



ESPAÑA

ES

11

21

22

51440  
FECHA DE PRESENTACION  
17 JUN. 1980

Y

1 MAYO 1981

MODELO DE UTILIDAD

30 PRIORIDADES:		
31 NUMERO	32 FECHA	33 PAIS
47 FECHA DE PUBLICIDAD		
51 CLASIFICACION INTERNACIONAL G09G1/00		
54 TITULO DE LA INVENCIÓN EXHIBIDOR PUBLICITARIO		
71 SOLICITANTE (S) D. Alberto Pérez Pardo		
DOMICILIO DEL SOLICITANTE Pza. del Temple, 3, 3ª - VALENCIA		
72 INVENTOR (ES) El mismo solicitante		
73 TITULAR (ES) D. Alberto Pérez Pardo (El mismo solicitante)		
74 REPRESENTANTE D. Alejandro Sanz Martínez		

En las aplicaciones de los medios publicita-  
rios, se busca en todo momento la efectividad, la efec-  
tividad de los medios que dan a conocer al público al -  
que se dirigen las misivas publicitarias, así como la -  
5 efectividad del trabajo y servicio de los profesionales  
que están al servicio de esta actividad, puesto que del  
sistema de trabajo de éstos en muchas ocasiones depende  
la mayor o menor efectividad de las campañas.

Por esta razón, el sistema de exhibición pu-  
10 blicitaria ha de estar caracterizado por la rapidez en  
el desarrollo de las campañas, que redundará la efecti-  
vidad de las mismas. El coste, de mayor o menor impor-  
tancia que se obtenga en imponer a éstas los medios ade-  
cuados, repercutirá en el cliente beneficiado por la --  
15 campaña, ya que de ser menores, asimismo será menor el  
coste de la campaña, por cuya causa podrá realizar con  
el mismo presupuesto mayor cantidad de publicidad en ca-  
da periodo o temporada anual, cosa que salve en casos -  
en que es necesaria la publicidad dosificada, en los --

20           cuales se daría un menor coste total, y un consiguiente  
mejor desarrollo de las actividades a que se dirigen --  
las campañas.

          Existe, por tanto, una solución para benefi--  
ciar la rapidez y la efectividad de las campañas publi-  
25           citarias, derivada de la programación en un solo centro,  
de toda la publicidad que tenga que darse en una zona,--  
de modo que por impulsos eléctricos, se produzca en los  
puntos exhibidores, la imagen que figura como única, en  
el centro de programación, consiguiendo de este modo ma-  
30           yor efectividad en los cambios de anuncio, asimismo per-  
mite igualmente situar anuncios temporales, que de otra  
forma no sería económico exhibir.

          En base a estas consideraciones, y la larga -  
experiencia que tiene el solicitante de éste Modelo de  
35           Utilidad, en el campo de la publicidad, han llevado al  
mismo a idear y diseñar un nuevo tipo de exhibidor pu--  
blicitario, que como en el contenido de esta memoria se  
verá, economiza y simplifica la mano de obra, facilita

la imposición de las campañas en muy distintos puntos --  
 40 de toda una zona, directamente, permite la aparición --  
 por muy poco tiempo de anuncios de los que contienen una  
 incógnita, facilitando así el interés del público.....

Por todo ello, como se verá en las explicacion  
 nes que van a seguir, este modelo de utilidad, se hace  
 45 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 diciembr  
 50 bre de 1.947.

Para hacer más clara e inteligible la expli--  
 cación que va a seguir, acompañamos a ésta memoria des--  
 criptiva, formando parte de la misma, una hoja de dibu--  
 jos, en la que en diversas figuras, se representa las --  
 55 características esenciales de realización y función del  
 presente modelo de utilidad, debiendo tenerse en cuenta

que en ambos casos, explicaciones y dibujos, son hechos únicamente a título de ejemplo.

60 Consiste el presente dispositivo, en sendas -  
 pantallas de proyección de televisión, las cuales pue--  
 den adquirir el tamaño adecuado para la conveniente exhi-  
 bición del tipo de anuncio idóneo, dependiendo del lu--  
 gar donde se coloque cada una de ellas, pantallas que -  
 permiten continuamente, la proyección de imágenes que -  
 65 han sido previamente grabadas por un sistema de programa-  
 ción, de videotape, o cualquier otro que cumpla éstas  
 funciones, conteniendo en ellas los mensajes publicita-  
 rios, en la forma y modo programados, siendo preferen-  
 temente inanimados, lo cual permite mayor fijación por  
 70 parte del público, pero sin excluir la posibilidad de -  
 una animación en determinados lapsos de tiempo, anima-  
 ción que puede excitar la atención, así como dado un mo-  
 mento, ser esperada por el público que vea el anuncio.

75 Para la proyección de imágenes en distintos -  
 puntos, se precisa una central de proyección, la cual,-

mediante un cable, y previa su adecuada programación, -  
 transmitirá a las pantallas exhibidoras de ésta publici-  
 dad, simultáneamente, las imágenes que deban ser objeto  
 de visión por el público.

80 Las actuales computadoras, poseen un sistema  
 de tratamiento de este tipo de pantallas, por líneas, -  
 proporcionando por punto de cada una de ellas la clase  
 de luz que debe ésta emitir, de forma que mosaiquen el  
 conjunto de la pantalla -del mismo modo que lo hace la  
 85 televisión- dando lugar a una perfecta visión del obje-  
 to del anuncio, que debe ser programado una sola vez, -  
 siendo válido para todas las proyecciones que se quie-  
 ran hacer del mismo, durante tiempo ilimitado, pudiendo  
 se, por los medios de que dispone la cibernética para -  
 90 ello, eliminarse de proyección y aumentar el número de  
 pantallas de una zona, sin interrumpir el uso y utiliza-  
 ción de aquéllas cuya proyección no desea suspenderse.

Per esta misma causa, es posible llevar a ca-  
 95 bo simultáneas campañas en distintos puntos, o en pun--

tos muy próximos, dependiendo únicamente de la contrata-  
 ción, ya que por las posibilidades del sistema, y por -  
 la rapidez de puesta en uso, éste sistema de exhibidor  
 publicitario, proporciona mayor rentabilidad a los espa-  
 100 cios destinados a este fin, debido a que no se interrump  
 pe nunca por sustitución, lo cual sucede durante mucho  
 tiempo hábil en los anuncios en los cuales la exhibi-  
 ción depende de la mano de obra de los operarios que pe-  
 gan las imágenes contra una superficie, evitándose en -  
 105 este caso igualmente esa mano de obra, siendo sustituf-  
 da por otra más cualificada pero más rentable y mucho -  
 más reducida en todo caso.

En la figura 1, podemos apreciar una pantalla  
 de tipo tubo de televisión, de forma tradicional, en la  
 110 que con 1 vemos el contorno de lados curvos que tiende  
 a ser rectangular, situándose su lado más largo en la -  
 posición horizontal, y el cual, ha sido según se ve en  
 el nº 2, dividido -como lo están todas las pantallas de

este tipo- en 625 líneas, las cuales proporcionan la --  
 115 visión por el bombardeo de campos magnéticos por ten-  
 sión defleitora, aunque para la visión estática no es -  
 preciso se barra la imagen. Es posible, sin embargo, se  
 utilice éste sistema también, a fin de animar en deter-  
 minados momentos la exhibición y causar mayor interés.

120 En la figura 2, vemos un esquema de una línea  
 de éste sistema, en la cual es posible programar por --  
 puntos, cada una de las partículas que han de formar la  
 imagen, utilizándose cualquier sistema idóneo para este  
 fin. En el caso de la proyección con colores, que será  
 125 la habitual, se programará la grabación o no de los pun-  
 tos de impulsión de la luz que saldrá tamizada de los  
 colores representados con 3, 4, 5, 6, o 7, siendo éstos  
 los tres fundamentales, el blanco y el negro. La proyec-  
 ción en blanco, equivale a la de los tres fundamentales,  
 130 y la proyección en negro a ninguno de ellos, con lo que  
 la pantalla queda apagada. Asimismo, y puesto que los -

sistemas de televisión en color poseen medios para ello, es posible efectuar este mismo mosaico en el mismo punto de impulsión de la luz.

135

En la figura 3, vemos un mismo sistema, dividido en las partes expresadas anteriormente, en el que aparece, esquemáticamente explicado el sistema de la programación por puntos que describíamos en la figura 2, señalado con el nº 9. El nº 8 muestra la pantalla que arbitrariamente puede adoptar la forma de circular, adaptándose a éste tipo de exhibidor, todos los medios necesarios y existentes en el mercado por este tipo de sistema.

140

Hacemos constar a los efectos que pudieran ser oportunos, que tanto los dibujos como las explicaciones dadas en el contenido de esta memoria, lo son únicamente a título de ejemplo, pudiendo en su realización y aplicación práctica, modificarse todo aquello que no afecte ni altere la esencia de lo que constituye el presente Modelo de Utilidad.

145

Expresadas las características formales y técnicas

150

nicas de este modelo de utilidad, así como la forma y -  
ventajas de su utilización, únicamente nos queda congre-  
tar en la siguiente

N O T A

155

las



## REIVINDICACIONES.

5 1a.- 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 superficie de --  
proyección de imágenes impresas, en la cual por medio de un mecanismo de proyección exhibición adecuado, se transparentan las imágenes que transcurren por su parte posterior.

10 2a.- 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 in  
15 tervalos regulares de tiempo, previamente fijados, o bien estar constituido mediante proyección de diapositivas.

20 3a.- 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 de -  
25 las del tipo sinfin, o en rollo de ida y vuelta, o --- bien en planchas del tamaño de la pantalla.

4a.- LUMINOSO PUBLICITARIO.

Tal y como aparece representado, descrito  
y reivindicado en la presenta memoria descriptiva que  
consta de doce hojas de texto mecanografiadas por una  
soia cara, y una hoja de dibujos.

5 Madrid, a 17 de E de mil  
novecientos ochenta.

PP.  
Tallaclaw

Fig. 1

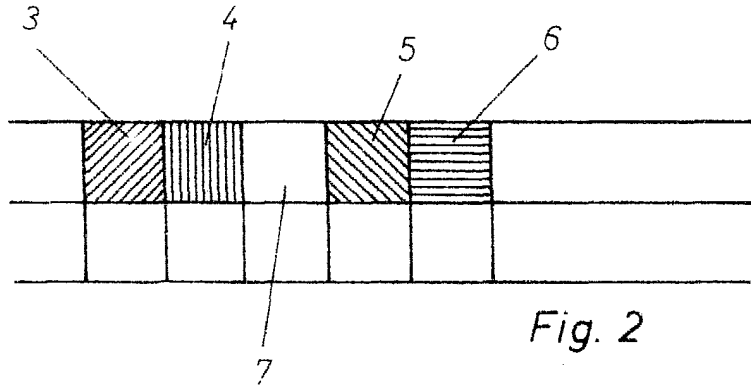
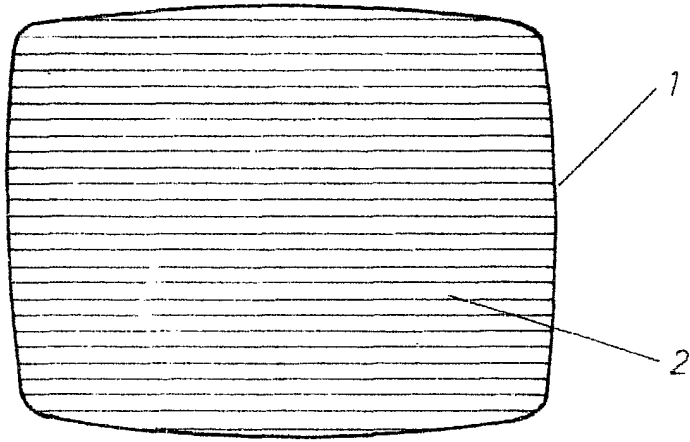
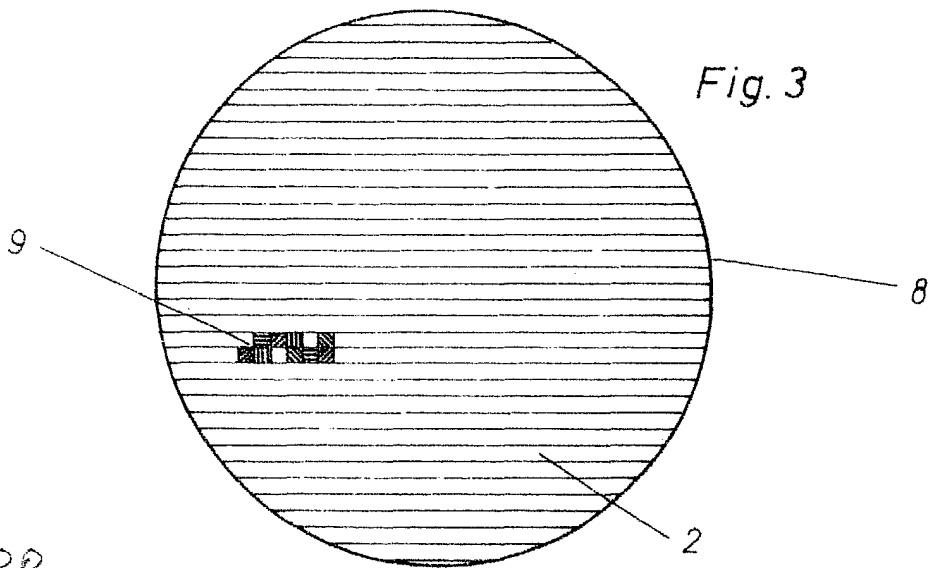


Fig. 2

Fig. 3



PP  
*Alberto Pardo*

