



DICIONÁRIO DA PROPAGANDA

Organizado por
Breno P. de Brito

AGOSTO 2007

DICIONÁRIO DE PROPAGANDA

A

- **ABA:** Associação Brasileira de Anunciantes - entidade que congrega as principais empresas anunciantes do país.
- **ABAP:** Associação Brasileira de Agências de Propaganda - entidade que congrega as principais agências do país.
- **ABERT:** Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão - entidade que congrega as principais emissoras de rádio e televisão do país.
- **ABP:** Associação Brasileira de Propaganda - entidade, com sede no Rio de Janeiro, que reúne empresas e profissionais da área de propaganda e é a mais antiga das associações brasileiras na área publicitária.
- **AD HOC** (*pesquisa*): Trabalho feito sob encomenda, especialmente para um cliente.
- **ADVERTISING:** Propaganda comercial, em inglês. Abreviação: Ad
- **AGÊNCIA:** Empresa dedicada à arte e técnica da propaganda. 2. Empresa especializada em agenciar modelos e intérpretes.
- **ALCANCE (REACH)** (*mídia*): É a porcentagem ou número de pessoas/famílias atingidas pela programação de mídia, pelo menos uma vez, em determinado período. O seu limite é 100%.
- **ALL-TYPE** (*criação*): Anúncio de jornal ou revista, outdoor ou qualquer outro tipo de material impresso apenas com frases escritas, sem nenhum tipo de ilustração.
- **ANER:** Associação Brasileira de Editores de Revistas - entidade que congrega as principais editoras de revistas do país.
- **ANJ:** Associação Nacional de Jornais - entidade que congrega os principais jornais do país.
- **ANUNCIANTE:** Ver Cliente.
- **ANÚNCIO:** Peça publicitária em revista ou jornal. Também utilizado como sinônimo de qualquer peça de propaganda.
- **ANÚNCIO COOPERADO:** Anúncio feito por mais de uma empresa, em conjunto, com os custos divididos entre elas. O exemplo mais comum está nos anúncios de lojas de varejo que destacam as marcas de determinados fabricantes.
- **APP:** Associação dos Profissionais de Propaganda - entidade, sediada em São Paulo, que reúne empresas e profissionais da área de propaganda.
- **APPROACH:** Abordagem, em inglês. Termo utilizado para definir a linha de comunicação adotada ou o gancho criativo da peça de propaganda.
- **ARTE** (*criação*): Qualquer ilustração utilizada para compor uma peça publicitária.
- **ARTE-FINAL** (*criação*): Ilustração em sua forma definitiva, seja ela de desenhos, símbolos ou letras. Anúncio pronto para ser veiculado.
- **ATENDIMENTO:** 1. Área da agência (do veículo, produtora ou fornecedor) que atende os clientes da empresa. 2. Profissional que cumpre a tarefa de atendimento. 3. Ato de atender a um cliente, ou seja, trabalhar de forma permanente e regular para ele.
- **AUDIÊNCIA** (*mídia*): Pessoas atingidas pelos veículos de comunicação. Termo aplicado tanto para definir as pessoas que ouvem determinada emissora de rádio como as que assistem a determinado canal de televisão ou lêem determinado título de jornal ou revista. Divide-se em diversos tipos: AUDIÊNCIA ACUMULADA, AUDIÊNCIA BRUTA, AUDIÊNCIA LÍQUIDA, AUDIÊNCIA MÉDIA, AUDIÊNCIA PRIMÁRIA, AUDIÊNCIA SECUNDÁRIA.
- **AUTORIZAÇÃO** (*mídia*): Documento entregue pela agência ou anunciante autorizando a veiculação de mensagem publicitária em um veículo de comunicação.
- **AVALIAÇÃO** (*mídia*): Na área de mídia, tanto pode ser o trabalho inicial de análise do que as marcas concorrentes estão fazendo em termos de propaganda, como o estudo da melhor alternativa (plano) de mídia a ser empregada, ou a comparação entre os objetivos definidos e os resultados efetivamente alcançados.

B

- **B2B: (Business to Business):** São as transações de comércio entre empresas. Uma empresa vendendo para outra empresa é B2B. Um exemplo é a venda material de escritório para empresas ou a compra de insumos para a produção de bens.
- **BACK-LIGHT:** Peça retroiluminada apresentando mensagem e/ou imagem. Iluminação vem de dentro da placa.
- **BALCÃO DE DEGUSTAÇÃO:** Stand que tem como objetivo dar a conhecer ou divulgar de forma personalizada um produto apresentado por um promotor ou demonstrador.
- **BANNER:** 1. Peça em material rígido ou flexível para ser fixada em palestras, exposições ou Ponto-de-venda. 2. Tipo de anúncio animado veiculado na internet.
- **BACK GROUND:** Ver BG.
- **BACK PROJECTION:** Técnica de cinema que consiste em projetar por trás de uma cena outra imagem já existente. O exemplo mais comum é colocar uma pessoa falando em um estúdio com imagens de uma paisagem correndo por trás. (Ver C-hroma Key e Newsmatte).
- **BELLOW THE LINE:** expressão que quer dizer abaixo da linha dos olhos e se refere a tudo que não está na mídia de massa, como ações promocionais, merchandising em pontos-de-venda, eventos, marketing direto.
- **BG:** - 1. Música que fica ao fundo de uma locução falada em um comercial de rádio. 2. Locução feita por baixo da cena que se vê no comercial, ou seja, sem que a pessoa que fala apareça.
- **BLIMP:** Inflável hermético de grande dimensão colocado em ambientes amplos e externo contendo mensagem e/ou imagem normalmente alimentado por gás hélio.
- **BLISTER:** Apresentação de um produto embalado entre um suporte de cartão e uma estrutura de plástico transparente, permitindo visualização.
- **BONECO:** - Projeto de material gráfico destinado a dar uma idéia do aspecto que terá a peça.
- **BLOW UP:** Técnica fotográfica, que consiste em ampliar o detalhe de uma fotografia, destacando-o.
- **BOLD:** Grosso ou espesso, em inglês. Termo utilizado para definir uma letra mais grossa que o normal. (Ver Negrito)
- **BONIFICAÇÃO (mídia):** Ver BV.
- **BOTTOM:** Medalhão, geralmente de plástico, com símbolos e frases sobre determinada marca, muito usado em promoções para identificar pessoas ou ser distribuído como brinde.
- **BRAINSTORMING (criação):** Tempestade cerebral, em inglês. Técnica utilizada para gerar idéias publicitárias. Consiste em propor e relacionar todo tipo de associações que vierem cabeça, sem nenhuma análise sobre sua pertinência, para avaliação posterior. Geralmente é feita por duas ou mais pessoas, em conjunto.
- **BRAND (mkt):** Marca, em inglês. (Ver Marca)
- **BREAK (mídia):** Intervalo comercial, no rádio e na televisão.
- **BRIEFING:** Resumo, em inglês. Documento contendo a descrição da situação da marca ou empresa, seus problemas, oportunidades, objetivos e recursos para atingi-los. Base do processo do planejamento e da criação.
- **BRIFAR:** Ato de passar o briefing para outra parte envolvida.
- **BROADSIDE:** Folheto especialmente dirigido aos públicos internos (vendedores, funcionários) e intermediários (distribuidores, varejistas) de uma empresa, geralmente explicando como será uma campanha de propaganda e/ou promoção.
- **BUDGET:** Orçamento, em inglês. Geralmente utilizado para definir a verba disponível para uma determinada campanha ou período de tempo, incluindo produção e mídia. "Isso está fora do meu budget" - Isso está fora do dinheiro que tenho para gastar.
- **BV (mídia):** Sigla de Bonificação de Volume, uma Bonificação extra dada pelos veículos (e também por produtoras e fornecedores) às agências que conseguem encaminhar a eles elevados volumes de mídia ou trabalhos de diversos de seus clientes.

C

- **CAIXA ALTA (CA):** Letra maiúscula ou texto escrito todo em letras maiúsculas.
- **CAIXA ALTA E BAIXA (CAb):** Texto escrito em letras maiúsculas e minúsculas.
- **CAIXA BAIXA (cb):** Letra minúscula ou texto todo escrito em letras minúsculas.

- **CADERNO:** Cada uma das partes de uma revista ou jornal. Geralmente impressas em uma única folha e - posteriormente - dobradas.
- **CALENDÁRIO PROMOCIONAL:** Plano anual de promoções e eventos promocionais de uma marca ou empresa.
- **CALHAU:** Anúncio ou comercial colocado no lugar de um espaço não-comercializado, que iria ficar em branco. Geralmente, os veículos colocam suas próprias mensagens, peças comunitárias ou de utilidade pública.
- **CAMPANHA:** Conjunto integrado de peças e esforços publicitários ou promocionais.
- **CARTAZ:**- 1. Qualquer mensagem publicitária gráfica impressa em papel ou pintada diretamente sobre madeira, metal ou outro material. 2. Unidade padrão do meio outdoor. (Ver Outdoor)
- **CARTAZETE:** Tipo de cartaz, de pequenas dimensões, geralmente utilizado no ponto-de-venda (supermercados, bares, lojas, etc.).
- **CASE:** História de um caso, em inglês. Termo utilizado para definir uma história, geralmente de sucesso, vivida por uma empresa ou marca.
- **CATÁLOGO:** Material destinado a ilustrar os produtos / serviços que a empresa disponibiliza aos clientes
- **CAVALETE:** Elemento de sinalização onde podem ser pregados cartazes.
- **CENTÍMETRO / COLUNA:** Espaço-padrão de um jornal, ou seja, um centímetro de comprimento por uma coluna de largura.
- **CEO:** Chief Executive Officer – É o principal executivo, presidente, superintendente ou diretor de uma empresa. As pessoas costumam fazer confusão quando a empresa tem os dois: CEO e presidente. Nesse caso a função do segundo é mais representativa.
- **CFO:** Chief Financial Officer - Principal executivo de finanças.
- **CHAMADA:** 1.Comercial de rádio ou televisão promovendo sua própria programação. 2. Título de um anúncio impresso.
- **CHAPA (prod. gráfica):** Lâmina de metal que serve como matriz para impressão.
- **CHAPADO:** Trabalho gráfico com fundo uniforme de uma única cor.
- **CHECKING:** Conferindo, em inglês. Trabalho de conferência da efetividade da veiculação das mensagens autorizadas, incluindo a qualidade de impressão ou transmissão e a precisão de horário ou posição.
- **CHROMA KEY (produção):** - Recurso técnico do videoteipe que permite sobrepor uma imagem a outra de fundo, ou colocar uma imagem de fundo, geralmente externa, em uma cena que está sendo gravada em estúdio. (Ver Back Projection)
- **CIRCULAÇÃO (mídia):** Total dos exemplares de um jornal ou revista efetivamente distribuídos ou comprados pelos eleitores. (Ver Encalhe e Tiragem)
- **CLAQUETE:** Tela de identificação de um comercial (com título, duração, nome do anunciante, agência, produtora, etc.) colocada antes de seu começo e que jamais é exibida ao público.
- **CLASSE SÓCIO-ECONÔMICA:** Parcela da população agrupada por suas características de renda, arbitradas pelas entidades representativas do mercado publicitário. No Brasil, foram definidas cinco classes: A, B, C, D e E.
- **CLASSIFICADOS:** Tipo de anúncio, geralmente de pequenas dimensões, publicados pelos jornais (e algumas revistas) agrupados por área de interesse (aluguel e venda imóveis, empregos, venda de automóveis, etc.).
- **CLICHÊ:** 1. Matriz para impressão em metal ou plástico, utilizada nos processos tipográficos mais primitivos. (Ver Tipografia) 2. Idéia comum, já bastante utilizada
- **CLIENTE:** 1. Empresa anunciante que é uma usuária habitual da propaganda e do mercado publicitário. 2. Profissional que trabalha no anunciante e é responsável pela propaganda.
- **CLIPPING:** Arquivo de material impresso, de rádio ou TV com notícias que foram veiculadas sobre determinado assunto, empresa ou marca.
- **CLOSE (produção):** Abreviação de Close Up. Fotografia ou tomada Videocinematográfica em grande detalhe de um objeto, situação ou pessoa.
- **CLUBE DE CRIAÇÃO:** Entidade que reúne profissionais de criação. O principal deles é o de São Paulo (CCSP), que edita um Anuário com o melhor da criação publicitária de cada ano, sendo seguido em importância pelo Clube de Criação do Rio de Janeiro.
- **COBERTURA (mídia):** Espectro geográfico ou de segmento da população coberto por um veículo. Uma cobertura de uma emissora de TV, por exemplo, será representada pelas cidades e municípios que recebem o sinal da emissora.
- **CÓDIGO BRASILEIRO DE AUTO-REGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA:** Conjunto de normas autodefinidas pelo mercado publicitário para garantir a hon.estidade da propaganda e a concorrência ética entre as empresas. (Ver CONAR)

- **COMERCIAL:** Peça publicitária para rádio, cinema ou televisão.
- **COMISSÃO:** Remuneração paga pelos veículos às agências de propaganda pela propaganda a eles encaminhada.
- **COMPENSAÇÃO (mídia):** - Veiculação adicional de comercial ou anúncio para compensar peça que não tenha sido veiculada ou que tenha sido exibida ou publicada em más condições técnicas ou em desacordo com a autorização do cliente / agência. (Ver Autorização)
- **COMPOSIÇÃO (criação):** Texto de anúncio, cartaz ou outro material gráfico composto na sua forma final (no tipo, corpo e medidas definidas) e pronto para montar o paste-up. (Ver Tipo, Corpo, Paste-up e Fotocomposição)
- **CONCEITO:** Geralmente, o diferencial do produto ou serviço que vai definir o tema da campanha.
- **CONAR:** Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária - entidade formada por anunciantes, veículos e agências que administra o cumprimento do Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária. (Ver Código)
- **CONTA:** Termo utilizado para designar o atendimento publicitário permanente da agência a determinado produto, serviço, marca ou empresa. (Ver Atendimento)
- **CONTATO:** Outra denominação do profissional de atendimento, seja de agência, veículo, produtora ou fornecedor. (Ver Atendimento)
- **COPIÃO (produção):** Primeira seleção montada das cenas - filmadas - de um comercial, para análise e decisão final sobre a montagem ou edição. (Ver Edição e Montagem)
- **COPY:** Texto, em inglês. Termo utilizado para definir o texto de uma peça publicitária.
- **COPYRIGHT:** Direito legal de propriedade de um texto, frase, livro, obra de arte, música ou qualquer outra forma de expressão.
- **CORPO:** Em termos gráficos, o tamanho da letra que é utilizada na composição dos textos. (Ver Composição)
- **COTA (mídia):** Divisão do valor de patrocínio de um programa (edição ou projeto especial) entre mais de um anunciante.
- **COUCHE (prod. gráfica):** Tipo de papel, coberto por uma fina camada de gesso, indicado pra impressos de boa qualidade.
- **CPM (mídia):** Ver Custo por Mil.
- **criação:** 1. Tarefa de idealizar as peças publicitárias. 2. Departamento encarregado do trabalho criativo dentro da agência. 3. Profissionais especializados na criação de peças publicitárias. (Ver Diretor de Arte, Dupla e Redator)
- **CROMO:** Fotografia em cores em positivo (tipo dispositivo) de alta qualidade técnica para ser reproduzida em anúncios, cartazes e outros materiais gráficos.
- **CUSTO POR MIL (CPM) (mídia):** Custo para atingir mil consumidores através de um veículo, espaço ou programação de mídia. A fórmula é:

$$\text{CPM} = \frac{\text{custo de inserção do anúncio ou comercial} \times 1.000}{\text{número de leitores, ouvintes ou telespectadores}}$$

D

- **DEADLINE:** Prazo limite ou final, em inglês. Utilizado para definir o prazo máximo para a realização de qualquer tarefa publicitária.
- **DECUPAGEM (produção):** Na produção de um comercial, a descrição pormenorizada de cada uma de suas cenas, com diálogos, cenografia, presença de intérpretes e figurantes, figurino, efeitos especiais, etc.
- **DESIGN:** Ferramenta de comunicação de marketing que trabalha com formas, traços e cores.
- **DETERMINADO (mídia):** Espaço publicitário determinado (o veículo deve publicar o anúncio ou veicular o comercial exatamente no espaço definido pelo anunciante). (Ver Indeterminado)
- **DIAGRAMAÇÃO:** 1. Divisão e ordenação do espaço de uma página, cartaz ou outra peça gráfica entre imagens e textos. 2. Ordem da publicação de matérias e anúncios em uma revista ou jornal.
- **DIAGRAMADOR:** Profissional que faz a diagramação. (Ver Diagramação)
- **DIFERENCIAL:** Neologismo criado para caracterizar a diferença competitiva de um produto, serviço ou empresa em relação ao mercado onde atua.
- **DIRETOR (produção):** Denominação do profissional encarregado da direção geral de um comercial, geralmente free-lancer ou ligado à uma produtora. (Ver Free-lancer e Produtora)

- **DIRETOR DE ARTE:** - 1. Profissional de criação especializado em desenvolver a parte visual e gráfica das peças publicitárias. 2. Em produção, profissional responsável pelo projeto e execução da parte visual do comercial, incluindo cenografia, figurinos, objetos de cena, etc. (Ver Criação e Dupla)
- **DIRETOR DE FOTOGRAFIA:** Em produção, denominação do fotógrafo do comercial.
- **DISCUSSÃO EM GRUPO (pesquisa):** Técnica de pesquisa qualitativa que coloca um assunto, produto ou empresa em análise por um grupo de pessoas, sob a moderação de um profissional de pesquisa.
- **DISPLAY (pdv):** Peça promocional e de merchandising que exibe uma mensagem ou um produto no ponto-de-venda. Pode ser usado em cima de um balcão ou no chão.
- **DTP (prod. gráfica):** Desk Top Publishing, ou editoração eletrônica. Sistema, processo e equipamento informatizado capaz de fazer a diagramação, composição, artes e arte-final no computador, com o resultado sendo mostrado no vídeo e dando saída do trabalho em papel, fotolito ou disquete - para se enviado aos fornecedores de fotolito. (Ver Diagramação, Composição, Arte-final, Fotolito)
- **DUPLA (criação):** 1. Conjunto de um diretor de arte e um redator que trabalham juntos para desenvolver peças publicitárias e promocionais. Unidade básica da criação de uma agência. Às vezes, pode haver o trabalho conjunto de mais elementos de uma área ou outra e o auxílio do diretor e do compositor. (Ver Criação, Compositor, Diretor, Diretor de Arte e Redator) 2. Abreviação de Página Dupla.

E

- **EDIÇÃO (prod. gráfica):** Tarefa de editar as cenas gravadas (em videoteipe) de um comercial, organizando, selecionando e colocando-as na seqüência adequada. Esse trabalho (que corresponde à montagem do cinema) geralmente é feito em duas etapas, a primeira para ter uma primeira edição (equivalente ao copião do filme) e a segunda para fazer a edição final do comercial. (Ver Copião e Montagem)
- **EDITOR (prod. gráfica):** Profissional que faz a edição ou aparelho de videoteipe que realiza esse trabalho. (Ver Edição)
- **EDITORA:** Empresa que edita revistas ou jornais.
- **EFEITO ESPECIAL (prod. gráfica):** Em produção, qualquer efeito mecânico (realizado durante a filmagem ou gravação), fotográfico ou de edição (realizado na etapa de finalização) capaz de gerar uma imagem especialmente modificada da realidade, dramatizando a intenção de comunicação desejada. (Ver Filmagem, Finalização e Gravação)
- **EMBALAGEM PROMOCIONAL:** Embalagem produzida para utilização específica numa determinada promoção (datas comemorativas, "leve 3 pague 2", inclusão de brindes e bônus de volume).
- **ENVERNIZADO (prod. gráfica):** Proteção de suportes impressos para qualquer tipo de vernizes.
- **ENCARTE:** Peça publicitária gráfica encartada em jornal e revista, no formato do veículo ou não. Serve para dar visibilidade à mensagem, ser destacada pelo consumidor ou para atingir segmentos geográficos e de mercado.
- **ENTRELINHA:** Em artes gráficas, espaço entre as linhas de um título ou texto
- **ESPAÇO (mídia):** Todo e qualquer espaço (na mídia impressa) ou tempo (no rádio, TV e cinema) publicitário. (Ver Tempo)
- **ESPACEJAMENTO (prod. gráfica):** Em artes gráficas, espaço entre as letras de um título ou texto.
- **ESPELHADO (mídia):** Designa anúncio em uma página anterior ou posterior a outra que também tem uma mensagem publicitária).
- **ESPM:** Escola Superior de Propaganda e Marketing - entidade de ensino do mercado publicitário, com sede em São Paulo e unidades no Rio de Janeiro e Porto Alegre.
- **ESTANDE:** Pequena construção ou balcão armado em feiras ou locais públicos para servir de base a promotores e divulgadores de uma empresa ou marca, receber clientes e prospects, expor mercadorias e amostras, material publicitário ou promocional.
- **EXIBIÇÃO (mídia):** Veiculação da mensagem publicitária pelo veículo.
- **EXTERNA (produção):** Em produção, a filmagem ou gravação (em videoteipe) de cenas fora de estúdio, ao ar livre. (Ver Filmagem, Gravação e Locação)

F

- **FACA** (*prod. gráfica*): Instrumento de metal montado em madeira que serve para recortar impressos em formatos especiais.
- **FAIXA**: Mensagem publicitária impressa em faixas de pano ou plástico, colocadas nas ruas, fachadas de prédios ou em seu interior.
- **FAIXA DE GÔNDOLA** (*pdv*): Tipo de faixa específica para gôndolas de supermercados. (Ver Gôndola)
- **FAIXA DE RUA**: Mensagem e / ou imagem, impressa pintada em tecido ou plástico colocado nas ruas ou fachadas de prédios.
- **FANTASMA**: anúncios criados para clientes fictícios ou que não foram aprovados, e que geralmente participam de festivais de publicidade.
- **FEE** (*financ*): 1. Espécie de remuneração fixa paga à agência ou fornecedor por um período de tempo pela prestação de seus serviços.
- **FEEDBACK**: Em comunicação, todo e qualquer retorno do target à comunicação feita pela empresa, seja através de pesquisa, de um mecanismo de resposta (cupom, telefone, etc.) ou de forma espontânea. (Ver Target)
- **FICHA TÉCNICA**: - Relação dos profissionais responsáveis pela criação/produção de qualquer peça ou campanha publicitária.
- **FIDELIZAÇÃO** (*mkt*): Neologismo criado pelos profissionais de marketing para definir programas e esforços no sentido de conquistar ou incentivar a fidelidade dos consumidores a determinada marca ou empresa.
- **FLÂMULA**: Bandeirola fixada em haste vertical.
- **FLEXOGRAFIA**: (*prod. gráfica*): Processo de impressão que utiliza clichês flexíveis e tintas líquidas.
- **FLIGHTS** (*mídia*): Período em que um anúncio está no ar. Ex: Vamos ter um flight nas três primeiras semanas de março, paramos uma semana e só voltamos em abril.
- **FOLDER**: 1. Folheto publicitário constituído de uma única folha, com uma ou mais dobras. 2. Anúncio de revista com uma ou mais dobras. (Ver Folheto)
- **FOLHETO**: Peça publicitária gráfica com uma ou mais folhas.
- **FOLLOW UP**: Seqüência, em inglês. Ação de acompanhar a execução de um plano de comunicação ou de mídia ou a produção de qualquer peça publicitária.
- **FONTE** (*prod. gráfica*): Em artes gráficas, o nome e o formato de uma família de tipos. (Ver Tipo)
- **FOTOLITO** (*prod. gráfica*): 1. Filme de artes gráficas, que serve como matriz de impressão off-set e sobre o qual são reproduzidos textos, fotos e ilustrações originalmente em papel ou cromo. 2. Empresa que executa serviços de fotolito. (Ver Cromo, Off-set)
- **FREE-LANCE**: 1. Trabalho realizado de forma temporária, sem vínculos empregatícios. 2. Ato de fazer trabalho free-lancer. 3. Profissional que trabalha no regime de free-lancer.
- **FREQÜÊNCIA** (*mídia*): Quantidade de vezes que uma pessoa é atingida por uma mensagem publicitária em um certo período de tempo.
- **FRONT LIGHT**: Painel com iluminação frontal
- **FUSÃO** (*produção*): Ação de fundir duas ou mais imagens em uma, seja em fotografias estáticas, cinematográficas (filmes) ou videográficas (videoteipe).

G

- **GÔNDOLA** (*pdv*): Prateleira de supermercado, na qual estão expostas as mercadorias para o consumidor fazer sua seleção. (Ver Faixa e Ponta de Gôndola)
- **GRAVAÇÃO** (*produção*): 1. Ação de gravar uma cena em videoteipe para produção de comercial para televisão ou cinema. A filmagem feita em VT. 2. Ação de gravar locução, música ou canto para comerciais, jingles, spots e trilhas. (Ver Filmagem, Jingle, Spot e Trilha)
- **GRIFO** (*prod. gráfica*): O mesmo que itálico. (Ver Itálico)
- **GRP** (*mídia*): Abreviação de Gross Rating Point. 1. Soma total da audiência obtida por uma campanha ou programação. 2. Unidade de audiência (1 GRP equivale a 1% de audiência). O mesmo que audiência bruta. (Ver Audiência Bruta e Programação)

H

- **HARD SELL:** Venda pesada, em inglês. Expressão utilizada para definir abordagens e mensagens de venda direta, de estilo promocional e varejo. (Ver Soft)
- HD - Abreviação corrente de High Definition - Alta Definição. (Ver LD)
- **HELIOGRÁFICA** (*prod. gráfica*): Tipo de cópia feita do fotolito para o papel, geralmente na cor azul, para antecipar o resultado final da impressão. É utilizada para os trabalhos em preto-e-branco.
- **HONORÁRIOS** (*financ*): 1. Remuneração da agência por qualquer de seus serviços ao cliente, com exceção da veiculação, paga através da comissão concedida pelos veículos. 2. Remuneração do profissional free-lancer ou contratado. (Ver Free-lancer e Comissão)
- **HOUSE AGENCY:** Agência-da-casa, em inglês. Agência de propaganda pertencente ao próprio anunciante, que trabalha para seu proprietário e - eventualmente - para outros clientes.

I

- **IBOPE:** 1. Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, o maior instituto de pesquisa no Brasil. 2. Sinônimo de sucesso e aceitação popular.
- **IDENTIDADE VISUAL** (*criação*): Conjunto de símbolos e cores que identificam uma empresa ou marca, como logotipo e logomarca, alfabeto, papelaria, pintura de frota, padrões visuais de embalagem e de propaganda, etc.
- **ILUSTRAÇÃO** (*criação*): - 1. Qualquer desenho, fotografia, gravura ou símbolo gráfico que ilustre uma peça publicitária. 2. Técnica específica de desenho para uso em propaganda, promoção, etc.
- **INFLÁVEL:** Peça feita de material plástico flexível e hermético que se pode encher de ar, onde pode ser impressas ou pintadas mensagens e /ou imagens.
- **INFORME PUBLICITÁRIO:** O mesmo que informação publicitária. (Ver Informação Publicitária)
- **INSERÇÃO** (*mídia*): 1. Anúncio ou comercial veiculado. 2. Ato de veicular qualquer peça publicitária nos veículos.
- **INSTITUCIONAL:** 1. Relativo à instituição (empresa, associação ou entidade pública ou privada). 2. Tipo de propaganda feita para valorizar a instituição e obter ganhos para a imagem corporativa e de marca. (Ver Imagem Corporativa e Imagem de Marca)
- **ITÁLICO** (*prod. gráfica*): Forma de escrita intermediária entre o impresso normal (em pé ou redondo) e o cursivo (feito à mão). Caracteriza-se pelas letras inclinadas (geralmente para a direita). (Ver Grifo, Negrito e Redondo)
- **IVC:** Instituto Verificador de Circulação - entidade mantida por anunciantes, agências e veículos para auditar, de forma independente, a tiragem e circulação de jornais e revistas. (Ver Circulação e Tiragem)

J

- **JINGLE:** Mensagem publicitária para rádio na forma de música em que se canta os benefícios da marca.
- **JOB:** 1. Nome de todos os trabalhos específicos feitos para um cliente que se atende de forma permanente. 2. Trabalho feito para um anunciante do qual a agência não tem a conta.

L

- **LAY-OUT** [=leiaute] (*criação*): Diagramação, em inglês. Prévia em baixa definição do que será o anúncio.
- **LAYOUTMAN** [=leiaute men] (*criação*): Profissional que faz lay-outs, diagramador. (Ver Diagramador)

- **LD:** Abreviação corrente de Low Definition - Baixa Definição. (Ver HD)
- **LINK:** Ligação, em inglês. 1. Termo utilizado para expressar a ligação entre sistemas de comunicação eletrônica e telecomunicações. 2. Termo utilizado para expressar uma Ligação temática ou formal entre as peças de uma campanha publicitária. (Ver Linkar)
- **LINKAR:** Ato de fazer o link. (Ver Link)
- **LOCAÇÃO (produção):** 1. Realização de uma filmagem ou gravação (em videotape) fora do estúdio, seja em externas ou em ambientes fechados naturais (com ou sem adaptação). 2. Lugar onde são feitas essas filmagens/gravações. (Ver Externas)
- **LOCUÇÃO (produção):** 1. Texto falado por locutor ou intérprete para comerciais de rádio, televisão e cinema. 2. Ato de realizar a gravação desse texto. (Ver Gravação)
- **LOCUÇÃO EM OFF (produção):** Texto de comercial interpretado por locutor/intérprete que não se vê na cena. (Ver Off)
- **LOGO:** Abreviatura de logotipo ou logomarca. (Ver Logotipo e Logomarca)
- **LOGOMARCA:** Símbolo gráfico identificador de uma empresa ou marca, quando composta do símbolo em si mais o logotipo. (Ver Logotipo e Marca)
- **LOGOTIPO:** Letras (especialmente desenhadas ou adaptadas) utilizadas para compor o nome de marca ou empresa. (Ver Logomarca)

M

- **MAILING LIST:** Lista de correio, em inglês. Relação de nomes, endereços e dados adicionais de consumidores e prospects, para realizar ações de marketing direto. (Ver Marketing Direto e Prospect)
- **MALA DIRETA:** 1. Mensagem publicitária ou de marketing direto enviada pelo correio ou portadores. 2. Tipo de mídia, que consiste em enviar mensagens pelo correio ou portadores. (Ver Marketing Direto e Mídia)
- **MANTA-ADESIVA:** Material magnético flexível que comporta impressão de mensagens, como aqueles imãs promocionais de colar na geladeira.
- **MAQUETE:** Projeto em escala reduzida do elemento de merchandising.
- **MARCA:** 1. Símbolo gráfico identificador de uma empresa, produto ou serviço. 2. Convenção utilizada para definir um produto, serviço ou empresa, incluindo sua denominação comercial e origem. (Ver Brand e Logomarca)
- **MARKET-SHARE:** Participação de vendas no mercado em determinado período.
- **MARKETING:** 1. Conjunto das atividades empresariais destinadas à descoberta, conquista, manutenção e expansão de mercados para as empresas e suas marcas. 2. Área da empresa encarregada de planejar e administrar as tarefas de marketing.
- **MARKETING DIRETO:** Ferramenta de marketing e de comunicação de marketing utilizada para estabelecer o relacionamento direto entre as empresas e seus consumidores e prospects (tanto pessoas físicas quanto outras empresas).
- **MARKETING MIX:** O conjunto das atividades necessárias à realização do marketing. Essas atividades são reunidas em quatro áreas básicas: Produto (tudo o que se refere ao produto ou serviço em si, como formulação física, características, produção, qualidade, etc.); Distribuição (tarefas necessárias para apresentar o produto/serviço ao consumidor, para que ele possa comprá-lo e consumi-lo); Promoção (todas as tarefas de comunicação de marketing, que visam promover o consumo do produto/serviço); e Preço (política de preço).
- **MEIO DE COMUNICAÇÃO (mídia):** - Os meios pelos quais a comunicação é feita, como o jornal, revista, rádio, televisão, outdoor, etc. (Ver Mídia)
- **MEIO-TOM:** Graduação do preto. As partes cinzas nas peças em preto-e-branco.
- **MERCADO:** Segmento de pessoas, empresas ou área geográfica onde estão os consumidores e prospects de uma empresa ou marca. (Ver Mercado-alvo e Mercado-teste)
- **MERCHANDISING:** Ferramenta de comunicação de marketing utilizada no ponto de venda e em espaços editoriais (TV, mídia impressa, etc.) para reforçar mensagens publicitárias feitas anteriormente (ou mesmo em substituição à propáganda, em alguns casos).
- **MÍDIA (mídia):** 1. Forma adaptada de mídia, que significa meio de comunicação, em latim e inglês. 2. Termo utilizado para designar os veículos de comunicação, no seu conjunto ou em particular. 3. Técnica publicitária que estuda e indica os melhores meios, veículos, volumes, formatos e posições para veicular as mensagens publicitárias. 4. Área especializada em mídia

nas agências de propaganda. 5. Profissional especializado nas técnicas de mídia. (Ver Meio de Comunicação e as definições de Mídia a seguir)

- **MÍDIA DE APOIO** (*mídia*): Em um plano de mídia, os meios de comunicação (ou veículos) utilizados como complemento e apoio à mídia básica.
- **MÍDIA ELETRÔNICA** (*mídia*): Os meios de comunicação eletrônicos, como o rádio, a televisão, a internet e até certos tipos de luminosos e outdoors eletrônicos. O cinema, apesar de não ser necessariamente eletrônico, entra nessa categoria, por hábito do mercado.
- **MÍDIA IMPRESSA**: - Os meios de comunicação impressos, especialmente a revista e o jornal, incluindo também o outdoor e todo tipo de material impresso. (Ver Mídia e Mídia Eletrônica)
- **MÍDIA MIX**: Conjunto dos meios, veículos, formatos e posições utilizados em um plano de mídia.
- **MIOLO**: Parte interna de um jornal, revista ou folheto.
- **MÓBILE** (*pdv*): Peça promocional aérea sustentada por fios.
- **MOCK-UP** [*=mocapej*]: Simulação / boneco de um produto ou embalagem geralmente em escala maior, utilizado para produção fotográfica.
- **MÓDULO** (*mídia*): Em um plano de mídia, conjunto de meios, veículos, formatos e posições com características semelhantes, que possam ser repetidos, combinados ou comparados com outros módulos nas tarefas de avaliação e simulação. (Ver Avaliação e Simulação)
- **MONTAGEM** (*produção*): Ação de organizar, selecionar, emendar e avaliar as cenas e seqüências dos filmes. (Ver Copião)
- **MULTIMÍDIA** (*mídia*): 1. Mensagem que utiliza mais de uma mídia para ser transmitida, como um audiovisual ou vídeo interativo (que une videoteipe, disc-laser e computador). 2. Sinônimo de mídia mix. (Ver Mídia Mix)

N

- **NEGRITO** - Letra mais grossa que o normal, usada para fazer destaque no texto ou como recurso gráfico. (Ver Bold, Itálico e Redondo)
- **NET** (*mídia*): 1. Sigla utilizada para definir um comercial exibido em rede nacional de televisão, geralmente com transmissão via satélite. 2. Abreviatura de internet
- **NEWSLETTER** [*=neustlêrêj*]: - Peça gráfica, na forma de uma carta ou pequeno jornal, com estilo editorial, utilizada como veículo de comunicação publicitária e de relações públicas.
- **NTSC**: Padrão norte-americano de televisão em cores. (Ver PAL-M)

O

- **OFF-SET** (*prod. gráfica*): Técnica de impressão que utiliza máquinas planas, nas quais o papel entra em folhas e é impresso pela passagem de um cilindro (que está gravada a mensagem) sobre ele.
- **OUTDOOR**: - 1. Tipo de cartaz publicitário de grandes proporções, de tamanho padronizado. 2. Meio de comunicação publicitária.
- **OVERLAY**: Tira que se coloca, geralmente sobre o título de um anúncio, para apresentar dois títulos no mesmo anúncio. Levanta-se a tira, que é presa só de um lado e, embaixo, tem outro título escrito.

P

- **PACK-SHOT** (*produção*): Expressão em inglês que significa a cena em que é feito um close do produto ou da marca que está sendo promovida no comercial. O pack-shot entra geralmente no final do comercial (ou um pouco antes), acompanhado de letreiro e/ou locução off com o tema/slogan da campanha ou marca. (Ver Locução Off)
- **PÁGINA**: Unidade básica de anúncio no caso das revistas.
- **PÁGINA DUPLA**: Duas páginas de anúncio.
- **PAINEL**: Tipo de cartaz, pintado diretamente sobre o muro, madeira, metal ou outro suporte.
- **PAN** (*produção*): - Abreviação de panorâmica. (Ver Panorâmica)

- **PANORÂMICA** (*produção*): Movimento da câmera (da esquerda para a direita ou vice-versa) que mostra uma tomada geral de um objeto, cena ou pessoa que está sendo filmada ou gravada. (Ver Filmagem, Gravação, Travelling e Zum)
- **PANTONE** (*prod. gráfica*): - Padrão de cores muito utilizado em artes gráficas como referência para impressão.
- **PASTE-UP** (*prod. gráfica*): Montagem de qualquer peça gráfica, com a colagem da composição, do bromuro e artes-finais sobre um cartão. Quando pronto, é encaminhado ao fotolito ou rotofilme junto com o eventual cromo. Atualmente, com o desenvolvimento dos computadores gráficos, esse trabalho vem sendo gradativamente eliminado.
- **PB** (*prod. gráfica*): Abreviação de preto-e-branco. (Ver Preto-e-branco)
- **PDV** (*prod. gráfica*): – Ver ponto de venda.
- **PESQUISA QUALITATIVA** (*pesquisa*): Tipo de pesquisa realizada para aferir aspectos qualitativos de alguma questão, como percepção de imagem, atitudes diante de marcas e veículos, motivações, etc.
- **PESQUISA QUANTITATIVA** (*pesquisa*): Tipo de pesquisa realizada para mensurar segmentos do mercado e as informações qualitativas pré-existentes ou levantadas pela pesquisa qualitativa. (Ver demais definições de pesquisa)
- **PLANEJAMENTO**: 1. Tarefa de realizar planos (de marketing, comunicação, mídia, etc.). 2. Sinônimo de plano. 3. Área ou departamento das agências e demais empresas. (Ver Briefing)
- **PONTO-DE-VENDA**: Local onde as vendas são efetivamente realizadas, como hipermercados, lojas, pontos-de-dose (bares, restaurantes, etc.), centros de serviços e muitos outros. (Ver PV)
- **PORTFOLIO**: Ver Porta-Fólio. 1. Conjunto de marcas, produtos e serviços de uma empresa. 2. Conjunto das contas de uma agência, produtora, fornecedor ou profissional. 3. Conjunto dos títulos de uma editora e de programas de uma emissora de rádio e TV.
- **POSICIONAMENTO**: Técnica de marketing e comunicação que determina em que posição a marca deve ser colocada no mercado. Ou seja, com que qualidade, com que preço, para quais segmentos do mercado (prioritários e secundários), qual a imagem a ser construída, etc. É uma decisão básica do anunciante e uma informação muito importante para o briefing e o planejamento. (Ver Briefing e Planejamento)
- **PÔSTER**: Tipo de cartaz publicitário, geralmente impresso. (Ver Cartaz)
- **PRESS-RELEASE**: Texto com informações para a imprensa. (Ver Release)
- **PRÉ-TESTE** (*pesquisa*): Tipo de pesquisa qualitativa realizada antes da produção ou veiculação de comercial, anúncio ou campanha para saber qual as perspectivas da mensagem (nível de atingimento dos seus objetivos) e analisar como o target percebe seu conteúdo e approach criativo.
- **PRINT**: Impresso, impressão, imprimir.
- **PRODUÇÃO** (*produção*): 1. Tarefa de dar forma física às mensagens publicitárias imaginadas pela criação. 2. Área da agência responsável pela produção e pelo relacionamento com as produtoras e os fornecedores gráficos. (Ver Criação, Produção Gráfica e RTV)
- **PRODUÇÃO GRÁFICA** (*prod. gráfica*): 1. Tarefa de dar forma física às peças publicitárias gráficas imaginadas pela criação. 2. Área da agência encarregada da produção e do relacionamento com os fornecedores gráficos. (Ver Criação, Produção Gráfica e RTV)
- **PRODUTOR** (*produção*): 1. Profissional que trabalha na área de produção da agência. 2. Nas produtoras de som e de comerciais, profissionais especializados nas diversas tarefas que viabilizam a produção.
- **PROGRAMAÇÃO** (*mídia*): 1. Conjunto dos programas de uma emissora de rádio ou televisão, incluindo sua estratégia de transmissão. 2. Conjunto de veiculações programadas em um meio ou veículo.
- **PROMOÇÃO**: Ferramenta de marketing e de comunicação de marketing que tem a função de motivar consumidores e prospects.
- **PROPAGANDISTA**: - Profissional que faz propaganda pessoalmente para um consumidor ou intermediário (como os representantes de laboratórios, que visitam médicos e farmácias). (Ver Publicitário)
- **PROSPECT**: Pessoa não-consumidora de um determinado produto ou serviço que tem potencial de vir a se tornar um consumidor, se devidamente motivado. Também chamado Cliente Potencial.
- **PROVA** (*prod. gráfica*): 1. Impressão manual e limitada do fotolito, para analisar se ele está correto e ter uma visão prévia de como será o resultado final. No caso dos trabalhos em cores, além da prova com todas as cores utilizadas, há uma prova de escala com cada cor utilizada, que serve de guia para a impressão. 2. Esboço de spot ou jingle, para aprovação de uma idéia criativa, letra e música e para servir de guia para a produção. (Ver Escala, Fotolito, Jingle e Spot)

- **PUBLICITÁRIO:** Profissional que trabalha em propaganda (seja anunciante, agência, veículo, fornecedor ou produtora), com exceção dos propagandistas. (Ver Propagandista)
- **PÚBLICO-ALVO:** Tradução de target. Grupo de consumidores ou prospects aos quais é dirigida, prioritariamente, uma peça ou campanha de propaganda, bem como qualquer outra ação de comunicação ou marketing. (Ver Target e as demais definições de Público, a seguir)

R

- **RABICHO** (*mídia*): Mensagem final de um comercial com informações sobre distribuidor ou varejista local. Pode ser acrescentada ao comercial normal ou em janela especialmente deixada para este fim.
- **RECALL:** Lembrança ou recordação, em inglês. Informação/percepção que fica junto ao target após seus integrantes terem visto/ouvido/lido alguma peça ou campanha publicitária. (Ver Day After Recall e Target)
- **RECLAME:** Antigo nome do anúncio e da propaganda. Atualmente é utilizado apenas em sentido pejorativo.
- **REDATOR:** Profissional de criação especializado na criação e redação de conceitos, títulos e textos. Geralmente, trabalha em dupla com o diretor de arte. (Ver Criação, Diretor de Arte e Dupla)
- **RELEASE:** Forma condensada e muito empregada de press-release. (Ver press-release)
- **RETÍCULA:** (*prod. gráfica*): - 1. Rede de pequenos pontos, que formam linhas, quadriculos e espaços regulares, gerando efetivos efeitos especiais nos trabalhos gráficos. 2. Rede de pequenos pontos que permite a existência do meio-tom (ou seja, das tonalidades de cinza) e da quadricromia (na qual o processo se repete, com a presença do meio-tom do amarelo, cyan e magenta). (Ver Meio-tom e Quadricromia)
- **RODAPÉ:** Tipo de anúncio localizado no pé das páginas de jornal ou revista.
- **ROTATIVA** (*prod. gráfica*): Máquina impressora do sistema de rotogravura.
- **ROUGH** [=raf] (*criação*): Palavra inglesa que significa rascunho. É o primeiro rascunho de um anúncio ou qualquer outra peça publicitária, que mostra como ficar no final do processo de criação e produção. (Ver Raff)
- **RTV** (*produção*): Também gravado como RTVC. 1. Departamento de produção eletrônica (rádio, televisão, cinema) de uma agência. 2. Profissional dessa área que trabalha na agência. (Ver Produção)

S

- **SAMPLING:** Amostragem, em inglês. Ferramenta de marketing e comunicação de marketing que leva mensagens publicitárias e amostras de produtos e prospects, de forma a motivar sua experimentação.
- **SANGRADO:** Anúncio ou cartaz cujos limites ultrapassam o espaço em que eles estão impressos. Ou seja, o final da folha corta o fundo da mensagem.
- **SATURAÇÃO** (*mídia*): Veiculação excessiva da mesma peça publicitária, que acaba irritando o target e sendo contraproducente. (Ver Target)
- **SEGMENTAÇÃO:** Técnica de dividir o mercado em unidades geográficas ou - principalmente - em grupos de consumidores com interesses e comportamentos semelhantes.
- **SERIGRAFIA:** Processo artesanal de impressão, que consiste em fazer a tinta passar para o papel, pano ou outro suporte através de uma tela de seda, náilon ou outro material que possa ser utilizado como matriz. (Ver Silk Screen)
- **SHARE:** Participação, em inglês. Forma abreviada que pode significar share-of-market, share-of-mind ou share-of-voice, dependendo do contexto no qual é utilizada. (Ver definições de Share, a seguir, e Segmento)
- **SHARE-OF-MIND:** - Participação do produto na cabeça do consumidor, independente de ser lembrada em primeiro ou em último lugar.
- **SILK SCREEN:** O mesmo que serigrafia. (Ver Serigrafia)
- **SLOGAN:** Frase-tema de uma campanha ou marca, que procura resumir e definir seu posicionamento. (Ver Marca e Posicionamento)

- **SPOT:** Mensagem publicitária de rádio, feita por uma locução simples ou mista (duas ou mais vozes), com ou sem efeitos sonoros e uma música de fundo. (Ver Jingle)
- **SPLASH:** Forma gráfica de destaque para vantagem ou característica de produtos / serviços..
- **STORY BOARD:** Esquema ilustrado do roteiro de um comercial, definindo algumas de suas cenas principais, de modo a facilitar sua análise, aprovação e produção.
- **SUSTENTAÇÃO:** Etapa seguinte ao lançamento de um produto, marca ou campanha. Fase na qual é sustentado o esforço de marketing ou comunicação. (Ver Lançamento)

T

- **TABELA** (*mídia*): Relação de preços dos espaços de um veículo ou de honorários de uma agência, produtora ou fornecedor. (Ver Espaço e Veículo)
- **TABLOIDE:** Jornal de formato pequeno, geralmente metade do jornal tradicional.
- **TABULETA:** 1. Unidade do meio outdoor, ou seja, cada um dos locais de exibição dos cartazes ou painéis. 2. Armação na qual é colado o cartaz. (Ver Cartaz, Outdoor e Painel)
- **TAPE** [=têipe] - Fita de áudio ou vídeo. (Ver Videoteipe)
- **TARGET:** Alvo, em inglês. Expressão utilizada para definir o público-alvo de um plano de marketing, campanha ou peça de comunicação. Grupo (segmento) de consumidores ou prospects aos quais é dirigida, prioritariamente, uma peça ou campanha de propaganda, bem como qualquer outras ações de comunicação ou marketing. (Ver Segmento e Público-alvo)
- **TEASER:** Fase preliminar ou pré-campanha que possui a finalidade de despertar a curiosidade do público sem revelar do que se trata. Costuma ser aplicada em um curto período de tempo, (entre 7 e 10 dias), e depois é complementada pelo restante da campanha.
- **TELEMARKETING:** Técnica e mídia de marketing direto, que consiste no contato direto com consumidores e prospects através do telefone, seja no sentido emissor (a empresa liga) ou receptor (o consumidor ou prospect liga para a empresa). (Ver Marketing Direto)
- **TESTEIRA** (*pdv*): Estrutura colocada no alto de display, gôndolas etc, contém algum elemento que identifica o produto ou outra mensagem.
- **TEXTO FOGUETE:** Pequena locução publicitária feita durante a transmissão de programação (geralmente esportes ou eventos musicais) do rádio e TV.
- **TIMING** [=táiming]: 1. Duração subjetiva de uma peça publicitária, ou seja, a sensação de duração que ela passa para as pessoas. 2. Sentido de oportunidade, ou seja, capacidade de definir qual é o exato momento para praticar uma ação de comunicação ou veicular uma peça publicitária.
- **TIPO** (*prod. gráfica*): Estilo de uma letra impressa. Característica visual comum de cada uma das letras que compõe uma família de tipos. (Ver Família, Itálico, Negrito e Redondo)
- **TIPOGRAFIA** (*prod. gráfica*): Antigo processo de impressão (geralmente apenas de textos e pequenos símbolos) de forma mecânica, com pressão da matriz em clichê sobre o papel. (Ver Clichê)
- **TIRAGEM:** Total dos exemplares impressos de uma edição de jornal ou revista. (Ver Circulação e Encalhe)
- **TOP OF MIND:** É a primeira marca de uma categoria de produto ou serviço lembrada pelo público, ou seja, a que ocupa a primeira posição da sua memória.
- **TRAÇO** - 1. Em artes gráficas, definição de ilustração ou símbolo sem nenhum meio-tom, em PB ou cor chapada. 2. Em mídia, expressão usada para definir audiências de rádio e TV muito pequenas, quase inexpressivas. (Ver Audiência, Meio-tom e PB)
- **TRADE** - Expressão em inglês para denominar o comércio (distribuidores, representantes, atacadistas, varejistas, etc.).
- **TRÁFEGO** - Nas agências, departamento ou profissional que cuida do tráfego das tarefas e materiais entre os vários setores da empresa.
- **TRAVELLING** (*produção*): Deslocamento da câmera, em qualquer direção (horizontal, vertical) ou sentido para se aproximar, se afastar ou acompanhar o objeto, cena ou pessoa que está sendo filmada ou gravada. (Ver Filmagem, Gravação, Panorâmica e Zum)
- **TRILHA** (*produção*): Forma abreviada e usualmente empregada de trilha sonora. (Ver Trilha Sonora)
- **TRILHA SONORA** (*produção*): Música incidental ou de fundo do comercial - combinada ou não com ruídos descritivos

U

-**URNA**: Caixa destinada a recolher os cupons de participação em uma operação promocional.

V

- **VAZADO** (*prod. gráfica*): Texto branco sobre fundo preto ou cor chapada.

- **VEÍCULO** (*mídia*): 1. Nome genérico de qualquer empresa de comunicação, como editoras, emissoras, exibidoras de outdoor, etc. 2. Empresa individual de cada meio de comunicação, como o canal ou a rede de TV ou rádio, a editora de jornais e revistas, etc. 3. Título de jornal ou revista, emissora de rádio ou TV e qualquer outro instrumento de comunicação física, que leva as mensagens dos anunciantes aos consumidores. 4. Área da propaganda que agrupa os veículos de comunicação. (Ver Meio)

- **VERBA** - Montante em dinheiro disponível para se fazer propaganda de uma empresa ou marca, por determinado período de tempo (mês, ano, etc.) ou tarefa específica (lançamento, sustentação, etc.).

- **VÍDEO**: 1. Abreviação usual de videoteipe. 2. Nome genérico do aparelho ou tela de televisão. 3. Parte visual de uma produção audiovisual, inclusive comerciais em filme ou VT. 4. Unidade do computador em que se pode visualizar o trabalho que está sendo feito. (Ver Videoteipe)

- **VIDEOTEIPE** - 1. Fita magnetizada na qual são gravadas imagens e sons. 2. Sistema de gravação, edição, manipulação (geração de efeitos) e reprodução de imagens usando fita magnetizada (que está gradativamente se transformando em gravação digitalizada). (Ver Edição e Gravação)

- **VINHETA**: 1. Pequena ilustração colocada em um anúncio ou trabalho gráfico. 2. Cena animada (em desenho ou fotografia) bem rápida (até 5 segundos) para lembrar um tema, empresa, comercial ou marca na televisão. 3. Mensagem sonora musical (acompanhada ou não por uma pequena locução) bem rápida (até 5 segundos) para lembrar um tema, empresa ou marca no rádio.

- **VERNIZ U.V.:** Verniz secado por radiação ultravioleta usado em impressão gráfica para melhor acabamento.

- **VINCO**: Conformação feita por pressão sobre o papel ou papelão, para permitir seu dobramento.

- **VOLANTE**: Pequeno folheto, bem simples, de uma página, com baixa gramatura (Ver Folheto)

- **VT**: Abreviação de videoteipe. (Ver Videoteipe)

W

- **WOBLER** (*pdv*): Também conhecido como "pescador", é um material de pequeno porte que possui uma haste com fita adesiva em sua extremidade. Deve ser colocado na gôndola com a finalidade de chamar a atenção do consumidor para um novo produto, promoção ou preço.

Z

- **ZOOM** (*produção*): Movimento de aproximação (zoom in) ou afastamento (zoom out) da câmera de um objeto, pessoa ou cena que está sendo filmada ou gravada. (Ver Filmagem, Gravação, Panorâmica e Travelling)