

NºCatálogo: FALT0245

Tipología: Obra Gráfica

Cronología: 1931

Técnica: Impresiones papel

Ubicación: Residencia Universitaria Ramón Carande

Dimensiones: Anuncio + soporte: 34x25,8 cm / Anuncio: 27x18,8 cm

Procedencia: Donación Altadis

Forma de ingreso: Donación de una Institución

Autor/es: The American Tobacco Company



Descripción:

En este anuncio, bajo el slogan Sunshine Mellows Heat Purifies, aparece una bella mujer con traje de baño y sombrero, sentada mientras toma el sol en la playa. Tras ella, se aprecia el mar y otras figuras femeninas bajo una sombrilla. La campaña exaltaba así el proceso de tostado de sus cigarrillos, que contaba con el empleo de Rayos Ultravioleta. Así, siguiendo la tónica presente desde 1917 la marca, bajo el lema "It's toasted" informaba a los consumidores del método de fabricación por el que el tabaco era tostado, en lugar de secado al sol. Ello liberaba a sus cigarrillos de las sustancias nocivas causantes del dolor y de la irritación de garganta, dotándolo además de un sabor diferente a los demás. Las mujeres fumadoras gracias a esta astuta campaña se convertían en grandes seductoras que se sentían más bellas, libres y deseadas. Las mujeres fumadoras gracias a esta astuta campaña se convertían en grandes seductoras que se sentían más bellas, libres y deseadas.

En 1929 George Washington Hill, presidente de la "American Tobacco Company" por aquel entonces, encargó al afamado publicista 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.