica. Pero gastan mucha electricidad, duran poco y son caros.

En dos semanas estuvo listo el pequeño documento para declarar los dos carteles luminosos patrimonio de alguna especie y en noviembre del 2009 despacharon cartas a Monarch, Valdivieso (licores Mitjans) y a los fabricantes, Luminosos Parragué.

Después de avanzar cansinamente en Contraloría, se hacía oficial en enero. En mayo, Piñera estaba firmando: los letreros de Monarch y Valdivieso era desde ese momento Monumento Histórico.

-El neón es un tubo fluorescente de color. Eso es todo-, dice Claudio Parragué, quien junto a un hermano y un primo son propietarios de Luminosos Parragué. Son la tercera generación Parragué. El abuelo, Roberto, fundó el negocio cuando volvió deslumbrado por los carteles de Nueva York en 1933 y fue en el verano de 1954 cuando la familia instaló los dos carteles para aprovechar el ensanchamiento de Rancagua como vía expedita desde el centro hacia el barrio alto.

La idea de las piernas de Monarch la tuvo el gerente de la época, David Aste. Un diseñador de Luminosos Parragué y los artesanos de vidrio, hicieron el resto y en el verano de 1954 estaban apareciendo las primeras figuras de neón. “Cuando elevaron el proyecto a la municipalidad, hubo polémica. Una regidora (concejal) encontró las piernas de Monarch demasiado provocativas y mandó cartas a los diarios”, recuerda Ricardo Parragué.

En rigor, fue una carta-reclamo de una vecina de apellido Pettineri dirigida a la revista Reporter. Pero la alcaldesa radical de Providencia de esa época, María Rodríguez Parada, salió en defensa del cartel respondiendo que la revista Vea colgaba en todos los quioscos fotos más escandalosas de niñas en traje de baño. Y desde entonces, el cartel vive en paz. En paz, salvo un detalle: la industria de las panty-medias se fue a pique y Monarch tuvo que innovar con su nueva línea Vigorella y más tarde con la marca Voilà Furor. “De los dos, el cartel que ha sufrido más modificaciones ha sido el de Monarch. Ha sumado varias marcas, cambiado palabras y modernizado dos o tres veces la letra del logo”, dice Parragué.

Sólo las 16 piernas siguen intactas. En muchas ocasiones, estuvieron a punto de cambiarlo por otra técnica: pantallas translúcidas, luces LED o una mezcla de todo eso. Pero la empresa se ha resistido.

Monarch paga a Parragué por esa publicidad un canon mensual de 120 UF al mes (2,5 millón), los que se dividen entre el arriendo de la azotea, la cuenta de luz (de 300.000 pesos), permisos municipales y mantención.

-¿Vende realmente un cartel como éste?-, le pregunto al gerente de Monarch, Alejandro Magnasco.

-Es difícil saberlo así, en frío. Pero la familia tiene una tradición. Han pasado todas estas crisis (enumera al menos 10 descalabros económicos desde el año 54 hasta ahora) y si algo se salvó, fue el cartel.

Rafael Egaña (de 91 años y 16 operaciones, dice) es el eterno presidente de la junta administradora del edificio de Bustamante 96, donde está el otro cartel, el de champaña Valdivieso. Dice que cada vez que hay un terremoto o inundación, los propietarios piden discutir lo mismo de siempre: subir el arriendo a Valdivieso. “Comparado con los millones que pagan los carteles de Plaza Italia, no es mucho lo que ganamos con esto. Son \$480.000”, se queja don Rafael. Ellos necesitan reparar el ascensor que tiene 60 años, cambiar la luz de los pasillos que está tembleque, arreglar una pared que filtra humedad y contratar un nochero.

En el departamento que está debajo de las letras de dos metros que hacen la palabra “VALDI” vive una familia que arrienda la propiedad hace 30 años. En el departamento debajo de “VIESO” arrienda una mujer sola.



Desconfía hasta de su sombra. “Al principio me molestaba un poco la luz. Pero ya no. Eso sería todo...”, dice al citófono y corta.

Cuando se enciende el cartel automáticamente a las 6.20 de la tarde, se oye un fuerte clic en una caja metálica. Un relé eléctrico. El ambiente se envuelve de luz y salta el corcho cuatro segundos después. Otro clic y cae la champaña en las copas. “Antes la copa era bonita, tipo Martini. Se llenaba de champaña y espumeaba un rato en amarillo. Ahora son dos de flauta”, reclama Egaña.

Con otro clic 12 metros más arriba, se enciende la frase: “¿Y hoy por qué no?”, y todo el ambiente se vuelve amarillo. Antes no tenía frase. La pusieron por primera vez el 2000: “La champaña del milenio”, decía. En 2003 llegó la actual.

Los ocho metros de altura sobre la azotea (incluyendo el corcho) intimidan. El cartel apenas está sostenido por cuatro pilares y unos cables que silban con el viento. Cuando llueve, brilla el doble. Otro clic y el rojo de las enormes letras Valdivieso le da un tinte diabólico a los ojos de don Rafael: “¡Valdivieso nunca quiere pagar más! Le decimos que se lo lleven, pero pasan los días y ofrecen subir un poco. ¡Así llevamos 56 años!”.

Ahora no sabe cómo lo van a hacer, porque como Monumento Histórico, no se puede sacar ni modificar ni nada. “Quizás lo amenacemos con cortarle la luz”, dice riendo.

Su mirada es roja y luego amarilla. Los dos carteles se apagan a las 3 AM.

1. Describa ambos letreros y explique qué cambios han sufrido desde su origen hasta ahora.
2. Describa las razones por las cuales ambos avisos fueron nombrados Monumentos Históricos.
3. Identifique qué polémica suscitó el letrero de Monarch cuando lo iban a instalar, porqué se produjo y quiénes participaron. Relacione información
4. Explique la relación entre los letreros luminosos de Las Vegas y Madrid que se mencionan en este texto, con los de Monarch y Valdivieso.
5. Identifique en el texto cuál es el hecho informado, cuáles son sus causas y en qué contexto ocurre.
6. Explique cuáles son las fuentes de información que debió consultar el periodista para escribir este reportaje: ¿con quiénes conversó?, ¿qué información adicional averiguó?, ¿cómo?, ¿dónde?
7. Interprete qué quiso decir don Rafael con la expresión "quizás lo amenacemos con cortarle la luz" Reflexiono a partir del texto
8. Opine: ¿qué importancia tienen para el país estos Monumentos Históricos?