| | |
|---|---|
| NºCatálogo: | FALT0247 |
| Tipología: | Obra Gráfica |
| Cronología: | 1934 |
| Técnica: | Impresiones papel |
| Ubicación: | Residencia Universitaria Ramón Carande |
| Dimensiones: | Anuncio + soporte: 34,8x25,5 cm / Anuncio: 28x18,5 cm |
| Procedencia: | Donación Altadis |
| Forma de ingreso: | Donación de una Institución |
| Autor/es: | The American Tobacco Company |




Descripción:

En este anuncio aparece una bella mujer luciendo una camisa de cuadros y un sombrero, mientras sostiene entre sus dedos un cigarrillo. La escena se completa con el dibujo de la cajetilla de Lucky Strike y con textos que exaltan el sabor de la marca.

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.