

Durham

and THE RISE OF THE
BASEBALL CARD

Durham y el Ascenso de la Tarjeta de Besibol

Guia de la Exposicion

El tabaco Duke y el cigarrillo

Cuando James Buchanan “Buck” Duke tomó las riendas de la tabacalera W. Duke & Sons Tobacco en la década de 1870, quería que W. Duke & Sons vendiera más que Bull Durham Tobacco y llegar a ser una de las compañías de tabaco más rentables del país. La clave del éxito de Duke fue la producción de cigarrillos enrollados a máquina.

Después de la Guerra Civil, el cigarrillo aumento su popularidad en los Estados Unidos pero ésta fue dejada atrás por la picadura y los puros durante la década de 1870. No fue antes de principios de 1880 que los cigarrillos pre-enrollados llegaron a ser populares. Para la mitad de la década de los 1880 la competencia en la venta de cigarrillos fue muy fuerte.

Buscando abaratar los costos, los fabricantes de cigarrillos de Virginia, John Allen y Lewis Ginter ofrecieron una recompensa a la primera persona que desarrollara una maquina enrolladora de cigarrillos. En 1880, el joven de 21 años de edad James Bonsack, inventó una máquina que aún no trabajaba bien. ⑥ Aunque era la mejor maquina desarrollada hasta el momento, ninguno de los principales fabricantes de cigarrillos tuvo la oportunidad de probarla – ninguno excepto Duke, quien rentó la maquina Bonsack en 1884. Con la ayuda del técnico W. O’Brien y el hombre de negocios D. B. Sprouse, W. Duke & Sons perfeccionó la máquina y se volvieron expertos en su uso.

① El rápido y económico proceso de producción, le dio a Duke la ventaja competitiva.

Las ganancias de Duke se dispararon y los competidores que habían dudado en abandonar el enrollado manual decidieron también invertir en máquinas. El consumismo y los precios bajos llegaron con las máquinas; se incrementó la producción y también la competencia. Así como surgió la competencia a finales de la década de 1880, también surgieron la inversión en publicidad y los métodos creativos de vender tabaco.

1530 arch St Phila
Apr. 7/86

J. B. Duke Esq.
6 Rivington St. N. Y.

Dear Sir,

It is important to me to know
if it is still your intention to examine
the Labeling Machine. If you are com-
ing please kindly telegraph me at once,
at 438 N. 12th St. I much oblige,

Hoping that you can come Jan

Truly Yours
James A. Bonsack

57/2

Mar. 16th. 86

Mr. D. B. Strouse,

Salem, Va.

Dear Sir:-

Your favor of the 15thth inst. just received. We are glad to know that some machines are now on the way from paris. Send us the first two machines that are received as we need them badly

We will send your letter to Mr. J. B. Duke and he will advise you in reference to taking more out of the second lot which you say you will receive 30 days later.

We received an invoice Sunday for 500 reels cigarette paper and have orders out for 1500 reels more, consequently we will not trouble you at present to obtain any for us.

We turned out last week on the four machines here about 2,600,000 cigarettes. What do you thing of that?

Yours truly,

W. DUKE SONS & CO.

Durham, N.C.

*Rec. Strouse
Mar. 15 - 86
J. B. Duke
Mar. 17 - 86*

¿Qué es una tarjeta de béisbol? La tarjeta intercambiable, la “Cardomania,” y la tarjeta de cigarrillos

Las tarjetas de béisbol de hoy tuvieron sus inicios como herramientas publicitarias.

Después de la Guerra Civil, el béisbol se volvió popular en pueblos y ciudades en todo Estados Unidos. Las compañías que vendían artículos deportivos utilizaban la parte posterior de fotografías de equipos famosos para promocionar sus productos. Estas fueron las primeras tarjetas rudimentarias de béisbol.

La evolución de las tarjetas de béisbol fue el resultado de varios eventos simultáneos:

- Avances en las técnicas de impresión y los métodos publicitarios generaron las tarjetas intercambiables. Las tarjetas intercambiables eran delgadas y tenían promociones y fotos de paisajes coloridos. Las tarjetas de intercambio también eran distribuidas por negocios que vendían productos de tabaco, y eran coleccionadas por sus clientes.
- “Cardomania” fue una moda internacional de la era Victoriana, de coleccionar retratos pequeños – llamados cartes de visite – que se pegaban en álbumes. Los estadounidenses coleccionaban las tarjetas intercambiables y las pegaban en álbumes. El fenómeno de la “Cardomania” llegó a los Estados Unidos alrededor de la época en la que las tarjetas intercambiables se estaban volviendo populares.
- Las compañías de tabaco ya utilizaban grandes anuncios pagados y promociones en revistas para vender sus productos y estaban buscando nuevos métodos. ④
- Las pequeñas piezas de cartón que se colocaban en las cajas de cigarrillos para evitar que fuesen aplastados se convirtieron en el método ideal para atraer al público que coleccionaba estas tarjetas. El nombre de la compañía era impreso al frente, y más adelante, en el reverso de las tarjetas. Rápidamente, imágenes litográficas a color remplazaron estas



W. Duke And Sons Color Advertising Sheet. (Duke University)

primeras tarjetas, que tenían retratos de la realeza, o dibujos de animales, naturaleza, lugares famosos, “chicas bonitas,” héroes militares y especialmente deportistas. ⑩

- Durante esta época, la Liga Nacional celebra su primera década.

La creciente popularidad del béisbol llevó a muchos fabricantes a incluir a los jugadores entre los deportistas en las tarjetas de cigarrillos. Algunos incluían sólo jugadores de béisbol. Así nació la tarjeta de béisbol.

Competencia, tarjetas de tabaco y el tabaco americano

Se produjeron millones de tarjetas de béisbol como resultado de las guerras en el mercado del cigarrillo entre 1886 y 1890.

Mientras que Duke terminaba de desarrollar la máquina de enrollar cigarrillos, se intensificó la competencia en la industria del tabaco impulsando la producción de tarjetas que se insertaban en los paquetes de cigarrillos. ⑫ En 1886, las cinco empresas principales, conocidas como “Big Five”, producían la mayor cantidad de cigarrillos: W. Duke & Sons, Allen & Ginter, Kimball, Goodwin and Kinney. A pesar de que los “Big Five” producían tarjetas, los dos juegos más grandes eran el de los actores y actrices de Duke y el juego de béisbol de Goodwin. Cada uno de estos juegos eran más de 2,000 tarjetas.

Ser parte del ‘Big Five’ no era suficiente para satisfacer la ambición de Buck Duke. El equipo de publicidad de Duke, el cual incluía a Edward Small, estaba determinado a reinventar la publicidad del tabaco y derrotar a la competencia, especialmente a Bull Durham. Small había sido uno de los primeros, si no el primero, en asegurar los derechos de imagen de una celebridad. Este hecho se convirtió en una pieza fundamental en el ámbito publicitario, especialmente en la publicidad de deportes y tarjetas de béisbol. La inversión monetaria en publicidad realizada por Duke, impulsó las inversiones de la competencia en estos campos. Esta campaña publicitaria dio lugar a un sinnúmero de productos. Sin embargo, nada ha durado más en la imaginación americana como las tarjetas que se insertaban en los paquetes de cigarrillos.



Album Page Containing Duke's Cameo Cigarettes Insert Cards. (Duke University)

President,
D. B. STROUSE.

CAPITAL STOCK PAID IN, \$100,000.00.

Sec. and Treas.,
P. A. KRISE.

BONSACK MACHINE CO.,

Salem, Virginia, 24th March 1885.

J. B. Duke Esq.,
Chicago.

Dear Sir,

I have yrs of the 9th inst written to Mr Krise. He knew of my early return home & left the answer of your letter to me. You are our largest patron and we feel disposed to forward your interests in every possible way. I expect to go to Durham soon - as soon as I can - and will then see what can be done looking to our mutual advantage -

As to Kimball & Co I have only to say, that the Allison's agreed with me that they would not place a machine outside of their own factory. Though they said they wanted to sell factory machines and all. They admit that we have them in our power. I learned in Lynchburg last week that one of the Allison's

has constructed a machine for Kimball & Co which I suppose is running -

If this be true as I have no doubt it is, I beg to assure you that we shall stop it, and that speedily -

I have begun a full investigation of the whole matter & no time will be lost.

Your letter is headed "Branch Factory and Office, 6 Rivington Street New York" also Chicago. As I am not sure where to address you I will mail to Durham -

I certainly congratulate you upon the wonderful success of your firm -

Yours most truly
D. B. Strouse

Please address me here - S -

The advertisement features a central text block surrounded by ten framed lithographs of professional baseball players. At the top and bottom of the central text are two crossed baseball bats. The players shown are:

- OVERALL, CHICAGO NATL.
- PASTORIUS, BROOKLYN.
- WAGNER, PITTSBURG.
- BEAUMONT, BOSTON NATL.
- DELEHANTY, WASH.
- STEINFELDT, CHICAGO NATL.
- BRANSFIELD, PHILA. NATL.
- KEELER, N.Y. AMER.
- O'LEARY, DETROIT.
- WILTSE, N.Y. NATL.

Absolutely Free!

Handsomely lithographed pictures *in colors* of famous professional baseball players in the major leagues, now in all 5c packages of

**SWEET CAPORAL
PIEDMONT
and
SOVEREIGN
Cigarettes**

Every baseball enthusiast in the United States should secure this superb series of pictures. Start collecting *today*.

**The American
Tobacco Company**

En unos años, W. Duke & Sons obtuvo rendimientos lo suficientemente grandes para liderar la industria. En 1890, Duke lideró la consolidación de importantes firmas de tabaco en Estados Unidos en la American Tobacco Company (ATC). Al comienzo del nuevo siglo, ATC compraba más y más empresas pequeñas y se concentró en consolidar el mercado europeo. El apogeo de las tarjetas parecía haber pasado, junto con la intensa competencia que las guerras del cigarrillo habían suscitado en los años 1880s.

Desconfianza: Sherman Act y la serie T206

Al principio del siglo XX, Estados Unidos estaba loco por el béisbol y para 1909, el béisbol era el deporte más popular en el país.

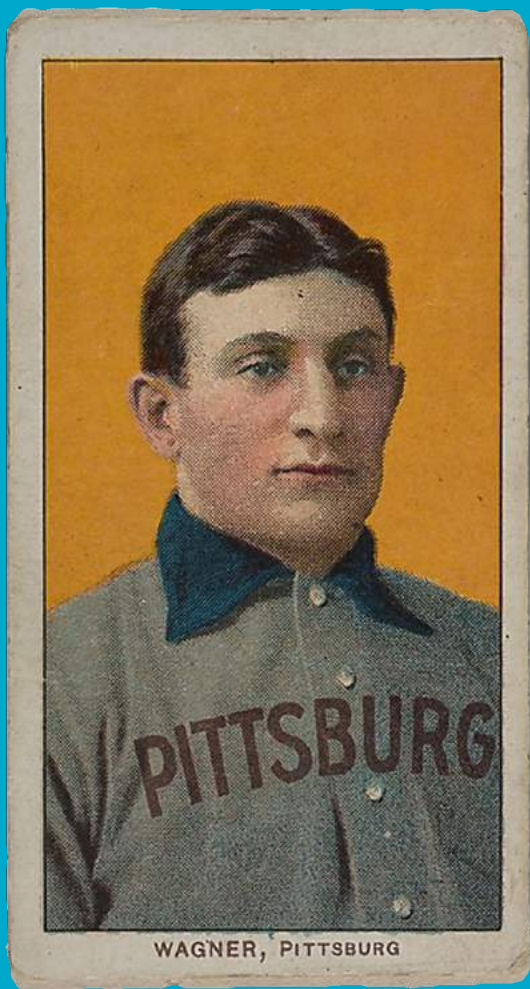
Sin embargo a principios del siglo XX, con la caída de la guerra de los cigarrillos, solo unos pocos juegos de tarjetas, postales y juegos de cartas se encontraban en el mercado. No se estaba produciendo un juego de tarjetas que capturara la imaginación y el amor del público por el béisbol, como el intercambio y las tarjetas que hubo en los 1880s.

Mientras tanto el imperio de tabaco de Duke, estaba en peligro. En 1900 el Gobierno de EE.UU. llevó a ATC a la Corte Suprema por violar la ley “Sherman Antitrust Act”. La ley se había aprobado para romper monopolios, empresas que eran tan grandes que sofocaban a la competencia para subir los precios.

La popularidad del béisbol, el inevitable rompimiento de ATC, el incremento de los aranceles del tabaco y la fluctuación de los mercados financieros mundiales llevaron a Duke y a ATC a invertir nuevamente en publicidad con tarjetas de béisbol. Esto llevó a la producción del famoso juego T206, que incluye la tarjeta de béisbol más famosa: la T206 Honus Wagner. (13)

El juego de tarjetas de litografías a color T206 fue distribuido a través de 16 marcas en 3 series lanzadas en un periodo de dos años. Las tarjetas las metían dentro de las cajetillas de cigarrillos, en un lado tenían la litografía a color del jugador de béisbol y en el otro la marca de cigarrillos en donde la habían distribuido. (15)

13



1909 T206 Honus Wagner Card. (Got'Em, Get'Em, Need'Em; ECW Press)

Los historiadores y coleccionistas no saben exactamente cuántas tarjetas se produjeron, pero se estiman que fueron millones. Las tarjetas se imprimieron en la American Lithographic Company en Park Avenue en la ciudad de Nueva York y se distribuían desde allí a todas las fábricas productoras de cigarrillos, quienes las insertaban en sus paquetes. Miles de tarjetas fueron distribuidas desde la Fábrica No 42, la fábrica Liggett & Myers que se encontraba entre las calles Duke y Main en Durham. (5) (11)

Para 1911 la decisión del Tribunal Supremo estaba por tomarse, y la disolución de la ATC era inminente. Muchas de las tarjetas se distribuyeron de otras fábricas a la Fábrica No 42, quien distribuyó muchas de las últimas tarjetas de la serie T206. (14)

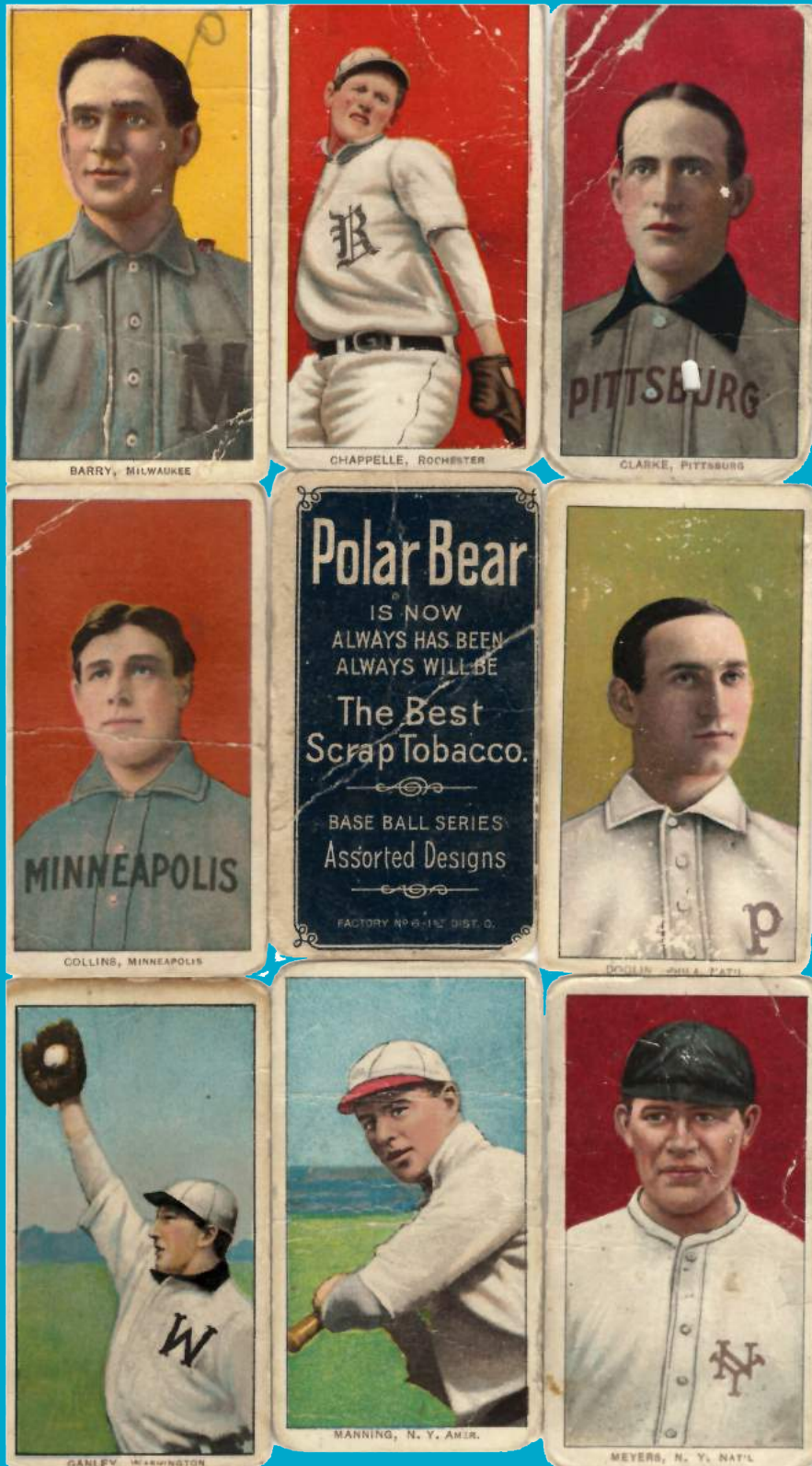
Legado: Duke, Durham y la Industria Millonaria de Tarjetas de Béisbol

La popularidad del juego de tarjetas T206 producida por la American Tobacco Company (ATC), inspiró a los productores de dulces, chicles y otras compañías de tabaco a producir sus propias tarjetas. Entre los años de 1909 y el principio de la primera guerra mundial se vio un exceso de producción de tarjetas y otras promociones. ATC produjo varios juegos de tarjetas que incluyen el T205 y el T207 en 1911.

En noviembre 16, 1911, la ATC fue formalmente diluida después que la Corte Suprema dictaminara que estaba “restringiendo el comercio e intentando monopolizar el mercado”. Este dictamen hizo que se transfirieran varias de las marcas de la ATC al poder de varias empresas pequeñas.

Después de la disolución de la ATC, las tarjetas que venían en los paquetes de cigarrillos se disminuyeron. Esto se debió en parte a la crítica del gobierno federal a la publicidad que se les estaba haciendo a los niños, como parte de una campaña “anti-engaño” que surgió después de 1911, y finalmente a la escases de papel que hubo durante la primera guerra mundial. La producción de tarjetas se vio afectada, y nunca más se volvió a ver una producción nacional significativa para la promoción de cigarrillos.

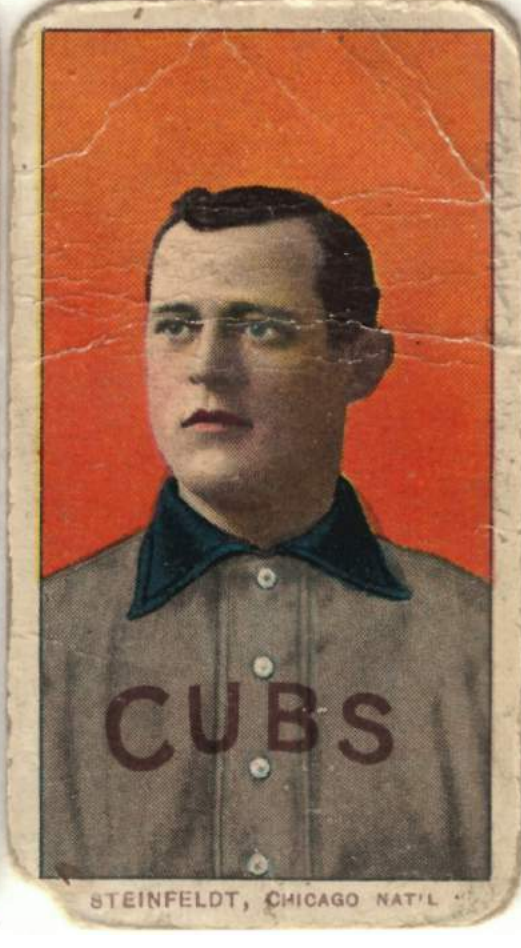
5

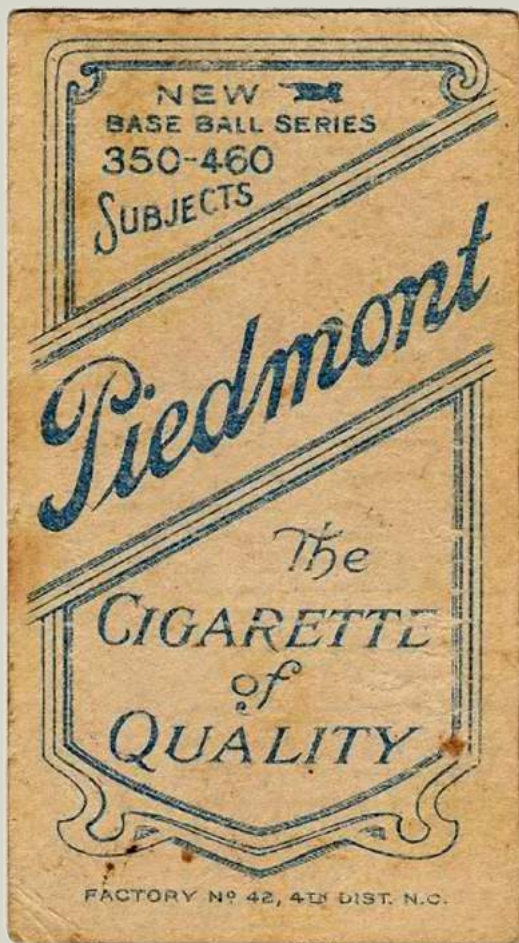


1909-1911 American Tobacco T206 Insert Cards, Various Players. (Curator's collection)



SWEET
CAPORAL
CIGARETTES
The Standard
for Years
BASE BALL SERIES
150
SUBJECTS
FACTORY NO. 30, 24 DIST. N.Y.





Piedmont Cigarettes Inset Card Reverse
Advertising from Factory 42, Durham.

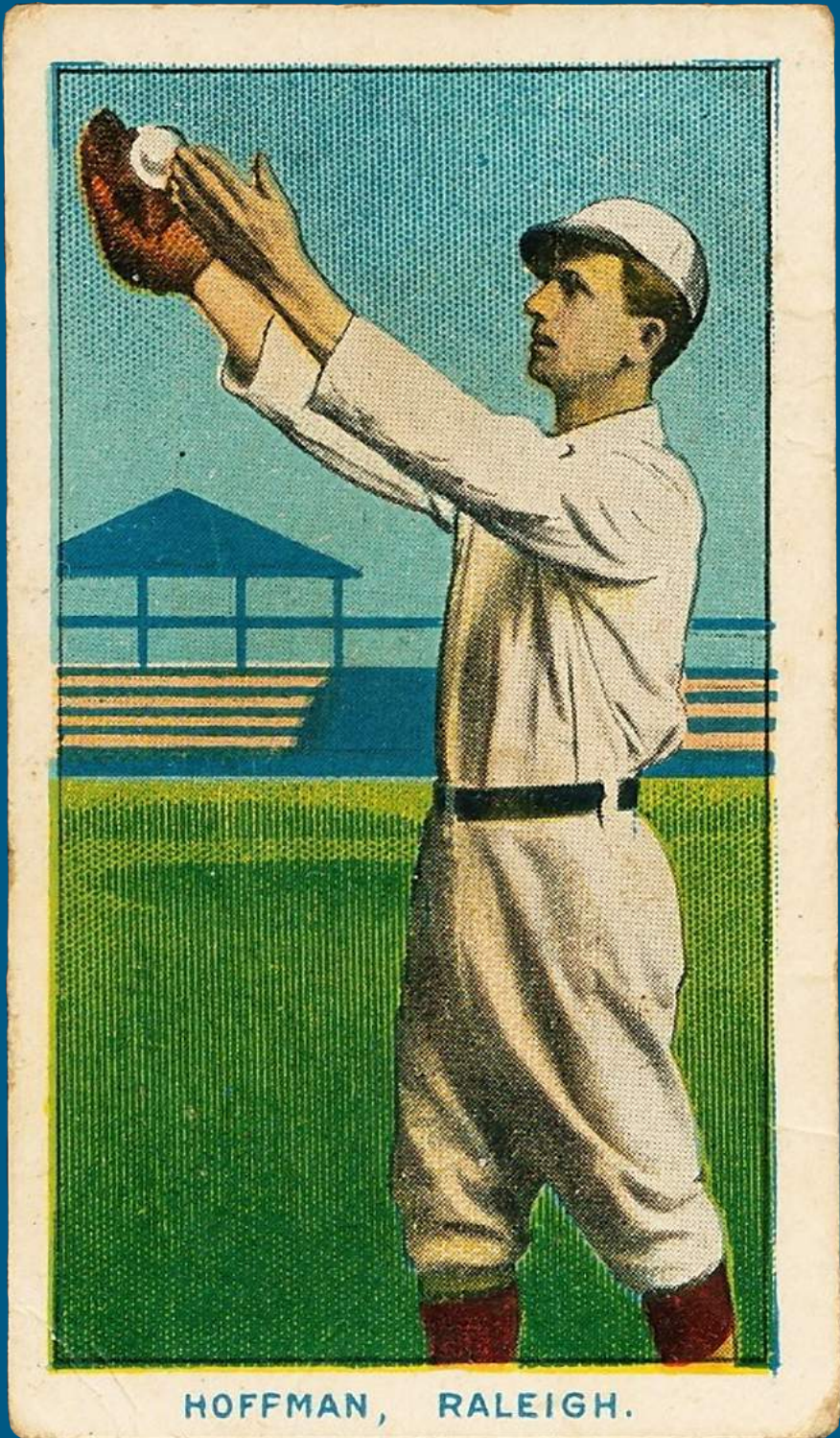
A pesar de que la participación de la American Tobacco en la historia de las tarjetas de béisbol termina con el dictamen de 1911, la influencia de los juegos de tarjetas que ellos crearon es aparente en las que produjeron las compañías de dulces y chicles en el resto del siglo. Estos productos fueron vendidos tal como el tabaco y fueron específicamente comercializados a los niños.

Para el momento que el famoso juego de tarjetas Topps de 1952 se emitiera (el cual inspiró una emisión de tarjetas nostálgicas en los 1980s) la impresión, distribución, contratación y los derechos de autor utilizados ya estarían formalizados gracias a la influencia y las emisiones que hicieron las empresas tabacaleras, Buck Duke y el tabaco de Durham.

8



T210 Jud Hyames, *Wilmington Sailors*. (Library of Congress)



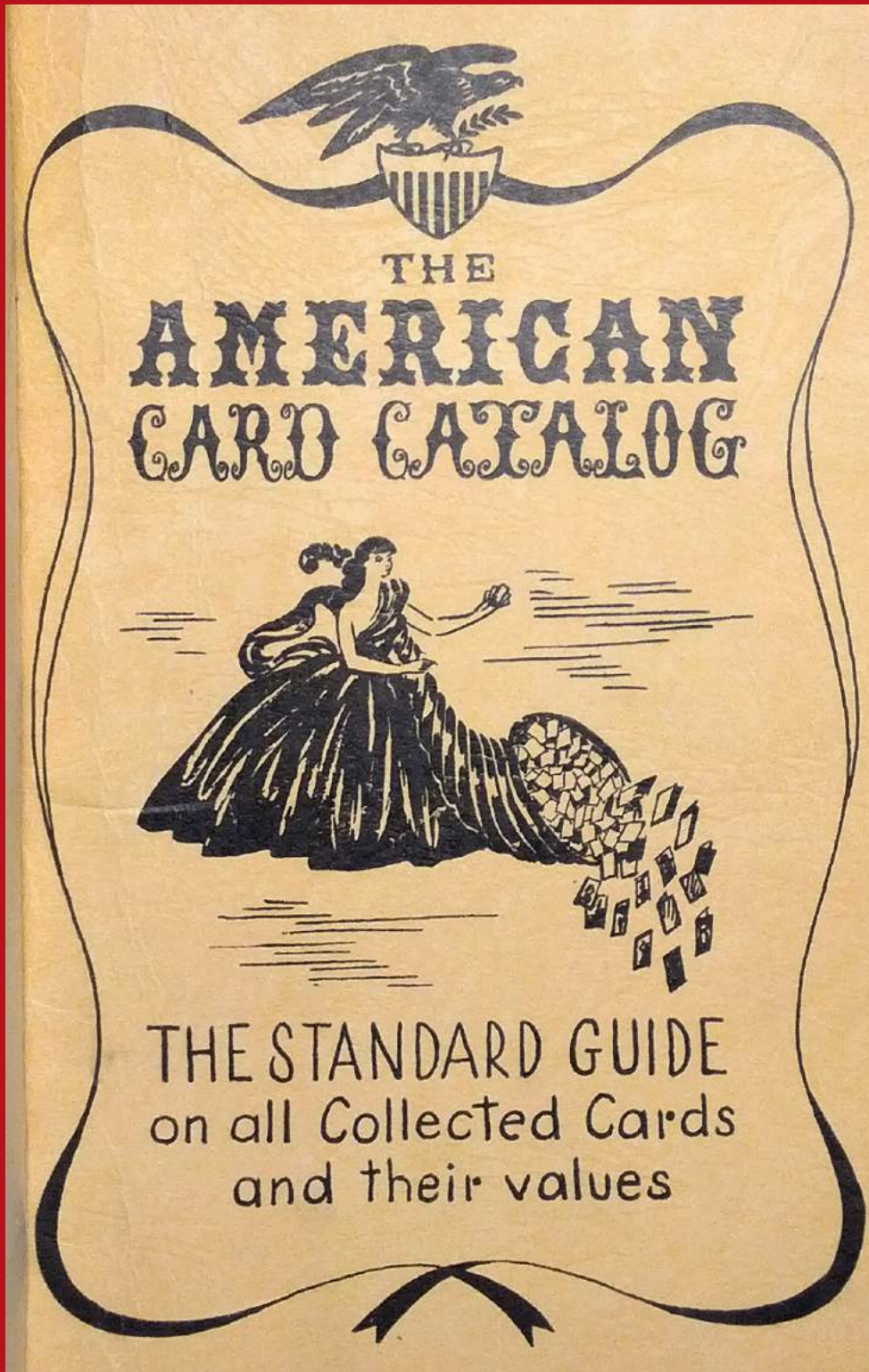
HOFFMAN, RALEIGH.

H.H. Hoffman, Raleigh Red Birds. (T209-Contentnea.com)

2



Red Walsh, Greensboro Champs. (T209-Contentnea.com)



7



Liggett & Myers Factory 42. (Durham Public Library)