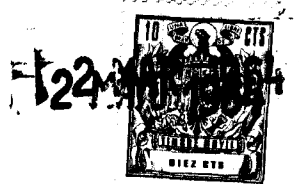


CH/M

108496



108496

memoria descriptiva

CLASE DE
REGISTRO

Un Modelo de Utilidad, por veinte años en España.

NOMBRE Y
NACIONA-
LIDAD DEL
SOLICITANTE

Rafael Miranda Leyva
(súbdito español).

RESIDENCIA
Y DOMICILIO

Carretera de Granada
Guadix (Granada).

OBJETO

" INSTALACION PUBLICITARIA ".

108496

F2N



- 1 -

1

El presente modelo de utilidad se refiere a:
una instalación publicitaria, que permite la proyección de trans-
parencias, diapositivas, cortometrajes, etc., con sonido o sin
él, desde un nivel superior al del espectador sobre una pantar-
lla.

5

10

La disposición que se reivindica viene a llenar una necesidad muy sentida, desde el punto de vista publicitario, de un elemento de difusión, cómodo, sencillo, eficaz, económico y atractivo, utilizable no solo por empresas dedicadas profesionalmente a la publicidad, sino también para la propaganda propia de otras de las diversas actividades, pero con el común deseo de dar a conocer lo más rápidamente posible al público sus productos o la excelencia de los mismos.

15

20

25

Mediante la instalación a que nos referimos, se aplica el viejo y conocido principio publicitario de que "una imagen vale más que mil palabras", y no solo es compatible con los medios actuales, sino que los sustituye con ventaja en muchos casos, como se desprende de las siguientes consideraciones; la televisión, que tantos servicios presta en el orden cultural, científico, informativo, etc., y cuya eficacia es enorme en cuanto se refiere a publicidad, está sólo al alcance de empresas comerciales, cuyos productos están extendidos en gran parte del territorio nacional, pero no está para aquellas otras entidades mercantiles e industriales más modestas económicamente o cuyos productos interesan a consumidores de zonas limitadas, locales

108496

12 MAR 1947

- 2 -

1

5

10

15

20

25

o regionales, en cuyos casos sería prohibitivo para sus presupuestos publicitarios la aparición de sus anuncios a través de tan formidable órgano de difusión, perfecto al asociar la imagen y el sonido, pero cuyas tarifas son necesariamente muy elevadas para ese tipo de economía.

Por lo que se refiere al cinematógrafo, la asociación imagen-sonido, desde el punto de vista de publicidad comercial, está limitada a la proyección, entre paso y paso de película de filmlets, cortometrajes o diapositivas, cuya captación por los espectadores es relativamente pequeña, ya que está comprobado que éstos aprovechan, esos momentos de proyección publicitaria, para ausentarse física o mentalmente de la observación de la pantalla, haciendo que sea poco eficaz tal medio publicitario a pesar del acierto en la confección de los filmlets, y diapositivas comerciales y del atractivo y belleza de muchos de ellos.

Cualquiera de los citados medios publicitarios en que la imagen es el elemento principal de difusión, tiene más interés y más posibilidades de captación por el público en general, que aquellos otros que utilicen otro órgano sensorial distinto a la vista.

De cuanto antecede se desprende la ventaja que puede representar el empleo de la instalación que se reivindica, que lleva al público el conocimiento de unos productos mediante la imagen en unos casos, y en otros la imagen asociada al sonido, por la novedad que puede constituir su eficacia.

Esencialmente el objeto de la instalación que



1

se reivindica, es conseguir, mediante la proyección sobre una o varias superficies de reflexión, imágenes mayores que las del original publicitario, ya que la proyección directa sobre la pantalla, en lugares reducidos como los indicados, proporcionaría un recuadro relativamente pequeño, a los fines que se persiguen. Los elementos principales que constituyen la instalación, son los siguientes:

10 -una pantalla de material vítreo, plástico; tejido o equivalente;

 -los aparatos de proyección eficientes, tanto de vistas fijas (transparencias, diapositivas, etc.) como móviles (filmlets, cortometrajes, películas publicitarias, etc.);

15 -los aparatos de sonido precisos para proyecciones sonorizadas, tales como magnetófonos, tocadiscos, etc.;

 -una cámara oscura, de la que la pantalla será parte interesante, constituyendo una pared de la misma; ésta cámara solo será necesaria cuando se trate de instalaciones al aire libre o cuando lo requiera la excesiva luminosidad de los lugares donde se utilice la instalación, en este caso el proyector puede ir situado en el interior de la misma o proyectar desde el exterior de ella a través de un pequeño orificio.

20 Estos elementos pueden instalarse de forma fija en escaparates, huecos de edificios a la vía pública, quioscos, interior de establecimientos, etc., o en automóviles o furgonetas.

25

108496



2

- 4 -

1

Cuando se trate de publicidad nocturna, en escaparates, huecos etc., en que no se precisa de cámara oscura, la pantalla puede estar constituida sobre una simple cortina de tela de suficiente transparencia, colocada entre el proyector y el cristal.

5

10

Todas estas proyecciones, tanto en cámara oscura, como sin ella, se podrán realizar o bien directamente sobre la pantalla, o cuando por razones de espacio o de situación del proyector con respecto a la pantalla no fuese posible, se proyectará indirectamente mediante superficies de reflexión debidamente colocadas.

15

20

25

Concretaremos las características de la instalación que se reivindica, con referencia a las adjuntas figuras, que corresponden únicamente a formas de ejecución, sin carácter alguno limitativo, que se presenta a título de ejemplo de realización con el fin indicado, ya que la forma, dimensiones y materiales con que se fabriquen las distintas piezas, serán en cada caso las que se estimen pertinentes, para la aplicación concreta de que se trate, sin que tales variaciones, así como las que puedan hacerse en detalles de presentación u organización, afecten a la esencialidad reivindicada, por lo que las instalaciones que se fabriquen de acuerdo con la idea general reseñada, y cualquiera de esas modificaciones, no serán sino variantes, igualmente comprendidas y protegidas por el presente registro.

La fig. 1 esquematiza la vista lateral, de la proyección en alzado, de una instalación, establecida de acuerdo



1 con lo que se reivindica, aplicada a un escaparate o caso análogo.

La fig. 2 muestra disposición análoga, aplicada a la parte superior de un quiosco.

5 La fig. 3 ilustra, en proyección en planta, a la izquierda, y en alzado a la derecha, la aplicación de la instalación en un vehículo.

10 Con referencia a dichas figuras y a los números que sobre ellas designan las partes y detalles de la instalación representada, que interesan a los fines de esta memoria, la descripción de la misma es como sigue:

15 En el primero de los casos indicados (fig.1) sobre el trípode 8 va montado el aparato proyector 1, de inclinación regulable, cuyo haz 2 de proyección recoge el espejo 6, también en posición ajustable, que a su vez, mediante el haz 7, proyecta en el segundo espejo 9, que de modo análogo por el haz 3 dispone la imagen sobre la pantalla 5, recogible y yuxtapuesta a la luna 4, del escaparate o cristal del hueco.

20 En la segunda forma de ejecución, en la parte superior del quiosco 18 (fig. 2), va montada la armadura o caja 17, que aloja el aparato proyector 10, cuyo haz luminoso 14 se refleja por el espejo 15, y según el haz 13 sobre el espejo 11, que a su vez lanza su haz de rayos 12 sobre la pantalla 16.

25 Cuando la instalación se aplica a un vehículo 27 (fig. 3), en la caja 19 del mismo se aloja el proyector 22, cuyo haz luminoso 23 se refleja, por el espejo 25, se-

108496

72



- 6 -

1

gún el haz 21 al espejo 24, que a su vez proyecta el haz 20 sobre la pantalla 26.

5

N O T A

=====

10

El presente modelo de utilidad comprende las siguientes reivindicaciones:

15

20

1.- Instalación publicitaria, caracterizada porque está constituida por un sistema de superficies de reflexión, la primera de las cuales recibe el haz de rayos procedente de un aparato orientable, que proyecta el original publicitario, y las restantes superficies reflectoras aumentan y dirigen sucesivamente la imagen, hasta una pantalla en que se forma la que se presenta al público; cuyo conjunto se complementa con un dispositivo de sonido y una cámara oscura, de la que la pantalla constituye una pared, cuando la instalación se establezca en lugar de excesiva luminosidad, y el proyector se aloja en ella o proyecta a través de un pequeño orificio.

25

2.- Instalación publicitaria, según la reivindicación anterior, caracterizada porque el aparato proyector va montado en un soporte, provisto de mandos para orientarle, y la pantalla en la luna de un escaparate o cristal de un ventanal, yendo las superficies reflectoras montadas en la base del

108496



- 7 -

1

proyector y debajo de la pantalla.

3.- Instalación publicitaria, según las reivin-
dicaciones 1 y 2, caracterizadas porque los elementos que for-
5 man la instalación se acoplan, debidamente enfrentados, en las
partes opuestas de una armadura colocada sobre un quiosco o cons-
trucción equivalente.

4.- Instalación publicitaria, según las reivin-
dicaciones 1 a 3, caracterizada porque en su aplicación al in-
10 terior de la caja de un vehículo, el aparato proyector y la pan-
talla se yuxtaponen a los laterales, colocando la primera super-
ficie reflectora en el lado de la pantalla, y la segunda en el
del proyector, realizando la ampliación y dirección del haz pro-
cedente del original publicitario a la imagen presentada al pú-
15 blico.

5.- Instalación publicitaria.

Según se describe y reivindica en la presente
memoria descriptiva y se ilustra con los dibujos que a la mis-
ma se acompañan.

20

Consta esta memoria de siete hojas foliadas y
escritas a máquina por una sola de sus caras.

Madrid, a 4 de Marzo de 1.964

25

CONSEJO REGULADOR

108496

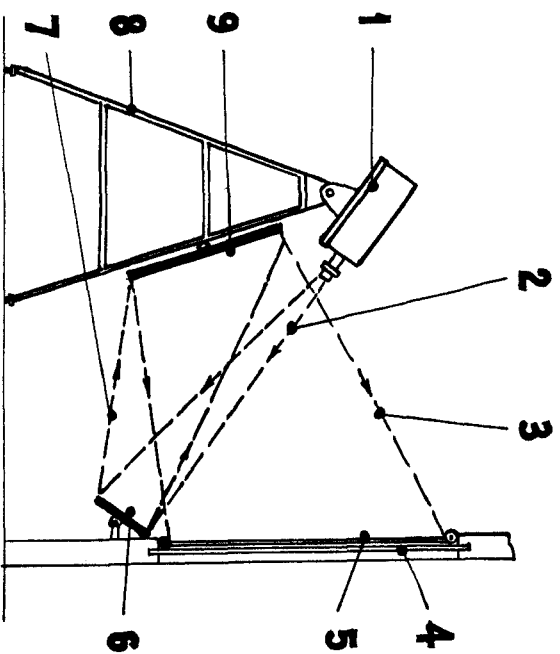


Fig. 1.

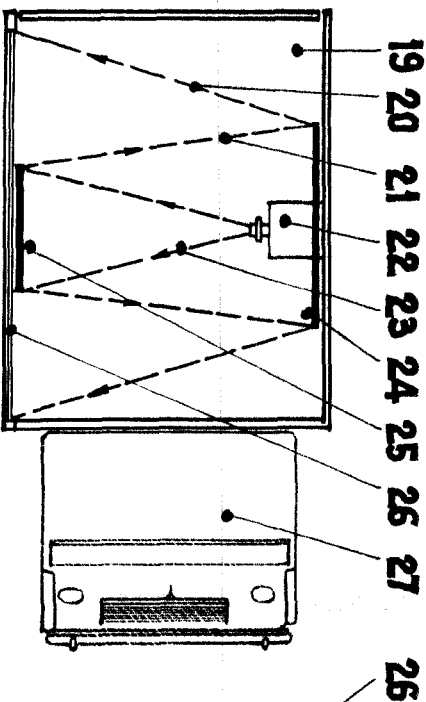


Fig. 2.

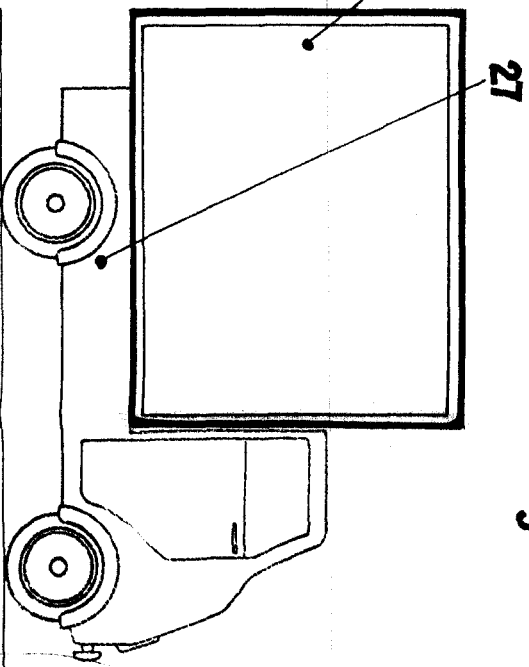


Fig. 3.



ESCUELA
 CARLOS ROGER
 P.R.