

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y ENERGIA

Registro de la Propiedad Industrial



ESPAÑA

10	ES	11	NUMERO	283049	10	Y
		21	FECHA DE PRESENTACION	15 JUN. 1979		

MODELO DE UTILIDAD

Concedido el Registro de acuerdo con las disposiciones de la presente ordenación y según el contenido de la memoria adjunta.

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

34	FECHA DE PUBLICIDAD	35	CLASIFICACION INTERNACIONAL
			E04H1700

36	TITULO DE LA INVENCIÓN
* VALLAS PUBLICITARIAS PARA PROTECCIÓN DE PASOS DE PEATONES, PERFECCIONADAS *	

71	SOLICITANTE (ES)
D. JUAN ORTEGA MEDINA.	

DOMICILIO DEL SOLICITANTE	
Natalia Paredón, nº 44 - (LAS PALMAS DE GRAN CANARIA)	

72	INVENTOR (ES)
D. JUAN ORTEGA MEDINA.	

73	TITULAR (ES)

74	REPRESENTANTE
D. IGNACIO ARACIL FERRO.	

LISTA DESCRIPTIVA

La publicidad exterior en nuestros días está presente en casi todas partes: postes horarios, carteles, vehículos de transporte colectivo, vallas, etc.

5.- Ahora bien, en los últimos años se han seguido con verdadero interés por entidades y ciudadanos, unos criterios de presentación de la publicidad exterior más estrictos.

No hace mucho tiempo era frecuente observar un criterio anárquico de presentación y diseño en la publicidad exterior.

10.- En cualquier valla libre de un propietario complaciente, se colocaba un cartelón de madera donde se pegaba un motivo publicitario sin preocuparse de la estética circundante. Este criterio se generalizó en ciudades y pueblos convirtiéndose a estos en soportes antiestéticos de publicidad poco cuidada.

15.- Fue precisa pues, una reglamentación municipal y estatal, que puso fin a tales circunstancias. Esta reglamentación reguló y estandarizó los módulos publicitarios más extendidos, señalando criterios generales y características mínimas a cumplir por la publicidad exterior. Esta circunstancia ha revertido en beneficio de toda la publicidad, ya que los espacios en núcleos urbanos y vías de comunicación interurbanas, dotificada en cuanto a cantidad y estandarizada en presentación, se ha convertido en un vehículo transmisor de información ciudadana afectivo y estético.

20.- El modelo que presentamos, está concebido para cumplir satisfactoriamente su función informativa en núcleos urbanos. Se trata de un diseño original de vallas publicitarias para protección de pasos de peatones.

25.- Está configurado por un bastidor periferico de tubo de hierro con los ángulos de sus cuatros esquinas redondeadas.

Este bastidor tiene la dimensión adecuada para cumplir la función protectora e informativa para la que ha sido concebido, está reforzado por una serie de soportes verticales -4- uniformemente espaciados, que unen entre sí, rigidamente, los lados opuestos superior e inferior del tubo bastidor -1- ya que cada uno de los soportes -4- están soldados al bastidor por sus extremos.

Unos tubos de unión -3- valia-cualia están posicionados a intervalos regulares - cada dos soportes un tubo de unión - en la parte inferior del bastidor y sirven para anclar al suelo la valia configurando una estructura rígida, resistente e inamovible.

Por último el panel publicitario -2- de chapa, abarca en su mayor parte el área enmarcada por el bastidor periférico -1-. Cuenta también con sus cuatro ángulos redondeados siguiendo idéntico criterio estético y de diseño que el bastidor periférico. Este panel está soldado a los soportes verticales -4- y deja unos centímetros sin cubrir en toda su periferia. Está perfectamente centrado respecto al bastidor de la valia.

El conjunto puede tener cualquier dimensión y ser decorado de cualquier color acorde con las especificaciones de cada ordenanza municipal.

U.S.I.A

Por todo lo anteriormente expuesto declaramos de novedad y utilidad las siguientes:

REIVINDICACIONES

1.- Vallas publicitarias para protección de pasos de peatones, perfeccionadas, caracterizadas [esencialmente porque perifericamente están configuradas por un bastidor de tubo soldado con los ángulos redondeados, y una serie de soportes verticales soldados a los tubos superior e inferior del bastidor y colocados equidistantes entre sí.]

2.- Vallas publicitarias para protección de pasos de peatones, perfeccionadas, caracterizadas esencialmente [porque en los dos soportes se han dispuesto unos tubos de unión que unen al tubo inferior del bastidor y toda la estructura a el soporte, al suelo, convirtiendo a la valla en un conjunto rígido, inamovible y resistente.]

3.- Vallas publicitarias para protección de pasos de peatones, perfeccionadas, caracterizadas esencialmente porque en el área interior abarcada por el bastidor y cubriéndola en su mayor parte, centrado respecto a la envolvente periférica, se ha posicionado un panel publicitario de chapa soldada a los soportes verticales. Este panel tiene sus cuatro ángulos redondeados, siguiendo idéntico criterio estético que el del bastidor - contenedor.]

4.- Vallas publicitarias para protección de pasos de peatones, perfeccionadas, caracterizadas esencialmente porque el conjunto puede fabricarse en cualquier medida y color y es apto para presentar publicidad por ambos caras.

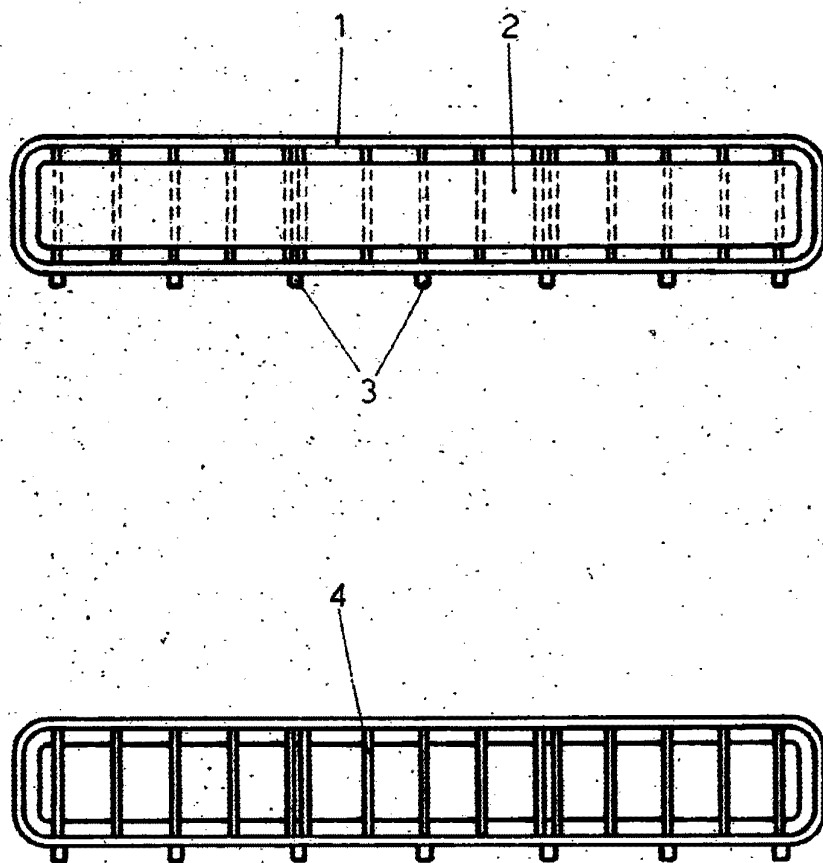
5.- VALLAS PUBLICITARIAS PARA PROTECCION DE PASOS DE PEATONES, PERFECCIONADAS.

La presente memoria consta de 3- hojas foliadas y mecanografiadas a dos espacios y por una sola cara y plano que la acompaña.

IGNACIO ARACIL
POR PODER
Madrid

15 JUN. 1979

Fdo.: Pilar López Pérez



10000
9000
8000
7000
6000
5000
4000
3000
2000
1000
0

Escala variable
MADRID 15 JUN. 1979
IGNACIO ARACIL
FOR PODER

Fdo.: Pilar López Pérez