

F f

Facsímil.

1. Se denomina así a la técnica de reproducción o el resultado de ella, que copia fielmente un original. Se utiliza mucho en la edición de libros antiguos.
2. El telefax es como la fotocopidora, fueron dos de los más indispensables instrumentos de una agencia de publicidad y también, del anunciante.

Fade in.

Efecto visual por el cual la escena recobra gradualmente su balance de imagen y / o color, a partir del negro.

Fade out.

Lo mismo que el fade in pero al contrario. Pasa de su imagen o color nítido al negro.

Fantasma.

Imagen indeseable que suele aparecer en una pantalla de televisión.

F.C.C.

Federal Communications Commission. Agencia del gobierno de los EE.UU. establecida en 1934 y que otorga las licencias de explotación y comercialización de radio y televisión.

F.D.A.

Food and Drug Administration. Importante Agencia del Gobierno de los EE.UU.

Fetichismo.

1. En psicología, conducta sexual que consiste en darle un significado erótico a determinados objetos.
2. En general, fetichista es quien profesa culto o veneración a ídolos supersticiosos.
3. Publicitariamente se utilizan muchas veces a modelos fetichísticamente y se diseñan envases que también lo son.

Filme.

Motion picture films. Película usada para la realización de comerciales o películas de largo metraje, a color o en blanco y negro. Las películas están identificadas por diferentes tamaños:

- **Regular 8 mm. silente**
= 14.5 pies x minuto = 16 cuadros x segundo
- **Súper 8 mm. synch**
= 14.5 pies x minuto = 18 cuadros x segundo
- **Súper 8 mm.**
= 14.5 pies x minuto = 24 cuadros x segundo

- **16 mm. synch**
= 36 pies x minuto = 24 cuadros x segundo
- **35 mm. synch**
= 90 pies por minuto = 24 cuadros x minuto
- **70 mm. synch**
= 225 pies x minuto = 24 cuadros x segundos

Filmación.

En la producción de un comercial para televisión o cine, etapa siguiente a la pre-producción y que cubre el rodaje de las diferentes escenas del mismo. / Erróneamente se llama filmación a una grabación en video tape.

Flip.

Maroma. Paso de una imagen a otra, girando sobre su eje horizontal o vertical.

Folleto.

1. Elemento usado frecuentemente como complemento de una acción de ventas o simplemente como elemento de punto de venta.
2. Puede ser de tipo volante, bifoliar, trifoliar, etc.
3. Carta de presentación de un producto o servicio más detallada y esclarecedora que un anuncio.

Forma.

Grupo de páginas impresas en una sola hoja grande. Ejemplo: un libro de 32 páginas, puede estar impreso en una forma y posteriormente doblado y cortado.

Formalista.

Concepto opuesto a “*funcionalista*” que atiende a aspectos estéticos y de belleza en las formas creadas.

Formato.

Tamaño. Forma. Estilo. Apariencia de una publicación.

Fotocomposición.

Método de composición tipográfica mediante un proceso fotográfico. Obviamente no usa tipos de metal como los linotipos.

Fotograbado.

Plancha de impresión en relieve y grabada al “*aguafuerte*” mediante un proceso fotomecánico con medio tonos o corte en línea. Proceso de producir una plancha.

Fotoscript.

Serie de fotografías hechas al mismo tiempo de filmar o grabar un comercial. Usado para mantener registros de producción y también, con fines de promoción de ventas.

Fragmentación de la audiencia.

Segmentación de las audiencias de los medios de comunicación en grupos más pequeños.

Franquicia.

Permiso. Autorización. Para la comercialización y/o producción de una marca o producto determinado.

Frecuencia.

Números de ondas por segundos que radia un transmisor, medido en Khz. (*kilohertz*) / En la exposición (*pauta*) de medios, es el número de veces que un potencial consumidor es expuesto a un comercial en un período determinado. Estadísticamente hablando, es el número de veces en que aparece cada elemento en cada paso en cada escala de distribución.

Frecuencia ultra alta.

UHF. Es en la que se transmite la señal de los canales de TV del 14 al 83 y que operan en frecuencias desde 470 a 890 Mhz.

Freeze frame.

Cuadro congelado. La impresión continuada -reimpresión- de un sólo cuadro para poder producir el efecto de una imagen detenida, *congelada*.

Free lance.

Redactor, productor audiovisual, directo de arte o un publicista que trabajan de modo independiente y recibe asignaciones individuales de diferentes cuentas, pero que no están empleados permanentemente en la agencia y el anunciante que los contrata.

Frente al texto.

Anuncio de un periódico o de una revista opuesto al material editorial (*lectura*).

Fundraising.

Anglicismo. Actividad de solicitar y obtener fondo, y otras aportaciones, para organizaciones no lucrativas.

Fusil.

Mimesis. Imitación. En arte se aplica este concepto para aludir a soluciones estéticas que copian aportaciones ajenas. Publicitarios de muchas partes del mundo llaman a este desagradable y poco ético asunto: fusil.

Faldón.

Pie de página.

Familia.

Conjunto de caracteres del mismo tipo o fuente. *Type*.

Fecha de aparición.

1. Primer día de campaña. *Air date*.

2. Día en que una publicación sale a la calle. Esta fecha no tiene por qué coincidir con la fecha de portada. *Date of appearance*.

Fecha de cierre.

Día de la semana a partir del cual una publicación no admite más publicidad por considerar que está terminada. *Closing date*.

Fecha de portada.

La que figura en la cubierta de la revista. Esta fecha no coincide generalmente con la fecha de aparición del número en la calle. *Cover date*.

Ferro.

Prueba de contacto que por reacción química prefiere la imagen del positivo al papel. *Blueprint*.

FIAP.

Festival Iberoamericano de Publicidad, organizado con carácter anual por la Federación Iberoamericana de Agencias de Publicidad.

Fibra óptica. Cable de...

Sistema de transmisión por fibra de vidrio capaz de transportar señales digitales por frecuencia de luz visible o infrarrojas. Sus grandes ventajas su calidad, capacidad y transmisión de datos. Dada su gran cantidad de aplicaciones, la fibra óptica es un instrumento fundamental para la emisión de información publicitaria. *Fibre-optic cable*.

Ficha de anunciante.

Formulario que contiene todos los datos del anunciante y que exigen determinadas cadenas de TV la primera vez que el anunciante las utiliza o siempre que los datos reflejados varíen por cualquier motivo. *Advertiser data card*.

Ficha técnica.

La que acompaña a una copia de emisión de un spot cuando se entrega a un canal de televisión. en la ficha van especificados todos los datos referentes a anunciante, producto, duración, etc. *Technical data card*.

Fichero.

Es un conjunto de datos homogéneos y relacionados entre sí. Normalmente se utiliza la palabra fichero para describir los listados de direcciones para mailing. Con la ayuda de la informática, un fichero bien organizado es susceptible de sufrir tratamientos específicos y segmentaciones para construir un envío de gran eficacia y rentabilidad. *File*.

Ficticio.

Maqueta construida con el fin de simular a la perfección el producto que se va a anunciar o cualquier otro objeto o ambiente. *Mock-up*.

Fidelidad de marca.

Término que describe la lealtad de un usuario en la compra de una marca o de un servicio. *Brand loyalty*.

Figuración.

Son los extras de un spot publicitario. *Supporting cast, extras*.

Figurinista.

Aquel que se ocupa del diseño del vestuario en una producción cinematográfica. Debido a su altísimo coste, sólo en contadas ocasiones se utilizan los servicios de un diseñador de vestuarios para la realización de un spot. En su lugar se utiliza un atrezista que se ocupa de elegir junto con el realizador la ropa y otros elementos de decoración de un spot. *Costume designer*.

Fijador.

Spray que contiene una solución de alcohol y goma laca que se rocía sobre un dibujo para evitar que las tintas o pinturas se corran y conserven mejor sus colores. *Fixative*.

Fijar.

Acción de colocar o instalar publicidad exterior. *To place*.

Filás.

Efecto óptico de vibración o aguas que se producen en una grabación de video cuando la cámara no registra con precisión líneas o colores. Esto ocurre muchas veces cuando aparece un señor con un traje de cuadros pequeñitos; en la tele parece que partes del traje vibran. *Travel ghost*.

Filmación.

1. Rodaje de un spot. *Shoot*.
2. Impresión sobre papel fotográfico o película. *Film print*.

Filmadora.

Máquina para impresionar sobre papel fotográfico o película. *Film printer*.

Filmar.

1. Impresionar sobre papel fotográfico o película. *(To film)*.
2. Rodar *(To shoot)*.

Filtro.

1. La placa de distintos materiales, normalmente cristal o plástico, que se instala delante del objetivo de una cámara para crear efectos de color o tamizar la luz. *Filter*.
2. Una pregunta filtro es aquella que sirve para seleccionar un determinado grupo objetivo dentro de una investigación de mercado. *Filter question*.

Fina.

Tipo de letra de cuerpo delgado. *Light typeface*.

Final del bloque.

Anuncio que aparece en el último lugar de un bloque publicitario. *Last in the break.*

Flame.

Marca registrada de un editor digital multicapa de gran rapidez y eficacia. Dada su popularidad, el nombre propio ha sustituido el nombre común.

Flash.

1. Elemento de diseño gráfico que se utiliza dentro de un anuncio para resaltar una oferta especial, promoción o precio; su forma recuerda el efecto de luz que produce un flash fotográfico.
2. Secuencia de muy breve duración dentro de un spot publicitario. *Flash.*

Flash-back.

Técnica cinematográfica que se utiliza para describir un paso atrás en el tiempo de la historia que se está narrando.

Flash de Punto de venta.

Cartel troquelado en forma que recuerda el efecto de luz de un flash fotográfico y que se coloca en lineales y estanterías para comunicar al comprador cualquier oferta. *Point of sale flash.*

Flexografía.

Técnica de la impresión por huecograbado que utiliza planchas de goma que por su flexibilidad son muy útiles para imprimir envases. *Flexography.*

Flier.

Ver *octavilla.*

Flip-chart.

Soporte que sujeta papel u hoja de cartón sueltas de manera que puedan pasar una a una durante reuniones o presentaciones. Todo el mundo usa el término inglés.

FNEP.

Federación Nacional de Empresas de Publicidad.

Folder.

Término inglés que se usa en lugar de carpeta.

Folio.

Hoja de papel de 56 X 43 cms. *Folio.*

Folleto.

Soporte publicitario impreso de variadas formas y tamaños. Normalmente un folleto tiene como mínimo dos páginas ya que, cuando es una sólo hoja en publicidad se llama octavilla. *Brochure, booklet.*

Folleto de ventas.

Ver: Ventas. *Folleto de...*

Forillo.

Fondo pintado para una sesión fotográfica o cinematográfica. *Background.*

Formato.

Características técnicas y físicas de cualquier soporte publicitario, gráfico o audiovisual. *Format.*

Forrar.

En argot de los fijadores de carteles quiere decir llenar completamente una pared con el mismo cartel.

FORTA.

En España: Federación de Organismos de Radio y TV Autonómicas.

Fotocomposición.

Montaje fotográfico de textos sobre una película sensible. *photo composition.*

Fotograma.

Cada una de las imágenes que se suceden en una película cinematográfica. *Frame.*

Fotolitos.

Positivos de color que se obtienen tras la realización de un proceso de fotomecánica. *Mechanicals, colour separation.*

Fotomecánica.

Proceso de separación de los cuatro colores, cada uno en sus diferentes porcentajes. Tras el proceso de fotomecánica se obtienen cuatro positivos, uno para cada color que se utilizarán posteriormente para el proceso de impresión. *Photomechanics.*

Fotómetro.

Aparato que utilizan los fotógrafos e iluminadores para medir la intensidad de la luz en un punto de terminado. *Spot meter.*

Fotomontaje.

Composición realizada a partir de dos o más fotografías. *Photomontage.*

Franjas.

Períodos, horarios en los que se divide una programación en TV o radio. *Period.*

Franqueo.

Acción de colocar en un envío el importe que marca la tarifa de correos. Cuando son envíos publicitarios se suele utilizar la tarifa especial, que exige que el sobre esté abierto por un lado para una posible inspección postal. Las compañías de *fulfillment* o marketing directo franquean siempre con estampación mecánica, no con sellos convencionales. *Postage.*

Franqueo en destino.

Respuesta postal gratuita. Se utiliza como estímulo para conseguir que el potencial comprador solicite mayor información o realice su pedido. Normalmente las tarjetas respuesta con franqueo en destino se envían ya impresas para que el destinatario tenga pocas dificultades y no cometa errores al rellenarlas. *Post-paid.*

Franquicia.

Sistema de colaboración entre empresas por el que el franquiciador concede al franquiciado, el derecho a explotar, bajo condiciones reflejadas en un contrato, una idea o fórmula comercial exclusiva. Una franquicia tiene innumerables matices que es necesario conocer en profundidad y con detenimiento, antes de decidirse por una. *Franchise.*

Frecuencia de compra.

Media de operaciones de compra realizadas por una persona durante un período determinado. *Buying frequency.*

Frecuencia de exportación.

Número de veces en que un determinado público objetivo ha sido expuesto a un mensaje publicitario. *Media frequency.*

Frecuencia. Descuento por...

El que se consigue durante una negociación con un medio en base al número de apariciones negociadas para un período de tiempo. *Frequency discount.*

Frecuencia modulada.

FM. Sistema de emisión radiofónica en el que se modula la frecuencia en lugar de la amplitud de onda. *Frequency modulation.*

Free-lance.

Profesional que realiza una actividad de forma autónoma e independiente. Por ejemplo: un ilustrador, un fotógrafo, un diseñador. Se utiliza generalmente el término inglés, mal que pese a los defensores del idioma español.

Frente a texto.

Aquella inserción publicitaria realizada en prensa o revista que aparece frente al propio contenido editorial del medio. *Facing text.*

Fuente.

1. Tipo de letra. *Type font.*

2. Origen de una información *Source*.

Fuente escalable.

Tipo de letra incluido en un ordenador o impresora que puede ser ampliado o disminuido a gusto del usuario. *Scale font*.

Fuera de temporada.

Momento del año durante el cual descienden las ventas de determinados productos o servicios. *Off season*.

Fulfillment.

Proceso de contestación a las respuestas y pedidos recibidos por correo o vía telefónica. Sólo se utiliza el término inglés.

Fundido.

En cine es la transición suave de una escena a otra, generalmente separadas por un plano en negro, en muchos casos imperceptible a la vista del espectador. *Fade*.