

T t

T.A.

Total audience. *Audiencia total.*

Tablero de dibujo.

Mesa de dibujo.

Tabloide.

1. En periódicos hay dos tipos de tamaños: cuyas dimensiones son 14 1/2 pulgadas por 12, y standard que es de un tamaño mayor: 21 1/2 pulgadas por 14 1/2; este tamaño es conocido también como “*sábanas*”.
2. En Guatemala los periódicos editados son en dos tamaños, 15 por 11 pulgadas y 16 1/2 por 11.

Tablón de anuncio.

Espacio reservado para colección de anuncios entre particulares miembros de empresas, clubes, instituciones, etc. Son un objeto de merchandising para marcas consumidas o vinculadas a esos lugares. *Notice board.*

Tablón de anuncios electrónicos.

Pantalla instalada en un lugar de intenso tráfico y conectada con una unidad central de videotexto que transmite en minutos noticias, información y publicidad. Puede ser también soporte para publicidad estática. *Electronic notice board.*

Tabulación.

Consiste en contar el número de casos que se incluyen en cada una de las clases o categorías de una variable.

Puede ser simple (lo que implica el conteo de una sola variable) o cruzada (que es el conteo simultáneo de varias variables).

Táctica.

Método publicitario que se utiliza puntualmente para conseguir un objetivo. *Tactic.*

Tag-on.

Breve spot generalmente de 5 ó 10 segundos que se agrega al final de otro comercial del mismo producto. Usado generalmente en promociones.

Talonar una tinta.

Descomponer una tinta en sus porcentajes exactos de pigmentación. *Pigment percentage.*

Tamaño.

Describe las proporciones de cualquier pieza publicitaria en largo, ancho y alto. Curiosamente también se aplica para referirse a la longitud de un spot que no se mide en metros, sino en segundos. *Size.*

Tangible (s)

Producto tangible.

Son todas aquellas evidencias físicas relacionadas con el servicio que demuestran su existencia y ponen de manifiesto la calidad del mismo.

Son los elementos del servicio que se pueden percibir por los sentidos.

Tapas.

Cubiertas de una publicación. *Covers*.

Target.

Público objetivo.

Tarifa.

1. Precio oficial de un soporte publicitario para cada tipo de inserción que se pueda realizar en él.
2. Precio oficial de los trabajos que realiza un estudio de arte final, postproducción, duplicado, revelado, etc. *Rate card*.

Tarifa fija.

Cargo uniforme que un medio cobra, sin importar a veces la cantidad de espacio usado o la frecuencia de la inserción. Ejemplo: un anunciante obtiene a través de su agencia que un periódico fije por una publicación -de X tamaño- que se publicará diariamente, una tarifa que le permita una presencia que sin esa negociación sería más costosa, ya que pagará 20 anuncios en lugar de los 30 que se publicarán.

Tarifa principal.

AAA. Tarifas que la radio y la TV establecen para los horarios en los cuales alcanzan las audiencias más grandes.

Tarjeta de crédito de establecimientos comerciales.

La que entregan ciertos establecimientos a sus clientes como forma alternativa de pago. Su funcionamiento es muy similar al de una tarjeta normal, aunque puede tener determinadas ventajas promocionales. *Private card*.

Tarjeta de pedido.

Tarjeta de respuesta. *Order card*.

Tarjeta de respuesta.

Pieza de cartulina, parecida a una postal, que se incluye en envíos de publicidad directa para facilitar la contestación del cliente. Normalmente lleva ya impresa la dirección del remitente y es pagadera en destino. *Reply card*.

Task force.

Término inglés que se utiliza con cierta frecuencia para denominar un grupo de trabajo que se forma temporalmente para cumplir una misión difícil o urgente.

Teaser.

Campaña de intriga.

Tecnología mecanicista.

Se basa fundamentalmente en el aprovechamiento mecánico de las cosas, sean estas naturales, artificiales, industrializadas, etc. Se contrapone a la tecnología orgánica.

Tecnología orgánica.

Se basa en los procesos naturales y aprovecha la energía, los materiales y las leyes del medio ambiente. Se contrapone a la tecnología mecanicista.

Teclado.

1. El de un instrumento musical, incluyendo un sintetizador.
2. El de un ordenador. *Keyboard.*

Teléfono casual.

Investigación.

1. Técnica de investigación de la audiencia, la cual se contacta casuísticamente para conocer cual canal o programa está viendo en el momento de efectuarse la llamada.
2. En Argentina por ejemplo, esta técnica es muy conocida desde hace muchos años y la realiza el IVA, Instituto Verificador de Audiencia.

Tele.

Abreviatura de televisión y también de teleobjetivo. *Tele.*

Telecine.

Paso de una película de celuloide a video.

1. Este proceso se realiza para llevar a cabo la postproducción sobre soporte video digital, lo cual es más rápido y más flexible en todos los sentidos.
2. También se puede hacer un telecine de video a celuloide, cual es necesario si se quiere utilizar una película post producida en video para proyectarla en una sala de cine. A esto le llama, también: *kineoscopado* . *Film transfer.*

Telecompra.

Aquella que se realiza por medios interactivos entre un cliente y un establecimiento comercial. *Teleshopping*

Telecopy.

Sucesión de imágenes fotográficas de un spot tomadas directamente de la televisión y plasmadas en orden sobre un papel o cartulina. Debajo de cada imagen, aparecen escritos los textos o diálogos correspondientes. De esta manera se puede tener siempre a mano la actividad de la competencia. *Telecopy, photo board.*

Tele conferencia.

Reunión que mantienen diferentes personas, cada una desde un lugar distinto. Para ello se utilizan medios audiovisuales y un canal de satélite privado contratado al efecto durante un cierto tiempo. *Teleconference*.

Telefax.

Nombre completo de lo vulgarmente llamamos fax. Sistema y aparato para transmisión de imágenes y texto en blanco y negro por vía telefónica. *Telefax*.

Teléfono 900.

Servicio telefónico con tarifas especiales de uso especializado en actividades de telemarketing pasivo. Son números de seis cifras, fácilmente recordables y precedidos de un prefijo que indica quien paga la llamada, por ejemplo: 900 (cobro revertido), 902 (cobro compartido), 903-906 (precio más alto). *Toll free number, reply number*.

Telemarketing.

Utilización del teléfono como medio de comunicación con potenciales clientes para ofrecerles servicio o productos.

1. El telemarketing no es sólo una técnica de ventas sino que puede actuar también de forma pasiva como medio de ampliar información, ofrecer ayuda postventa, etc.
2. También se conoce como mercadeo telefónico.

Telemática.

Término creado por simbiosis entre las palabras telecomunicaciones e informática. Es el conjunto de servicios y tecnologías que nacen a partir de estas dos ciencias y que permiten establecer diálogo a distancia entre equipos informáticos utilizado como medio de transmisión las telecomunicaciones. *Telematics*.

Teleobjetivo.

Tipo de lente fotográfica que sirve para aproximar los objetos situados a larga distancia. Muy utilizado en publicidad por su efecto estático y en los encuentros de fútbol, por ejemplo: para ver una portería (arco) de frente, desde la otra portería. *Tele lens, telephoto lens*.

Teleprinter.

Máquina tituladora o generadora de caracteres alfanuméricos para transmisión televisiva o incorporación en una señal de video. *Teleprinter*.

Teleprompter.

Suerte de televisor que amplía los textos para lectura para locutores de televisión o conferenciantes. De esta forma, parecen que están mirando al espectador, pero en realidad están leyendo los textos que aparecen en esa máquina. *Teleprompter*.

Teleproyector de video.

Aparato que mediante tres cañones de luz (roja, verde y azul) transmite una imagen de

vídeo desde el magnetoscopio a una pantalla o a una pared. *Video proyector, video beam.*

Teletexto.

Sistema de transmisión de textos y gráficos vía una señal de televisión convencional y recibidas en cualquier televisor normal que tenga incorporado un lector de teletexto. La emisión de teletexto incluye información de todo tipo y noticias, así como publicidad. *Teletext.*

Televisión a la carta.

Televisión de pago por programa.

Televisión comercial.

Canal de televisión que emite publicidad, independientemente de que pertenezca al estado o a la empresa privada. *Commercial TV.*

Televisión convencional.

Término en relación con la forma de emisión, no con el contenido de la programación ni con la publicidad; se refiere a aquella televisión que se transmite por las ondas en la forma tradicional. *Conventional TV.*

Televisión digital.

La que se transmite por medio de cable de fibra óptica hasta un decodificador instalado cerca del televisor. Por su gran capacidad para transmisión de información, le permite ofrecer: TV a la carta, juegos, telebanco, etc. *Digital TV.*

Televisión de pago.

A la que hay que suscribirse para ver su programación, independientemente de que esta se transmite por el aire o por cable. *Pay TV.*

Televisión de pago adicional.

Servicios adicionales que puede ofrecer una emisora de televisión de pago, como por ejemplo películas especiales, transmisiones, etc., por cuya exhibición hay que pagar. *Pay TV.*

Televisión de pago por programa.

También conocida en algunos país por su denominación inglesa “*pay per view*”. Aquella emisora de televisión, de pago o no, que cobra a su audiencia una determinada cantidad por ver transmisiones de programas especiales, tales como partidos de fútbol, de béisbol o de box, u otros eventos de gran interés. *Pay per view TV.*

Televisión local.

Cubre sólo una determinada área geográfica dentro de una zona, provincia, departamento o estado. *Regional TV, local TV.*

Televisión nacional.

La que cubre la totalidad del territorio de un país. *National TV*.

Televisión por cable.

Sistema de emisión de televisión, en el cual la señal se transporta por cable coaxial o por fibra óptica. *Cable TV*.

Televisión por cable local.

Televisión por cable que sólo da servicio a una pequeña comunidad. *Local cable TV*.

Televisión privada.

Canal de televisión cuya propiedad no es del estado ni de organismos autónomos. *Private TV*.

Televisión pública.

Canal de televisión que pertenece al estado o a un organismo autónomo. *Public TV*.

Tema.

Música que se utiliza en una película, una serie televisiva o en un comercial publicitario. *Theme*.

Temporizador.

Dispositivo para activar o desactivar automáticamente un receptor audiovisual de acuerdo con una programación previa. *Timer*.

Tendencia.

1. Indicativo de la evolución de un mercado.
2. Moda. *Trend*.

Terminal.

1. Aparato emisor-receptor localizado a gran distancia de la unidad central (computador) y que permite comunicarse con él. Existen mucho tipos de terminales con aplicación comercial: cajero automático, pago con tarjeta de crédito, cajas registradoras en los puntos de venta terminal.
2. Zona de un aeropuerto o una estación equipada con servicios para atención al pasajero.
3. Lugar específico para colocación de publicidad de todo tipo: luminosos, carteles, videos, etc. *Airpot terminal, rail terminal*.

Test.

Término admitido por la RAE como examen o prueba.

1. En algunos mercados se utiliza más como investigación; eso sí, realizada a base de pruebas a las que se le somete al público objetivo.
2. Existen mucho tipos de test para analizar productos de consumo o publicidad. Éstos son algunos de los más frecuentes: Área test, el que se realiza en una zona geográfica determinada; Market test, para evaluar oportunidades de mercado;

Test ciego, donde no se da a conocer el nombre de la marca; Test comparativo, entre dos o más productos; Test de concepto, para validar una idea; Test de producto, para conocer la opinión sobre un producto; Test de marca, para conocer la validez, atractivo y recordación de una marca; Test de sabor, para conocer los valores organolépticos; Post-test de campaña, el que se realiza después de su aparición; Pre-test, el que sirve para validar una campaña o un producto; Test de envase o etiquetado; Test de recordación publicitaria o 24 horas recall.

Testimonial.

Campaña de publicidad que utiliza uno o varios personajes famosos para apoyar un producto o servicio. *Endorsement.*

Texto.

Escrito publicitario que se utiliza para escribir en el propio anuncio gráfico o para locución de un spot o de una cuña comercial. En publicidad se distingue mucho entre titulares y textos, ya que van próximos, pero no son lo mismo. *Copy, text.*

Texto legal.

El que obliga la ley a incluir en un anuncio. Éste es el caso de la publicidad del tabaco o producto farmacéuticos. *Legal warning.*

Texto obligatorio.

Datos, referencias o textos que es necesario añadir por estar ya registrados por otra empresa. Como por ejemplo, “es marca registra de...”, fuente de información tal o cual, etc. *Mandatory text.*

Televisión por cable.

Señales de TV que se transmiten por cable. Los programas se originan con operadores de cable mediante antenas parabólicas, discos de satélite o programación iniciada por un operador.

Televisión por suscripción.

Servicio de TV pagada que transmite una señal desmodulada. Los televidentes con un descifrador pueden recibir una señal clara, previo pago de una tarifa mensual.

Textura.

Concepto plástico. Se describe como formada por multitud de elementos iguales o semejantes, de escaso relieve, distribuidos regularmente sobre una superficie. Su característica es la repetición uniforme y el ojo la percibe como una superficie.

Tiempo.

1. Medida de un spot de televisión o de una cuña de radio expresada en segundo. En inglés se utiliza longitud: *length*, y en español muchas veces, también.
2. Factor muy considerado antes de rodar en exteriores ya que unas condiciones meteorológicas adversas pueden implicar costes adicionales por anulación. Por eso, las productoras ya incluyen en el presupuesto uno o varios “*Weather*

days” (días de mal tiempo). Si aun así no se considera suficiente, se puede suscribir una póliza de seguros que cubra posteriores cancelaciones *por mal tiempo*. Se usan convertidores especiales para recibir la información.

Tienda.

Punto de venta tradicional, Curiosamente, las cadenas de grandes superficies o almacenes también llaman tienda a cada uno de sus establecimientos. *Store, shop*.

Tilt.

Movimiento vertical de la cámara. *Tilt-up. Tilt-down*.

Time-table

Planificación. Secuencia ordenada de actividades, determinando días, horas y a veces, responsabilidades. *Schedule*

Tinta.

En el mundo de las artes gráficas, la tinta es una materia prima y por tanto un tema inagotable en cuanto a contenido y variantes. Veremos sólo algunos usos comunes: A tinta, cuando una ilustración se realiza con este producto; Tinta adicional, cuando se añade una tinta, sexta, o séptima tinta además de las cuatro básicas (*wellow, cián, magenta, black*); Tinta china, la fabricada en con negro de humo y que se utiliza para dibujar; Tinta de imprenta, tinta negra para texto en periódico o libros; Tinta plana, la que se aplica de forma directa, sin cuatricromía. *Ink*.

Tipo.

Cada modelo de letra. *Type*.

Tipo de letra.

Diseño y estilo de un tipo de letra. Por ejemplo: esta letra es “*Helvética*”, esta otra “*New York*” y esta otra “*Arial Black*” y finalmente esta última “*Times New Roman*”. Hay cientos de tipos de letras distintas como para todos los gustos y necesidades.

Tipográfica. Fuente...

Tipo o modelo de letra. *Font, type*.

Tirada.

1. Cantidad de ejemplares impresos por una publicación. *Press run*.
2. Ejemplares impresos de cualquier pieza publicitaria: carteles, folletos, etc. *Print run*.
- 3.

Tiraje.

Duplicación de películas o cintas de video para obtener más copias. *Copying*.

Tiro.

Disparo de la cámara. *Shoot*.

Tiro de la cámara.

Ángulo de enfoque de una cámara. *Camera angle.*

Titular.

1. Texto principal que encabeza una pieza publicitaria y que normalmente transmite una parte clave del mensaje.
2. Texto que encabeza una información de prensa. *Headline.*

Títulos.

1. Textos que aparecen al final de una película con los nombres de las personas que han intervenido en su producción, *Credits.*
2. En menor grado, las sobreimpresiones que se colocan en un spot. *Supers.*

Tiras cómicas.

Serie de dibujos de caricaturas.

Tolerancia.

Márgenes de error aceptables en las medidas de las piezas publicitarias en relación con los ajustes. *Acceptable error margin.*

Toma.

Cada vez que una cámara rueda un plano es una toma. Por lo tanto, es necesario numerarlas y descartar las que no han sido válidas para no revelarlas. *Take*

Top of mind.

Investigación. Es el primer nombre de un producto o servicio que nos viene a la memoria.

Total audiencia.

T.A. *Audiencia total.*

Trade – marketing,

Alianza estratégica en fabricante y distribuidor.

Con el fin de incentivar la demanda final en beneficio mutuo.

Trama.

Retícula usada en artes gráficas para descomponer una imagen en puntos.

Transfer.

Transferencia de un filme a video magnético.

1. Transferir un video cassette del sistema PAL (alemán) al sistema Secam (francés) o al NST (EE.UU.)
2. Transferir un video de 1 pulgada a 3/4 o a VHS.

Transmisión diferida.

Programa de radio o TV repetido en un horario distinto para llegar a grupos distintos de audiencia.

Transmisión simultánea.

Transmisión al mismo tiempo de un programa especial por radio y TV. Ejemplo: un importante partido de fútbol que se transmite por ambos medios.

Traveling.

Dolly. Movimiento de la cámara de TV o de cine hacia el sujeto o a la inversa. Se logra montando la cámara sobre una plataforma con ruedas que lleva el mismo nombre. En ocasiones es más convenientes su uso que el del zoom.

Trípode.

Soporte de tres pies, de altura graduable, que sirve para sostener la cámara y evitar que se mueva, especialmente en lugares irregular o difícil acceso. *Tripod.*

Tríptico.

Folleto de seis caras y tres cuerpos doblados, de tal forma que las caras laterales se plieguen sobre la del centro. *Triptych.*

Tropos.

Figuras retóricas utilizadas en el lenguaje hablado y escrito que consiste en el empleo de palabras con sentido distinto al habitual. Por extensión, los tropos han pasado a utilizarse en el lenguaje de la imagen.

Troquel.

Instrumentos de bordes cortantes utilizado en artes gráficas para cortar papel, cartón u otro material en formas irregulares. Aunque existen troqueles estándar, generalmente es necesario hacer cada uno a medida de la idea creativa. Así, se puede troquelar un cartón en forma de persona, de objeto, de marca o logotipo, etc. *Die, mould.*

Troquelado.

Corte realizado sobre una superficie de cualquier material en forma irregular (troquel) *Die cut, mould.*

Troquelar.

Acción de cortar una superficie de cualquier material para crear formas irregulares o creativas. *Die cut, to mould.*

Truca.

1. Efecto especial realizado durante un rodaje o una postproducción de cine. *Optical.*
2. En un spot filmado, lleva sobre impresiones -eslogan, logos, etc.- Si se decide modificar o transformar una imagen con algún efecto especial, se procede a manipular determinados fotogramas, tarea que profesionalmente se llama truca.

Trucho.

1. En puro argot publicitario argentino, aquel anuncio realizado expresamente para salir del paso.
2. En algunos países es aquel anuncio o campaña realizado/a para competir en festivales publicitarios.

Trueque.

Canje. Adquisición que hace un anunciante o una agencia pagando espacios de transmisión con mercancías.

Trozo de vida.

Esquema muy utilizado en un spot donde se pretende mostrar una escena como ocurriría en la vida real: familia desayunando, abuelo jugando con su nieto, etc. *Slice of life*.

TV de baja potencia.

TVBP. Estaciones de TV diseñadas para ciudades o poblaciones pequeñas.