

MODELO DE UTILIDAD

65687

•65687

M E M O R I A D E S C R I P T I V A

S o b r e :

" UN VEHICULO PUBLICITARIO-CINEMATOGRAFICO "

Solicitantes: DON CARLOS TAPIA ROMERO, de nacionalidad española,
residente en Madrid, San Pedro Martir, 4.

DON EDUARDO MORENO CEA, de nacionalidad española,
residente en Madrid, Tres peces, 3.

La gran influencia que el cinematografo viene desarrollan-
do sobre las grandes masas, y el interes que despierta entre el
gran público la proyección de películas cinematograficas, situan
a esta industria en un lugar privilegiado para la divulgación
de determinados artículos comerciales, los cuales, al estar con-
venientemente anunciados en salas de proyección, locales de es-
pectáculos, etc. etc., gozan de una esplendida propaganda aso-

65687

- 2 -

65687

28



ciando el interes del espectador por el tema o imagenes con los
anuncios intercalados o adyacentes a dichas peliculas.

10

Hoy dia la publicidad desarrollada en nuestros "cines"
es de cierta envergadura, y es frecuente observar como, inter-
calados con las peliculas proyectadas en cualquier salón, se
realiza una buena publicidad por medio de diapositivas y cor-
tometrajes que reflejan artículos industriales sobre las mis-
mas pantallas que, por ser las de la proyección de las pelicu-
las exhibidas, atraen poderosamente la atención del público.

15

Los inventores del presente modelo de utilidad han obser-
vado las grandes posibilidades publicitarias de este estado de
cosas, y han venido a plasmar sus ideas propagandisticas en un
sistema que no tiene precedentes en nuestro pais, cual es la
creación de un locomovil capaz de convertir el tradicional
equipo de proyección en un espectáculo ambulante y de verda-
dero interes para las multitudes.

20

Aprovechando el interes del publico sobre las peliculas
cinematograficas de mayor o menor extensión y de cualquier ti-
po o argumento, consiguen por medio del vehículo que ellos han
creado, la posibilidad de difundir cualquier anuncio comercial
entre grandes masas de público, sin necesidad de que estas se
reunan en locales determinados, ya que el vehículo inventado
por los titulares del modelo de utilidad que se describe pue-
de efectuar cualquier recorrido llevando a los espectadores de
espectáculos concurridos las noticias o imagenes que deseen.

25

30

De esta suerte, determinados espectáculos deportivos, cuyo
número de espectadores es siempre mucho mayor que el de los ci-
nematografos, pueden convertirse facilmente en oportunidades
publicitarias, puesto que el vehículo en cuestión podrá reco-

35



40 rrer cualquier pista llevando a los ojos de millares de espectadores las imagenes en movimiento que contengan estos anuncios, en combinación con noticiarios de indole diversa, vistas de interes, etc. etc.

En esencia, el invento se basa en la creación de una carroceria cuyas caras presentan determinadas aberturas rectangulares, destinadas a la colocación de pantallas cinematograficas, en número variable.

45 En el interior de la carroceria se forma una cámara oscura, y se cuenta con un proyector cinematografico para cada pantalla, que recibira la proyección de las cintas o cortometrajes que se seleccionen para su proyección pública.

50 Estas pantallas seran transparentes, recibiendo las imagenes del foco del proyector por su cara interna, mientras que la cara exterior ofrecera al público el curso de las vistas o pelicula proyectada.

55 La presentación de esta carroceria ofrece la posibilidad de que sus pantallas ofrezcan varias peliculas distintas, o bien la misma repetida, según el número de proyectores dispuestos en el interior, pudiendo observarse desde uno u otro lado del vehiculo la visión correspondiente a la cinta proyectada sobre cada cara de la carroceria.

60 Indicado lo precedente, es obvio que, entre las peliculas o vistas proyectadas, cuyo tema sera siempre atractivo, podran intercalarse cortometrajes publicitarios o diapositivas fijas con fines comerciales, colocando asi estos anuncios en una optima posición para el reclamo del interes del público, lo que se traduce en una mayor difusión del texto propagandistico elegido.

65 Igualmente, esta carroceria presenta, en los lugares pro-



70

ximos a los marcos de las pantallas o aberturas rectangulares, diversos espacios propios para el emplazamiento de anuncios estaticos, que podrian renovarse a voluntad utilizando los medios conocidos en la industria de decoración.

75

Es evidente que el vehículo publicitario referido consi- gue no solamente despertar el interes del público a base de la proyección de películas, sino que también agrandar sobrema- nera las posibilidades de difusión, puesto que el número de es- pectadores que podran observar el vehículo, a lo largo de su recorrido, es siempre mucho mayor que el hasta ahora encasi- llado en el estrecho marco de los locales cerrados.

80

En cuanto a los diseños adjuntos, ilustrativos de la innovación, reflejan claramente cuanto aquí se dice.

La figura nº 1 ofrece una vista del vehículo, cuyas ca- ras laterales y posterior han sido convertidas en pantallas de proyección.

85

La figura nº 2 representa el mismo vehículo, si bien la cara Lateral ha sido destinada exclusivamente a ofrecer espa- cios anunciadores de productos, entre los que pueden situar- se reclamos de todas clases.

90

Asimismo, el techo libre del vehículo puede presentar elementos publicitarios diversos, que atraeran la atención del público una vez esta se haya posado en las imagenes proyecta- das sobre las caras de la carroceria.

95

Quedan aún por resolver, para que la nitidez de las ima- genes proyectadas sea perfecta, una serie de problemas obser- vados por los inventores, concernientes todos ellos a la di- ferencia de luminosidad entre el interior de la camara de pro- yección y el ambiente exterior, desde donde ha de verse la proyección.



La resolución y planteamiento de estos problemas tiene las siguientes características.

100 Fundamentos del dispositivo para conseguir proyecciones en medios o ámbitos iluminados natural o artificialmente.

Es bien conocido el hecho de que cuando tratamos de realizar una proyección de imágenes sobre una pantalla cualquiera, bien sea de reflexión o de transparencia, que permanece bañada por la luz procedente de un manantial luminoso distinto del proyector, dichas imágenes proyectadas aparecen sobre la pantalla completamente difusas, sin nitidez ni límites bien definidos entre ellas. Este fenómeno es el que se observa en los cinematografos cuando comienza la proyección antes de apagarse el alumbrado de la sala.

110 Con las pruebas convenientes, resulta también fácil de comprobar que, cuanto mayor sea la cantidad de luz que envuelve a la pantalla, es decir, cuanto mayor sea la potencia luminosa del manantial extraño o ajeno al proyector, con tanta mayor borrosidad aparecen las imágenes; por el contrario, conforme va debilitándose gradualmente la iluminación envolvente de la pantalla, las imágenes van percibiéndose con mayor claridad.

115 Supongamos ahora que tenemos una pantalla de transparencia instalada en su medio fijo o móvil que, a su vez, lleva acoplado el equipo proyector. Dicha pantalla de transparencia, recibe por una de sus caras el foco procedente de la linterna del proyector, mientras que por la cara opuesta, que es la que percibe el espectador, recibe la luz procedente de otro manantial extraño. Resultará que, si la densidad luminosa obtenida en esta segunda cara de la pantalla alcanza un valor igual o mayor que la producida por el proyector con su foco en la opuesta, las

120

125



130

imágenes vista por transparencia aparecerán difusas. Si la potencia luminosa del manantial extraño, o mejor dicho, la densidad luminosa por él producida en la pantalla, va debilitándose hasta alcanzar un nivel inferior al producido por el proyector, las imágenes se irán percibiendo con tanta mayor nitidez cuanto mayor sea esa diferencia en los niveles luminosos. Esta obtención de diferentes densidades o niveles luminosos en ambas caras de una pantalla de transparencia, constituye el principio fundamental para el dispositivo capaz de permitir buenas proyecciones en ámbitos iluminados, incluso con luz natural.

135

De lo expuesto, se deduce que son dos los efectos principales a conseguir a saber:

140

a).- Aumentar todo lo posible la luminosidad en la cara de proyección que recibe directamente el foco del proyector.

b).- Protección de la cara opuesta para impedir la incidencia de las luces extrañas.

145

a) El primero de estos efectos puede conseguirse:

1º.- Mediante la adopción de las condiciones óptimas para conseguir el mayor rendimiento del manantial luminoso del proyector, tanto si se trata de equipos de 35 m/m, 16 m/m, o cualquier otro tipo de aparatos proyectores. Estas condiciones óptimas pueden resumirse en: trabajar a alta intensidad de corriente, y emplear elementos ópticos (espejos y objetivos) de la mejor calidad, siendo válidos, tanto los objetivos normales, los de proyección panorámica y los de cinemascope.

150

2º.-Acortando las distancias entre objetivo y pantalla, puesto que esta distancia es inversamente proporcional a la densidad luminosa producida en la pantalla por el foco procedente del objetivo. Por otra parte, como las dimensiones de la panta-



155 lla o recuadro de imágenes obtenible están en razón directa de la distancia entre objetivo y pantalla resulta que, para compensar los efectos de reducción de imágenes al acortar dicha distancia, se elegirá el objetivo adecuado, cuya distancia focal reducida, gran angular, desempeñe esa misión de compensación.

160 3º.- Evitando todas las pérdidas de luz por difusión. Para ello se protege el camino recorrido por el foco desde su salida del objetivo hasta la pantalla, por medio de una cámara oscura que a su vez impida la incidencia y efectos perjudiciales de cualquier luz extraña al foco, ya que cualesquiera rayos luminosos que incidan en la pantalla sobre cualquier cara de la misma y no siendo portadores de la imagen a proyectar, producirán efectos contradictorios. Esta cámara oscura herméticamente cerrada, puede ser construida con cualquier material opaco y de muy diversas formas, si bien, a título informativo y como más racional, indicamos la forma de un tronco de pirámide de bases rectangulares, cuya base menor, al estar colocada la pirámide horizontalmente, quedará ante el objetivo, y la base mayor estará formada por la pantalla. Para evitar posibles absorciones de luz, las superficies interiores de esta cámara deben ser claras. Puede bastar simplemente con recubrirlas con pinturas claras, pero, a título de mayor eficacia indicamos el color gris metalizado o plateado.

175 b) El segundo de los efectos indicados puede conseguirse:

180 1º.- Con el empleo de pantallas especiales. Siendo la pantalla una pieza fundamental del dispositivo, en su elección y preparación han de tenerse en cuenta determinados factores y características. En primer lugar ha de tener un grado sufi-



185

ciente de transparencia para que las imágenes se transcriban a la cara opuesta, pero sin extender tampoco del límite apropiado, para que sean retenidas. Su superficie debe carecer de puntos brillantes y tener una coloración apropiada para no reflejar vivamente la luz extraña que sobre ella incida (en el lado que mira al espectador). Por esta razón hemos ensayado varios tipos de pantallas, entre las que hemos seleccionado algunas como de resultados satisfactorios: varios tipos de nylon coloreado; nylon o plástico ahumado; plástico gris; cristal mateado ahumado; y por último, nylon, plástico o cristal impregnado con sustancias activantes de los fenómenos luminosos, como pinturas fosforescentes, vapores de anhídrido férrico, etc.

190

195

2º.-Con la adopción de ciertas medidas protectoras. Colocando viseras en los márgenes de la pantalla para producir un oscurecimiento artificial sobre la misma.

200

Conseguida una buena nitidez de imagen, bastara, pues, acoplar las pantallas sobre las caras que se elijan de la carrocería, para convertir al vehículo en un verdadero espectáculo múltiple, que difunda anuncios y e imágenes entre las perspectivas correspondientes a cada cara.

205

Igualmente, aparte de estas pantallas situadas en las caras del vehículo, podran disponerse otras pantallas adicionales, completamente exteriores al vehículo, situadas en su techo, y transparentes, que reciban el foco de un proyector oculto, y que difundan las imágenes emitidas en ambos sentidos anterior y posterior, o bien derecho e izquierdo, etc. etc.

210

No es necesario añadir que este vehículo puede situarse en locales cerrados incluso, bastando, para conseguir una bue-



185

na visibilidad, graduar convenientemente la intensidad luminosa, según queda descrito en esta memoria.

N O T A

El Modelo de Utilidad que se solicita por 20 años para España y sus Colonias, debera recaer sobre: "UN VEHICULO PUBLICITARIO-CINEMATOGRAFICO", de acuerdo con las siguientes,

190

R E I V I N D I C A C I O N E S

195

1ª.- Un vehiculo publicitario-cinematografico, caracterizado porque sobre una o más de las caras de su carroceria existen aberturas rectangulares destinadas a contener pantallas cinematograficas, que quedan retenidas en todo su perimetro en el marco correspondiente a cada abertura.

200

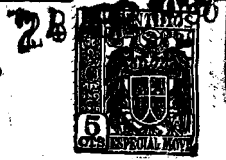
2ª.- Un vehiculo publicitario-cinematografico, caracterizado porque en el interior de la carroceria de los citados vehiculos se dispone un proyector cinematografico orientado hacia la pantalla dispuesta en la abertura lateral correspondiente, proyectandose la imagen desde el interior al exterior, utilizando medios de proyección adecuados para el logro de una perfecta nitidez de imagen.

205

3ª.- Un vehiculo publicitario-cinematografico, caracterizado porque en las caras laterales del citado vehiculo, y en lugares próximos a las aberturas, existen espacios apropiados a la colocación de elementos publicitarios, ejerciendo la proyección cinematografico el oficio de reclamo, que, al atraer la atención del publico orientara a ésta hacia la observación de los elementos publicitarios situados adyacentemente.

210

4ª.- Un vehiculo publicitario-cinematografico, caracterizado porque pueden situarse tantos proyectores como caras presente la carroceria del vehiculo, alternando las cintas ci-



nematograficas o proyectandolas simultaneamente.

215

5ª.- Un vehículo publicitario-cinematografico, caracterizado porque se utilizaran precisamente pantallas de transparencia, que percibiran el foco procedente de la linterna de proyección, mientras que su cara opuesta y exterior traslada al espectador las imagenes.

220

6ª.- Un vehículo publicitario-cinematografico, caracterizado porque como medida protectora y aseguradora de la nitidez de las imagenes proyectadas se situan viseras en los margenes de las pantallas con objeto de producir un oscurecimiento artificial sobre las mismas.

225

7ª.- "UN VEHICULO PUBLICITARIO-CINEMATOGRAFICO".

Según queda substancialmente descrito en la presente memoria que consta de diez páginas escritas a máquina por una sola cara, acompañada de una hoja de dibujos.

Madrid, 24 de abril de 1.958.

CARLOS TAPIA ROMERO,

EDUARDO MORENO CEA,

P.P.

FRANCISCO GARCIA CABRERIZO
P. P.

• 6 5687



Fig. 1

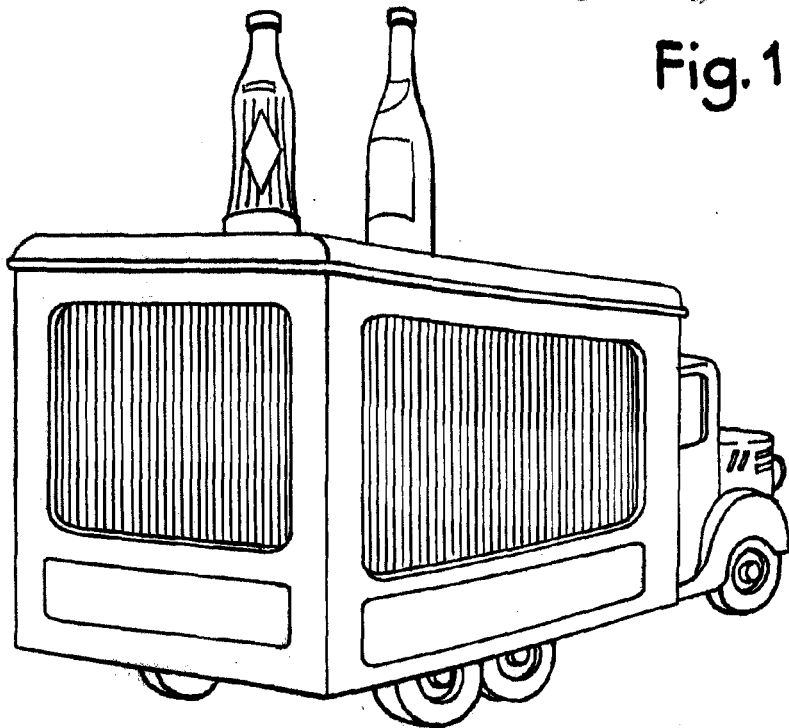
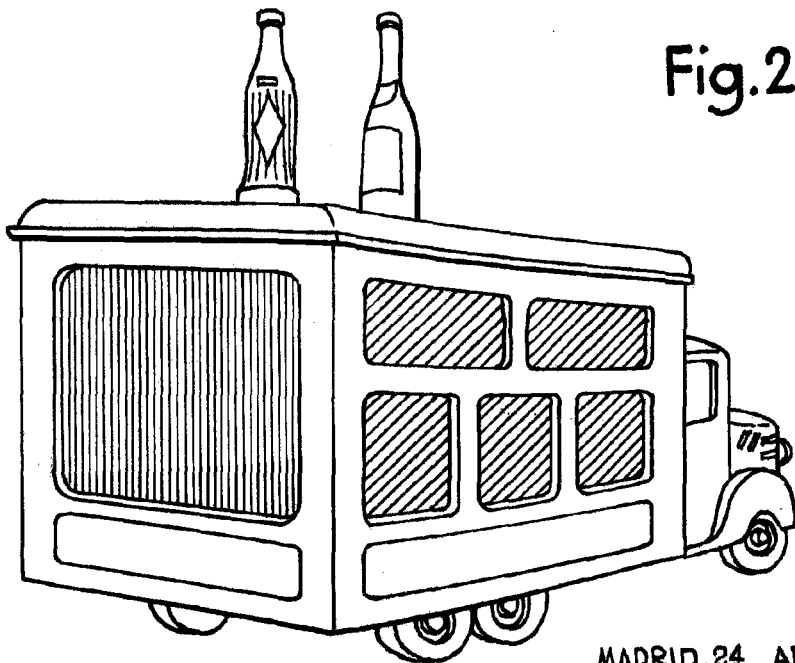


Fig. 2



MADRID, 24 ABRIL, 1958
CARLOS TAPIA ROMERO
EDUARDO MORENO CEA
R.P.

ESCALA VARIABLE

Carlos Tapia Romero