



# Los años olvidados de Bibendum

## La etapa americana de Michelin en Milltown

Diseño, ilustración y publicidad en las compañías del neumático (1900-1930)

Pablo Medrano Bigas

**ADVERTIMENT.** La consulta d'aquesta tesi queda condicionada a l'acceptació de les següents condicions d'ús: La difusió d'aquesta tesi per mitjà del servei TDX ([www.tdx.cat](http://www.tdx.cat)) i a través del Dipòsit Digital de la UB ([diposit.ub.edu](http://diposit.ub.edu)) ha estat autoritzada pels titulars dels drets de propietat intel·lectual únicament per a usos privats emmarcats en activitats d'investigació i docència. No s'autoritza la seva reproducció amb finalitats de lucre ni la seva difusió i posada a disposició des d'un lloc aliè al servei TDX ni al Dipòsit Digital de la UB. No s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX o al Dipòsit Digital de la UB (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant al resum de presentació de la tesi com als seus continguts. En la utilització o cita de parts de la tesi és obligat indicar el nom de la persona autora.

**ADVERTENCIA.** La consulta de esta tesis queda condicionada a la aceptación de las siguientes condiciones de uso: La difusión de esta tesis por medio del servicio TDR ([www.tdx.cat](http://www.tdx.cat)) y a través del Repositorio Digital de la UB ([diposit.ub.edu](http://diposit.ub.edu)) ha sido autorizada por los titulares de los derechos de propiedad intelectual únicamente para usos privados enmarcados en actividades de investigación y docencia. No se autoriza su reproducción con finalidades de lucro ni su difusión y puesta a disposición desde un sitio ajeno al servicio TDR o al Repositorio Digital de la UB. No se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR o al Repositorio Digital de la UB (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al resumen de presentación de la tesis como a sus contenidos. En la utilización o cita de partes de la tesis es obligado indicar el nombre de la persona autora.

**WARNING.** On having consulted this thesis you're accepting the following use conditions: Spreading this thesis by the TDX ([www.tdx.cat](http://www.tdx.cat)) service and by the UB Digital Repository ([diposit.ub.edu](http://diposit.ub.edu)) has been authorized by the titular of the intellectual property rights only for private uses placed in investigation and teaching activities. Reproduction with lucrative aims is not authorized nor its spreading and availability from a site foreign to the TDX service or to the UB Digital Repository. Introducing its content in a window or frame foreign to the TDX service or to the UB Digital Repository is not authorized (framing). Those rights affect to the presentation summary of the thesis as well as to its contents. In the using or citation of parts of the thesis it's obliged to indicate the name of the author.

# *Los años olvidados de Bibendum*

**LA ETAPA AMERICANA DE  
MICHELIN EN MILLTOWN**

.....  
Diseño, ilustración y publicidad  
en las compañías del neumático  
(1900-1930)

.....  
Tesis Doctoral presentada por Pablo Medrano Bigas  
Directora: Dra. Anna Calvera Sagué  
Tutor: Dr. Carles Ameller Ferretjans

.....  
Programa de Doctorado: Estudios Avanzados en Producciones Artísticas  
Línea de Investigación: Investigación en Imagen y Diseño  
Bienio 1990-1992

.....  
Departament de Disseny i Imatge  
Facultat de Belles Arts Sant Jordi  
Universitat de Barcelona

.....  
Barcelona, 2015  
.....

## **IMÁGENES Y DERECHOS DE REPRODUCCIÓN.**

Gran parte de las imágenes mostradas en la presente investigación pertenecen a instituciones, organizaciones y coleccionistas particulares que han autorizado su reproducción únicamente en la versión impresa, no estando permitida su utilización ni distribución en versiones digitales. Por tanto, los documentos digitales contienen imágenes que aparecen enmascaradas; para la correcta visualización de las fotografías e ilustraciones debe consultarse la versión impresa sobre papel.

Barcelona, junio de 2015.

## REPUBLIC TIRES, LA VOZ DE LA EXPERIENCIA

El 28 de febrero de 1901 se inscribió en el Estado de Ohio la empresa Mahoning Rubber Manufacturing Company, con sede en la población de Youngstown, situada a unos 70 km de Akron, ciudad que, en pocos años se convertiría en el centro de referencia de la industria estadounidense del neumático. Los primeros pasos estuvieron encaminados a asegurarse la suficiencia financiera y a encontrar un terreno adecuado sobre el que edificar una moderna fábrica, en la que se producirían diversos artículos derivados de la transformación del caucho, tales como distintas piezas de goma a partir de moldes, mangueras, tubos, correas, pavimentos de goma, napas impermeables, pelotas de golf y bandas macizas y neumáticas para carrozas y para vehículos a motor (figs. 2-4).<sup>1</sup>

Una vez finalizadas las obras y cambiado el nombre de la compañía por el de The Republic Rubber Co. en diciembre, la fábrica inició su producción a principios de 1902<sup>2</sup>. En 1904, Republic ya ofrecía bandas macizas para carrozas y para vehículos a motor como automóviles, camiones y camionetas<sup>3</sup>. En septiembre de 1905, Republic anunció la creación de un departamento encargado de la fabricación de cubiertas y cámaras neumáticas de automóvil<sup>4</sup>, mientras que, en 1907, se añadiría una nueva nave al complejo industrial dedicada exclusivamente a la producción de bandas macizas. En 1915, el negocio de la división de neumáticos se había incrementado casi un 70 % respecto al año anterior<sup>5</sup>.

A principios de 1917, Republic se preparaba para equipar en fábrica a cerca de 50.000 automóviles de la marca Dodge<sup>6</sup>. Ese mismo año se produjo una profunda reorganización empresarial para poner fin a la dispersión del negocio en diferentes delegaciones y compañías subsidiarias a lo largo del país. El 17 de octubre de ese año, se formalizó la ya anunciada fusión de Republic con otra mediana compañía, la vecina y competidora Knight Tire & Rubber –creada en 1911 y ubicada también en Ohio, en la población de Canton–, constituyéndose la Republic Rubber Corporation de New York. De esta manera, se sumaron las capacidades productivas de ambas compañías, la propia de Republic, de 3.000 neumáticos diarios con una plantilla de 2.300 obreros, y la de Knight, que fabricaba diariamente cerca de 600 neumáticos de automóvil –que pronto se amplió a 1.000 unidades diarias–, con una plantilla de 400 obreros. La nueva corporación estuvo a cargo del mismo equipo directivo de la anterior Republic Rubber Co., y las oficinas administrativas continuaron centralizadas en las instalaciones de Youngstown<sup>7</sup>.

En 1921, la corporación se desestabilizó financieramente. Uno de los motivos fue la acumulación de deudas como consecuencia de la compra de materia prima durante la Gran Guerra a precios muy elevados y la posterior caída de los precios. Ante la imposibilidad de satisfacer a los acreedores, el negocio pasó a manos de un administrador judicial el 22 de junio de 1921, encargado de gestionarla para reducir las pérdidas mensuales y hacer frente a un saneamiento y reestructuración<sup>8</sup>. Tras detenerse la actividad durante semanas, el 11 de julio se reanudó la producción de bandas macizas y cámaras y cubiertas neumáticas y, el 18 de julio se retomó la fabricación de diferentes productos derivados del caucho, aunque el conjunto maniobraba a un 25% de su capacidad real<sup>9</sup>.

En 1923, la compañía rival Lee Rubber & Tire Corp. adquirió Republic, y la reorganizó como empresa subsidiaria recuperando su antiguo nombre: The Republic Rubber Company<sup>10</sup>. A principios de 1924, la antigua fábrica de Republic trabajaba a un 75% de su capacidad productiva, con una plantilla creciente que, se estimaba, alcanzaría pronto los 1.800 trabajadores<sup>11</sup>. La fábrica de la desaparecida Knight Tire Co. sería puesta a la venta a principios de 1925<sup>12</sup>. En los siguientes años, Republic se especializó en determinados artículos derivados del caucho y en las bandas para camiones, bajo el control de Lee Rubber Tire & Corp. que, finalmente, sería absorbida por Goodyear en 1965.

### El consejo de un anciano

La publicidad temprana de Republic recurrió a modelos similares al de otras compañías, mostrando escenas de conducción y retratando a tipos y personajes habituales como el vendedor y el cliente o usuario, tanto masculino como femenino (figs. 1-10). Gran parte de los anuncios estaban directa o indirectamente encaminados a presentar el modelo de cubierta neumática patentado por la compañía, que utilizaba una banda de rodadura singular y distintiva, denominada Republic “Staggard Tread”, patentada en febrero de 1908<sup>13</sup>. Se trataba de una suela antideslizante enteramente de goma, con seis bandas longitudinales y paralelas formadas por una sucesión alineada de tacos protuberantes, de manera que cada banda se situaba en paralelo al resto, pero desplazada ligeramente, por lo que los tacos no quedaban parangonados. Esta disposición desigual de los tacos tuvo su reflejo gráfico en los anuncios de Republic, en los que aparece la palabra “Staggard” a modo de logotipo – STAGGARD –, en el que las letras pares e impares se desplazan alternativamente sobre o por debajo de la línea base del texto<sup>14</sup>.

Además de las cubiertas, en ocasiones los anuncios presentaban las características cámaras de aire neumáticas Republic “Black Line”, de color rojo (fig. 7), además de incidir en el aspecto corporativo reforzando la proyección de una imagen sólida de la compañía mostrando imágenes de la fábrica y sus infraestructuras como aval de un fabricante potente y asentado (figs. 2-4).

Tras romper su vinculación con el periódico *The Youngstown Vindicator* en julio de 1909, Daniel Webster Brown “Web Brown” (1876-1974) se incorporó como director de publicidad de la compañía Republic, hacia 1910. Se trataba de un reconocido caricaturista editorial de Akron, establecido en Youngstown y activo desde 1899, principalmente en distintas cabeceras del Estado de Ohio y también en Boston<sup>15</sup> (figs. 30 y 31). Entre sus responsabilidades se encontraba la elaboración del material corporativo impreso y de notas de prensa con noticias sobre el sector de los vehículos motorizados –como los resultados de distintas pruebas y competiciones automovilísticas– que aludían a las cualidades de los neumáticos fabricados por The Republic Rubber Co. y que se insertaban en distintos periódicos<sup>16</sup>. También fue el responsable de editar e ilustrar con sus dibujos la gacetilla corporativa *The Staggard* –el logotipo de la cabecera mantenía el juego tipográfico de las letras desplazadas–, de cuatro páginas y plegada en tres para ser enviada por correo a las diferentes delegaciones de Republic repartidas por todo

el país y a sus empleados. El primer número llevaba la fecha del 1 de abril de 1913 y la publicación continuó editándose varios años más, con un tiraje respetable –del número de febrero de 1915 se imprimieron 25.000 ejemplares– para este tipo de publicación (fig. 30)<sup>17</sup>.

A finales de 1914, Web Brown creó una mascota dedicada específicamente a promocionar los neumáticos de la compañía (fig. 11). El personaje nació de su imaginación y de sus propios lápices, con una premisa básica, tal como él mismo declaró: “En primer lugar, quiero una *trade mark* humorística y novedosa, pensada para disponerse de pie en las esquinas, colgar de las paredes o adherirse a las ventanas.”<sup>18</sup>. El resultado tomó la forma de Old Man Mileage, una figura prescriptora que aconsejaba al automovilista basándose en su larga experiencia<sup>19</sup>.

Su nombre hace referencia a un sabio, un anciano con mucha experiencia acumulada, con muchos kilómetros a sus espaldas [*mileage*, una palabra recurrente en los eslogans de neumáticos, significa kilometraje, recorrido en millas]. Su cabeza estaba coronada por un gran sombrero de copa –como el de la figura patriótica de Uncle Sam– con su nombre escrito en la cinta. Llevaba gafas correctoras y fumaba, como el Bibendum de Michelin. Una tupida, larga y blanca barba tapaba parte de su chaqueta, aunque podía observarse como sobresalía de uno de sus bolsillos un folleto de Republic Tires & Tubes. Vestía pantalones a cuadros, calzaba botines y sujetaba con su mano un paraguas plegado, a modo de bastón. Ese paraguas remitía a las cualidades del neumático que anunciaba, que protegía y aseguraba la conducción incluso en terreno mojado. El personaje iba siempre acompañado por su fiel perro llamado Stag, una abreviatura del nombre comercial de los neumáticos Republic “Staggard”.

En el número de abril de 1915 de *The Staggard*, se nos explicaban varias características de su mascota corporativa, que también protagonizaba la escena ilustrada en portada. Aunque respondía oficialmente por Old Man Mileage, su nombre completo era el de E. Normous Mileage, en realidad un nuevo juego de palabras [“enormous mileage”: kilometraje enorme]. El anciano, además, tenía mujer –Mrs. Mileage– y una familia<sup>20</sup>. La elección de un personaje de edad avanzada para anunciar una tecnología relativamente novedosa y en pleno desarrollo –como era la del neumático– ya fue, en su momento, cuestionada. La figura del experimentado anciano barbudo, vestido a la vieja usanza, era la antítesis del niño en pijama de la compañía rival Fisk, o de la hermosa joven Lotta Miles, la mascota femenina de Kelly Springfield Tire Co., ambas activas en la misma época que Old man Mileage. En un artículo escrito por William Livingston Larned<sup>21</sup> y publicado en mayo de 1915 en *Printers’ Ink*, la revista de referencia del sector editorial y publicitario estadounidense, el autor exponía:

“Seguramente, usted se ha percatado de la presencia de Mr. E. Normous Mileage, ese gran veterano de la brigada de las barbas largas que representa a los neumáticos Republic. Sus bigotes hacen magníficas las calzadas más malas y aunque el señor Mileage no es precisamente típico del siglo veinte, los muchachos de los garajes de todo el país piensan que Old man Mileage es el Abe Lincoln [el presidente Abraham Lincoln] del negocio de los neumáticos y, más allá de que simpatizamos o no con él, no nos es posible olvidarlo.”<sup>22</sup>

La figura del anciano y su perro fue ampliamente utilizada en el diseño de los anuncios de prensa en diarios y revistas (figs. 12-16), en la papelería corporativa y comercial (figs. 22-24), en forma de figuras recortables de gran tamaño y adhesivos transferibles para escaparate en los puntos de venta y garajes (figs. 25-26 y 29-30) y en la decoración de los vehículos de la flota corporativa comercial y de reparto de la compañía (figs. 27 y 28). Esta mascota protagonizó los anuncios de Republic en revistas generalistas como *Harper’s*, *The Literary Digest*, *Life*, *McClure’s Magazine*, *Collier’s*, *Sunset*, *The National Geographic*,

en las especializadas sobre automovilismo como *Motor*, *Automobile Topics*, *Motor Age*, *Automotive Industries*, *Automobile Dealer and Repairer*, *Motor World*, *Touring Topics* y otras como *Country Life in America*, *Scientific American*, *The Club Journal* o *Golfers' Magazine*, además de utilizarse en distintos modelos de módulos publicitarios insertados en numerosos periódicos (figs. 17-19).

Las últimas apariciones de Old Man Mileage datan de principios de 1917, afectado, probablemente, por la reorganización empresarial que desembocó, en otoño de ese mismo año, en la creación de la nueva The Republic Rubber Corporation. Web Brown abandonó la empresa a finales de 1918 para dedicarse plenamente a dirigir el semanario local de Youngstown, *The Citizen*, que había fundado él mismo junto a dos socios en 1915<sup>23</sup>; el cargo de director de publicidad fue ocupado por Honor Blocker, que había actuado durante dos años como asistente a las órdenes de Brown<sup>24</sup>.

Tras la retirada de la mascota creada para la promoción de sus neumáticos, los anuncios de la Republic Rubber Corp. recurrieron al emblema fundacional de la compañía –presidido por un águila con las alas extendidas– para sustituirla. El animal, símbolo de la República Federal de Los Estados Unidos de América, había sido utilizado ya con anterioridad como mascota, pero había cedido su espacio al personaje de Old Man Mileage. Una de las razones de esta recuperación sería su idoneidad pues es en 1918, durante la Primera Guerra Mundial y en plena ebullición patriótica, cuando se desarrolló la pertinente campaña publicitaria con el águila de cabeza blanca como protagonista. El ave se convertiría en el símbolo y mascota de los neumáticos, tanto aplicada en los anuncios (figs. 37-45) como en las placas de identificación de los negocios asociados a su red comercial (figs. 46 y 47), al menos hasta la integración de Republic en la Lee Rubber & Tire Corporation, efectiva en 1923.

## Notas

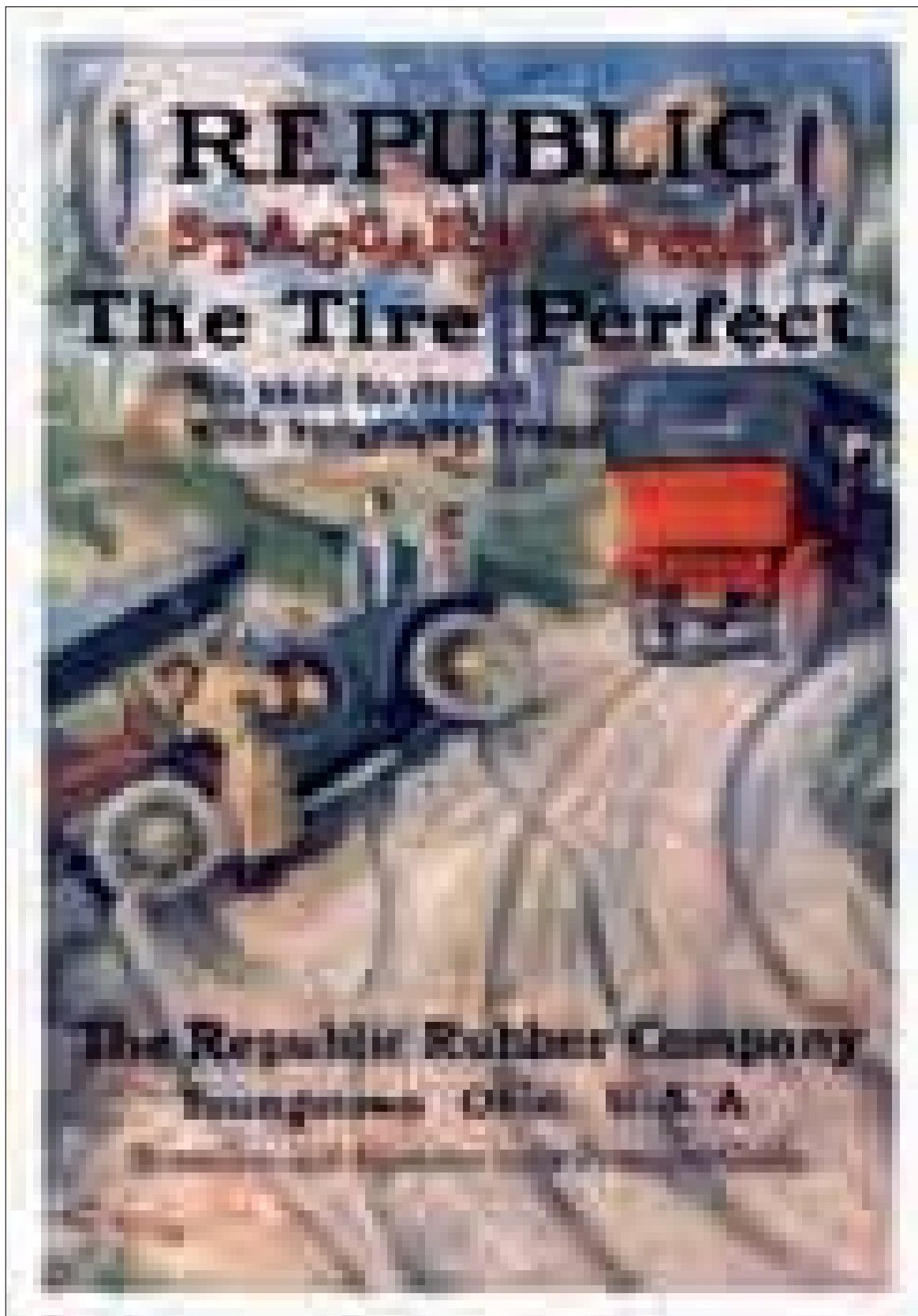
1. Según las noticias publicadas durante 1901 en la revista especializada *The India Rubber World*: “New rubber factory in Ohio”, 1 de abril; “Mahoning Rubber Manufacturing Co.”, 1 de mayo; “The new mill at Youngstown”, 1 de junio.
2. Según las noticias publicadas durante 1902 en la revista especializada *The India Rubber World*: “Change of name; increase of capital”, 1 de enero; “Republic Rubber Co. (Youngstown, Ohio)”, 1 de febrero.
3. “The Republic Rubber Co.”, *The India Rubber World*, 1 de octubre de 1904, pág. 14.
4. “Republic Rubber Co., a new line”, *The India Rubber World*, 1 de septiembre de 1905.
5. “Republic’s annual meeting”, *India Rubber Review*, 15 de febrero de 1916, pág. 86.
6. “Order recived by The Republic Rubber Company”, *India Rubber Review*, 15 de febrero de 1917, pág. 91.
7. Según las noticias “Merger”, *India Rubber Review*, 15 de agosto de 1917; “The Republic Rubber Corporation”, *The India Rubber World*, 1 de abril de 1920.
8. “Receiver of Republic Rubber to sell plants”, *Automotive Industries*, 15 de marzo de 1923; “Republic Rubber Co. elects president”, *India Rubber Review*, 1 de enero de 1928, pág. 87; “The Republic Rubber Corporation”, *The India Rubber World*, 1 de diciembre de 1921, pág. 209.
9. “Republic Rubber Co. resumes production”, *The India Rubber World*, 1 de agosto de 1921.
10. “Republic Rubber Co. reorganized”, *The India Rubber World*, 1 de julio de 1923; “Lee Tire makes changes in old Republic factory”, *Automotive Industries*, 3 de enero de 1924, pág. 46.
11. “Ohio notes”, *The India Rubber World*, 1 de febrero de 1924.
12. “The Republic Rubber Co’s plant at Canton”, *The India Rubber World*, 1 de febrero de 1925.
13. Patente n° 898,907, otorgada a Tod J. Mell/Republic Rubber Company, el 15 de septiembre de 1908, según se explica en el artículo “Holds Nobby tread infringes Staggard”, *Motor Age*, 4 de enero de 1912, pág. 84.
14. La palabra es el reflejo del adjetivo inglés *staggered*, que significa escalonado, fraccionado, desigual.
15. “Cartoonist Brown”, *Akron Daily Democrat*, 30 de septiembre de 1902, y dos notas breves en *The Mahoning Dispatch*, 16 de julio de 1909 y 15 de julio de 1910.
16. “Republic tires victorious in Munsey historic run”, *The Salt Lake Tribune*, 11 de septiembre de 1910, pág. 4; “Republic tires stand hard wear”, *The Pittsburgh Press*, 29 de octubre de 1910; “Durability is shown by severe tire tests”, *The Salt Lake Tribune*, 6 de noviembre de 1910, pág. 2; “Republic Rubber Co. indorses stringent laws for Minnesota”, *The Fort Wayne Journal Gazette*, 30 de marzo de 1913, pág. 23.
17. “The Staggard”, *The India Rubber World*, 1 de mayo de 1913; “New trade publications”, *The India Rubber World*, 1 de febrero de 1915; “The Staggard”, *India Rubber Review*, 15 de mayo de 1915.
18. Tal como recoge la noticia “Who’s Web Brown?. Why he created ‘Old Man Mileage’?”, *India Rubber Review*, 15 de agosto de 1916.
19. “Old Man Mileage” aparece inscrito en el registro estadounidense de marcas registradas con la referencia n° 22474, a nombre de Republic Rubber Company y especificando que Web Brow era su creador. *Catalogue of copyright entries, 1914*, vol. 9, parte 4, pág. 457. Washington, Government Printing Office, 1915. En 1914 La Republic Rubber Co. de Youngstown, Ohio, registra, con la referencia n° 5292, el anuncio publicado el 25 de noviembre de 1914 en la revista especializada *Motor World* y protagonizado por Old Man Mileage, probablemente en su primera aparición pública. *Catalogue of copyrights entries 1915*, vol. 10, parte 4. Washington, Government Printing Office, 1914.
20. *The Staggard*, abril de 1915, pág. 2.
21. El estadounidense William Livingston Larned (1880-1969), nacido en Buffalo, New York, fue un escritor, poeta, ilustrador, director de arte y director creativo de publicidad. Escribió varios libros, entre ellos *Illustration in advertising* (1925), manual de referencia en la época. También colaboró de manera habitual e intensa en distintas publicaciones con artículos sobre marketing, publicidad, ilustración, diseño gráfico y fotografía, pero también sobre negocios, literatura, relaciones sociales, cultura física y deportes, y viajes. Destaca la extensa lista de artículos sobre publicidad, ilustración y diseño publicados en las revistas *Printers’ Ink*, *The Advertising News*, *The Printing Art*, *Advertising & Selling*, *Judicious Advertising* o *Bulletin of Photography*. Biografía de elaboración propia a partir de breves noticias publicadas en distintos periódicos, entre ellas “Writer of famed story dies at 80”, *Abilene Report News*, 23 de noviembre de 1960, pág. 50; y “Artist’s wife dead. Suicide?” en *The Morning Telegraph* (New York), 4 de abril de 1905.



22. Larned (1915), pág. 17.
23. “New weekly paper for Youngstown”, *New Castle News*, 23 de junio de 1915; “The Citizen”, *The Mahoning Dispatch*, 20 de agosto de 1915 y 30 de junio de 1916.
24. “Blocker advanced with Republic Rubber Corp.”, *Printers’ Ink*, 30 de enero de 1919, pág. 106.

## Bibliografía

- Butler, Jos. G. *History of Youngstown and the Mahoning Valley, Ohio*. Chicago-New York, American Historical Society, 1921, págs. 730-731.
- Galbreath, Charles B. *History of Ohio, vol. IV*. Chicago-New York, The American Historical Society, 1925, pág. 189.
- Haverstock, Mary Sayre. *Artists in Ohio, 1787-1900: a biographical dictionary*. Kent, Ohio, The Kent State University Press, 2.000.
- Larned, William Livingston. “Why the ‘trade-character’”? *Printers’ Ink*, 13 de mayo de 1915.



**TRAZADO SEGURO.** Sobre estas líneas, uno de los primeros anuncios a todo color en prensa de The Republic Rubber. Se trata de un ejemplo de publicidad comparativa: un coche ha derrapado sobre la tierra, saliéndose del camino, mientras que otro automóvil, –calzado con neumáticos antideslizantes Republic “Staggard Tread”– pasa junto a ellos siguiendo el trazado correcto.

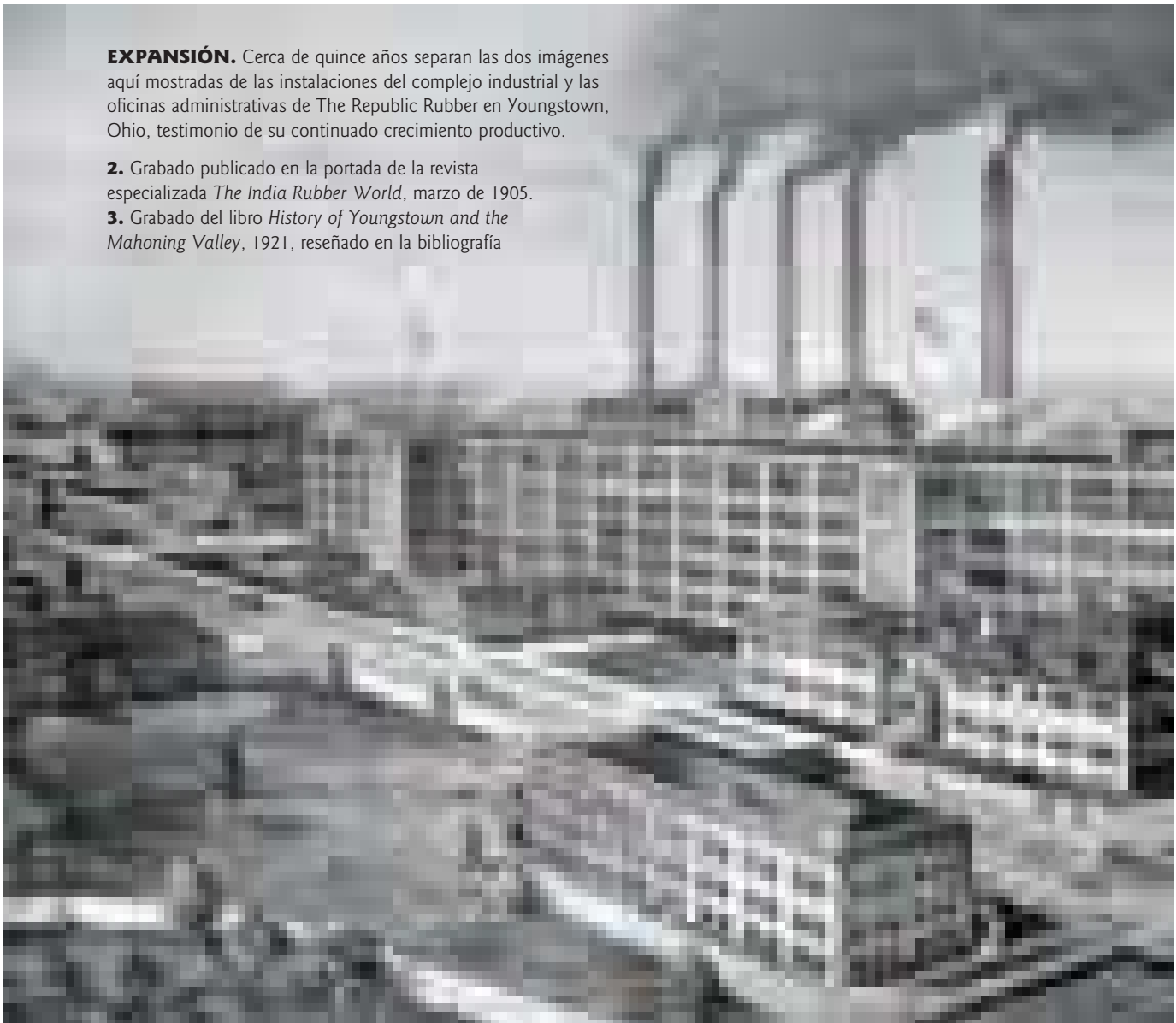
1. Anuncio publicado a página entera en la revista generalista *Harper's Weekly*, 1911.



**EXPANSIÓN.** Cerca de quince años separan las dos imágenes aquí mostradas de las instalaciones del complejo industrial y las oficinas administrativas de The Republic Rubber en Youngstown, Ohio, testimonio de su continuado crecimiento productivo.

**2.** Grabado publicado en la portada de la revista especializada *The India Rubber World*, marzo de 1905.

**3.** Grabado del libro *History of Youngstown and the Mahoning Valley*, 1921, reseñado en la bibliografía





**EN YOUNGSTOWN Y CANTON.** Sobre estas líneas, un anuncio de 1917 en el que se muestran las instalaciones de The Republic Rubber Corp. en Youngstown, Ohio. En el texto se explicaba que, además, la empresa había adquirido –comprando la Knight Tire & Rubber Co– otra fábrica en Canton, una población del mismo Estado, lo que aumentaba su capacidad productiva.

**4.** Anuncio publicado a doble página en la revista generalista *The Saturday Evening Post*, 29 de diciembre de 1917..

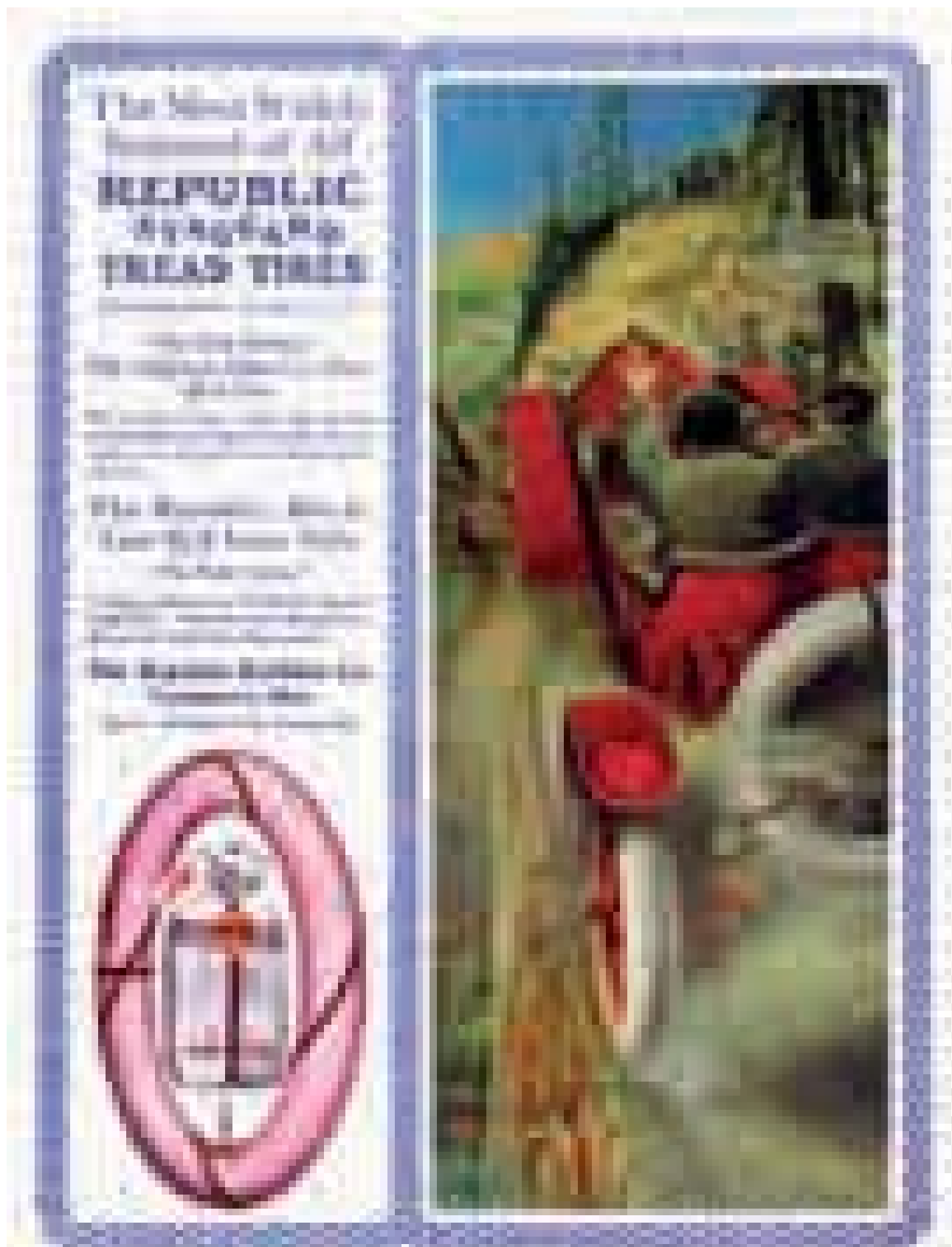




#### **LAS PRIMERAS CAMPAÑAS.**

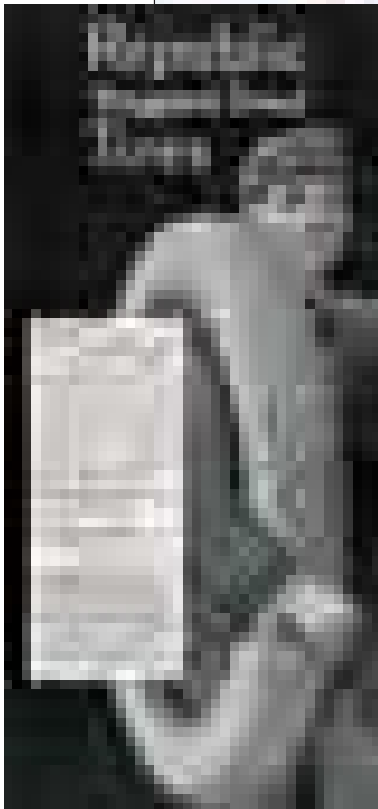
En esta página, dos ejemplos del tipo de anuncios utilizados en una primera etapa para presentar los neumáticos de suela antideslizante “Staggard”. Se trata de escenas de conducción, que explican el comportamiento fiable de los neumáticos, y de retratos de la interacción de personajes tipo como pueden ser el conductor, el mecánico o garajista y el vendedor de neumáticos.

5. Anuncio publicado a página entera en la revista generalista *The Outlook*, agosto de 1912.
6. Anuncio en la revista *Life*, 17 de abril de 1913.



**HUELLAS Y CÁMARAS.** Sobre estas líneas, ejemplo de anuncio de las cámaras de aire Republic "Black-Line". Como puede observarse, el dibujo de la orla que enmarca y divide la composición está formado por la estampación de la suela de las cámaras Republic "Staggard". La misma huella puede observarse en la escena ilustrada, que anticipa un momento de peligro – un coche se acerca rápido, de frente, en una carretera estrecha y junto a un acantilado– en el que los neumáticos "Republic" deberán reaccionar con eficacia.

7. Anuncio publicado a página entera en la revista *Travel Magazine*, abril de 1912.



**MUJERES Y HOMBRES AL VOLANTE.**

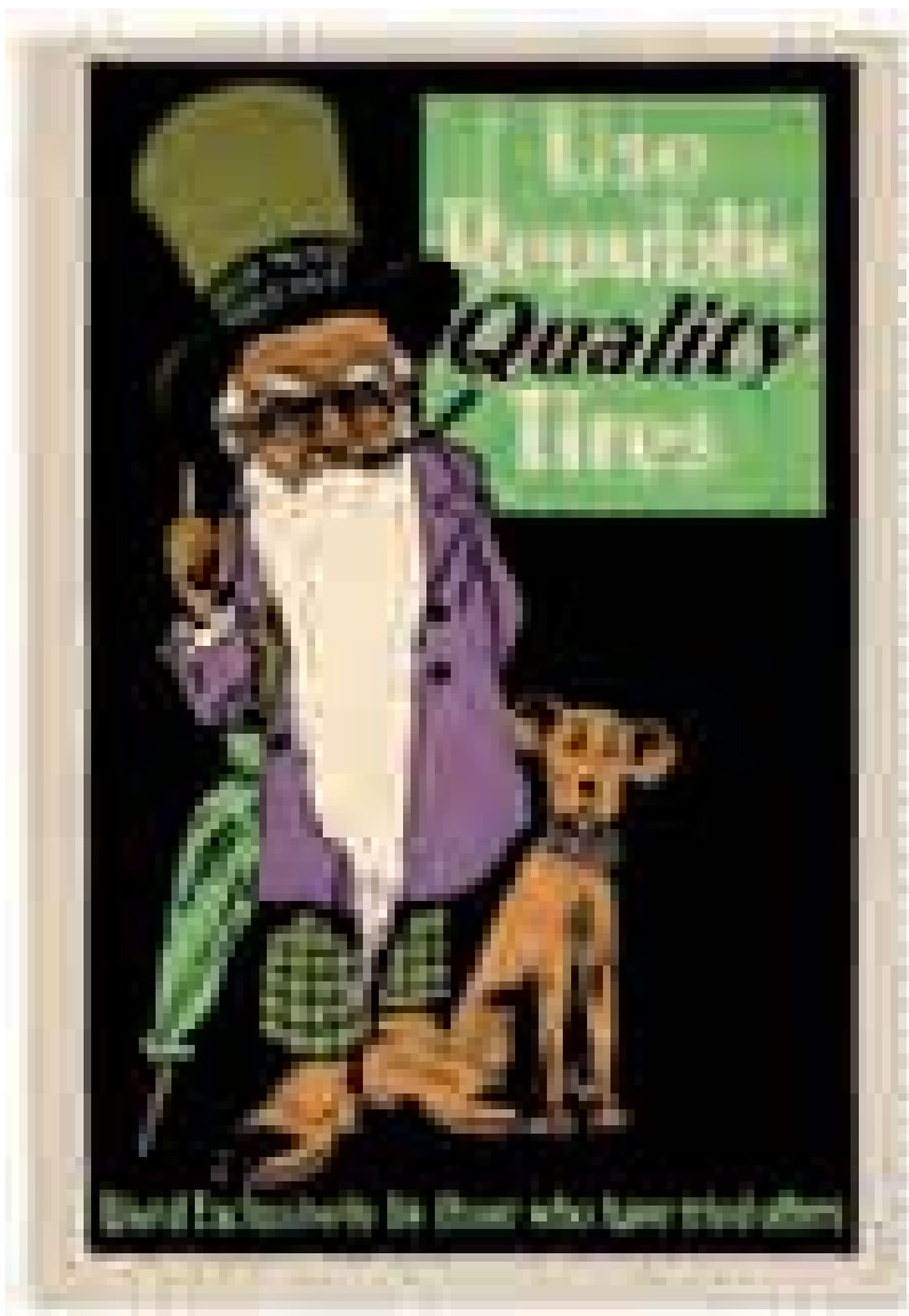
En el anuncio sobre estas líneas, fechado en 1911, es una mujer la que se nos presenta sonriente al volante de su vehículo, convenientemente ataviada para la conducción y enmarcada por un neumático. Según se deduce del texto que acompaña a la ilustración, el agarre a la carretera de los neumáticos Republic aseguraba una conducción perfecta, suave y segura, sin derrapajes, cualidades ideales que los hacía adecuados para la mujer conductora. Junto a estas líneas, el conductor con la rueda de Republic al hombro y una sonrisa en el rostro nos recuerda las prestaciones de un neumático pensado para ser eficaz en condiciones de lluvia.

- 8. Anuncio publicado a página entera en la revista *Travel Magazine*, 1911.
- 9. Anuncio publicado en la revista generalista *The Literary Digest*, 25 de junio de 1910.



10. Anuncio publicado a página entera en la revista *Travel Magazine*, 1911.





**MICRO-PUBLICIDAD.** Las estampas comerciales [*advertising stamps* o *cinderellas*, en inglés] utilizaban, con fines publicitarios, el formato de los sellos franqueables de los servicios postales con el característico corte en sierra y encolado en el reverso. Estas pequeñas joyas, auténticos carteles en miniatura, nacieron hacia 1907 en Alemania y su uso se extendió a todo tipo de productos y eventos. La influencia europea y alemana cruzó el Atlántico y se consolidó en los Estados Unidos hacia 1914. El año 1915 marcó su pleno reconocimiento, con la organización de exposiciones dedicadas al respecto y la publicación de cabeceras especializadas como *The Poster Stamp Bulletin* y *The Poster Art Stamp Supplement*. En esa época, cobró auge el coleccionismo y se pusieron a la venta álbumes especiales para enganchar las miles de estampas comerciales de colores llamativos, diseños simples e ilustraciones impactantes que inundaron las ciudades.

**11.** Ampliación de una estampa litográfica comercial de Republic Rubber. Medidas reales: 50 x 70 mm, c. 1915.



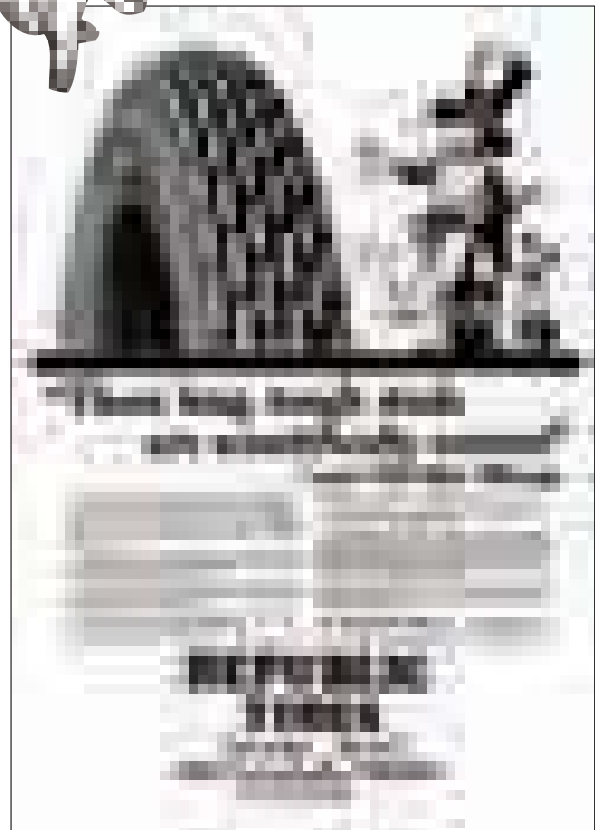
**ANUNCIOS EN REVISTAS.** En esta página, cuatro ejemplos de los anuncios insertados en revistas por The Republic Rubber con Old Man Milkeage como protagonista.

**12.** Anuncio en la revista *Harper's Magazine*, 1915.

**13.** Detalle de una ilustración del anuncio publicado en la revista *The Literary Digest*, 5 de junio de 1915.

**14.** Anuncio en *The National Geographic*, 1915.

**15.** Anuncio en *Harper's Magazine*, mayo de 1915.





**TRATO PERSONALIZADO.** Sobre estas líneas, uno de los últimos anuncios de Republic en utilizar el personaje de Old Man Mileage, antes de ser retirado. En la ilustración alegórica se escenifica la satisfacción del consumidor como usuario de las cubiertas y las cámaras de aire neumáticas de Republic: un conductor y la mascota chocan las manos expresando un agradecimiento mutuo.

**16.** Anuncio publicado a página entera en la revista especializada *Motor Age*, 4 de enero de 1917

**THIS OLD MAN MILEAGE**  
**OUR STAR SALESMAN**

**OLD MAN MILEAGE**

REPUBLIC

National Mail Supply Company

**ANUNCIOS EN PERIÓDICOS.** En esta página, tres ejemplos de anuncios modulares insertados en prensa local por los establecimientos adheridos a la red comercial de Republic. Bajo estas líneas, a la derecha, con el título de "Why", Old Man Mileage presentaba la nueva cubierta Republic "WM" cuyo dibujo –la repetición alineada de las dos letras– está grabado en la banda de rodadura.

**17.** Módulo en el periódico *The Fort Wayne Journal-Gazette*, 14 de febrero de 1917. **18 y 19.** Módulos en el periódico *The Indianapolis Sunday Star*, 21 de noviembre y 19 de septiembre de 1915.

**Why**

**REPUBLIC**

**The Most Popular**

TERRY ELECTRICAL SUPPLY CO.

**Why**

**REPUBLIC**

**The Most Popular**

TERRY ELECTRICAL SUPPLY CO.



#### UN NUEVO AÑO CON EL ANCIANO SABIO.

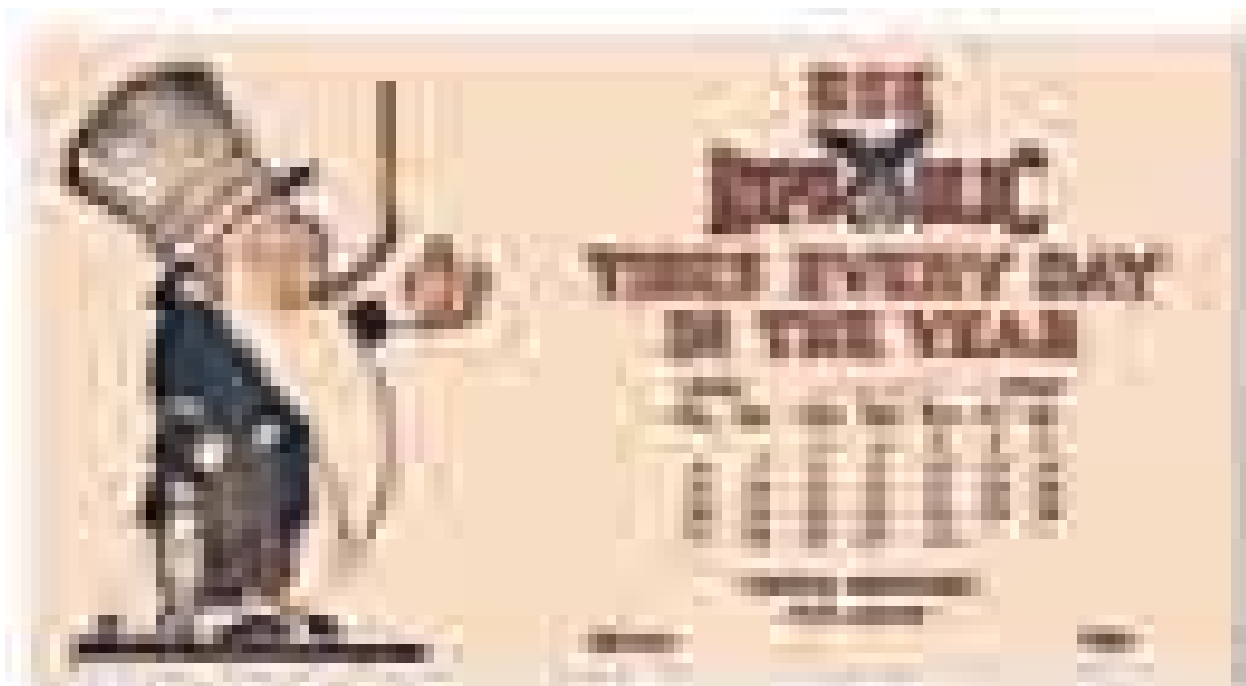
En esta página, dos ejemplos distintos del protagonismo de Old Man Mileage en la publicidad de The Republic Rubber. Sobre estas líneas, la figura de la mascota y su fiel perro Stag adaptados en forma de pequeño calendario de escritorio de cartón troquelado y con una pestaña trasera de apoyo; sobre esta base rígida iba grapado un pequeño bloc con las diferentes hojas correspondientes a los meses del año, que podían arrancarse. Este elemento promocional fue distribuido en 1915 entre los establecimientos de la red comercial del fabricante, como obsequio para los clientes.

Junto a estas líneas, un anuncio específicamente dirigido a captar establecimientos interesados en pertenecer a la red comercial de Republic, apelando al apoyo publicitario que la empresa les ofrecía en los medios escritos.

**20.** Calendario promocional, Medidas: 8 x 20 cm., 1915.

**21.** Módulo publicitario en la revista *Motor*, abril de 1915.





**LA MULTIPLICACIÓN DE LA MASCOTA OLD MAN MILEAGE.**

En esta página se muestran tres ejemplos más de la constante presencia y el uso de la mascota de The Republic Rubber Co. en todo tipo de elementos corporativos y promocionales.

Sobre estas líneas, tarjetón promocional de los neumáticos Republic con calendario, obsequio del establecimiento Victor Shumard de Milford, Ohio.

Junto a estas líneas, papel de carta para uso de los establecimientos de la red comercial de Republic y tarifario con los precios efectivos a partir de febrero de 1915 de las cubiertas y cámaras neumáticas de la compañía

**22.** Calendario de Republic, 1916.

**23.** Papel de carta corporativo, c.1915.

**24.** Lista de precios, 1915.

**EQUIPO DE VENTAS.**

Fotografía promocional de The Auto Tire Shop de Roanoke, Virginia, mostrando la fachada del establecimiento, a sus empleados y una gran figura troquelada de Old Man Mileage, indicando que se trata de un negocio adherido a la red comercial de Republic.

**25.** Carta postal. Fotografía de Davis Photo Co. de Roanoke, Virginia, c. 1915.



**CAMIONES DE REPARTO.**

Junto a estas líneas, camión de la marca White adquirido por la subsidiaria The Republic Rubber Company de Chicago, Illinois, para su flota de reparto. La empresa The White Co. de Cleveland, Ohio, era un destacado fabricante de vehículos de carga de mercancías.

**27.** Fotografía de vehículo comercial en el catálogo de *The White Company*, 1917.





**26.** Fotografía retratando al dueño y la fachada de un establecimiento no identificado asociado a la red comercial de The Republic Rubber Co., c. 1915. En el centro de la imagen, en un segundo plano, frente a la puerta y entre las pilas de neumáticos, puede observarse una gran figura troquelada de Old Man Mileage.



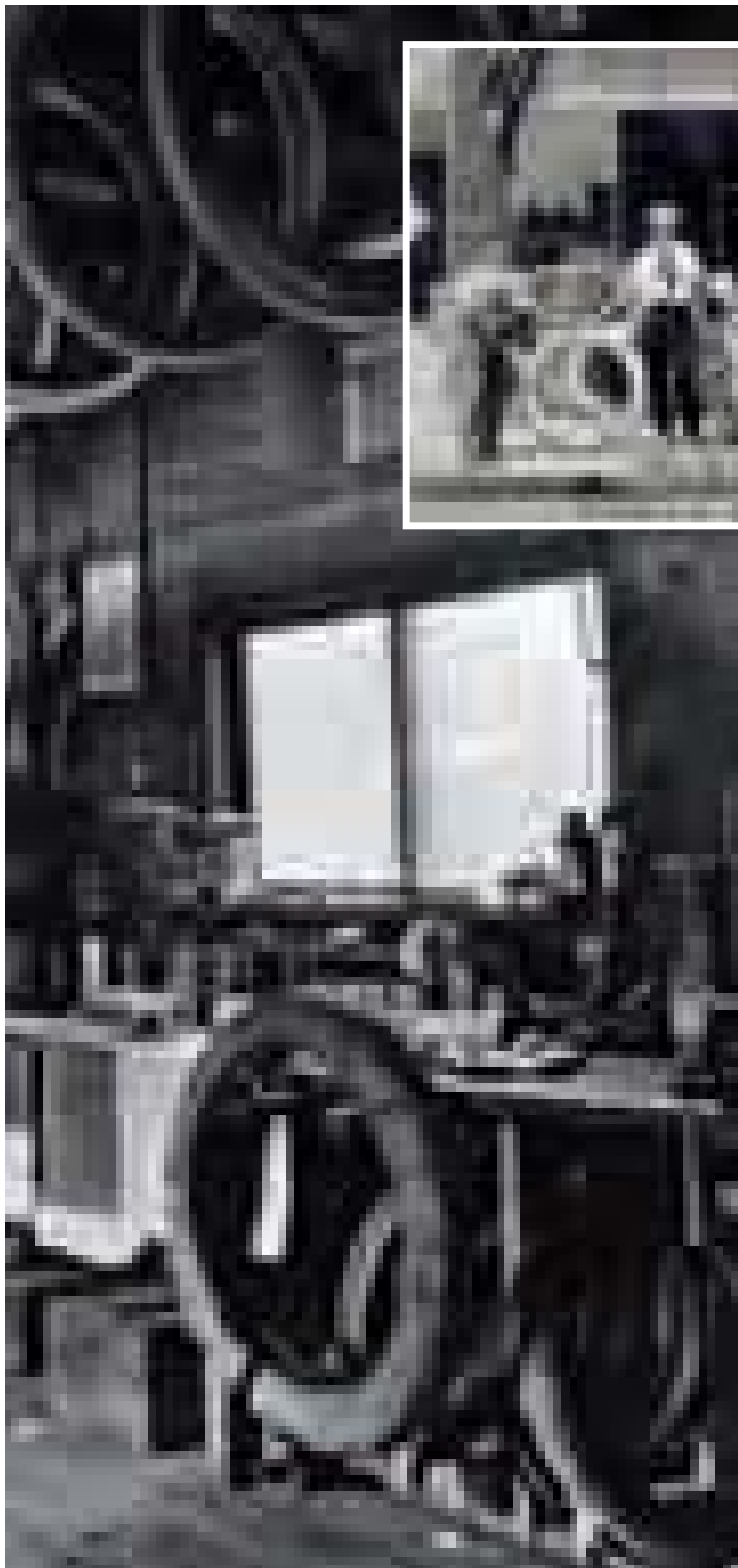
**VEHÍCULOS PROMOCIONALES.**

Junto a estas líneas, un coche furgoneta de la flota corporativa de The Republic Rubber Company de Pittsburgh, agencia comercial establecida en esa localidad para cubrir comercialmente el territorio. La figura de Old Man Mileage con su perro junto a un neumático adornaba los laterales del vehículo.

**28.** Fotografía publicada en la revista corporativa *The Staggard*, abril de 1915.







**MASCOTA DE INTERIOR Y EXTERIOR.**

En esta doble página se muestra el interior de un taller de reparación y recauchutado de cubiertas y cámaras neumáticas, en el que podemos apreciar los dos carteles de Republic protagonizados por la mascota Old Man Mileage colgados en la pared, junto a otro que corresponde a la marca de neumáticos Fisk de The Fisk Tire & Rubber Company. Sobre estas líneas, una nueva vista de la fachada del establecimiento The Auto Tire Shop de la población de Roanoke, Virginia, distinta de la mostrada en la doble página anterior, en la que los empleados del negocio posan junto a la figura troquelada del personaje de Republic.

**29.** Fotografía interior de un garaje sin identificar, fechada en 1916.

**30.** Carta postal. Fotografía de Davis Photo Co. de Roanoke, Virginia, c. 1915.



**CALIDAD Y HONESTIDAD.** En esta ilustración humorística de la portada del boletín mensual *The Staggard* se desarrolla una concurrida jornada de pesca. En el centro, Old Man Mileage, acompañado por su fiel perro Stag, lanza la caña desde un bote bautizado como "Honesty" [honestidad], utilizando cebo de calidad. El bocadillo del personaje dice: "Hay peces [negocio] de sobra para todos en este estanque, pero no se los debe tratar de confundir, ellos saben realmente lo que quieren [cebo de calidad]". Desde la orilla, fabricantes y comerciantes –ayudados por publicistas– tratan infructuosamente de pescar algo. Como no puede ser de otra manera, el único anzuelo al que pican los peces es el del sedal del personaje mascota de Republic Tires, que cobra una buena pieza.

**31.** Portada del boletín corporativo de The Republic Rubber Company *The Staggard*, abril 1915. Firmado Web Brown.



### EL PADRE DE LA CRIATURA.

Web Brown, de nombre completo Daniel Webster Brown (1876-1974) y nacido en Akron, la ciudad del neumático, dio forma a la mascota de Republic Rubber, empresa a la que se vinculó como Director de Publicidad entre los años 1910 y 1918.

Brown fue un destacado caricaturista y dibujante editorial. Entre 1899 y 1945 publicó en diferentes cabeceras, entre ellas la revista *The Roller Monthly* de Canton (1900-1901) y los periódicos *Akron Daily Democrat* (1901), *Boston Post* (1902-1903), *The Youngstown Telegram* (1906-1909) y *The Vindicator* (1909-1910). Además creó y dirigió *The Citizen*, el semanario ilustrado de la población de Youngstown, Ohio (1915-1925),

**32.** Ilustración caricaturesca del jefe de bomberos de Bradford, Pennsylvania, parte de una serie de retratos humorísticos realizados a importantes miembros de los cuerpos de bomberos de los Estados Unidos y Canadá en una convención de 1912. Publicado en *The India Rubber World*, 1 de mayo de 1912. Firmado Web Brown.

**33.** Retrato de Web Brown, publicado en *The India Rubber Review*, 15 de agosto de 1916.

**LA BANDA (NEUMÁTICA) DEL CIRCO.**

Junto a estas líneas, dos testimonios de una acción promocional singular: un desfile circense. La procesión estaba encabezada por un payaso a lomos de un elefante, seguido de otros paquidermos. El cómico sujetaba un gran cartón troquelado retratando un neumático con suela "Staggard", mientras que los flancos del elefante colgaban unas grandes banderolas con el eslogan "Use Republic Tires". El espectáculo recorrió las calles de (presumiblemente) Youngstown, Ohio, en 1909, la localidad en la que se fundó The Republic Tire Company y en la que estaban ubicadas la fábrica y las oficinas.

**34.** Tarjetón fotográfico promocional de E. A. Wick Rubber Co., distribuidor de los neumáticos Republic en Youngstown, c.1909.

**35.** Fotografía del desfile promocional, presumiblemente celebrado en Youngstown, c. 1909.





**UN VENDEDOR DE RECAMBIO.** Sobre estas líneas, un ejemplo del tipo de personajes utilizados en determinados anuncios tras la retirada de Old Man Mileage, el experimentado embajador y valedor de los neumáticos Republic. En este caso concreto, se nos presentan las dos versiones de cámaras de aire de la línea "Black-Line", caracterizadas por su distintivo color rojo y gris.

**36.** Anuncio publicado a página entera en la revista generalista *The Saturday Evening Post*, 30 de marzo de 1918.

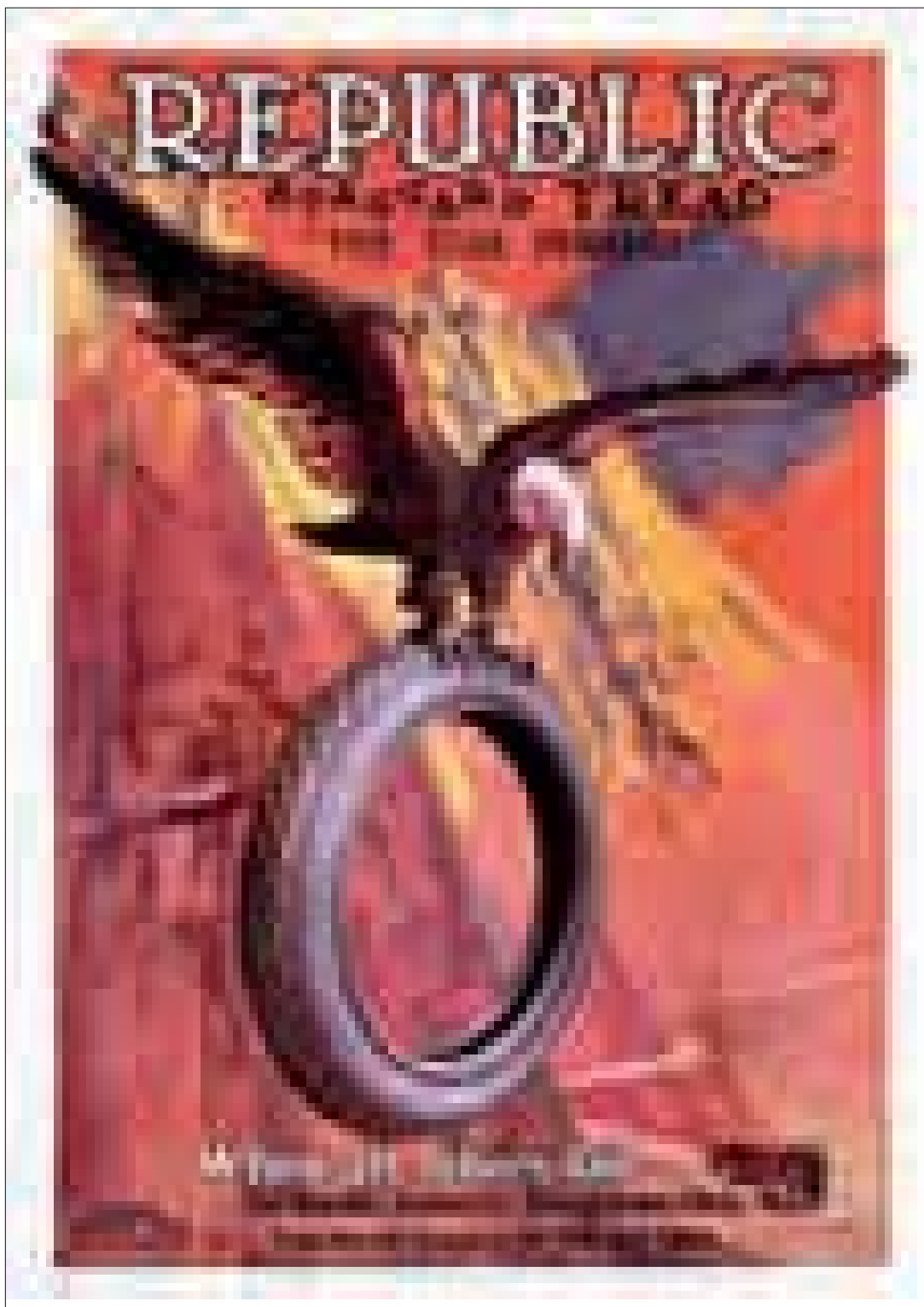


**SÍMBOLO Y MASCOTA.**

Desde su creación, The Republic Rubber Company –más tarde refundada como corporación– había ligado su nombre al del símbolo nacional de la República de los Estados Unidos de América, el águila de cabeza blanca. Junto a estas líneas vemos diferentes interpretaciones del símbolo y su utilización en los anuncios como elemento dinámico y animado, actuando plenamente como mascota.

- 37.** Símbolo corporativo, detalle en un anuncio en la revista *Automobile Trade Journal*, abril de 1917.
- 38.** Anuncio modular vertical, publicado en la revista *Country Life in America*, agosto de 1909.
- 39.** Anuncio modular publicado en la revista *Suburban Life*, julio de 1912.





**BIEN SUJETA.** Sobre estas líneas, el anuncio recurre a las cualidades naturales del águila para conjugar el mensaje publicitario. El slogan “When all others fail” [cuando otros fallan...] sirve de lema para la ilustración, que nos muestra al águila en vuelo sujetando firmemente un neumático con sus garras. La suela “Staggard” de las cubiertas neumáticas de Republic se comporta con la misma firmeza en el agarre a la carretera.

**40.** Anuncio a página entera publicado en la revista *Life*, 4 de enero de 1912.

**41.** Emblema corporativo utilizado por Republic desde sus inicios y conservado hasta los años sesenta. El emblema se conservó tras la absorción de Republic por parte de la Lee Tire & Rubber Corp, en 1923, y se mantuvo como identificativo de la empresa.





**EL VUELO DEL ÁGUILA.** Sobre estas líneas, cuatro ejemplos del uso del águila de The Republic Rubber Corporation como mascota. En los titulares de los textos publicitarios –“Worth-while war-time savings” o “A product of the new era”– se puede apreciar una referencia explícita a la Primera Guerra Mundial y al escenario planteado tras el fin del conflicto, como explícita en su simbología patriótica era la figura del águila de cabeza blanca empleada para ilustrar los anuncios.

**42.** Anuncio publicado en la revista generalista *The Saturday Evening Post*, 17 de agosto de 1917.

**43.** Anuncio en *The Saturday Evening Post*, 3 de agosto de 1918. **44.** Anuncio en *The Saturday Evening Post*, 20 de julio de 1918.

**45.** Anuncio publicado en la revista especializada *Automobile Topics*, 23 de septiembre de 1922.



#### **LA FIABILIDAD DEL ÁGUILA.**

Sobre estas líneas, uno de los varios anuncios que componían la campaña de The Republic Rubber Corp. para potenciar su red de establecimientos de servicio autorizados. Los garajes y talleres mecánicos estaban debidamente identificados con grandes placas mostrando el símbolo del águila, tal como puede apreciarse en estos ejemplos. El titular del anuncio –“Los establecimientos que exhiben esta señal son de fiar”– y el texto que lo acompaña lo explica de manera clara: “Adondequiera que usted vaya, la señal del águila es conocida como una señal indicativa de buena atención, eficiencia y fiabilidad”.

**46.** Anuncio publicado a página entera en la revista *Life*, 7 de junio de 1923.

**47.** Detalle de un anuncio publicado en la revista *Life*, 4 de octubre de 1923.

