NºCatálogo:	FALT0239
Tipología:	Obra Gráfica
Cronología:	1919
Técnica:	Impresiones papel
Ubicación:	Residencia Universitaria Ramón Carande
Dimensiones:	Anuncio + soporte: 33,9x25,6 cm / Anuncio: 27x18,7 cm
Procedencia:	Donación Altadis
Forma de ingreso:	Donación de una Institución
Autor/es:	The American Tobacco Company



Descripción:

En este anuncio, publicado en la revista American Magazine en el ejemplar de junio de 1919, aparece el rostro de un caballero que sujeta en sus labios un cigarrillo Lucky a la vez que sonríe. El texto publicitario invita a fumar la citada marca entre el almuerzo y el golf, insistiendo en su sabor peculiar, desarrollado y enriquecido con el proceso de tostado. El anuncio se completa con el dibujo de la cajetilla Lucky, de color verde con el logo rojo, indicando al consumidor como esta debía ser abierta.

En 1929 George Washington Hill, presidente de la “American Tobacco Company” por aquel entonces, encargó al afamado publicita Edward L. Bernays el diseño de una campaña en la que la marca de cigarrillos Lucky Strike se convirtiese en la numero uno en ventas en los Estados Unidos. En un primer momento se trató de convencer a los estadounidenses de que el hábito de fumar era algo que simbolizaba el poder y la masculinidad, atrayendo a un número incalculable de hombres que se convirtieron en fumadores activos. Sin embargo, la Compañía también buscó abrirse paso entre el público femenino, siendo de Bernays el logro de incitar a las mujeres en iniciarse en el tabaco, dejando de lado los tabúes que señalaban que fumar en público era solo cosa de hombres. De este modo, el hábito se convirtió en un acto de liberación femenina, siendo el hasta entonces símbolo de poder masculino, compartido ahora entre los dos géneros. Lucky Strike terminó triplicando sus ventas gracias a la genialidad del publicista.