



ESPAÑA

18 ES 11 21 22

NUMERO	251085
FECHA DE PRESENTACION	31 MAYO 1980

10 Y

MODELO DE UTILIDAD

31 MAYO 1980

30 PRIORIDADES:	32 FECHA	33 PAIS
31 NUMERO		

47 FECHA DE PUBLICIDAD	Int. 012	51 CLASIFICACION INTERNACIONAL
		G09F 11/12

54 TITULO DE LA INVENCIÓN

LUMINOSO PUBLICITARIO

71 SOLICITANTE (S)

D. Alberto Pérez Pardo

DOMICILIO DEL SOLICITANTE

Pza. del Temple, 3 Valencia

72 INVENTOR (ES)

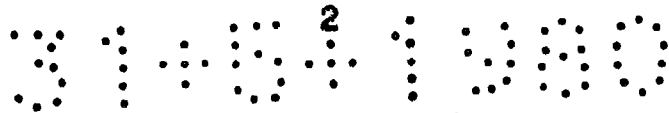
El mismo solicitante

73 TITULAR (ES)

D. Alberto Pérez Pardo (el mismo solicitante)

74 REPRESENTANTE

D. Alejandro Sanz Martínez



En nuestra sociedad actual, orientada al con

sumismo, sobrevienen por causa del esquema de ésta, --  
una serie de situaciones que pueden ser mejoradas me--  
diante el uso de los medios que se adecúen en cada ca--  
so a un mejor servicio o a una mejor función.

5

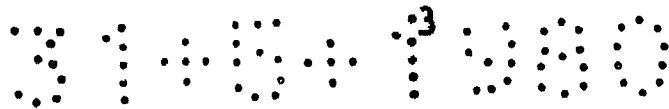
En los medios publicitarios, concretamente, --  
se da la situación lógica de que aquéllos lugares que  
más objeto de admiración pueden ser, son pagados por un --  
mayor precio. De este modo, resulta carísimo, y muy di--  
ficil conseguir un espacio publicitario en un lugar --  
clave, estando muchas veces en puja de un mismo tipo --  
que sucede en las subastas, con otros oferentes de sus  
productos.

10

La solución, en éstos casos puede ser doble.

15

Por una parte, la exclusiva utilización del espacio pu--  
blicitario alternativamente por muy pocas empresas du--  
rante todo el año, o el uso por muy poco lapso de tiem--  
po de muchos anunciantes. Las dos soluciones son poco  
aceptables: En un primer caso, favorece el exclusivis--



20 mo, y en el segundo, realmente el anuncio no ofrece po-  
sibilidades, dado que aún cuando la gente que tenga --  
que fijarse en él pase habitualmente, si está en expo-  
sición un breve lapso de tiempo, no será visto más por  
los que casualmente se fijen, al contrario de lo que -  
25 sucede con los anuncios permanentes, que operan en el  
subconsciente del observador.

Pero existe una solución híbrida. La compagi-  
nación del anuncio permanente, sustituible o sustituf-  
do por periodos largos de tiempo, y la del anuncio que  
30 es cambiado con mayor rapidez para la observación de -  
muchos transeúntes.

Con estas consideraciones, y la larga expe--  
riencia que tiene el solicitante de éste Modelo de Uti-  
lidad, en el campo de la publicidad, han llevado a és-  
35 te a estudiar, construir y probar con éxito, un nuevo  
tipo de luminoso publicitario, que posee, como más ade-  
lante podremos ver, características que permiten un má-  
ximo aprovechamiento de las superficies bidimensiona--



40

les destinadas a uso publicitario, dado que por su estructura admite anuncios permanentes, y asimismo anuncios temporales.

45

Por todo ello, como se verá en las explicaciones que van a seguir, éste Modelo de Utilidad, se hace acreedor a los beneficios de protección y explotación exclusivos que conceden los correspondientes artículos del vigente Estatuto de la Propiedad Industrial, de 26 de julio de 1.929, publicado por Real Orden de 30 de abril de 1.930 y modificado por Decreto de 26 de diciembre de 1.947.

50

Para hacer más clara e inteligible la explicación que va a seguir, acompañamos a ésta memoria descriptiva, formando parte de la misma, una hoja de dibujos, en la que en diversas figuras, se representan las características esenciales de estructura, función y utilización del presente modelo de utilidad, que tanto en dibujos como en explicaciones, son hechas a título de ejemplo.

55

Para llevar a cabo la solución de que habíamos en líneas anteriores, se precisa, para que el anuncio sea efectivo, jugar con la atención del posible público que esté destinado a su visión, y por lo tanto, en un plazo, al consumo de los productos que han sido objeto de este sistema publicitario.

Para ello, consta este tipo de cartel publicitario luminoso, de tres zonas, dos de las cuales, a sus lados, posee en espacio suficiente para colocar sendos anuncios de tipo fijo, en los cuales la permanencia opera el efecto de aprehensión por parte del futuro consumidor, estando en este tipo de carteles, destinada la parte central, que está formada por una ventana de tamaño adecuado a las necesidades de la clase de publicidad que se haga. Esta ventana, exterioriza por medios visuales, un anuncio que es cambiante por un sistema mecánico que del tipo adecuado para las necesidades del anuncio en concreto posee en su interior el luminoso que nos ocupa.



Dependiendo del lugar en donde sea expuesto el cartel de que se trata, se podrá emplear como medio mecánico para la exposición de un número variable de -  
anuncios, o bien el doble rodillo que en recorrido de ida y vuelta muestra en la pantalla el contenido de los anuncios, los cuales se hacen pasar con una frecuencia convenida y en todo caso variable, de acuerdo con las necesidades publicitarias.

85

También es posible utilizar en estos casos, siempre con un número de anuncios menor, el sistema de cinta sin fin, de modo simple o con mayor recorrido para aumentar el contenido de la publicidad expuesta en el mismo. Igualmente, es posible llevar a la proyección de estos anuncios, por un sistema de diapositivas con proyección gran angular.

90

95

En la figura 1, se representa el exterior de lo que representa el cartel o luminoso objeto de este modelo de utilidad, en el cual podemos apreciar con 1 la pantalla donde será visto por el público el



100 contenido de la publicidad. Con los números 2 y 3 podemos apreciar los espacios destinados a publicidad fija, que están situados a ambos lados de la pantalla antedicha. Los números 4 y 5 son los espacios superior e inferior a la pantalla, los cuales pueden destinarse a pequeños anuncios o bien quedar reservados para la identificación de la compañía anunciadora u otros pequeños anuncios que no requieren de un gran espacio.

105 En la figura 2 se representa un corte del luminoso en el que se pueden ver por medio de un sistema giratorio provisto de cuatro elementos, dispuestos para la exhibición 8, siendo 1 la pantalla donde se exterioriza alternativamente cada uno de los anuncios contenidos en los correspondientes elementos.

110

En la figura 3, que nos muestra un perfil del mecanismo de exhibición, podemos ver con 1 el perfil de la pantalla que dá al exterior, siendo el resto de la superficie del citado perfil, opaca, de modo

115 que no deje entrever ni la luz para evitar proyectar otro tipo de anuncios anteriores o posteriores en el rollo de la impresión. Con 6 podemos ver el rollo de impresión en plástico u otro material idóneo para po-

120 sibilitar efectuar las mayores exhibiciones de anuncios en un menor espacio de rollo, el cual por un mecanismo adecuado de los del tipo que avanzan en periodos cortos de tiempo y permanecen estáticos un tiempo prefijado, va pasando de la parte donde no ha sido expuesta, hacia la parte expuesta, y llegando al final de aquélla, automáticamente procederá a

125 efectuar el movimiento inverso, y así sucesivamente hasta que se sustituya el rollo expositor del citado cartel. Tras la pantalla de exposición, señalada con 6, podemos apreciar la iluminación, que en potencia

130 suficiente para que dicho cartel sea visto tanto de día como de noche y según las circunstancias que concurran en la zona donde se sitúe, está en la parte posterior de la pantalla, poseyendo éste sistema si preciso fuere, un temporizador de 24 horas por medio



135

del cual es posible regular la luz emitida por la iluminación trasera, tanto en horas de encendido como en intensidad de encendido.

140

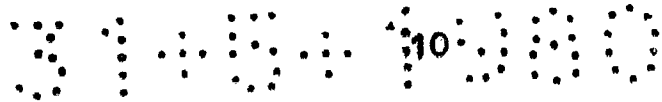
El sistema utilizado para la figura 4, es en principio igual que el de la figura 6, de cinta sin fin. Sucede, por las dimensiones del cartel, que dicho sistema solamente sería capaz de proyectar o dejar ver tres anuncios, con la dificultad además de poseer la zona de impulsión de la luz entre las dos caras de la cinta sin fin.

145

Por esta causa, el sistema de cinta sin fin, destinado por la razón de los pocos anuncios que podrá exhibir, puede estar dedicado a zonas en que la contratación de la publicidad, sea hecha habitualmente por pocos anunciantes, y que pretendan exhibirla -

150

durante el mayor tiempo posible. Del mismo modo, el sistema explicado en la figura 3 que se refiere al rollo, podrá ser utilizado en los casos en que se quiera una mínima exposición, que podrá ser complemen



155 tada en todo caso con más exposiciones en una misma -  
cinta, de manera que aumente el tiempo de expectación  
del anuncio.

La figura 5 nos muestra la posibilidad de -  
proyectar diapositivas servidas de una lente gran an-  
gular y un sistema proyector adecuado 9.

160 Hacemos constar a los efectos que pudieran  
ser oportunos, que tanto los dibujos como las explica-  
ciones dadas en el contenido de esta memoria, lo son  
únicamente a título de ejemplo, pudiendo en su reali-  
zación práctica, modificarse todo aquéllo que no afeg-  
te ni altere la esencia de lo que constituye el pre-  
165 sente Modelo de Utilidad.

Expresadas las características formales y -  
técnicas de este modelo de utilidad, así como la for-  
ma y ventajas de su utilización, únicamente nos queda  
170 concretar en la siguiente

N O T A

las

75

REIVINDICACIONES

1<sup>a</sup>.- Luminoso publicitario, caracterizado por poseer en su frente un espacio destinado a publicidad dividido sustancialmente en tres partes, quedando una central consistente en una pantalla o punto de proyección de imágenes impresas por medio de un mecanismo de proyección exhibición adecuado.

2<sup>a</sup>.- Luminoso publicitario, según la reivindicación anterior, caracterizado por poseer en el interior del cuerpo del luminoso, una cinta preimpresa con la publicidad adecuada para cada caso concreto, de modo que esta transcurre por delante de la pantalla a intervalos regulares de tiempo, previamente fijados, o bien estar constituido mediante proyección de diapositivas.

3<sup>a</sup>.- Luminoso publicitario, según la reivindicación anterior, caracterizado porque la proyección de los anuncios es a base de una cinta que transcurre por detrás de la pantalla de proyección, por un mecanismo consistente en un desplazador de la cinta portadora de los anuncios, o mediante la proyección de diapositivas en un tiempo prefijado, siendo dicha cinta, o bien del tipo de SINFIN, o en rollo de ida y vuelta, o bien en planchas del tamaño de la pantalla.

4<sup>a</sup>.- LUMINOSO PUBLICITARIO.



3 1 5 1 0 0

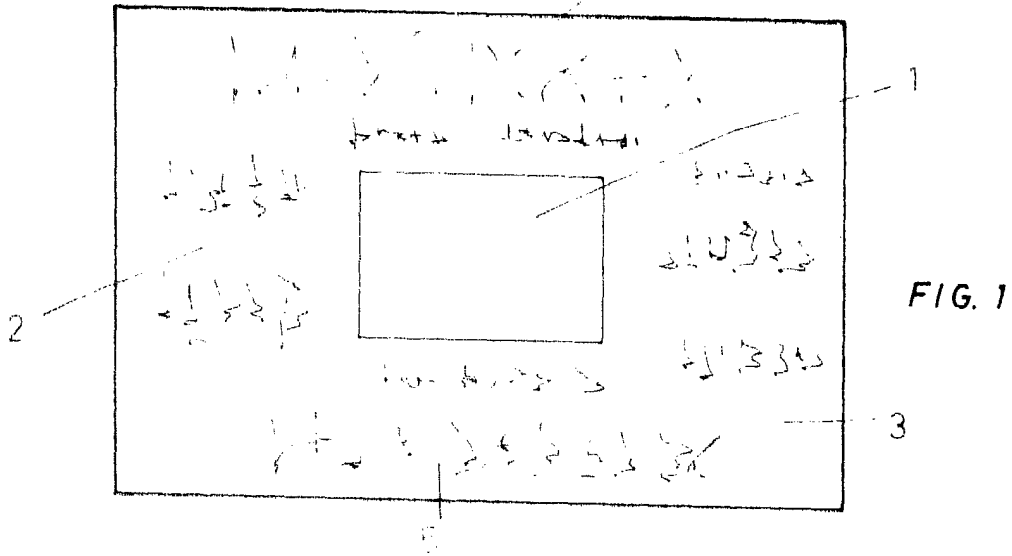


FIG. 1

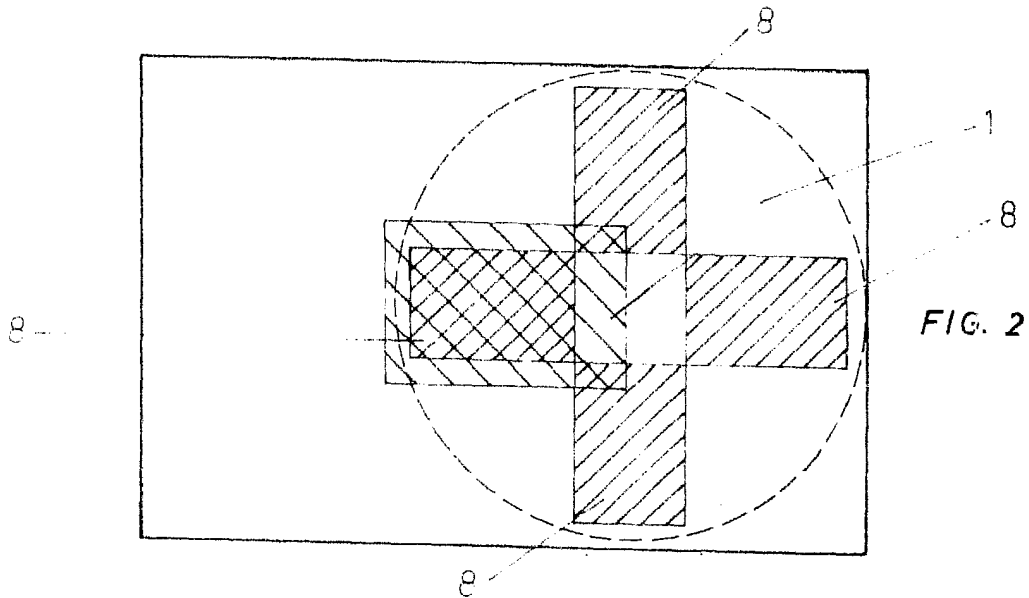


FIG. 2

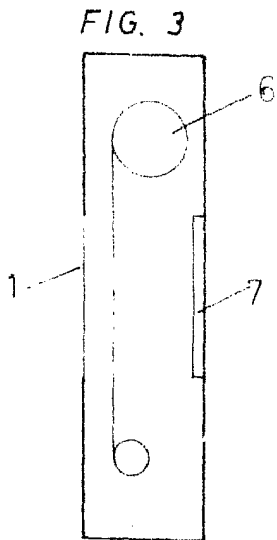


FIG. 3

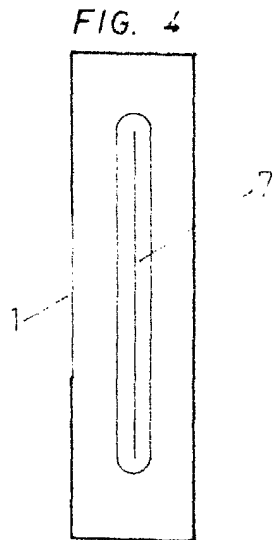


FIG. 4

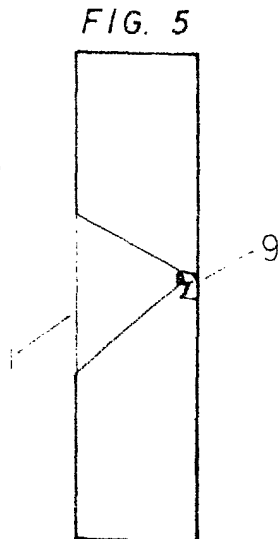


FIG. 5

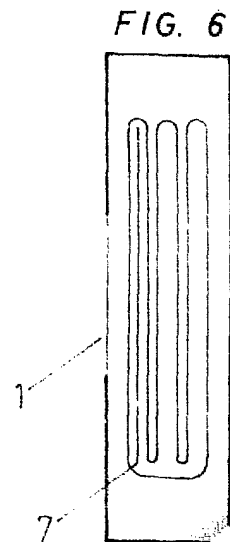


FIG. 6

P.P.  
F. Pardo