



OFICINA ESPAÑOLA DE
PATENTES Y MARCAS

ESPAÑA

(11) Número de publicación: **2 334 349**

(51) Int. Cl.:

H04N 7/173 (2006.01)

H04N 5/445 (2006.01)

(12)

TRADUCCIÓN DE PATENTE EUROPEA

T3

(96) Número de solicitud europea: **04075877 .3**

(96) Fecha de presentación : **24.06.1999**

(97) Número de publicación de la solicitud: **1434432**

(97) Fecha de publicación de la solicitud: **30.06.2004**

(54) Título: **Sistema de guía de programación de televisión interactiva con publicidad local.**

(30) Prioridad: **07.07.1998 US 110667**

(73) Titular/es: **United Video Properties, Inc.**
7140 South Lewis Avenue
Tulsa, Oklahoma 74136, US

(45) Fecha de publicación de la mención BOPI:
09.03.2010

(72) Inventor/es: **Boyan, Peter III C.;**
Thomas, William L.;
Hassell, Joel G. y
Ellis, Michael D.

(45) Fecha de la publicación del folleto de la patente:
09.03.2010

(74) Agente: **Carvajal y Urquijo, Isabel**

Aviso: En el plazo de nueve meses a contar desde la fecha de publicación en el Boletín europeo de patentes, de la mención de concesión de la patente europea, cualquier persona podrá oponerse ante la Oficina Europea de Patentes a la patente concedida. La oposición deberá formularse por escrito y estar motivada; sólo se considerará como formulada una vez que se haya realizado el pago de la tasa de oposición (art. 99.1 del Convenio sobre concesión de Patentes Europeas).

DESCRIPCIÓN

Sistema de guía de programación de televisión interactiva con publicidad local.

5 Antecedente de la invención

Esta invención se relaciona con guías de programas de televisión interactivas, y más particularmente con técnicas para proporcionar publicidad local con tales guías de programación de televisión interactivas.

10 La guía de programación de televisión pasiva proporciona una lista paginada o desplazable de listas de programas de televisión en un canal de televisión dedicado. Un usuario de televisión puede ver Las listas de programas de televisión al sintonizar el canal dedicado. Se puede utilizar La porción superior de La pantalla de guía de programa pasivo para presentar videos publicitarios y descripciones de texto asociados. El contexto de Las descripciones de texto puede ser dirigido hacia regiones particulares.

15 Las guías de programa de televisión interactivas permiten a los usuarios de televisión desarrollar operaciones más avanzadas, tal como exhibir listas de programas en formatos que se seleccionan por parte del usuario, búsqueda de género, orden de pago por ver, etc. Las guías de programas interactivas se implementan típicamente en decodificadores basados en microprocesadores. Los datos de listas de programas se transmiten a los decodificadores desde una 20 instalación de distribución de datos centralizada a través de La cabecera del sistema de cable de usuario. Los datos de listas de programas se almacenan típicamente en La memoria en el decodificador, en donde puede accederse por La guía interactiva de programa.

25 Las guías de programa interactiva se pueden utilizar para presentar publicidad, como se describe en La Solicitud de patente Estadounidense de Knudson *et al.* No. de Serie 09/034,939, presentada en Marzo 4,1998, La Solicitud de Patente Estadounidense Knudson *et al.* No de Serie 09/070,604, presentada en Abril 30, 1998, La Solicitud de Patente Estadounidense de Knudson *et al.* No. de Serie 09/070,555, presentada en Abril 30, 1998, y La Solicitud de Patente Estadounidense BoyLan III *et al.* No. de Serie 09/070,700, presentada en Abril 30, 1998. La publicidad de La guía de programa interactiva proporciona al usuario información útil sobre varios productos y servicios. Por ejemplo, La 30 publicidad de La guía de programa interactiva se puede utilizar para promover programas de televisión por venir. La publicidad de La guía de programa interactiva también se puede utilizar para promover productos y servicios son programación.

35 Debido a que La publicidad de La guía de programa de televisión interactiva se puede distribuir nacionalmente desde una instalación central, tal publicidad es adecuada para promocionar productos y servicios sobre una base nacional. Si La publicidad de La guía de programa interactiva se distribuye solo sobre una base nacional, sin embargo, no se proporcionará a los usuarios tanta información de publicidad local útil como sería posible de otra forma.

40 Es por lo tanto un objeto de la presente invención proporcionar un sistema de guía de programa de televisión interactiva en el que puede proporcionar a los usuarios publicidad de guía de programas locales.

45 La US-B-5589892 describe un sistema de programación de programas electrónico con acceso a información de programación de programas de televisión almacenados e información de datos que contienen cargas de datos para programas en vivo tal como eventos deportivos. El sistema de programación incluye un modo de deportes que proporciona información solo sobre programas de televisión relacionados de una base de datos de información de programación de programas. En ese modo, están disponibles Las cajas que indican que información promocional se relaciona con Las 50 compañías de producto identificadas.

Resumen de la invención

Este y otro objeto de la invención se logra de acuerdo con los principios de la presente invención al suministrar un sistema en el que se proporciona publicidad local (es decir no global) a guías de programas de televisión interactivas que se implementan al equipo de televisión de usuario asociada con una instalación de distribución de televisión.

55 Los datos para La publicidad local se pueden distribuir a Las guías de programa de televisión interactivas en un número de formas. Por ejemplo, se pueden incluir datos de publicidad local en una corriente de datos global que se transmite desde una instalación principal a múltiples instalaciones de distribución de televisión. La corriente de datos global también puede contener datos de publicidad global y datos de guía de programa. Las instalaciones de distribución de televisión distribuyen La corriente de datos global al equipo de televisión de usuario. Las guías de programa interactiva en el equipo de televisión de usuario pueden extraer los datos de publicidad local que se dirigen a aquel tipo de televisión de usuario o a su instalación de distribución de televisión asociada.

60 Otro método involucra insertar datos de publicidad local en La corriente de datos global. Los datos de publicidad local se pueden insertar en una porción del ancho de banda de La corriente de datos global que se reserva para publicidad local. También se puede insertar datos de publicidad local en La corriente de datos global al sobre escribir cierta publicidad global. Si se desea, se puede transmitir datos de publicidad local desde La instalación de distribución de televisión al equipo de televisión del usuario utilizando una corriente de datos separada. Estos esquemas de

distribución de publicidad son de ilustración. Cualquier forma adecuada multiplexación digital se puede utilizar para distribuir publicidad global y local en una corriente de datos sencilla o múltiple si se desea.

La publicidad local se puede presentar en un equipo de televisión de usuario mediante La guía de programa de televisión interactiva. La publicidad local se puede presentar siempre que un usuario seleccione una publicidad global

- 5 presentada. Una publicidad local que se presenta en esta forma puede tener un contenido que se relaciona con el contenido de La publicidad global seleccionada. Si se desea, La guía de programa puede tener un ciclo de publicidad global y local en el equipo de televisión de usuario. La publicidad local también se puede mostrar en el lugar de cierta publicidad global si se desea.

10 Características adicionales de La invención, su naturaleza y varias ventajas serán más evidentes a partir de los dibujos acompañantes y La siguiente descripción detallada de Las realizaciones preferidas.

15 Breve descripción de los dibujos

La Fig. 1 es un diagrama de un montaje convencional para proporcionar un canal de guía de programa de televisión pasiva.

20 La Fig. 2 es una presentación suministrada por una guía de programa pasiva convencional.

La Fig. 3 es un diagrama de un sistema de distribución de datos de guía de programa interactiva convencional.

25 La Fig. 4 es un diagrama que muestra cómo una guía de programa convencional puede presentar información de orden de pago por ver cuando un usuario selecciona un listado de programa en una pantalla de listado de programa de pago por ver de guía de programa convencional.

30 La Fig. 5 es un diagrama de un sistema de guía de programa de televisión interactivo ilustrativo para proporcionar publicidad local de acuerdo con la presente invención.

35 La Fig. 6 es un diagrama que ilustra cómo se pueden distribuir datos a múltiples instalaciones de distribución de televisión de acuerdo con la presente invención.

La Fig. 7 es un diagrama que ilustra cómo se pueden distribuir datos de publicidad desde instalaciones principales como parte de una corriente de datos global de acuerdo con la presente invención.

40 La Fig. 8 es un diagrama de un sistema de guía de programa ilustrativo en el que la instalación de distribución de televisión contiene un filtro para filtrar toda la publicidad local dirigida al equipo de televisión de usuario asociada con esa instalación de distribución de televisión.

La Fig. 9 es un diagrama de un sistema de guía de programa de ilustración en el que se proporcionan filtros en el equipo de televisión de usuario para filtrar toda la publicidad local dirigida a ese equipo de televisión de usuario.

45 La Fig. 10 es un diagrama que ilustra cómo se pueden insertar los datos de publicidad local en una corriente de datos global de acuerdo con la presente invención.

La Fig. 11 es un diagrama que ilustra cómo se pueden insertar datos de publicidad local dentro de una corriente de datos global en una instalación de distribución de televisión de acuerdo con la presente invención.

50 La Fig. 12 es un diagrama que ilustra cómo se puede proporcionar corriente de datos local separada cuando se transmite publicidad local desde una instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario de acuerdo con la presente invención.

55 La Fig. 13 es un diagrama que ilustra cómo se puede proporcionar publicidad local cuando el usuario selecciona una publicidad global de acuerdo con la presente invención.

La Fig. 14 es un diagrama de flujo de etapas involucradas en suministrar al usuario información de publicidad local tal como se muestra en la Fig. 13 de acuerdo con la presente invención.

60 La Fig. 15 es un diagrama que ilustra como la publicidad global y la publicidad local pueden estar en ciclo de acuerdo con la presente invención.

La Fig. 16 es un diagrama de flujo de etapas involucradas en presentar publicidad local y global en ciclo tal como se muestra en Fig. 15 de acuerdo con la presente invención.

65 La Fig. 17 es un diagrama de flujo de etapas involucradas en presentar publicidad local de acuerdo con la presente invención.

La Fig. 18 es un diagrama de flujo de etapas involucradas en suministrar publicidad con etiquetas basadas en su contenido de acuerdo con la presente invención.

La Fig. 19 es un diagrama de flujo de etapas involucradas en cierta publicidad que cambia con el tiempo de acuerdo con la presente invención.

La Fig. 20 es un diagrama de flujo de etapas involucradas en implementar una política de uso de publicidad de acuerdo con la presente invención.

La Fig. 21 es un diagrama de flujo de etapas involucradas en implementar una política de uso de publicidad que utiliza indicadores de políticas de acuerdo con la presente invención.

La Fig. 22 es un diagrama de flujo de etapas involucradas en implementar una política de uso de publicidad utilizando un mensaje de política de acuerdo con la presente invención.

15

Descripción detallada de las realizaciones preferidas

Se muestra un sistema de guía de programa de televisión pasiva convencional 10 en la Fig. 1. Los datos para listado 20 de programas de televisión tal como canal, título, e información de tiempo de radiodifusión se almacenan en una base de datos del listado de programas 12 en una instalación de transmisión de datos 14. Los videos promocionales se almacenan en bases de datos de videos promocionales 16. El texto publicitario asociado con los videos promocionales se almacena en base de datos de textos publicitarios regionales 18. Los videos promocionales se distribuyen nacionalmente por vía satélite en una corriente de video global. El texto de publicidad asociado se distribuye en una corriente 25 de datos global. El listado de programas también se distribuye en una corriente de datos global.

Las corrientes de datos y videos globales se transmiten a múltiples cabeceras de sistema de cable 20. Las cabeceras del sistema de cable están típicamente en diferentes regiones geográficas. La cabecera del sistema de cable en cada 30 región contiene un computador que extrae el texto publicitario apropiado para esa región y el listado de programas de televisión para la región. El texto publicitario apropiado para la región se combina en una única pantalla con los videos promocionales y el listado de programas para esa región. Se proporciona una pantalla combinada para subscriptores de sistemas de cables en televisores 22 a través de conexiones de cable 24 sobre un canal de televisión dedicado. La disposición de una pantalla de guía de programa pasivo típica se muestra en la Fig. 2.

El sistema de guía de programa pasivo de las Figs. 1 y 2 proporcionan a los usuarios información de guía de 35 programa, información promocional, e información de publicidad regional sin requerir que el usuario tenga ningún equipo de televisión especial diferente de una televisión estándar. Sin embargo, debido a que la guía de programa de las Figs. 1 y 2 es una guía de programa pasiva, no es capaz de proporcionar al usuario ninguna característica interactiva.

Se muestra en la Fig. 3 un sistema de guía de programa de televisión interactivo convencional. La información 40 del listado de programa tal como títulos de programa, canales, descripciones, etc. se almacenan en la base de datos de guía de programa 26 de la instalación de transmisión de datos 28. La información del listado de programas se distribuye nacionalmente por vía satélite a múltiples cabecera de sistema de cable 30. Las cabeceras de sistema de cable 45 30 se localizan en diferentes regiones geográficas a través del país. Cada cabecera 30 redistribuye la información del listado de programas a través de conexiones de cable 32 a los decodificadores 34 de los usuarios para esa cabecera. La información del listado de programa se distribuye típicamente a los decodificadores 34 utilizando un canal fuera de banda, en banda digital, o intervalo de blanqueo vertical (VBI) de uno de los canales en las conexiones de cable 32.

Los decodificadores 34 contienen memoria en la que se almacena la información del listado de programa. Los 50 decodificadores 34 también contienen un procesador para implementar la guía de programa de televisión interactiva. La guía de programa implementada en cada decodificador 34 es capaz de presentar varios listados de programa en una televisión asociada 36. Por ejemplo, el listado de programa para programas de pague por ver se puede presentar, como se muestra en la pantalla superior de la Fig. 4. Si el usuario selecciona una de los listados pague por ver 38, de 55 la guía de programa debe presentar información de orden 40, como se muestra en la pantalla inferior de la Fig. 4. La información de orden 40 puede contener información tal como el número de teléfono que ordena el pague por ver 42 que es específico a la región geográfica del usuario. Los números de teléfono de orden de pague por ver se distribuyen nacionalmente, pero cada decodificador 34 solo extrae el número de teléfono de orden de pague por ver apropiado para la ubicación geográfica del usuario.

En la Fig. 5 se muestra un sistema de guía de programa ilustrativo 44 de acuerdo con la presente invención. La instalación principal 46 contiene una base de datos de guía de programa 48 para almacenar información de guía de programa tal como datos de listado de guía de programa de televisión, información de orden de pague por ver, información promocional de programas de televisión, etc. la instalación principal 46 también contiene una base de 60 datos de publicidad 50 para almacenar información de publicidad. La información de la base de datos 48 y 50 se puede transmitir a múltiples instalaciones de distribución de televisión tal como instalaciones de distribución y televisión 52 por vía de conexiones de comunicaciones tal como la conexión de comunicación 53. La conexión 53 puede ser una conexión satelital, una conexión de red telefónica, una conexión de teléfono de alta velocidad, una conexión de

fibra óptica o por cable, una conexión en microondas, una combinación de tales conexiones o cualquier otra ruta de comunicaciones adecuada. Si se desea transmitir señales de video (por ejemplo, para videos promocionales y publicitarios) sobre la conexión 53 en adición a las señales de datos, una conexión de banda de ancho relativamente alta tal como una conexión satelital es generalmente preferible a una conexión de ancho de banda relativamente baja tal como una línea telefónica.

La instalación de distribución de televisión 52 es una instalación para distribuir señales de televisión a usuarios, tal como una cabecera de sistema de cable, una instalación de distribución de radiodifusión, o una instalación de distribución de televisión satelital.

10 La información de guía de programa transmitida por la instalación principal 46 a la instalación de distribución de televisión 52 incluye datos de listados de programas de televisión tal como tiempo de programa, canales, títulos, descripciones, etc. La información de programa transmitida también incluye datos de programa de pago tal como información de precios para programas individuales y canales de suscripción, ventanas de tiempo para canales y 15 programas para ordenar, números telefónicos para colocar órdenes que no pueden ser ordenadas por impulso, etc.

La información de publicidad transmitida por las instalaciones principales 46 a la instalación de distribución de televisión 52 puede incluir texto, gráficas, y publicidad en video para varios productos y servicios. La publicidad global (por ejemplo publicidad nacional o publicidad distribuida uniformemente sobre algunas otras áreas geográficas a gran 20 escala adecuadas) se pueden distribuir desde la instalación principal 46 a múltiples instalaciones de distribución de televisión 52, como se muestra en la Fig. 6. Solo una instalación de distribución de televisión 52 se muestra en la Fig. 5 para evitar la sobre complicación del dibujo.

25 Cada instalación de distribución de televisión 52 distribuye publicidad a los usuarios en el equipo de televisión de usuario asociado 54 a través de conexiones de comunicación 56. Si se desea, alguna información de publicidad se puede suministrar utilizando base de datos de publicidad 57 en la instalación de distribución de televisión 52. Por ejemplo, se puede proporcionar publicidad local utilizando base de datos de publicidad 57. La base de datos de publicidad 57 también se pueden utilizar temporalmente para datos de publicidad nacional de caché transmitido desde la instalación principal 46. La base de datos de publicidad 57 puede contener un servidor capaz de manejar gráficas 30 texto y video.

35 El equipo de televisión 54 puede ser cualquier equipo adecuado para proporcionar televisión al usuario que contiene suficientes capacidades de procesamiento para implementar una guía de programa de televisión interactiva. Las rutas 56 pueden ser conexiones por cable, conexiones por fibra óptica, conexiones satelitales, conexiones de radiodifusión u otra conexión adecuada o combinación de tales conexiones. Cualquier esquema de comunicaciones adecuados se 40 puede utilizar para transmitir datos sobre las rutas 56, que incluyen transmisiones en banda, transmisiones de intervalo de blanqueo vertical, transmisiones fuera de banda, transmisiones digitales, transmisiones análogas, transmisiones por cable, transmisiones satelitales, transmisiones sobre el aire, transmisiones de servicio de distribución multipunto multicanal (MMDS), etc.

45 La técnica de distribución de datos que se utiliza para distribuir datos sobre las rutas 56 depende del tipo de información que se distribuye. Por ejemplo, el texto y las gráficas se pueden distribuir sobre un canal fuera de banda utilizando un modulador fuera de banda. La información de video también se puede distribuir de esta forma, aunque grandes cantidades de información de video pueden ser distribuidas más eficientemente utilizando uno o más canales en la ruta 56. Tales canales digitales también se pueden utilizar para distribuido de texto y gráficas.

55 Cada usuario tiene un receptor, que típicamente es un decodificador tal como el decodificador 58, pero que puede ser otro equipo de televisión adecuado tal como un receptor de televisión avanzado en el que se han integrado circuitos similares a los circuitos decodificador o un televisor de computador personal (PC/TV). Los datos tales como datos de guía de programa se pueden distribuir a decodificadores periódicamente. La instalación de distribución de televisión 52 también puede sondear los decodificadores 58 periódicamente para cierta información (por ejemplo, información de cuenta de programa de pago o información que se relaciona con programas que se han comprado y visto utilizando técnicas de autorización generadas localmente).

55 La instalación principal 46 contiene preferiblemente un procesador para manejar las tareas de distribución de información cada decodificador 58 contiene preferiblemente un procesador para manejar las tareas asociadas con la implementación de la guía de programa de televisión interactiva. La instalación de distribución de televisión 52 puede contener un procesador para manejar tareas asociadas con distribución de datos.

60 Cada decodificador 58 se conecta típicamente a una grabadora de video casete opcional 60 de tal manera que se puedan grabar los programas de televisión seleccionados. Cada grabadora de video casete 60 se conecta a un televisor 62. Para grabar un programa, la guía de programa de televisor interactiva implementada en el decodificador 58 sintoniza el decodificador 58 en un canal particular y envía una señal de control a la grabadora de video casete 60 (por ejemplo, utilizando un transmisor infrarrojo) que dirige la grabadora de video casete 60 para que empiece y 65 detenga la grabación en los momentos apropiados.

Durante el uso de una guía de programa, el listado de programa de televisión, publicidad, y otra información se puede presentar en el televisor 62. Cada decodificador 58, grabadora y video casete 60, y televisor 62 se pueden

controlar por uno o más controles remotos 64 o cualquier otra interfaz de entrada de usuario adecuada tal como un teclado inalámbrico, ratón, trackball, conjunto de teclas dedicadas, etc. un control remoto típico 64 tiene teclas de cursor para posicionar una región de alta luz en la pantalla de guía de programa y un "OK" o botón de selección para seleccionar un elemento resaltado en la pantalla.

5

Otros botones de control remoto típicos incluyen botones de fusión tal como el botón de registro, botones para subir o bajar canales, botones de control de volumen, teclas numéricas, etc.

Las rutas de comunicaciones 56 tiene preferiblemente ancho de banda suficiente para permitir que la instalación de distribución de televisión 52 distribuya programación de televisión, información de listados de programas, publicidad, y otra información al equipo de televisión de usuario 54. Se pueden proporcionar múltiples canales de televisión y audio (análogos, digitales, o análogos y digitales) al equipo de usuario de televisión 54 a través de rutas de comunicación 56. Si se desea, ciertos datos tal como datos de listados de programas se pueden distribuir por una o más instalaciones de distribución que están separadas de las instalaciones de distribución de televisión 52 utilizando rutas de comunicaciones que se separan por lo menos parcialmente de las rutas de comunicaciones 56.

10 Ciertas funciones tal como compras de programas o la compra de productos o servicios pueden requerir que el equipo de usuario de televisión 54 transmita datos a la instalación de distribución de televisión 52 sobre rutas de comunicación 56. Si se desea, tales datos se pueden transmitir sobre líneas telefónicas u otras rutas de comunicación separadas. Si funciona tal como se éstas se suministran utilizando instalaciones separadas de instalación de instrucción 20 de televisión 52, algunas de las comunicaciones que involucran el equipo de televisión de usuario 54 se pueden hacer directamente con las instalaciones separadas.

25 Los usuarios de la guía de programa de televisión interactiva pueden ordenar interactivamente información adicional, productos, o servicios. Por ejemplo, un usuario puede colocar una orden al seleccionar una publicidad presentada en la guía de programa. Tales órdenes se pueden satisfacer por las instalaciones de cumplimiento 66 y 68. Si se desea, se pueden transmitir órdenes directamente a las instalaciones de cumplimiento tal como las instalaciones de cumplimiento 66 a través de las conexiones 70, que pueden ser conexiones telefónicas, la internet, u otras conexiones de comunicación adecuadas. Las órdenes también se pueden transmitir a instalaciones de distribución de televisor 52 a 30 través de las conexiones 56 (por ejemplo, cable de dos vías), en donde se puede utilizar el sistema de facturación a las instalaciones de distribución de televisión. Después que la instalación de distribución de televisión 52 ha procedido la orden del usuario, la instalación de distribución de televisión 52 puede transmitir la orden a la instalación de cumplimiento 68 por vía de la conexión 72.

35 Se puede utilizar un número de técnicas adecuadas para distribuir videos relacionados con publicidad desde las instalaciones de distribución de televisor 52 al equipo de televisión de usuario 54. Por ejemplo, si cada ruta 56 incluye un número de canales de televisión análoga tradicional, se puede utilizar uno o más de estos canales para soportar un número de canales digitales. El ancho de banda de cada canal análogo que se utiliza para soportar los canales digitales puede soportar diez o más de tales canales digitales. Si se desea, se pueden proporcionar videos desde la 40 instalación de distribución de televisión 52 en un arreglo circular continuo en estos canales digitales. La información suministrada al decodificador 58 se puede utilizar luego para determinar qué canales digitales sintonizan cuando es tiempo de presentar un video deseado. Por ejemplo, si se desea presentar una publicidad local en lugar de una publicidad nacional, el decodificador 58 puede sintonizar un canal digital que contiene la publicidad local en un momento apropiado. Alternativamente, se pueden proporcionar videos por la instalación de distribución de televisión 45 52 por demanda. Con este método, el decodificador 58 y la instalación de distribución de televisión 52 pueden negociar determinar un canal sobre el cual proporcionar el video deseado. Los videos que se originan desde las instalaciones principales 46, una instalación separada, o de la instalación de distribución de televisión 52 (por ejemplo, de la base de datos de publicidad 57) se pueden distribuir al equipo de televisión de usuario 54 utilizando estas u otras técnicas 50 adecuadas. Si se desea, se pueden distribuir video y otra información al equipo de televisión de usuario 54 utilizando servidores ubicados en nodos de red entre la instalación de distribución de televisión 52 y un equipo de televisión de usuario 54.

55 La información gráfica para la publicidad de puede descargar de la instalación de distribución de televisión 52 al equipo de televisión de usuario 54 periódicamente (por ejemplo, una vez cada diez minutos o una vez al día). La información gráfica se puede accesar localmente cuando se necesite por la guía de programa. Alternativamente, se 60 puede proporcionar información gráfica en una disposición cíclica continua en uno o más canales digitales en la ruta 56. Con tal una disposición continua cíclica, se descargas preferiblemente periódicamente un mapa que indica la ubicación de la última información gráfica a los decodificadores 58 (por ejemplo, una vez al día). Esto permite que se actualice el contenido en los canales digitales. Las guías de programa en los decodificadores 58 pueden utilizar el mapa para ubicar información gráfica deseada en los canales digitales. Otro método involucra utilizar bases de datos de publicidad 65 57 para proporcionar la información gráfica después que un decodificador 58 y una instalación de distribución de televisión 52 han negociado configurar una operación de descarga. Un mapa de bit u otro conjunto adecuado de información gráfica se puede descargar luego desde la base de datos de publicidad al decodificador. Si se desea, la instalación de distribución de televisión 52 puede descargar instrucciones que informan al decodificador cuando la información gráfica deseada se pueda ubicar en un canal digital particular. La información gráfica se puede actualizar periódicamente si el equipo de televisión de usuario 54 está informado de la ubicación actual de la información gráfica.

La información de texto para publicidad se puede distribuir desde una instalación de distribución de televisión 52 al equipo de televisión de usuario 54 utilizando la misma ruta que se utiliza para distribuir los datos de guía de programa. Por ejemplo, se pueden distribuir datos de publicidad sobre un canal fuera de banda en las rutas 56. La información de texto se puede almacenar localmente en decodificador 58 y actualizada periódica (por ejemplo, una vez al día).

5

Los videos, gráficas y texto para publicidad también se pueden distribuir desde la instalación de distribución de televisión 52 al equipo de televisión del usuario 54 utilizando una combinación de estas técnicas o cualquier otra técnica adecuada.

- 10 La instalación de distribución de televisión 52 distribuye publicidad global y local al equipo de televisión de usuario 54. La publicidad local es publicidad nacional o publicidad que se distribuye uniformemente sobre alguna otra área geográfica grande. Una publicidad global típica puede ser para una cierta marca de automóvil, debido a que los mismos automóviles típicamente están disponibles a nivel nacional. La publicidad local es publicidad cuyo contenido está dirigido generalmente a una región particular o a un grupo de usuarios particular. Ejemplos de regiones típicas para 15 las que se pueden proporcionar publicidad local incluyen ciudades, áreas metropolitanas, estados, regiones multiestado (por ejemplo, Nueva Inglaterra) etc. Una publicidad local típica para una de tales regiones puede ser para un minorista de automóviles, debido a que el minorista de automóviles usualmente sirve solo a ciertas regiones geográficas. Un ejemplo de un grupo de usuario especial para el que la publicidad local se proporciona es el grupo de usuario que se 20 asocian con todos los sistemas de cable de un operador de sistema de cable dado. Una publicidad local típica para este tipo de grupo puede ser una publicidad para un nuevo canal de sistema de cable o una oferta promocional.

La publicidad global se distribuye preferiblemente a todas las instalaciones de distribución de televisión 52 en un área global en paralelo. Por ejemplo, si las instalaciones de distribución de televisión 52 son cabeceras de sistemas de cable o grupos de cabeceras en varias ubicaciones alrededor del país y la conexión 53 es una conexión satelital, 25 una publicidad nacional para un automóvil puede ser transmitida a, por ejemplo, miles de cabeceras de sistemas de cable a través de satélite en sustancialmente el mismo tiempo. Tal distribución a gran escala hace eficiente el uso de las capacidades de distribución de datos en paralelo del sistema 44. La distribución en paralelo de datos globales por satélite es, sin embargo, solo una forma ilustrativa en la que los datos de publicidad global se pueden distribuir. Cualquier otra técnica de distribución de datos adecuada, que incluye esquemas de distribución de datos en serie 30 y esquemas de distribución de datos utilizando otros tipos de conexiones de comunicación, se pueden utilizar si se desea.

La publicidad local se puede proporcionar a instalaciones de distribución de televisión 52 para redistribución al equipo del usuario 54 utilizando un número de técnicas diferentes. Como se muestra en la Fig. 7, los datos de 35 publicidad local 74 se pueden transmitir desde la instalación principal 46 a la instalación de distribución de televisión 52 como parte de la misma corriente de datos global en la que se transmite los datos de publicidad global 76. Los datos de publicidad local para cada publicidad local tienen una dirección asociada 78. Cada dirección 78 define el destino de su publicidad local asociada. El destinatario es típicamente un área geográfica local tal como una ciudad o un estado, pero puede ser un tipo no geográfico de destino tal como todos los sistemas de cables operados por el mismo operador 40 de sistema de cable, todos los hogares con un cierto nivel de ingreso (como se determina, por ejemplo, por información del código zip u otra fuente adecuada), o cualquier otro criterio adecuado para definir un destino no global.

Otros datos 80 tal como los datos de lista de programa también se pueden transmitir en la corriente de datos global. Este tipo de esquema de distribución puede ser más apropiado para publicidad local que contiene gráficas y textos, 45 aunque la publicidad local que contiene video también se puede distribuir en esta forma si se desea.

Como se muestra en la Fig. 8, cada instalación de distribución de televisión tal como la instalación de distribución 52 se puede proporcionar con un filtro de publicidad local correspondiente 82. Cuando la instalación principal 46 transmite la corriente de datos global de la Fig. 7 a la instalación de distribución de televisión 52, el filtro 82 extrae la 50 publicidad local de la corriente de datos que se dirige al área local en la que la instalación de distribución de televisión 52 y su equipo de televisión de usuario asociado 54 se ubican o a un grupo de usuario asociados con una instalación de distribución de televisión 52. Por lo cual a los usuarios se les suministra publicidad local cuyo contenido se dirige a la ubicación geográfica del usuario o cuyo contenido se dirige al grupo propuesto de receptores de la publicidad local (como en el caso de una publicidad dirigida a todos los clientes de cable de un operador de sistema de cable particular, 55 etc.).

Como se muestra en la Fig. 9, el filtro se puede lograr utilizando un filtro 84 que se ubica en el equipo de televisión de usuario. Con la disposición de la Fig. 9, el decodificador 58 (Fig. 5) u otro de tales dispositivos en cada equipo de televisión de usuario 54 filtran toda la publicidad local que se dirige al equipo de televisión de usuario 54.

60

Si se desea, se pueden utilizar filtros en las instalaciones de distribución de televisión 52 y el equipo de televisión de usuario 54. Con tal una disposición, el filtro en cada instalación de distribución de televisión 52 puede proporcionar una primer capa de filtro y los filtros en el equipo de televisión de usuario 54 asociado con cada instalación de distribución de televisión 52 puede proporcionar una segunda capa de filtro.

65

Otra forma en la que se puede proporcionar a los usuarios la publicidad local se muestra en la Fig. 10. Como se muestra en la corriente de datos superior de la Fig. 10, la corriente de datos global transmitida desde la instalación principal 46 a la instalación de distribución a televisión 52 puede contener datos de publicidad global 82 y otros datos

86 tal como datos de guía de programa. Una porción del ancho de banda de la corriente de datos global se puede reservar para inserción posterior de datos de publicidad local. Por ejemplo, las ranuras tales como la ranura 88 se pueden reservar para inserción de datos. Los datos de publicidad local se insertan en la ranura 88 en la instalación de distribución de televisión 52. Los datos de publicidad local también se puede insertar en la corriente de datos global al 5 sobre escribir una publicidad global existente.

Después que se ha insertado la publicidad local en la corriente de datos global, la instalación de distribución de televisión 52 puede transmitir la corriente de datos inferior de la Fig. 10 al equipo de televisión de usuario 54, como se muestra en la Fig. 11. Como se muestra en la corriente inferior de la Fig. 10, los datos de publicidad local 90 se 10 han insertado al sobre escribir datos de publicidad global 84 y datos de publicidad local 92 que se han insertado en la ranura 88 que se invierte para inserción de una publicidad local. Debido a que la publicidad local se inserta en la corriente de datos en la instalación de distribución de televisión 52, la publicidad local que se proporciona al equipo de televisión de usuario 54 asociado con esa instalación de distribución de televisión 52 son apropiadas para la región 15 geográfica del usuario, y en general no se requiere filtro en el equipo de televisión de usuario 54 si la publicidad local está destinada a todos los usuarios en esa región. Si la publicidad local está destinada a un cierto subconjunto de usuarios en esa región geográfica (por ejemplo, todos los usuarios con un trato demográfico particular tal como un nivel de ingresos dados), se puede utilizar filtro adicional en el equipo de televisión de usuario 54. Si se desea, se 20 puede proporcionar publicidad local al usuario en una corriente de datos separada transmitida desde la instalación de distribución de televisión en paralelo con la corriente de datos global, como se muestra en la Fig. 12.

Las Figs 11 y 12 muestran cómo un computador 94 en la instalación de distribución de televisión se puede utilizar 25 para proporcionar los datos locales. El computador 94 se puede utilizar para implementar o manejar una base de datos de publicidad tal como la base de datos de publicidad 57 de la Fig. 5. La publicidad local se puede ser recogida de bases de datos de publicidad 57 por el computador 94 según se necesite para la transmisión al equipo de televisión de usuario 54.

La guía de programa implementada en el equipo de televisión 54 puede presentar publicidad local al usuario en un número diferente de formas. Por ejemplo, la guía de programa puede presentar inicialmente una pantalla de guía de programa tal como la pantalla de guía de programa 95, que se muestra como la pantalla superior en la Fig. 13. La 30 pantalla guía de programa 95 contiene el listado de programa de la región 96, que contiene una rejilla, lista, o tabla de listados de programas. La pantalla de guía de programa 95 también contiene logos 98 y publicidad de panel global 100. Un usuario puede, por ejemplo, seleccionar uno de publicidad global 100 al posicionar un resalte tal como el resalte 102 en una publicidad deseada con teclas de cursos de control remoto y presionar un botón de control remoto OK. En respuesta, la guía de programa puede presentar una publicidad local asociada 104, como se muestra en la 35 pantalla inferior de la Fig. 13.

Las etapas involucradas en la presentación de la publicidad local 104 de la Fig. 13 al usuario se muestran en la Fig. 40 14. En la etapa 106, la guía de programa presenta una publicidad local en la guía de programa sobre una pantalla de guía de programa adecuada. En la etapa 108, la guía de programa proporciona al usuario la oportunidad de seleccionar la publicidad global. En la etapa 110, después que el usuario ha seleccionado la publicidad global deseada, la guía de 45 programa presenta una publicidad local correspondiente que tiene contenido que se puede relacionar con el contenido de la publicidad global seleccionada.

Otra disposición para presentar la publicidad local se muestra en la Fig. 15. La pantalla guía de programa superior 50 de la Fig. 15 contiene listas de programa de región 112 y anuncios publicitarios globales 114 y 116. Periódicamente, la publicidad local se presenta en lugar de los anuncios publicitarios globales. Por ejemplo, como se muestra en la pantalla de guía de programa inferior de la Fig. 15, la publicidad local 118 se ha presentado en lugar de la publicidad global 116. El contenido de publicidad local 118 de puede relacionar con el contenido de la publicidad global 116 si se desea.

Las etapas involucradas en la presentación de publicidad local que utilizan la disposición de la Fig. 15 se muestran 55 en la Fig. 16. En la etapa 120, la guía de programa presenta una publicidad global. En la etapa 122, la guía de programa presenta una publicidad local. La publicidad local se puede presentar en lugar de la publicidad global como se muestra en la Fig. 15. En la etapa 124, el ciclo se repite (es decir publicidad global 116 se presenta en lugar de la publicidad local 118 en la Fig. 15, etc.). Alternativamente, una publicidad diferente (global o local) se puede presentar en la etapa 124.

Las disposiciones de la Figs. 13 y 15 son solo de ilustración. Cualquier disposición adecuada se puede utilizar 60 para presentar publicidad local. Por ejemplo, no es necesario presentar publicidad local en conjunto con publicidad global. La publicidad local se puede presentar completamente por su propia cuenta (por ejemplo de acuerdo con un cronograma predeterminado u otra disposición adecuada). Más aún, la publicidad global y local se puede presentar en cualquier formato deseado, que incluye el formato de publicidad de panel de la Fig. 13, el formato de anuncio publicitario de la Fig. 15, o cualquier otro formato adecuado. Se puede seleccionar ambas publicidades la global y la local.

Si tal publicidad se puede seleccionar, se le puede dar al usuario la oportunidad de comprar un producto o servicio 65 publicitado. El usuario puede colocar una orden para un producto al seleccionar una publicidad, puede pedir un catálogo al seleccionar una publicidad, puede generar un cupón al seleccionar una publicidad, puede pedir una llamada

telefónica de un vendedor al seleccionar una publicidad, puede pedir información sobre como contactar un vendedor en una tienda local al seleccionar una publicidad, etc. esos ejemplos son solo de ilustración. Cualquier tipo adecuado de producto o servicio se puede promover u ordenar utilizando una publicidad seleccionable si se desea.

5 También se puede proporcionar al usuario la oportunidad de comprar programas al seleccionar una publicidad. Por ejemplo, se puede proporcionar al usuario la oportunidad de impulsar la compra de un programa de pago por ver. También se puede proporcionar al usuario la oportunidad de comprar un programa de video por demanda o un programa de casi video por demanda. Estos ejemplos son solo de ilustración. El usuario puede comprar cualquier tipo adecuado de programación al seleccionar una publicidad seleccionable si desea.

10 15 Adicionalmente, se puede proporcionar al usuario la oportunidad de configurar un recordatorio para un programa particular cuando el usuario selecciona una publicidad seleccionable para un programa. La guía de programa también se puede dirigir para tomar otras acciones en la guía de programa cuando el usuario selecciona una publicidad seleccionable. Por ejemplo, la guía de programas se puede dirigir para grabar un programa dado cuando el usuario selecciona una publicidad para ese programa. Esos ejemplos son de ilustración, la guía de programa se puede dirigir para tomar cualquier acción adecuada en la guía de programa cuando el usuario selecciona una publicidad seleccionable si desea.

20 25 Como se ilustra en la Fig. 15, se puede presentar una publicidad local (en la etapa 126) para la cual no hay publicidad global correspondiente. Este tipo de publicidad local puede ser particularmente adecuada para negocios de publicidad con una región de interés geográfica pequeña (por ejemplo, la pizzería de Joe). Si se desea publicitar un producto o servicio que tenga una aparición más nacional, pero que tiene un aspecto correspondiente que requiera una promoción más localizada (por ejemplo, una marca de automóviles que desean promover varios minoristas), entonces en la etapa 128 se puede presentar una publicidad global adecuada y se puede presentar una publicidad local correspondiente mediante la guía de programa en la etapa 130 (después, por ejemplo, el usuario selecciona la publicidad global).

30 35 Otro aspecto de la invención se relaciona con promover publicidad con etiquetas de contenido de tal manera que los usuarios u operadores de las instalaciones de distribución de televisión pueden bloquear cierta publicidad basada en su contenido. Esto puede ser útil cuando cierta publicidad (por ejemplo publicidad para programación de adultos) ofende la sensibilidad del usuario particular o la comunidad. Como se muestra en la Fig. 18, se proporciona publicidad con etiquetas de contenido en la etapa 132 (por ejemplo, en la base de datos de publicidad 50 en la instalación principal 46). Las etiquetas de contenido adecuadas incluyen etiquetas para lenguaje gráfico, violencia, y contenido sexual. Si se desea, se pueden proporcionar etiquetas de género (por ejemplo, etiquetas que identifican el contenido de la publicidad al programar géneros tal como comedia, deportes, películas, etc.). También se pueden proporcionar etiquetas que identifican el contenido de la publicidad por la materia objeto tal como mejora del hogar, automóviles, prendas, equipo deportivo, calzado, fotografía, electrónicos, instrumentos musicales, libros, etc.

40 En la etapa 134, la publicidad con etiquetas de contenido se distribuyen por el sistema 53. La publicidad con el contenido indeseado se bloquea en la etapa 136. Si se desea, una publicidad local adecuada, publicidad local, o mensaje de respaldo (por ejemplo, una pantalla en blanco o una publicidad para un proveedor de servicios (se puede presentar mediante la guía de programa en lugar de la publicidad bloqueada en la etapa 138. La publicidad presentada en lugar de una publicidad que se bloquea debido a que esta parece ofensiva contiene preferiblemente material inofensivo.

45 50 La distribución y el bloqueo de las etapas 134 y 136 se pueden desarrollar utilizando cualquier disposición adecuada. Por ejemplo, la publicidad con etiquetas de contenido se puede distribuir en una o más corrientes de datos al equipo de usuario de televisión 54 mediante la instalación principal 46 y las instalaciones de distribución de televisión 52 y la publicidad indeseada se puede filtrar de tal corriente de datos o corrientes en el equipo de televisión de usuario 54. Otro método es para las instalaciones de distribución de televisión 52 para desarrollar filtro de la publicidad indeseada. Estos métodos solo son de ilustración. Cualquier método adecuado se puede utilizar para bloquear la publicidad basada en contenido si se desea. Por ejemplo, el equipo de televisión de usuario puede bloquear publicidad basada en una búsqueda de palabras claves (por ejemplo, para palabras de lenguaje gráfico en el contexto de la publicidad o para palabras basadas en un elemento de interés), a diferencia de basarse en etiquetas de contenido suministradas en la instalación principal 46.

55 En la etapa 140, el usuario, operador del sistema, u otra entidad pueden seleccionar el criterio de bloqueo (filtro) a ser utilizado en la etapa 136. Por ejemplo, el operador del sistema puede bloquear toda la publicidad para programación de adultos. El usuario puede bloquear toda la publicidad con lenguaje gráfico. El usuario también puede permitir selectivamente publicidad para equipo electrónico a ser presentado al seleccionar la categoría de equipo electrónico. 60 Si el usuario selecciona una categoría tal como una categoría de equipo electrónico, en la etapa 136 se bloquea toda la publicidad excepto aquella con un contenido (como se indica por las etiquetas de contenido, búsqueda de palabras claves, u otra técnica adecuada) que se relaciona con el equipo.

65 Otro aspecto de la invención se relaciona con la publicidad de ciertos cambios de tiempo. En algunas circunstancias puede ser deseable para una publicidad cambiar de tiempo, de tal manera que puede alcanzar mejor su audiencia propuesta. Por ejemplo, un programa de televisión de red se puede emitir a las 8:00 PM hora este y 7:00 PM hora oeste (aunque la hora este y la hora oeste son dos zonas de tiempo aparte). si se distribuye una publicidad nacionalmente se emite al aire antes de las 8:00 PM hora este (por ejemplo 7:55 PM hora este), esa publicidad (sin no cambia de tiempo)

saldrá al aire a las 5:55 PM hora oeste. Esto puede ser indeseable, debido a que la publicidad en las 5:55 PM para un programa de televisión de 7:00 PM puede no ser tan efectivo como una publicidad a la 6:55 PM para un programa de televisión de la 7:00 PM. De acuerdo con lo anterior en esta situación puede ser deseable retrasar (cambiar el tiempo) de la presentación de la publicidad de tiempo oeste de 5: 55 PM hasta la hora oeste 6:55 PM.

5 Las etapas involucradas en el cambio de tiempo de la publicidad se muestran en la etapa la Fig. 19. En la etapa 142, se distribuye la publicidad global. En aquellas zonas de tiempo en la que se desea cambiar el tiempo a una publicidad global dada, la publicidad se puede almacenar temporalmente (por ejemplo, en la base de datos de publicidad 57 de la instalación de distribución de televisión 52) en la etapa 144. Cualquier parte, la publicidad global se puede presentar 10 normalmente. En la etapa 146, se presenta publicidad con tiempo cambiado por la guía de programa (por ejemplo, ellos se transmite desde la base de publicidad 57 en la instalación de distribución de televisión 52 al equipo de televisión de usuario 54 y presenta la guía de programa de televisión 62).

15 Otro aspecto de la invención se relaciona con la implementación de políticas relacionadas con el uso de la publicidad por las instalaciones de distribución 52. por ejemplo, se puede ser deseable prohibir a las instalaciones distribución de televisión 52 cambiar el horario de cierta publicidad. También puede ser deseable prohibir a las instalaciones de distribución de televisión 52 modificar una publicidad dada (por ejemplo, al sobre escribir la publicidad o al proporcionar una publicidad local correspondiente).

20 Como se muestra en la Fig. 20, el sistema 44 facilita la entrada en vigor de las políticas de uso de publicidad al proporcionar publicidad con información que define como se pueden utilizar aquella publicidad (es decir, información de uso de publicidad) en la etapa 148. Las políticas de uso de la publicidad pueden entrar en vigencia en la etapa 150, cuando las instalaciones de distribución de televisión 52 intentan cambiar el horario de cierta publicidad y modificar cierta publicidad (por ejemplo, al intentar sobreescribir tal publicidad o al intentar proporcionar publicidad local 25 correspondiente).

30 Un método de ilustración para implementar las etapas de la Fig. 20 is se muestran la Fig. 21. En la etapa 152, se proporciona publicidad con etiquetas de políticas de uso (por ejemplo, en la base de datos de publicidad 50 en la instalación principal 46). Las etiquetas de políticas indican cómo se puede utilizar la publicidad (por ejemplo, si la publicidad se puede cambiar de horario o modificar al sobreescribir o al proporcionar una publicidad local correspondiente, etc.). En la etapa 154, la publicidad con sus etiquetas de políticas de uso se distribuyen a las instalaciones de distribución de televisión 52. En la etapa 156, las instalaciones de distribución de televisión 52 distribuyen la publicidad para presentar la guía de programa sobre el equipo de televisión de usuario 54 de acuerdo con las políticas de uso de publicidad definidas por las etiquetas de política. Por ejemplo, si una publicidad tiene una etiqueta de política 35 acompañante que indica que no se permite cambio de horario para esa publicidad, una instalación de distribución de televisión 52 que desearía de otra forma cambiar el horario de esa publicidad no se le permitiría desarrollar tal operación de cambio de horario, sino que distribuiría la publicidad a el equipo de televisión del 54 normalmente.

40 Otro método para implementar las etapas de la Fig. 20 se muestran la Fig. 22. En la etapa 158, la instalación principal 46 distribuye un mensaje de política de uso de publicidad a las instalaciones de distribución de televisión 52 que definen las políticas de uso para varias publicidades. En la etapa 160, las instalación de de distribución de televisión 52 distribuyen la publicidad para presentar la guía de programa en un equipo de televisión de usuario 54 de acuerdo con las políticas de uso de publicidad definidas por el mensaje de política. por ejemplo, si el mensaje de política indica que no se puede cambiar la publicidad, una instalación de distribución de televisión 52 que de otra 45 forma desearía cambiar el horario de esa publicidad no se le permitiría desarrollar tal operación de cambio de horario, pero distribuiría la publicidad al equipo de televisión de usuario 54 normalmente.

50 Lo anterior es únicamente de ilustración de los principios de esta invención y se pueden hacer varias modificaciones por aquellos expertos en la técnica sin apartarse del alcance de la invención.

55 Se proporciona aquí un sistema en el que se distribuye publicidad local al equipo de televisión de usuario en el que implementa una guía de programación de televisión interactiva, que comprende:

Medios para distribuir la publicidad local al equipo de televisión de usuario; y

55 Medios para presentar la publicidad local con la guía de programa de televisión interactiva.

60 Los Medios para distribuir la publicidad local pueden comprender adicionalmente medios para transmitir la publicidad local desde una instalación de distribución de televisión al equipo de televisión del usuario.

65 Medios para distribuir la publicidad local pueden comprender adicionalmente medios para transmitir la publicidad local a una instalación de distribución de televisión como parte de una corriente de datos global.

65 Medios para distribuir la publicidad local pueden comprender adicionalmente medios para transmitir la publicidad local a una instalación de distribución de televisión como parte de una corriente de datos global que contiene publicidad global.

ES 2 334 349 T3

Los medios para distribuir la publicidad local pueden comprender adicionalmente:

Medios para transmitir la publicidad local a una instalación de distribución de televisión como parte de una corriente de datos global; y

5 Medios para transmitir la publicidad local desde una instalación de distribución de televisión al equipo de televisión del usuario.

10 Los medios para distribuir la publicidad local pueden comprender adicionalmente:

Medios para transmitir una corriente de datos global a una instalación de distribución de televisión;

15 Medios para insertar la publicidad local dentro de la corriente de datos global en las instalaciones de distribución de televisión; y

Medios para transmitir la publicidad local desde la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión del usuario como parte de la corriente de datos global.

20 Los Medios para distribuir la publicidad local pueden comprender adicionalmente:

Medios para transmitir una corriente de datos global que contiene publicidad global a una instalación de distribución de televisión;

25 Medios para insertar la publicidad local, en la corriente de datos global en la instalación de distribución de televisión; y

30 Medios para transmitir la publicidad local desde la instalación de distribución de televisión al equipo de distribución del usuario como parte de la corriente de datos global.

Los medios para distribuir la publicidad local pueden comprender adicionalmente:

35 Medios para transmitir una corriente de datos global que contiene publicidad global a una instalación de distribución de televisión;

Medios para insertar la publicidad local en la corriente de datos global al sobreescribir la publicidad global en la instalación de distribución de televisión; y

40 Medios para transmitir la publicidad local de la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario como parte de la corriente de datos global.

45 Los medios para distribuir la publicidad local pueden comprender adicionalmente:

Medios para transmitir una corriente de datos global que contiene un ancho de banda reservado para publicidad local para instalación de distribución de televisión;

50 Medios para insertar la publicidad local dentro de la corriente de datos global en el ancho de banda reservado en la instalación de distribución de televisión; y

Medios para transmitir la publicidad local de instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario como parte de la corriente de datos global.

55 Los medios para distribuir la publicidad local pueden comprender adicionalmente:

Medios para transmitir una corriente de datos global que contiene ranuras reservadas para publicidad local para una instalación de distribución de televisión;

Medios para insertar la publicidad local en la corriente de datos global en las ranuras reservadas en la instalación de distribución de televisión; y

65 Medios para transmitir la publicidad local de la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario como parte de la corriente global.

ES 2 334 349 T3

Los medios para distribuir la publicidad local pueden comprender adicionalmente:

Medios para transmitir una corriente de datos global que contiene publicidad global y que tiene un ancho de banda reservado para publicidad local para una instalación de distribución de televisión;

5 Medios para insertar la publicidad local dentro de la corriente de datos global en el ancho de banda reservado en la instalación de distribución de televisión; y

10 Medios para transmitir la publicidad local y la publicidad global de la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario como parte de la corriente de datos global.

Los medios para distribuir la publicidad local pueden comprender adicionalmente:

15 Medios para transmitir una corriente de datos global que contiene publicidad global a una instalación de distribución;

Medios para transmitir la corriente de datos global de la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario; y

20 Medios para transmitir la publicidad local de la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario como una corriente de datos separada de la corriente de datos global.

25 Los medios para distribuir la publicidad local pueden comprender adicionalmente:

Medios para transmitir publicidad global en una instalación de distribución de televisión;

30 Medios para proporcionar publicidad local a la instalación de distribución de televisión; y

Medios para transmitir la publicidad global y la publicidad local de la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario.

35 Los medios para distribuir la publicidad local pueden comprender adicionalmente:

Medios para transmitir publicidad global e información de guía de programa a una instalación de distribución de televisión;

40 Medios para proporcionar publicidad local en la instalación de distribución de televisión; y

Medios para transmitir la información de guía de programa, la publicidad global y la publicidad local desde la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario.

45 Para los casos en que los datos de guía de programa y la publicidad global se almacena en una instalación principal, los medios para distribuir la publicidad local pueden comprender adicionalmente:

50 Medios para transmitir los datos de guía de programa y publicidad global de una instalación principal a una instalación de distribución de televisión;

Medios para proporcionar publicidad local en la instalación de distribución de televisión; y

55 Medios para transmitir los datos guías de programa, la publicidad global y la publicidad local de la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario.

Los medios para presentar la publicidad local con la guía de programa de televisión interactiva pueden comprender adicionalmente:

60 Los medios para presentar una publicidad global que se puede seleccionar por un usuario con la guía de programa de televisión interactiva;

65 Medios para presentar una publicidad local correspondiente con el contenido relacionado con el contenido de la publicidad global siempre que un usuario seleccione la publicidad global.

ES 2 334 349 T3

Los medios para presentar la publicidad local con la guía de programa de televisión interactiva pueden comprender adicionalmente:

5 Medios para presentar una publicidad global que se puede seleccionar por un usuario con la guía de programa de televisión interactiva; y

Medios para presentar publicidad local de pantalla completa correspondiente siempre que el usuario seleccione la publicidad global.

10 Los medios para presentar la publicidad local con la guía de programa de televisión interactiva pueden comprender adicionalmente:

15 Medios para presentar publicidad global con la guía de programa de televisión interactiva; y

Medios para sentar en ciclos la publicidad global y la publicidad local.

20 Los medios para presentar la publicidad local con la guía de programas de televisión interactiva pueden comprender adicionalmente:

Medios para presentar anuncios publicitarios globales con la guía de programa de televisión interactiva; y

Medios para sentar en ciclo los anuncios publicitarios globales y la publicidad local.

25 El sistema puede comprender medios para presentar publicidad global con la guía de programa de televisión interactiva.

El sistema puede comprender adicionalmente presentar una lista de programas de región con la guía de programa de televisión interactiva.

El sistema puede comprender adicionalmente:

35 Medios para presentar publicidad global con la guía de programa de televisión interactiva; y

Medios para presentar una lista de programas de región.

40 Los medios para distribuir la publicidad local pueden comprender adicionalmente:

Medios para transmitir publicidad global e información de guía de programa a una instalación de distribución de televisión;

45 Medios para proporcionar publicidad local en la instalación de distribución de televisión;

Medios para transmitir la información de guía de programa, publicidad global, y la publicidad local desde la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario;

50 Medios para presentar la publicidad global con la guía de programa de televisión interactiva; y

Medios para presentar una lista de programas de región que contiene la información de guías de programas con la guía de programa de televisión interactiva.

55 También se proporciona aquí un método para utilizar un sistema en el que la publicidad local se distribuye al equipo de televisión del usuario sobre el que implementa una guía de programa de televisión interactiva, que comprende las etapas de:

60 Distribuir la publicidad local al equipo de televisión del usuario; y

Presentar la publicidad local con la guía de programa de televisión interactiva.

65 La etapa de distribuir la publicidad local puede comprender adicionalmente la etapa trasmítir la publicidad local desde una instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario.

La etapa de distribuir la publicidad local puede comprender adicionalmente la etapa trasmítir la publicidad local a una instalación de distribución de televisión como parte de una corriente de datos global.

ES 2 334 349 T3

La etapa de distribuir la publicidad local puede comprender adicionalmente la etapa trasmitir la publicidad local a una instalación de distribución de televisión como parte de una corriente de datos global que contiene publicidad global.

5 La etapa de distribuir la publicidad local puede comprender adicionalmente la etapa: trasmitir la publicidad local a una instalación de distribución de televisión como parte de una corriente de datos global; y

Transmitir la publicidad local de la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario.

10 La etapa de distribuir la publicidad local puede comprender adicionalmente la etapa de: trasmitir una corriente de datos global a una instalación de distribución de televisión;

Insertar la publicidad local en la corriente de datos global en la instalación de distribución de televisión; y

15 Transmitir la publicidad local de la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario como parte de la corriente de datos global.

La etapa de distribuir la publicidad local puede comprender adicionalmente la etapa de:

20 Trasmitir una corriente de datos global que contiene publicidad global a una instalación de distribución de televisión;

Insertar la publicidad local dentro de la corriente de datos global en la instalación de distribución de televisión; y

25 Transmitir la publicidad local desde la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario como parte de la corriente de datos global.

La etapa de distribuir la publicidad local puede comprender adicionalmente la etapa de:

30 Trasmitir una corriente de datos global que contiene publicidad global a una instalación de distribución de televisión;

35 Insertar la publicidad local dentro de la corriente de datos global en la instalación de distribución de televisión al sobreescribir la publicidad global; y

Transmitir la publicidad local desde la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario como parte de la corriente de datos global.

40 La etapa de distribuir la publicidad local puede comprender adicionalmente las etapas de:

Trasmitir una corriente de datos global que contiene un ancho de banda reservado para publicidad local a una instalación de distribución de televisión;

45 Insertar la publicidad local dentro de la corriente de datos global en el ancho de banda reservado en la instalación de distribución de televisión; y

50 Transmitir la publicidad local desde la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario como parte de la corriente de datos global.

La etapa de distribuir la publicidad local puede comprender adicionalmente las etapas de:

55 Trasmitir una corriente de datos global que contiene ranuras reservadas para publicidad local a una instalación de distribución de televisión;

Insertar la publicidad local dentro de la corriente de datos global en las ranuras reservadas en la instalación de distribución de televisión; y

60 Transmitir la publicidad local desde la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario como parte de la corriente de datos global.

La etapa de distribuir la publicidad local puede comprender adicionalmente las etapas de:

65 Trasmitir una corriente de datos global que contiene publicidad global y que tiene un ancho de banda reservado para la publicidad local a una instalación de distribución de televisión;

ES 2 334 349 T3

Insertar la publicidad local dentro de la corriente de datos global en el ancho de banda reservada en la instalación de distribución de televisión; y

5 Transmitir la publicidad local y la publicidad global desde la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario como parte de la corriente de datos global.

La etapa de distribuir la publicidad local puede comprender adicionalmente:

10 La etapa de trasmitir una corriente de datos global que contiene publicidad global a una instalación de distribución de televisión;

La etapa de transmitir la corriente de datos global de la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario; y

15 La etapa de transmitir la publicidad local desde la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario como una corriente de datos separada desde la corriente de datos global.

20 La etapa de distribuir la publicidad local puede comprender adicionalmente las etapas de:

Trasmitir publicidad global a una instalación de distribución de televisión;

25 Proporcionar publicidad local en la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario; y

Transmitir la publicidad global y la publicidad local desde la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario.

30 La etapa de distribuir la publicidad local puede comprender adicionalmente las etapas de:

Trasmitir publicidad global y la información de guía de programa a una instalación de distribución de televisión;

35 Proporcionar publicidad local en la instalación de distribución de televisión; y

Transmitir la información de guía de programa, la publicidad global, y la publicidad local desde la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario.

40 En los casos en que los datos de guía de programa y la publicidad global se almacena en una instalación principal, la etapa de distribuir la publicidad local puede comprender las etapas de:

Transmitir los datos de guía de programa y publicidad global desde la instalación principal a una instalación de distribución de televisión;

45 Proporcionar publicidad local en la instalación de distribución de televisión; y

Transmitir los datos guías de programa, la publicidad global y la publicidad local desde la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario.

50

La etapa de presentar la publicidad local con la guía de programa de televisión interactiva pueden comprender adicionalmente las etapas de:

55 Presentar una publicidad global que se puede seleccionar por un usuario con el programa de televisión interactiva;

Presentar una publicidad local correspondiente con el contenido relacionado con el contenido de la publicidad global siempre que un usuario seleccione la publicidad global.

60

La etapa de presentar la publicidad local con la guía de programa de televisión interactiva puede comprender adicionalmente las etapas de:

65 Presentar una publicidad global que se puede seleccionar por un usuario con la guía de programa de televisión interactiva; y

Presentar publicidad local de pantalla completa correspondiente siempre que el usuario seleccione la publicidad global.

ES 2 334 349 T3

La etapa de presentar la publicidad local con la guía de programa de televisión interactiva puede comprender adicionalmente las etapas de:

- 5 Presentar publicidad global con la guía de programa de televisión interactiva; y
 Presentar en ciclos la publicidad global y la publicidad local.

10 La etapa de presentar la publicidad local con la guía de programas de televisión interactiva puede comprender adicionalmente las etapas de:

- 15 Presentar anuncios publicitarios globales con la guía de programa de televisión interactiva; y
 Presentar en ciclos los anuncios de publicidad globales y la publicidad local.
20 El método puede comprender adicionalmente la etapa de presentar publicidad global con la guía de programa de televisión interactiva.
 El método puede comprender adicionalmente la etapa de presentar una lista de programas de región con la guía de programa de televisión interactiva.

25 El método puede comprender adicionalmente las etapas de:
 Presentar publicidad global con la guía de programa de televisión interactiva; y
 Presentar un listado de programas de región con la guía de programas de televisión interactiva.
30 La etapa de distribuir la publicidad local pueden comprender adicionalmente las etapas de:
 Transmitir publicidad global y la información de guía de programa a una instalación de distribución de televisión;
 Proporcionar publicidad local en la instalación de distribución de televisión;
35 Transmitir la información de guía de programa, publicidad global, y la publicidad local desde la instalación de distribución de televisión al equipo de televisión de usuario;
 Presentar la publicidad global con la guía de programa de televisión interactiva; y
40 Presentar una lista de programas de región que contiene la información de guías de programas con la guía de programa de televisión interactiva.

45 También se proporciona aquí un sistema en el que instalación de distribución de televisión se utiliza para distribuir la publicidad al equipo de televisión del usuario en el que implementa una guía de programa de televisión interactiva, que comprende:
 Medios para distribuir la publicidad a la instalación de distribución de televisión;
50 Medios para cambiar el horario en por lo menos alguna publicidad con la instalación de distribución de publicidad de televisión; y
 Medios para presentar la publicidad con cambio de horario con la guía de programa de televisión interactiva.

55 De acuerdo con otro aspecto, también se proporciona aquí un sistema en el que la instalación de distribución de televisión se utiliza para distribuir publicidad a equipo de televisión de usuario sobre el que se implementa la guía de programa de televisión interactiva, que comprende:
 Medios para proporcionar la publicidad con información de uso publicitario; y
 Medios para entrar en vigencia una política de uso de publicidad en la instalación de distribución de televisión basado en la información de uso publicitario.
60 Los medios para proporcionar la publicidad con la información de uso publicitario pueden comprender medios para proporcionar la publicidad con indicadores de política de uso en una instalación principal.

ES 2 334 349 T3

Los medios para entrar en vigencia la política de uso de publicidad pueden comprender medios para distribuir y presentar la publicidad de acuerdo con los indicadores de políticas.

5 Los medios para proporcionar publicidad con información de uso publicitario pueden comprender medios para distribuir un mensaje de política de uso publicitario a la instalación televisión.

Los medios para entrar en vigencia la política de uso de publicidad pueden comprender medios para distribuir y presentar la publicidad de acuerdo con un mensaje de política de uso publicitario.

10 También se proporciona aquí un método correspondiente para utilizar un sistema en el que se utiliza la instalación de distribución de televisión para distribuir publicidad al equipo de televisión de usuario sobre el que se implementa la guía de programa de televisión interactiva, que comprende las etapas de:

15 Proporcionar la publicidad con información de uso publicitario; y

Hacer entrar en vigencia una política de uso de publicitario en la instalación de distribución de televisión basado en la información de uso publicitario.

20 La etapa de proporcionar la publicidad con información de uso publicitario puede comprender la etapa de proporcionar la publicidad con indicadores de política de uso en una instalación principal.

La etapa de hacer entrar en vigencia la política de uso publicitario puede comprender la etapa de distribuir y presentar la publicidad de acuerdo con los indicadores de política.

25 La etapa de proporcionar la publicidad con la información de uso publicitario puede comprender la etapa distribuir un mensaje de política de uso publicitario a la instalación de distribución de televisión.

30 La etapa de hacer entrar en vigencia la política de uso publicitario puede comprender la etapa de distribuir y presentar la publicidad de acuerdo con un mensaje de política de uso publicitario.

35

40

45

50

55

60

65

REIVINDICACIONES

5 1. Un sistema en el que se distribuye publicidad al equipo de televisión de usuario sobre el que se implementa la guía de programa de televisión interactiva, que comprende:

medios para distribuir la publicidad con etiquetas de contenido que indican el contenido de la publicidad al equipo de televisión de usuario;

10 medios para que un usuario seleccione bloquear criterios que especifican etiquetas de contenido indeseadas;

medios para bloquear la publicidad que tiene etiquetas de contenido indeseadas; y

15 medios para presentar publicidad que no se bloquea en el equipo de televisión de usuario con la guía de programa de televisión interactiva.

15 2. El sistema definido en la reivindicación 1 que comprende adicionalmente:

Medios para presentar solo aquella publicidad con etiquetas de contenido deseadas.

20 3. El sistema definido en la reivindicación 1 en donde las etiquetas de contenido indican uno del grupo de lenguaje gráfico, violencia, y contenido sexual.

25 4. El sistema definido en la reivindicación 1 que comprende adicionalmente medios para presentar la información en lugar de aquella publicidad que se bloquea.

25 5. El sistema definido en la reivindicación 1 que comprende adicionalmente medios para presentar una publicidad de respaldo en lugar de la publicidad que se bloquea.

30 6. Un método para utilizar un sistema en el que la publicidad se distribuye al equipo de televisión de usuario sobre el que se implementa la guía de programa de televisión interactiva, que comprende las etapas de:

35 distribuir la publicidad con etiquetas de contenido que indica el contenido de la publicidad al equipo de televisión de usuario;

35 permitir a un usuario el criterio de bloquear específicamente las etiquetas de contenido indeseadas;

bloquear la publicidad que tiene etiquetas de contenido indeseadas; y

40 presentar publicidad que no se bloquea en el equipo de televisión de usuario con la guía de programa de televisión interactiva.

40 7. El método definido en la reivindicación 6 que comprende adicionalmente la etapa de presentar solo aquella publicidad con las etiquetas de contenido deseadas.

45 8. El método definido en la reivindicación 6 en donde las etiquetas de contenido indican uno del grupo de: lenguaje gráfico, violencia, y contenido sexual.

45 9. El método definido en la reivindicación 6 que comprende adicionalmente la etapa de presentar información en el lugar de aquella publicidad que se bloquea.

50 10. El método definido en la reivindicación 6 que comprende adicionalmente la etapa de presentar una publicidad de respaldo en lugar de aquella publicidad que se bloquea.

55

60

65

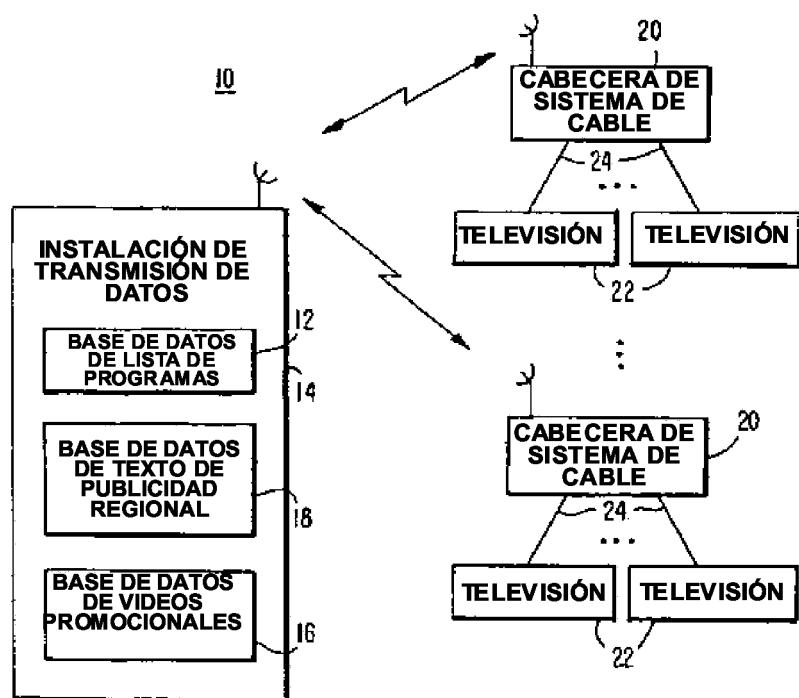


FIG. 1
TÉCNICA ANTERIOR

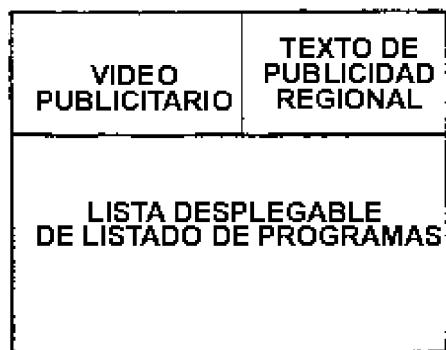


FIG. 2
TÉCNICA ANTERIOR

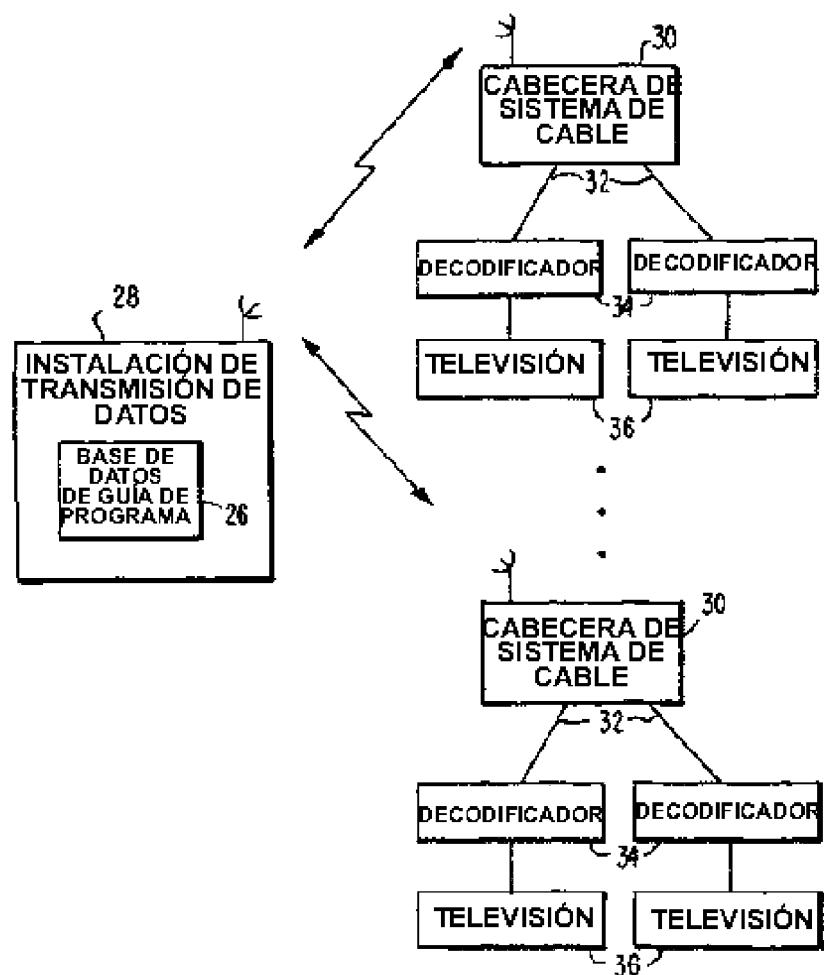


FIG. 3
TÉCNICA ANTERIOR

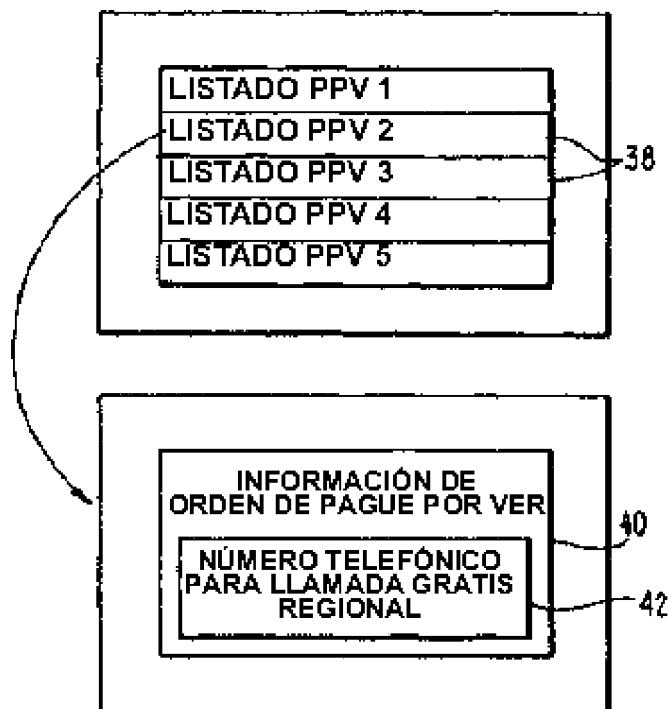


FIG. 4
TÉCNICA ANTERIOR

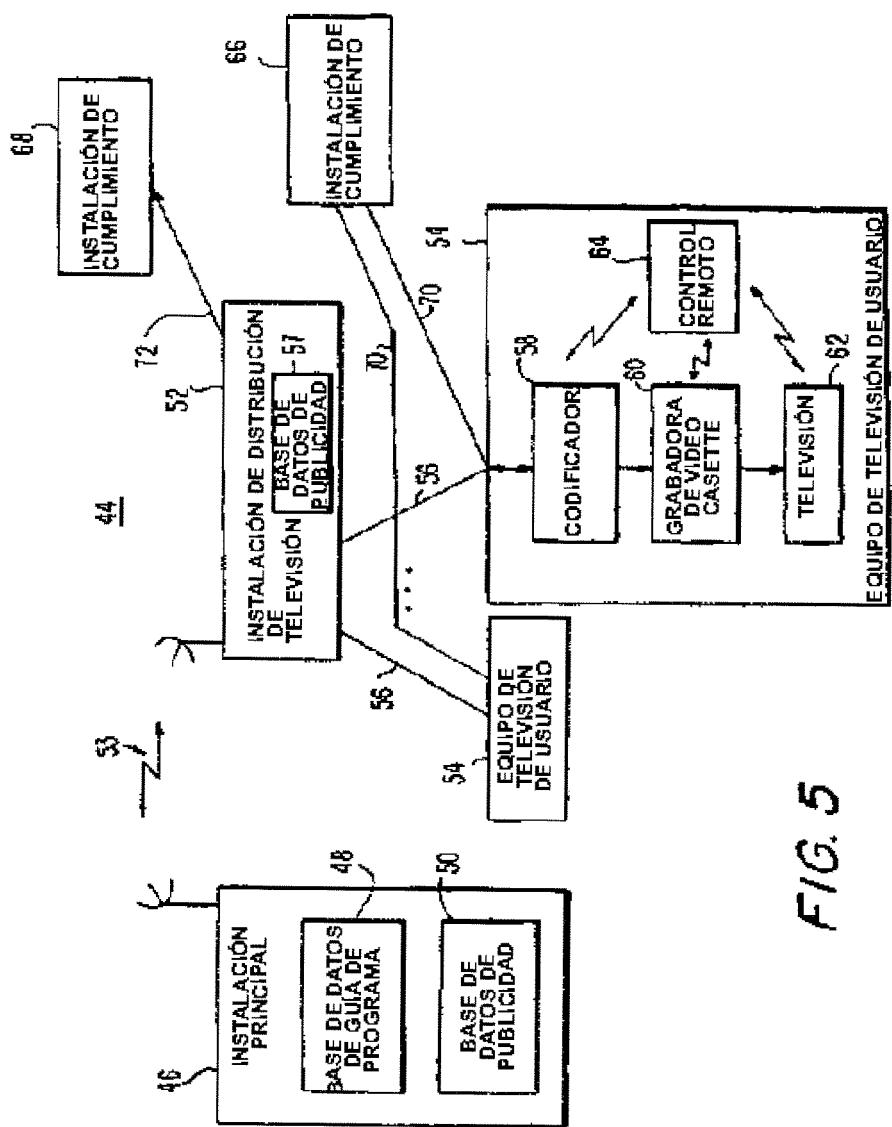


FIG. 5

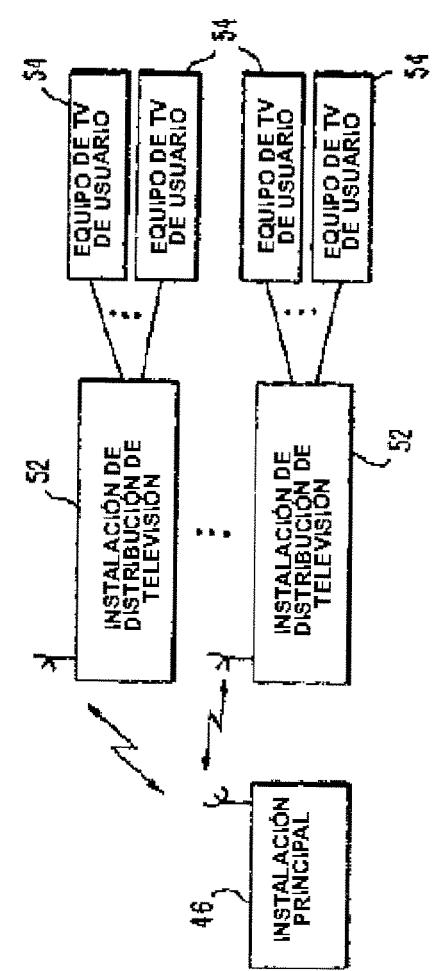


FIG. 6

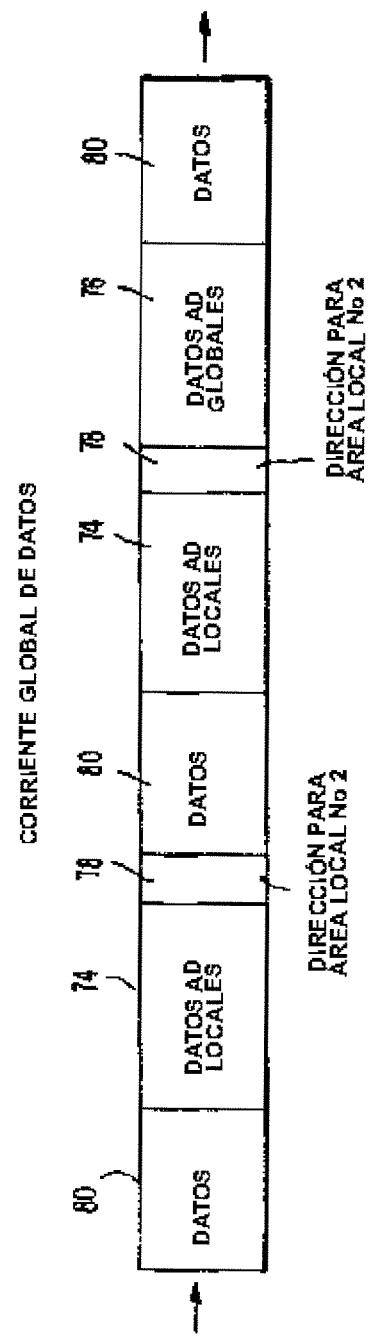


FIG. 7

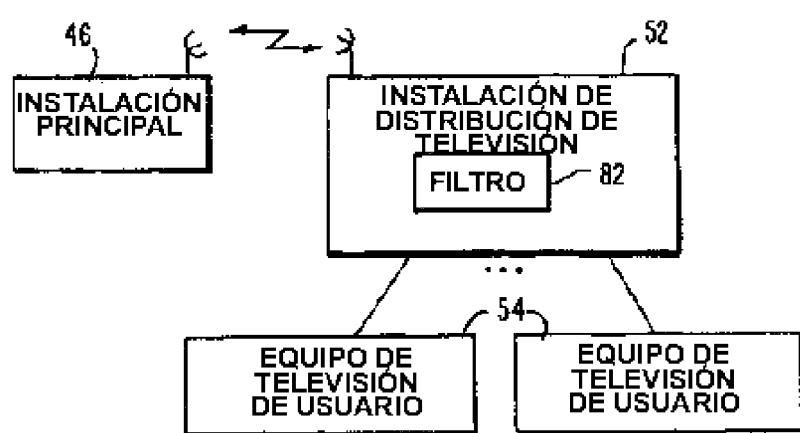


FIG. 8

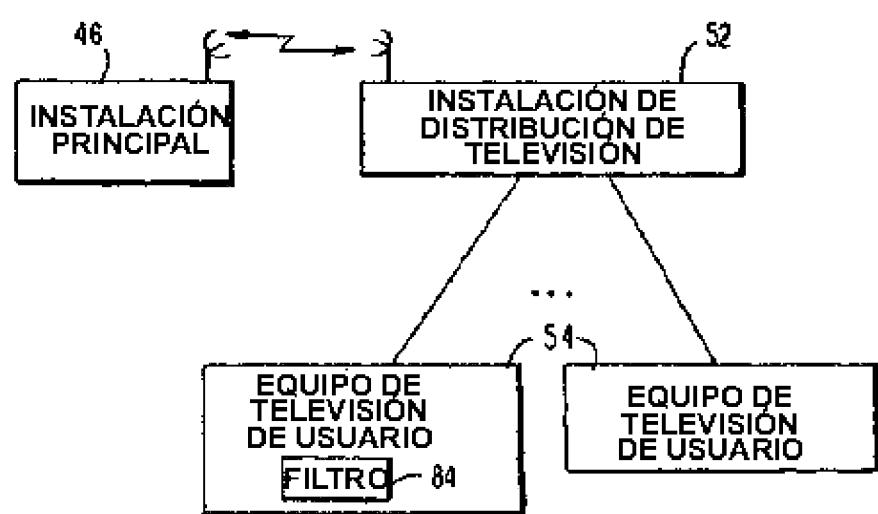
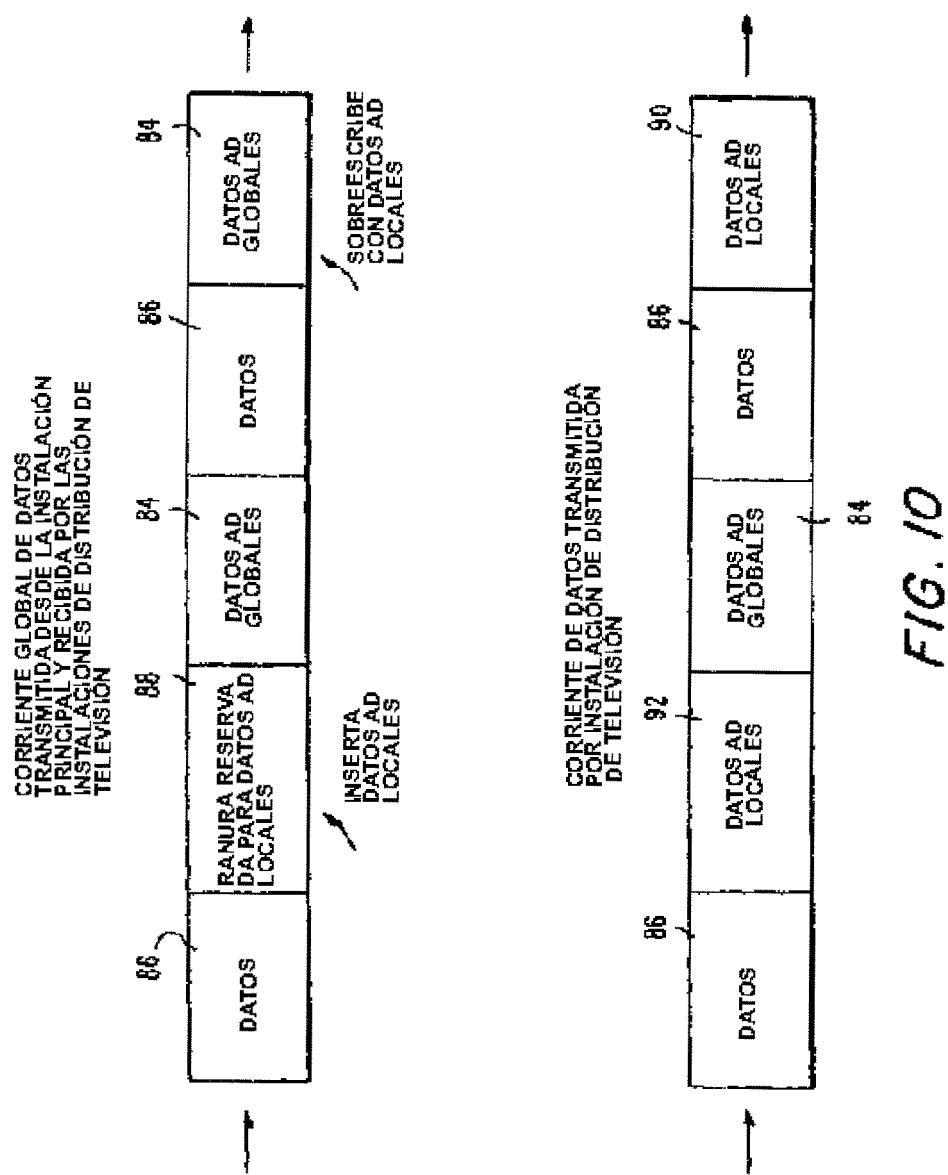


FIG. 9



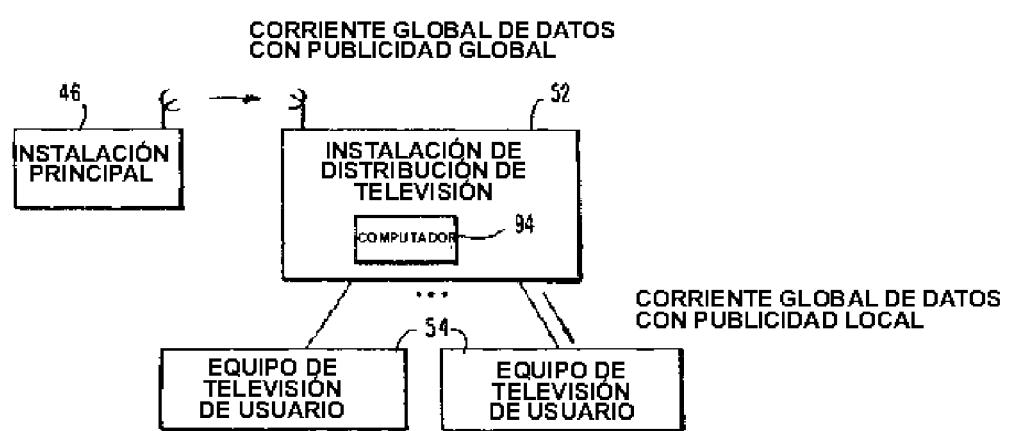


FIG. 11

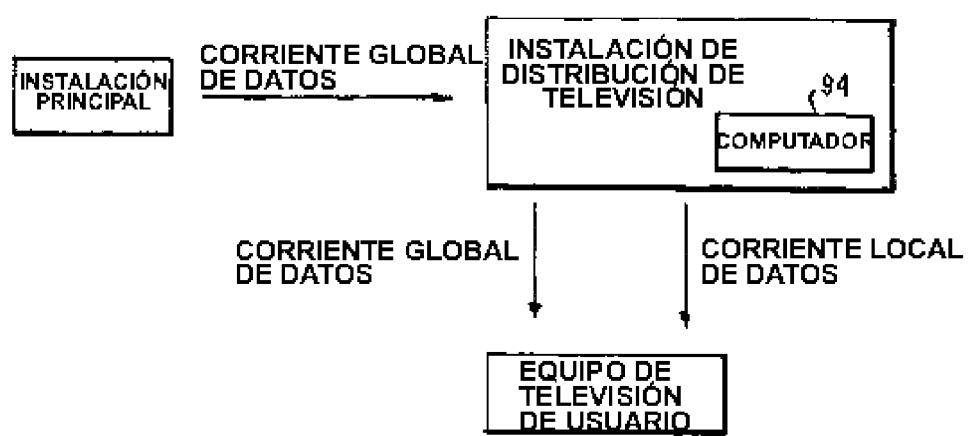


FIG. 12

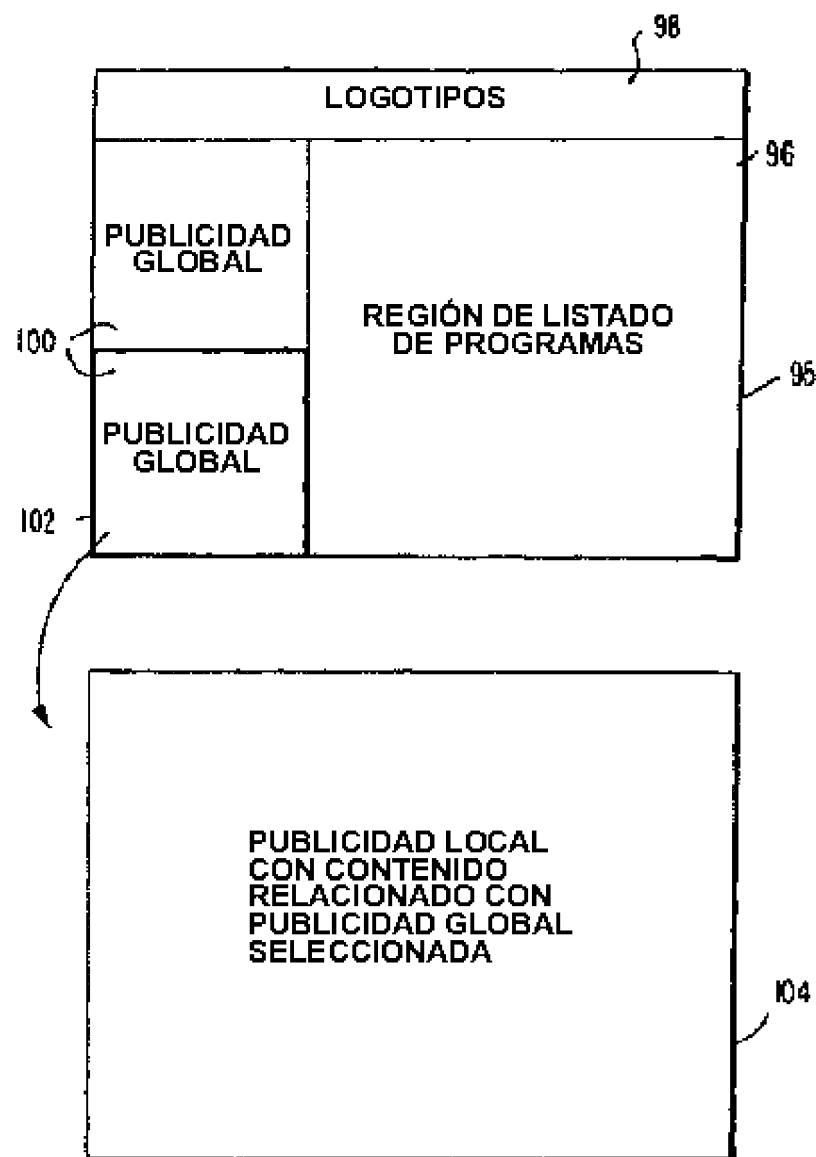


FIG. 13

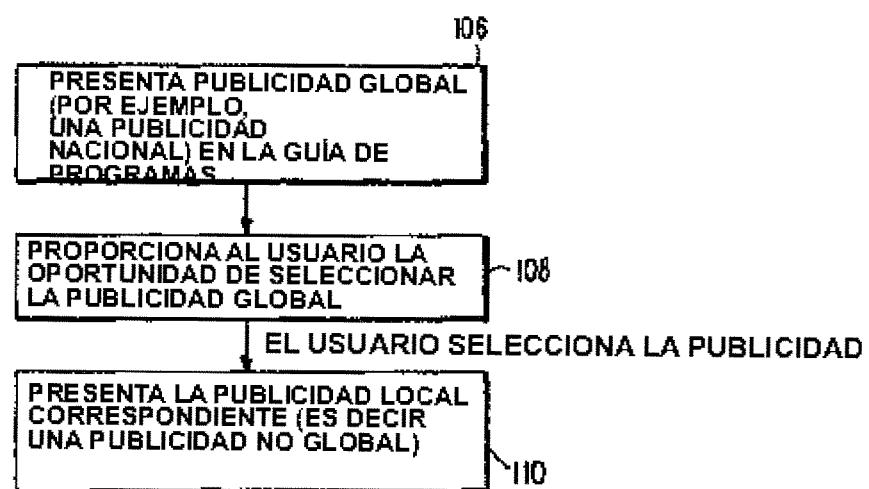


FIG. 14

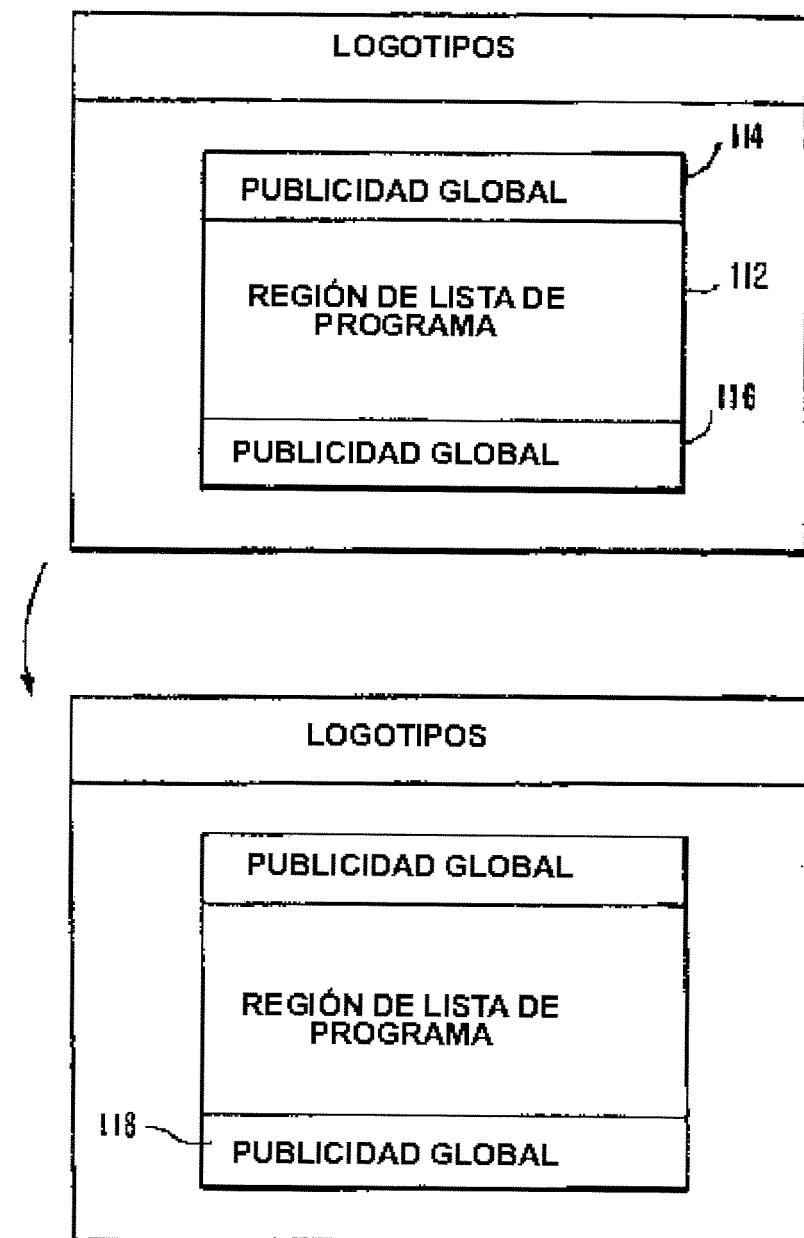


FIG. 15

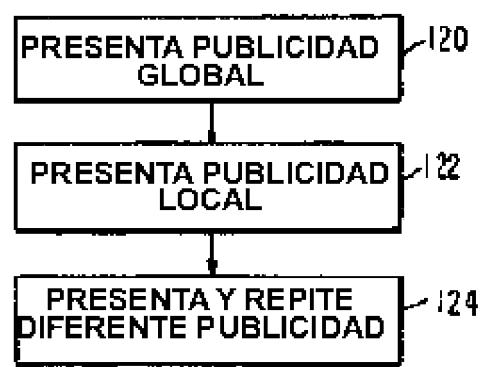


FIG. 16

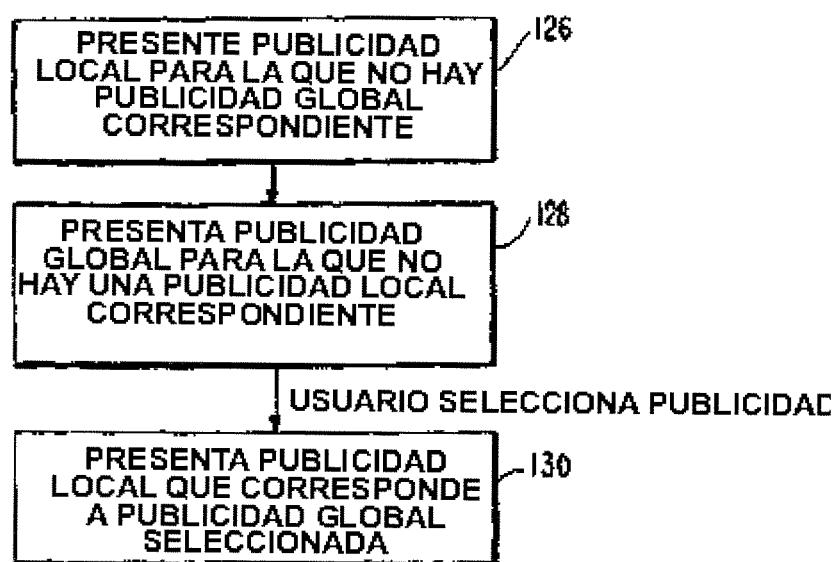


FIG. 17

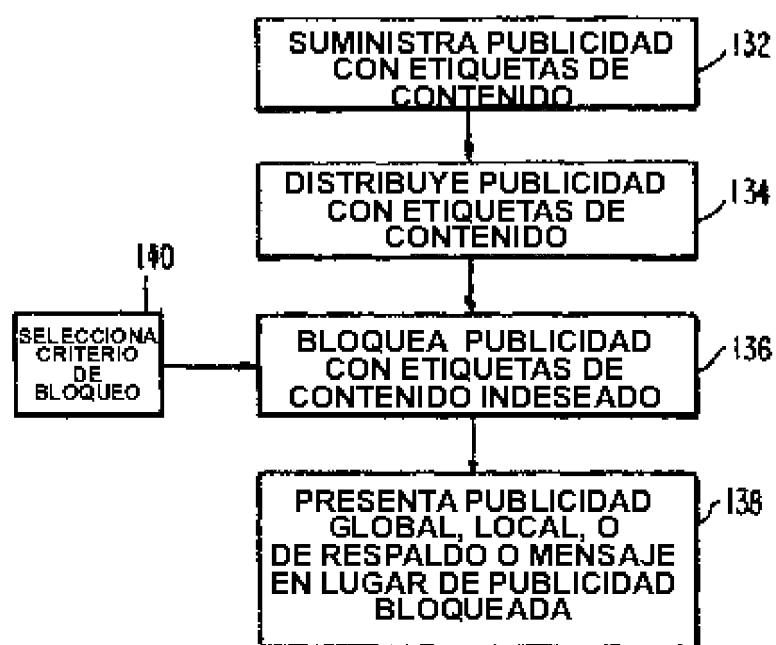


FIG. 18

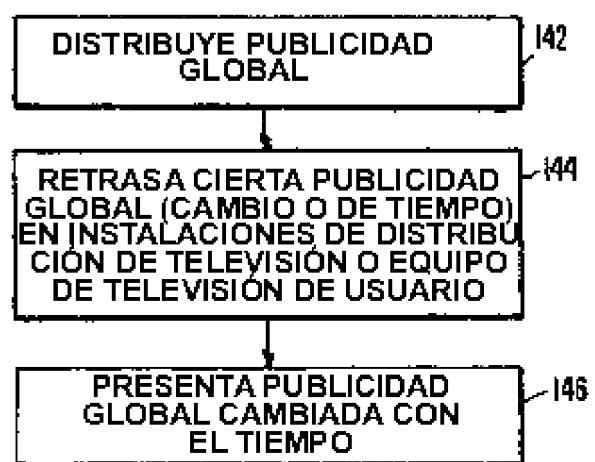


FIG. 19

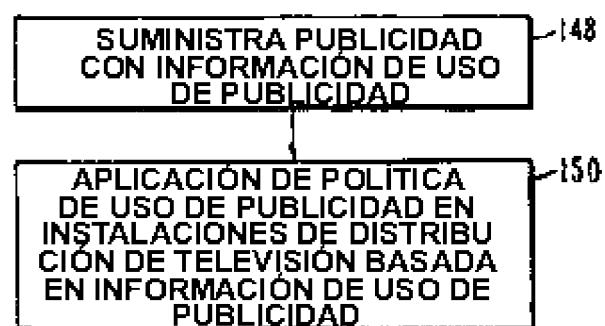


FIG. 20

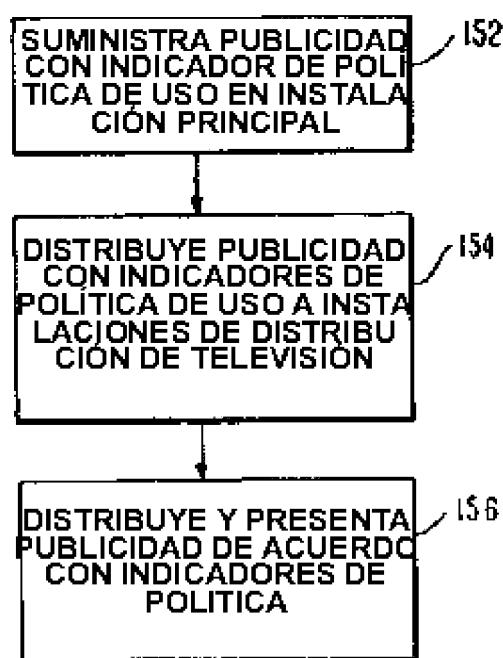


FIG. 21

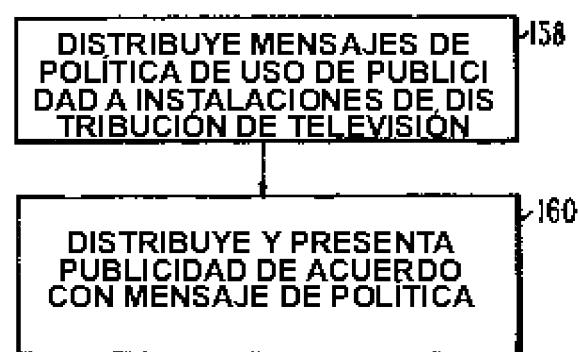


FIG. 22