



# MOVILEIGH: PUBLICIDAD-ESPECTACULO

Se ha instalado en Barcelona la primera pantalla EPOK de Europa

## DOUGLAS LEIGH Y LOS GRANDES ANUNCIOS LUMINOSOS

La historia de la vida nocturna de las grandes ciudades, desde la primera década del siglo hasta nuestros días, habrá de reservar un lugar importante a la evolución de los anuncios luminosos que, a su vez, tan considerable papel desempeñaron en la creación de su atmósfera y de esa especie de cielo artificial del que los paseantes reciben constantes y variadas invitaciones a poseer, comer, beber o visitar: objetos, alimentos, bebidas, ciudades...

No es hacer literatura tratar de establecer las conexiones entre la evolución de esta publicidad luminosa y su contribución a la creación de la atmósfera nocturna de las ciudades. Esta vida nocturna ha estado y estará subordinada a la luz artificial: y esas llamadas publicitarias son como promesas, perfectamente integradas en el telón de fondo suspendido sobre las dos o tres vías o las dos o tres plazas que a esas horas parecen concentrar toda la actividad ciudadana.

Douglas Leigh, el llamado «rey de los anuncios luminosos», el «publicitario de la imaginación», sabe mucho de esto: la historia, cuando se haga, de la publicidad en luminosos será, en gran medida, la historia de su ca-

rrera y la historia de su dedicación a este tipo de publicidad. Técnica e imaginación —esa imaginación tan típicamente americana, basada en una mezcla de colosalismo y de sorpresa— encontraron en las iniciativas de este pionero de los comerciales luminosos, las proporciones exactas para combinarse. Cuando se piensa que su carrera comienza entre los años veinticinco y veintiocho (con la fundación en Nueva York de la «DOUGLAS LEIGH INC.»), casi cuarenta años antes de que sus técnicas lleguen a Europa, se comprende la justicia de este puesto de honor al que aludimos.

Las «fantasías» de mister Leigh, salvo raras excepciones —proporcionadas siempre por las revistas ilustradas o el cine, o quizá por esa postal que recibimos desde Nueva York o Tokio o Londres—, son desconocidas en Europa, a donde, sin embargo, llegan ahora las pantallas LEIGH-EPOK. A pesar de ese desconocimiento, todos hemos oído «hablar» de ellas: de esa botella de Pepsi-Cola, a la que alguien ha quitado el tapón y de la que emerge una catarata de burbujas que nos invita a beber; de esa plancha a vapor de la General Electric, que en contacto con la ropa hace un «plof» doméstico, y después el vapor escapa hacia el cielo; de ese soldado que fuma Camel y deja boquiabiertos a



La pantalla EPOK se encuentra emplazada en la terraza del edificio número 7 —que hace chaffán con la Ronda de la Universidad— de la plaza de Cataluña.



los niños que le observan desde la acera opuesta porque no cesa de lanzar el humo del cigarrillo, y los niños advierten que ese humo es de verdad y el soldado sigue fumando incansablemente...

#### LAS PANTALLAS EPOK

A este espectáculo-anuncio, sabidamente amalgamado, le faltaba algo, sin embargo, «algo» que hiciera posible la integración de la fantasía con la publicidad... y con la variedad. Está claro que esta variedad, respetando el mismo emplazamiento, sólo podía proporcionarla un procedimiento técnico que combinara las características del cartel y las de la pantalla de cine o televisión. Así surgen la «necesidad» de las pantallas EPOK y las pantallas EPOK.

En cuanto a la imaginación, implícita en todas las realizaciones de Douglas Leigh, se encuentra presente en la concepción de la pantalla y, después, en su funcionamiento. Naturalmente, esta imaginación supone una técnica: una técnica revolucionaria en la misma medida que esa ambiciosa facultad de mister Leigh por marchar a la cabeza de su profesión. Las pantallas EPOK se benefician de los avances de la electrónica: son, a los ojos de un espectador poco «avisado» de los descubrimientos científicos, un cine al aire libre... en el que no se encuentra por ningún lado el proyector.

El proyector, naturalmente, existe, pero cuidadosamente apartado de las miradas de ese público que prefiere entregarse a cierto tipo de conjeturas mágicas antes de ponerse a hilvanar causas y efectos. Se trata de un proyector de 16 mm. instalado en una salita de control de reducidas dimensiones. La película que va pasando por este proyector —una película en blanco y negro concebida y realizada enteramente de acuerdo con las características del cine de animación— pasa, a su vez, a una pequeña pantalla compuesta por 5.160 células fotoeléctricas que «reciben» y reflejan la imagen y, gracias a un sistema de amplificadores, transmiten este primer reflejo a una pantalla gigante —la EPOK— de 12 x 16 m., que ofrecerá a los ojos del espectador una imagen aparentemente continua y prácticamente nítida —aparición que contribuye a consolidar la distancia desde la que, inevitablemente, se encuentra el ocasional espectador— por la combinación de otras 5.160 bombillas de 25 vatios que funcionan «a las órdenes» de las células fotoeléctricas de la pantalla receptora-emisora.

#### INSTALACION, PROGRAMAS Y POSIBILIDADES

Tan complicado sistema, resumido en la apariencia simple de una gigantesca

pantalla en la que se pueden seguir breves historias publicitarias y pequeñas historietas para entretenimiento, requiere, como todas las ideas ambiciosas, una costosa, difícil y precisa instalación. El potencial total a que funciona el sistema es de 129.000 vatios. En números redondos, los elementos que componen este sistema son: 5.160 fotocélulas y 5.160 triods, 10.300 transistores, 25.800 resistencias, 200.000 conexiones soldadas y 250.000 metros de cables eléctricos precisos para establecer dichas conexiones.

La instalación en Barcelona de la primera pantalla EPOK de Europa ha requerido ocho meses, a lo largo de los cuales, y durante el día y la noche, han trabajado en ella cincuenta obreros. Nueve toneladas de peso (entre la pantalla y su estructura de tubo), un tirante de acero de ocho metros por cada metro de pantalla, dos espaldones metálicos, un transformador de tensión situado a cuarenta y cinco metros de la pantalla gigante... Todo ello puede dar idea de la envergadura de esta instalación.

La programación puede dar cabida a toda variada gama del cine de animación. Ya hemos dicho que los mensajes publicitarios pueden alternarse con breves películas de entretenimiento. Estos cambios de películas, así como los cambios de programas, se realizan casi instantáneamente, lo cual ofrece unas fascinantes posibilidades cara al espectador que asista a este espectáculo gratuito y que, sin duda, se sentirá atraído hacia él por esa mezcla de sorpresa y de admiración que debieron experimentar nuestros abuelos al contemplar por vez primera uno de esos anuncios luminosos que a nosotros hoy nos parecen tan familiares y tan «sencillos». No cabe duda de que la aparición, en Barcelona primero, y en el resto de las capitales españolas después, de las pantallas EPOK, será recibida como un acontecimiento y como una nueva etapa de la historia de la vida nocturna de nuestras ciudades.

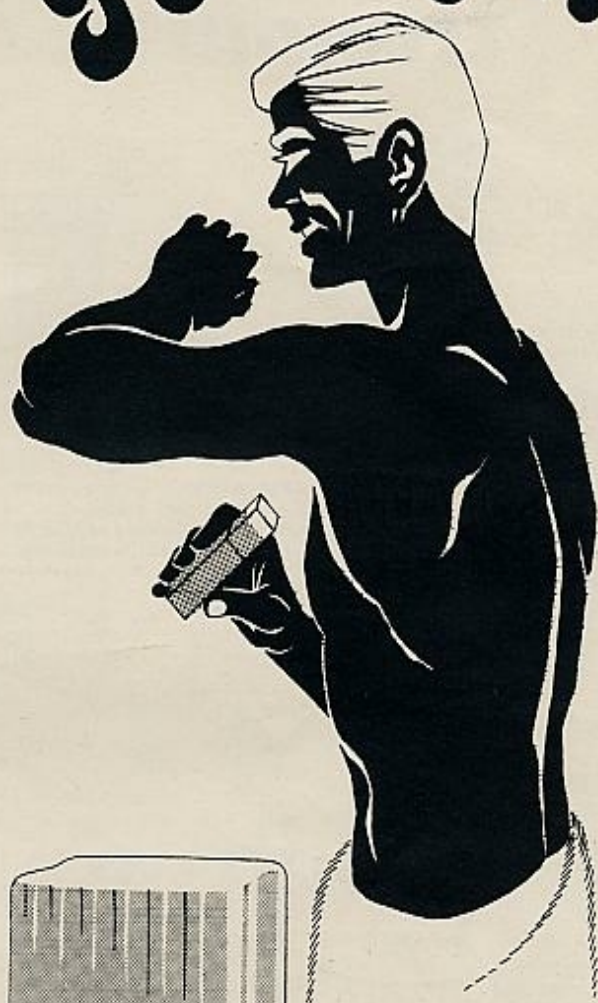
#### MOVIELEIGH, S. A.

Las pantallas EPOK funcionan ya en algunas de las más importantes capitales del globo. En España empiezan a funcionar ahora en Barcelona, para extenderse después a Madrid, gracias a la asociación entre el Grupo de Empresas MOVIELEIGH y DOUGLAS LEIGH INC. La nueva sociedad así formada, MOVIELEIGH, S. A., al tiempo que trata de lograr una total cobertura de mercado, pretende incorporarse al mundo de la publicidad nocturna con un medio revolucionario, en vanguardia de las realidades publicitarias de nuestra época.



Ante el micrófono, el señor Linten. A su derecha, Su Alteza Real don Luis de Baviera y de Borbón, Infante de España y príncipe de Baviera, gobernador militar de Barcelona. A su izquierda, Mr. Reiss, vicepresidente de Douglas Leigh Inc., de Nueva York.

# Y yo... seguro



con un toque

## ROYALE AMBREE

DESODORANTES

en tres versiones

*Stick - Spray - Vaporspray*

# LEGRAIN

PARIS