



ESPAÑA

|       |    |                       |      |
|-------|----|-----------------------|------|
| 19 ES | 21 | 221.745               | 10 Y |
|       | 22 | FECHA DE PRESENTACION |      |
|       |    | 15.6.76               |      |

MODELO DE UTILIDAD

221745

e- 1- MAR. 1977

|                 |           |          |         |
|-----------------|-----------|----------|---------|
| 30 PRIORIDADES: | 31 NUMERO | 32 FECHA | 33 PAIS |
|-----------------|-----------|----------|---------|

|                        |                                |
|------------------------|--------------------------------|
| 47 FECHA DE PUBLICIDAD | 51 CLASIFICACION INTERNACIONAL |
|                        | G 09 F                         |

|                           |
|---------------------------|
| 54 TITULO DE LA INVENCIÓN |
| VALLA PUBLICITARIA        |

|                             |
|-----------------------------|
| 71 SOLICITANTE (S)          |
| DON JOAQUIN MESEGUER JORDAN |

|                           |
|---------------------------|
| DOMICILIO DEL SOLICITANTE |
| Alcántara, 7 y 9 MADRID   |

|                  |
|------------------|
| 72 INVENTOR (ES) |
|------------------|

|                 |
|-----------------|
| 73 TITULAR (ES) |
|-----------------|

|                            |
|----------------------------|
| 74 REPRESENTANTE           |
| D. BERNARDO UNGRIA GOIBURU |

1 El Estatuto vigente sobre Propiedad Industrial, de  
26 de Julio de 1929, en su texto refundido publicado el 30  
de Abril de 1930, establece los caracteres de patentabili-  
5 objeto obtener ventajas sobre lo ya conocido, admitiendo  
por consiguiente como patentables, las nuevas máquinas, a-  
paratos, instrumentos, procesos de fabricación, etc. La am-  
plitud de conceptos previstos como patentables, ha llevado  
al legislador a aclarar (Artº. 46) que la enumeración con-  
10 tenida en dicho cuerpo legal es puramente enunciativa y no  
limitativa, haciéndola extensiva incluso a los descubrimien-  
tos de tipo científico (Artº. 47).

15 El Decreto de 26 de Diciembre de 1947, recogiendo  
la Orden de 18 de Noviembre de 1935, confirma el criterio  
legal de que también serán patentables los instrumentos, ob-  
jetos, o partes de los mismos, que aporten a la función a  
que son destinados, un beneficio o efecto nuevo, y en defi-  
nitiva que constituyan una mejora sustancial sobre lo ante-  
riormente conocido.

20 Pues bien, a tenor de lo expuesto, y en base al ar-  
ticulado que recoge los conceptos expresados, debe conside-  
rarse, que la invención a que se refiere la presente memo-  
ria, constituye una novedad industrial, con características  
y ventajas que la hacen merecedora del privilegio de explo-  
25 tación exclusiva que por ella se solicita, premiando así  
los méritos de quien aporta a la industria del país una me-  
jora efectiva y precisamente comprendida entre las enuncia-  
das por la Ley como patentables. (Arts. 46 y 47 en relación  
con el 171, en su nueva redacción afectada por la Orden de  
30 18 de Noviembre de 1.935).

1                   La presente invención, según se expresa en el -  
enunciado de esta memoria descriptiva, se refiere a una -  
valla publicitaria.

5                   Esta valla publicitaria que la invención propone  
concretamente, se constituye a partir de un cuerpo laminar  
de dimensiones adecuadas, apto para ser soportado por co-  
rrespondientes pilares o pies derechos en la zona adecuada  
que se desea exhibir el tema publicitario de que se trate.

10                   El mencionado cuerpo laminar presenta la parti-  
cularidad de disponer de una pluralidad de nervaduras emer-  
gentes, de sección trapezoidal, distribuidas combinadamente  
con otra nervadura, de idénticas características, que for-  
ma una línea cerrada y enmarca una zona completamente lisa  
como superficie receptora del citado cartel publicitario.

15                   En esta zona destinada a la publicidad se ha previsto una  
especie de visera obtenida por troquelado de la propia lámi-  
na constitutiva de la valla, determinándose entre dicha vi-  
sera y la lámina en cuestión, un alojamiento para un foco  
luminoso que, preferentemente alimentado por pilas eléctri-  
cas, iluminará al cartel publicitario durante la noche.

20                   Para que se comprendan más fácilmente las caracte-  
rísticas de esta valla publicitaria que la invención propo-  
ne se acompaña a la presente memoria descriptiva, formando  
parte integrante de la misma, una hoja de planos en la que  
25                   se representa un modelo preferente de realización de la in-  
vención, ofrecido a título de ejemplo y sin carácter limita-  
tivo, por lo que todas sus variantes de detalle, forma, di-  
mensiones, proporciones, materia, etc, en cuanto no alteren  
ni modifiquen la esencia del invento ni determinen la obten-  
30                   ción de un resultado industrial nuevo y distinto, deben con

1       siderarse incluidas dentro del ámbito de protección dima-  
nante del registro ahora solicitado.

5       Figura 1ª.- Corresponde esquemáticamente a una  
vista en alzado frontal de la valla publicitaria que cons-  
tituye el objeto de la presente invención. Dado el carac-  
terno limitativo de esta representación, tal como se expre-  
saba en el párrafo precedente, el hecho de que el nervio  
que enmarca a la zona destinada a la recepción del cartel  
publicitario quede reflejado según un tendido sustancial-  
10       mente ovalado, no quiere decir que la valla publicitaria  
que se describe quede limitada a la configuración aludida  
del citado nervio, sino que, sin que por ello varíe la in-  
vención, tal nervio puede discurrir de acuerdo con cual-  
quier forma para determinar la aludida superficie recepto-  
15       ra del cartel publicitario. En combinación con este nervio,  
que insistimos, puede adoptar cualquier forma siempre y -  
cuando determine una línea cerrada para la obtención de la  
repetida superficie receptora del cartel publicitario, se  
incluyen en el cuerpo laminar otra serie de nervios que -  
20       determinan la óptima rigidación de la valla.

Figura 2ª.- Representa, a mayor escala, una sec-  
ción en alzado transversal, según la línea de corte A-B de  
la figura 1ª, de la valla publicitaria que nos ocupa. Esta  
ilustración tiene por objeto mostrar el perfil del cuerpo  
25       laminar o valla propiamente dicha, que es consecuencia de  
la presencia de los aludidos nervios.

De acuerdo con lo que se ha dicho y como puede  
comprobarse, la valla publicitaria 1 a que se refiere la  
presente memoria se constituye a partir de un cuerpo lami-  
30       nar 2, de dimensiones adecuadas, apto para fijarse en la p

1 sición adecuada mediante unos pilares o pies derechos re-  
ferenciados con 3.

5 Este cuerpo laminar 2 o valla publicitaria pro-  
piamente dicha 1, dispone por troquelado de una serie de  
nervaduras 4 que emergen hacia la cara o plano frontal de  
dicha valla publicitaria 1, presentando tales nervaduras,  
preferentemente, una sección sustancialmente trapecial,  
con la base menor proyectada al frente.

10 Estas nervaduras trapeciales 4, que se distri-  
buyen por toda la superficie del cuerpo laminar 2 de la  
forma óptima en orden a constituir nervios de refuerzo -  
para la valla 1, se combinan con otra nervadura 5 de --  
idénticas características, es decir, asimismo de sección  
15 trapecial, que, preferentemente en la zona central de la  
valla, determina una línea cerrada al objeto de enmarcar  
una zona completamente lisa 6, destinada a recibir el car-  
tel publicitario de que se trate, no representado. En el  
interior de esta zona y en la parte superior de la misma,  
se ha previsto una especie de visera 7, obtenida por tro-  
20 quelado de la propia lámina 2 constitutiva de la valla pu-  
blicitaria 1, cuya visera determina o fija en la propia  
zona 6 un alojamiento corrido y horizontal para el acomodo  
de un foco luminoso 8 que, preferentemente alimentado  
por pilas eléctricas, iluminará durante la noche el car-  
25 tel publicitario adosado contra la repetida zona lisa 6.

30 No se considera necesario hacer más extensa es-  
ta descripción para que cualquier persona experta en la  
materia comprenda perfectamente cual es la idea que se de-  
sea registrar, así como las ventajas que de su realización  
industrial han de derivarse.

1 Hecha la descripción a que se refiere la memoria  
que antecede, es preciso insistir en que los detalles de  
realización de la idea expuesta, pueden variar, es decir,  
que pueden sufrir pequeñas alteraciones, basadas siempre  
5 en los principios fundamentales de la idea, que son en esen-  
cia los que quedan reflejados en los párrafos de la descrip-  
ción hecha. En efecto, el Artículo 48 del Estatuto vigente  
sobre Propiedad Industrial, establece como no patentables,  
en su apartado tercero, "los cambios de forma, dimensiones,  
10 proporciones y materias de un objeto ya patentado" fijando  
así el criterio del legislador en el sentido de que paten-  
tada una idea que pueda dar lugar a una realidad práctica  
e industrializable, nadie podrá apoyarse en ella para, a  
pretexto de haber introducido ligeras modificaciones, pre-  
sentarla como nueva y propia.  
15

Este principio, en cuanto al alcance de la protec-  
ción del objeto patentado se refiere, se halla confirmado  
por numerosas Sentencias del Tribunal Supremo, y entre -  
ellas, como más terminantes, en las de fechas 16 de octubre  
20 de 1954, 23 de enero de 1959, 20 de marzo de 1964 y otras.

Establecido el concepto expresado, en cuanto a la  
amplitud que debe darse a la protección solicitada, se re-  
dacta a continuación la Nota de Reivindicaciones, de acuer-  
do con lo que se establece en el último párrafo del apar-  
tado tercero del Artículo 100 de la Ley, sintetizando así  
25 las novedades que se desean reivindicar:

#### NOTA DE REIVINDICACIONES

En resúmen, el privilegio de explotación exclusi-  
va que se solicita, recaerá sobre las reivindicaciones si-  
30 guientes:

1  
5  
10  
1. VALLA PUBLICITARIA; caracterizada esencialmente porque se constituye a partir de un cuerpo laminar, de dimensiones adecuadas, soportado por correspondientes pilares o pies derechos, comportando la citada lámina una pluralidad de nervaduras emergentes, de sección trapecial, que se distribuyen combinadamente con otra nervadura, de iguales características, que forma una línea cerrada y enmarca una zona completamente lisa como superficie receptora del cartel publicitario de que se trate; habiéndose previsto en esta zona lisa una especie de visera que, por troquelado de la propia lámina, determina entre ella y ésta un alojamiento para un foco luminoso alimentado por pilas eléctricas.

15  
2. Se reivindica por último como objeto sobre el que ha de recaer el Modelo de Utilidad que se solicita: VALLA PUBLICITARIA.

20  
Todo conforme queda descrito y reivindicado en la presente memoria descriptiva que consta de siete páginas mecanografiadas y dibujos adjuntos.

Madrid, 15 de Junio 1976

BERNARDO UNGRIA  
p.p.



25

30

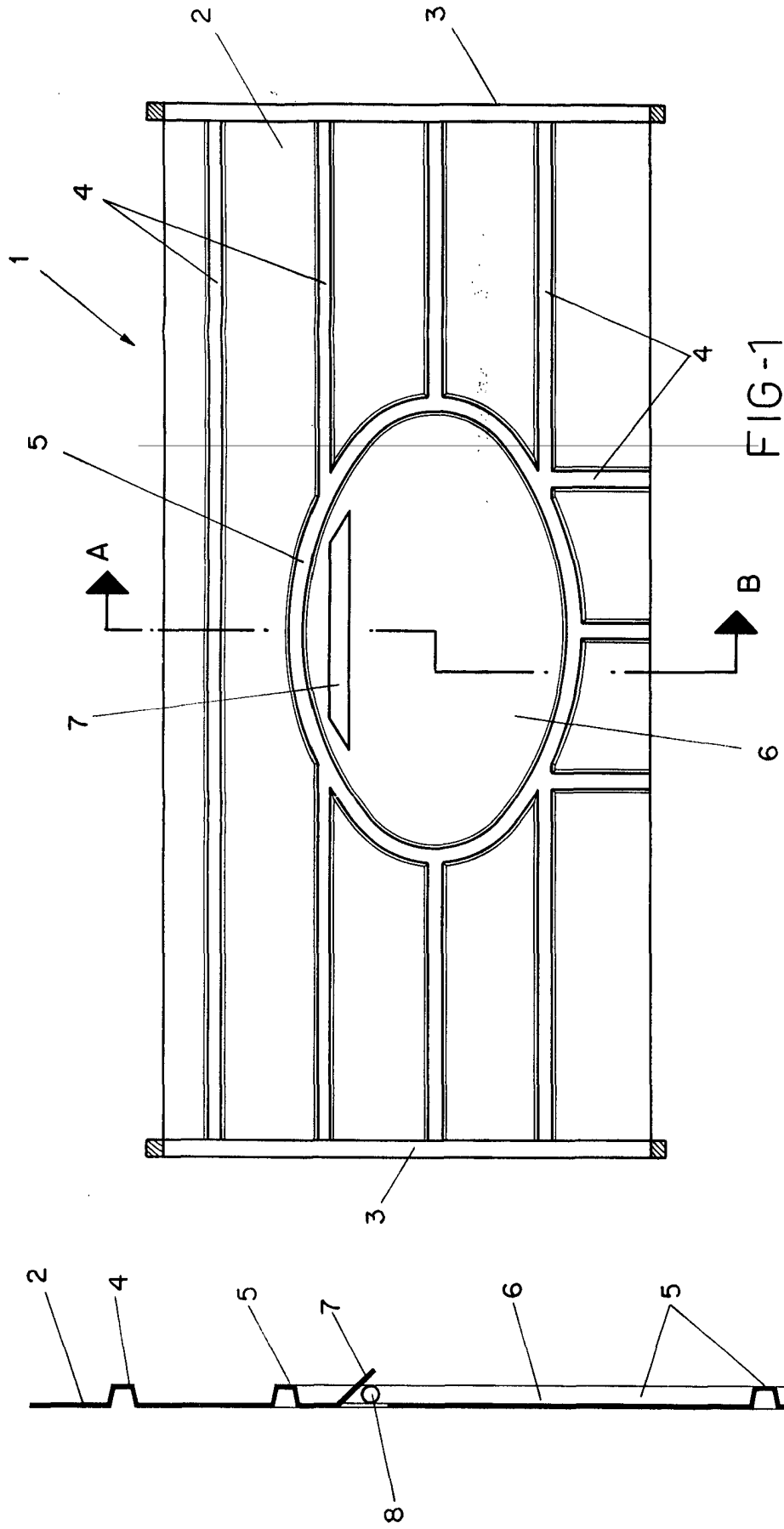


FIG-1

A-B

FIG-2

ESCALA VARIABLE  
 Madrid, de 197  
 de BERNARDO UNGRIA  
 P. P.