

TABELA REFERENCIAL DE CUSTOS E SERVIÇOS INTERNOS

GLOSSÁRIO

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA
Sinapro
SÃO PAULO

70
ANOS

GLOSSÁRIO

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE ou AGÊNCIA DE PROPAGANDA – É, nos termos do art. 6º do Dec. Nº 57.690 / 66, empresa criadora, produtora de conteúdos impressos e audiovisuais, especializada na arte, na técnica e nos métodos publicitários, através de profissionais a seu serviço, que estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veículos de comunicação, por ordem e conta de clientes-anunciantes, com o objetivo de promover a venda de mercadorias, produtos, serviços e imagens, difundir ideias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições a que servem.

AGENCIADOR AUTÔNOMO ou CORRETOR – É o profissional independente – sem vínculo empregatício com anunciante, agência ou veículo – que contrata por ordem e conta do anunciante.

ANUNCIANTE ou CLIENTE – Nos termos do art. 8º do Dec. Nº 57.690 / 66, é a empresa, entidade ou indivíduo que utiliza a propaganda.

BALCÃO DE ANÚNCIOS – É a pessoa jurídica independente, equiparada ao agenciador autônomo, que capta publicidade para distribuição aos veículos de comunicação.

BANNER – 1. Tipo de pequena bandeira utiliza no ponto de venda (PDV), eventos, etc., contendo mensagem promocional. Pode ser confeccionada em pano, plástico ou papel. 2. Propaganda em forma de imagem gráfica, utilizada na página da internet. Normalmente, possui um link direcionado para um site promocional ou que traga mais informações sobre o produto mencionado na propaganda.

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.

CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão – é uma entidade criada pelo mercado publicitário para fazer cumprir as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, documento básico que define as condutas e regras das melhores práticas éticas e comerciais entre os principais agentes da publicidade brasileira. O CENP existe desde 16 de dezembro de 1998 e tem como seu principal gestor um conselho executivo, no qual têm assento 22 representantes de agências de propaganda, anunciantes, veículos de comunicação e governo federal.

CERTIFICADO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA – É outorgado pelo CENP às agências de propaganda que comprovaram condições profissionais e técnicas de exercerem as atividades específicas previstas na legislação publicitária. Com o certificado, a agência se identifica perante os veículos de divulgação e os anunciantes em sua capacitação e especialização. O certificado também a habilita a receber dos veículos o Desconto-Padrão de Agência (comissão), por seu trabalho de produção de conteúdo e de intermediação das mensagens publicitárias por conta e em nome do anunciante.

CM X COL – Abreviatura de centímetro por coluna. É a forma de comercialização de um espaço publicitário de jornal, que é a multiplicação do número de colunas (largura) pela altura em centímetros (cm x coluna).

DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA – É o abatimento concedido, com exclusividade, pelo veículo de comunicação à agência de propaganda, a título de remuneração, pela criação / produção de conteúdo e intermediação técnica entre aquele e o anunciante. É a definição legal para a comissão recebida do veículo de comunicação pela agência de propaganda.

DISPLAY – Peça promocional e de merchandising que exhibe uma mensagem ou mensagem e produto no ponto de venda.

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.

FEE – É o valor contratualmente pago pelo anunciante à agência de propaganda, nos termos estabelecidos pelas normas-padrão, independentemente do volume de veiculações por serviços prestados de forma contínua ou eventual. O fee pode ser cumulativo e abranger a remuneração referente à mídia, produção externa, produção



interna e outros trabalhos como assessoria de imprensa, relações públicas, etc. Em todas as situações, a agência deverá ser remunerada por fee, no mínimo, de valor aproximado ao que ela receberia se fosse remunerada dentro do que é tradicional, no mercado.

FLASH – Linguagem de programação que torna possível a animação de textos e figuras na internet de forma interativa.

FOLDER – 1. Folheto publicitário constituído de uma única folha, com uma ou mais dobras. 2. Anúncio de revista com uma ou mais dobras.

FOLHETO – Peça impressa com uma ou mais dobras, cada seção da qual se apresenta como uma página completa. Também, obra de poucas páginas, quase sempre grampeada.

FONOGRAMA – Peça publicitária sonora, para veiculação em rádio, televisão ou cinema.

FORNECEDOR DE SERVIÇO ou, simplesmente, **FORNECEDOR** – É a pessoa física ou jurídica especializada ou tecnicamente capacitada a fornecer os serviços ou suprimentos necessários ao estudo, concepção e execução da propaganda, em complementação ou apoio às atividades da agência, anunciante e veículo.

GIF – Abreviação de Graphic Interchange Format. É um formato gráfico com grande capacidade de compressão. A maioria das imagens na internet é GIF.

GIF ANIMADO – Formato gráfico que parece se mover ou se alterar como resultado de várias camadas de imagem.

HOMEPAGE – É a primeira e mais importante página de um site.

HONORÁRIOS SOBRE SERVIÇO DE TERCEIROS – Pela responsabilidade de pesquisar opções de terceirização buscando sempre a melhor relação entre qualidade, preço e agilidade dos fornecedores de serviços auxiliares, bem como pelo acompanhamento e controle de todas as fases de produção que serão executadas por terceiros fornecedores, a agência é remunerada pelo cliente no percentual de 15% sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados. Quando limitar-se à seleção dos mesmos e na intermediação na sua contratação e pagamento – não tendo havido trabalho criativo da agência – esta receberá do cliente honorários de 5% a 10% sobre o custo do serviço ou suprimento cobrado pelos fornecedores.

HOTSITE, SITELET ou MINI-SITE – Funciona como um site comum, mas, normalmente, é menor, mais objetivo e fica no ar apenas em um determinado período.

HOUSE ORGANS – Qualquer publicação periódica de uma empresa, destinada a seus funcionários, consumidores, varejistas ou mercado em geral.

HTML ou HTM – Abreviação de Hyper Text Markup Language. É a linguagem-padrão de formatação de documentos para a internet (ver também XML).

JANELA – 1. Abertura que se faz em um original para colocação de texto. 2. Artificio muito usado no varejo e que consiste em deixar um espaço em comerciais de rádio e TV para trocar parte da mensagem sem a necessidade de refazer toda a gravação. 3. Espaço em jingle para locução.

JINGLE – Publicidade em forma de música curta e de fácil memorização. Visa divulgar determinada marca, produto ou serviço.

JPEG – Abreviação de Joint Photographic Expert Groups. É um formato de arquivo de imagem utilizado com frequência na internet.

LÂMINA – Em impressão chamamos de lâmina o formato aberto do trabalho. Por exemplo: 4 páginas correspondem a uma lâmina de impressão (dobrada) com duas páginas na frente mais duas no verso.

LOGOMARCA – Símbolo gráfico identificador de uma empresa ou marca, quando composta do símbolo em si mais o logotipo.





LOGOTIPO – Letras (especialmente desenhadas ou adaptadas) utilizadas para compor o nome da marca ou empresa.

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.

NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA – São regras convencionais, estabelecidas de comum acordo entre as entidades nacionais representativas dos anunciantes, das agências de propaganda e dos veículos de divulgação, que refletem o espírito de autorregulamentação, contendo regras éticas e as melhores práticas no relacionamento comercial entre as partes envolvidas no negócio da propaganda.

PANFLETO – Peça impressa de algumas páginas.

POP-UP – Janela flutuante que se abre sobrepondo à janela do browser. Muito utilizada para notícias importantes ou promoções, é considerada por muitos uma propaganda invasiva. Para ser considerada como pop-up, a janela deve ser menor que a tela do browser.

PRESS-KIT – Conjunto de informações, textos, ilustrações, fotografias, e até amostras do produto entregues à imprensa nos trabalhos de relações públicas e assessoria de imprensa.

PRESS RELEASE ou simplesmente **RELEASE** – Texto com informações para a imprensa.

PRINT – Prova usada para simples conferência, gerada por impressoras de porte menor e não calibradas com tanta frequência.

PROVA DIGITAL OU CONTRATUAL – Usada como simulação do impresso - gerada por impressoras que cuidam do gerenciamento de cores e simulam a condição de impressão final do arquivo. Permite ao cliente conhecer o resultado final de cor antes da impressão e pode ser utilizada também como referência de cor para a gráfica e/ou outro fornecedor.

SLOGAN – Frase-tema de uma campanha ou marca que procura resumir e definir seu 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.

STAND – Estande, em português. 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 futuros clientes, expor mercadorias e amostras, material publicitário ou promocional.

STORYBOARD – Esquema ilustrado do roteiro de um comercial, definindo algumas de suas cenas principais, de modo a facilitar sua análise, aprovação e produção.

TEXTO FOGUETE – Pequena locução publicitária feita durante a transmissão de programação (geralmente esportes ou eventos musicais) de rádio e TV.

VALOR BRUTO – É o preço da mídia contratada, deduzidos os descontos comerciais concedidos ao anunciante.

VALOR LÍQUIDO – É o preço da mídia contratada, deduzidos os descontos comerciais concedidos ao anunciante e os 20% do “Desconto-Padrão de Agência” (comissão).

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 o 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.

VOLANTE – Pequeno folheto, bem simples, de uma página.

XML – Abreviação de Extensible Markup Language – linguagem e protocolo de comunicação entre sistemas que permitem troca de informações, dados e procedimentos mesmo entre sistemas completamente distintos que poderão decodificar a informação.

