

NºCatalogue: FALT723

Typology: Obra Gráfica

Chronology: 1957

Technique: Impresiones papel

Location: Ramón Carande University Residence

Dimensions: 31,5 x 24 cm

Author/s: Unknown



Descripción:

El “sueño americano” resumido en un año. La campaña realizada por la marca norteamericana Lucky Strike nos presenta un cartel en el que se representan doce fotografías, las cuales se han asociado a los doce meses del año, formando un calendario. Cada una de las imágenes se ha escogido para responder al eslogan de la campaña: Make your Lucky Year; es decir: Haz tu año de Suerte, que bien podría entenderse como Crea tu año de suerte; el individuo que decide y coge las riendas de su destino, construyendo su propio futuro. Se trata de un eslogan que juega con el doble sentido de Lucky, ya que puede asociarse a la suerte, pero es también el nombre de la propia marca: Haz tu año Lucky.

Siguiendo las premisas del liberalismo económico, Lucky Strike nos invita a transformar y crear nuestra situación. Como dice el dicho, quien quiere, puede y, para ello, según el anuncio, sólo debemos optar por consumir cigarrillos Lucky Strike.

Doce años después del término de la Segunda Guerra Mundial, el “sueño americano” se encontraba en pleno auge: la economía mejoraba y la expansión del avance tecnológico comenzaba a disparar las líneas de consumo, siguiendo la dinámica norteamericana de los años veinte, frenada por La Gran Depresión y los conflictos armados. Todo ciudadano/a que siguiera las direcciones de la cultura pop de los años cincuenta y sesenta, aspiraba a una familia, una casa, un coche, electrodomésticos y cierto status social.

Aunque en las fotografías aparece una pareja, los roles estaban bien definidos y diferenciados entre hombres y mujeres. Como puede observarse, la mujer aparece como mera compañía y ayudante de su esposo, al que enciende el cigarrillo en repetidas ocasiones, o contempla mientras él realiza el ritual. Ella aparece fumando en dos ocasiones, al parecer, como premio en una situación especial.

El rol de ama de casa perfecta que atiende a su marido y sus necesidades, queda plasmado en todas las fotografías: ella encendiendo su cigarro, sosteniéndolo, sonriendo y mirando con admiración a su hombre; pareciera que no sólo él es afortunado por fumar Strike. Ella también ha creado su año, eso sí, gracias a su cónyuge.

Los textos que acompañan la imagen refuerzan el mensaje:

«Buen año por delante...Lleno de grandes días...y momentos especiales. ¡Momentos perfectos para encender un Lucky! Hombre, ¡qué cigarrillo! Al aire libre o en el interior...haciendo tareas o relajándose... ¡Es el cigarrillo con mejor sabor que has fumado!»

Por supuesto, al igual que el “sueño americano”, los cigarrillos Strike están dirigidos exclusivamente a parejas jóvenes y blancas; la segregación racial aún estaba muy presente en la sociedad norteamericana, como herencia directa de las Leyes Jim Crow, y esto podía palpase también en la publicidad.

Cabe recordar que los roles asignados a la esposa española (a la mujer española, en realidad), eran aún más limitados. En la década de los 50, el “sueño español” respondía a otros objetivos y el papel de la mujer como fumadora se encontraba en un huracán moralista entre la tradición implantada por la dictadura franquista, y la superficial apertura a la modernidad que comenzaba a invadir el escenario internacional importado de Estados Unidos.

“AUTHENTIC OLD ADS. P.O BOX 61. JERICHO, N.Y. 11753. / (516) 938-9510”
