

N n

National Broadcasting Company.

Cadena de radio y televisión de los EE.UU., más conocida como N.B.C.

Necesidad.

Sensación de carencia (física o psíquica) que es común a todos los seres humanos, con independencia de factores culturales.

Negritas.

Bold. Cuando una tipografía normal se destaca sobre su propio cuerpo. A diferencia de la “negrita” y la letra normal, está la *itálica* o *bastardilla*, la cual puede ser a su vez, también *negrita* o *bold*.

Negativar.

Obtener un negativo a partir de un positivo. *Positive to negative process.*

Negativo.

Imagen fotográfica sin revelar, que presenta invertidos los claros y los oscuros o los colores complementarios. *Negative.*

Negociación.

Proceso de aproximación de intereses, realizado durante la compra de un servicio o de espacio publicitario, en un medio de comunicación. *Negotiation.*

Negro.

1. Término que se utiliza para referirse a la impresión realizada sólo en este color. No se imprime en blanco y negro; se imprime en negro. *Black.*
2. El color de fondo lo pueda dar el papel mismo.

Neón.

Anuncio iluminado y/o realizado con tubos de luz de neón. *Neon.*

Neto.

Costo de los medios, una vez deducidos todos los descuentos y/o bonificaciones. *Net cost.*

Neoplasticista.

El neoplasticismo fue un movimiento arquitectónico, constructivista y geométrico, que consideraba la arquitectura como unidad plástica, compuesta de industria y tecnología.

Nielsen.

1. Nombre por el que se conoce coloquialmente en cualquier país a la compañía de origen norteamericano A.C. Nielsen Co. Limited.
2. Uno de los mayores institutos de investigación de mercado, especializado en auditorías de ventas para facilitar datos de distribución en los puntos de venta.
3. También controla en algunos países, inversiones publicitarias en los medios.

Nielsen Audience Demographic Report.

Publicación de A.C. Nielsen Co. Utilizada con frecuencia por los departamentos de medios de las agencias de los Estados Unidos de América.

Nivelación.

En tipografía, ajustar las planchas de prensa para obtener una impresión uniforme.

Noche americana.

Se dice en cine a las escenas nocturnas que se filman de día y que gracias a filtros que se colocan en la lente de la cámara, da la impresión que la acción sucede de noche. *Day of night.*

Nodo.

Punto donde se producen dos o más conexiones en una red de comunicación . *Node.*

No intrusivo.

Es aquel medio de comunicación que se activa voluntariamente, mediante un código y bajo unas condiciones determinadas. *Non intrusive, viewer activated.*

Nota de prensa.

También: *comunicado de prensa.*

Nombre comercial.

Nombre que se aplica a la totalidad de un negocio, no a un producto individual.

Nombre de marca.

1. Marca registrada ®.
2. La parte oral de una marca en comparación de una gráfica.

N.T.S.C.

1. Uno de los tres sistemas de TV conocidos.
2. El N.T.S.C. es de origen japonés-estadounidense y por volumen de aparatos, es el más usado, pero es prácticamente desconocido en Europa, África, Asia ,Oceanía y en Sudamérica en Argentina, Brasil y Uruguay.

Número de líneas.

Espacio de líneas ocupado por un texto. Decimos también, por el número total de líneas de espacio ocupado por un anuncio o una serie de anuncios.

Nuevo negocio.

Actividad de una agencia de publicidad orientada a captar más clientes. *New business.*

Número.

Ejemplar de un periódico o revista. *Issue copy.*

Número cero.

Ejemplar de una revista realizado para comenzar su venta publicitaria y que no se pone a la venta y que en ocasiones se distribuye gratuitamente. *Work issue.*

Número gratuito.

Ejemplar de una publicación que se regala para darla a conocer entre potenciales clientes y compradores. *Free issue, complimentary issue.*