

G g

Gaffer.

Operario: generalmente electricista o de iluminación - de una productora audiovisual.

Galería.

Estudio de una productora audiovisual donde se filma o graban los comerciales para cine y TV.

Gacetilla.

Ver: *comunicado de prensa.*

Gadget.

Regalo promocional de poco valor, pero suficientemente atractivo y novedoso como para atraer la atención del consumidor.

Galerada.

Prueba de impresión de texto. *Galley proof.*

Galería comercial.

Edificio que alberga un grupo de tiendas de todo tipo, generalmente con amplios parqueos para los vehículos de los visitantes.

Gama.

Serie de tonalidades cromáticas que guardan relación entre sí. Orden establecido en un conjunto de colores. Existen gamas calientes, frías, espectrales, complementarias, melódicas, etc.

Gama de colores.

Carta de colores.

Gama de grises.

Carta de grises.

Gama de productos.

Línea completa de productos que fabrica una determinada firma. *Range of products.*

Gancho.

Un *producto gancho*, es aquel que sirve para atraer la atención e interés del consumidor por la compra de otro. *Hook, gimmick.*

Garantía.

Compromiso temporal del fabricante o proveedor de servicios con el cliente, que cubre aspectos relativos a la calidad, duración, fiabilidad, etc. *Guarantee, Warranty.*

Gazapo.

Es puro argot describe un error del que escribe o una improvisación del actor.

Gelatina.

Filtro que usa en rodaje o sesiones fotográficas para crear efectos de luz o tamizarla. *Gel, jelly.*

Generación.

Término que expresa la calidad de una copia en video o audio convencional. Así, una copia de primera generación tendrá más calidad que las que se realicen a partir de ésta. *Generation.*

Generación de ideas.

Sistemática búsqueda de ideas para nuevos productos, a partir de una diversidad de fuentes y por medio de diferentes métodos o procedimientos.

Generador de caracteres.

Aparato para reproducir letras, números o símbolos en la pantalla del receptor durante una transmisión televisiva. *Character generator.*

Generador de efectos digitales.

Ordenador que a través de la descomposición digital de la imagen, permite modificarla o deformarla, para realizar todo tipo de trucos y efectos. Algunos de los más conocidos son la reducción o ampliación de imágenes, el efecto de trayectoria, el de mosaico, el de espejo, la multipantalla, el paso página a página, la rotación de imagen. Cada uno de estos efectos necesita su software correspondiente. Éste es uno de los casos más típicos donde las marcas se apropian del nombre genérico del aparato y la mayoría de los publicitarios acaban refiriéndose a él, por el nombre del fabricante: ADO, QUANTEL, NEC, MIRAGE, etc.

Genérica.

También: *marca blanca.*

Genérico.

Se dice de un nombre de marca o de producto que por su uso se convierte en el nombre de un segmento de mercado. Ejemplo: Kleenex, para llamar a los pañuelos desechables. Gillette, para las hojas de afeitar.

Geostacionaria. Órbita...

Es aquella situada a 35.860 Km. sobre el ecuador de la tierra. Los satélites están suspendidos alrededor de esta órbita sobre la cual giran a la misma velocidad que la tierra, la cual permite enfocar directamente cada país. Tres satélites separados cada uno 120° y suspendidos sobre esta órbita cubren toda la superficie del planeta. *Geostationary orbit.*

Geomarketing.

Segmentación de mercados por criterios geográficos.

Gimmick.

Gancho, en el español que usted y yo, hablamos y escribimos.

Globalización de mercados.

Proceso de “homogenización” de mercados de diferentes países, favorecido por los medios de comunicación.

Gofrado.

Estampación en relieve. *Embossing.*

Golpe en seco.

Estampación en relieve realizada por una plancha sobre papel sin utilizar ninguna tinta. *Embossing.*

Góndola.

Estantería colocada entre pasillos dentro de un autoservicio. *Gondola.*

Gouache.

También: *guache.*

Grabación.

1. Sistema que permite indistintamente la reproducción instantánea tanto de video como de audio. El sonido y la imagen son grabados en cinta magnetofónicas de 1”, 3/4”, 1/4”, casetes y videocasetes.
2. Registro de voz, sonido y/o imagen sobre soporte electromagnético o digital. Dentro del argot publicitario, grabar un spot no es rodarlo en video sino ponerle música o locución. Dentro de la misma jerga, se admite la palabra grabación asociada a programas en video, documentales, sondeos de opinión, etc. Los spots se ruedan, en 35 mm o en video, pero no se “graban”. *Recording.*

Grabado.

1. Técnica base de impresión. Plancha en la cual se graba una imagen (*aguafuerte*) de un diseño o de un arte final, con propósitos de impresión.
2. Técnica de impresión que se realiza de muy variadas formas y escasamente utilizadas en publicidad: aguafuerte, litografía, huecograbado, fotograbado, xilografía, fototipia, etc. *Engraving.*

Grabado en relieve con estampa de acero.

Impresión desde estampas de acero grabadas mediante un proceso químico; los contornos nítidos y elevados se producen al estampar sobre una contra estampa. / Usados para monogramas, timbres, logotipos, isotipos, en papelería, tarjetas con propósitos comerciales y sociales.

Gráfica.

Aquella publicidad que se realiza en medios impresos. *Print advertising*.

Gráficas. Artes...

Disciplina y profesión que estudia, desarrolla y ejerce el arte de diseñar, componer e imprimir en los medios gráficos. Posiblemente, el verdadero origen de la actividad publicitaria, ya que los medios gráficos fueron los únicos capaces durante siglos de transmitir avisos o mensajes comerciales. *Graphic arts*.

Gráfico.

1. Medio de comunicación impreso *Print media*.
2. Formato para representación de datos que adopta muy variadas formas: tartas, cuadros, barras, etc. *Graphic*.

Grafista.

Gráfico. Nueva denominación genérica del diseñador gráfico. Antes dibujante comercial o dibujante publicista.

Gramaje.

Sistema de medida para peso de papel expresada en gramos por metro cuadrado. *Grammage*.

Gran angular.

También conocido como “*ojo de pez*”. Es un objetivo o lente para cámaras que ofrece un campo de visión muy amplio en comparación con otros de angulación estándar. *Wide angle lens*.

Gran superficie.

Establecimiento de venta al detalle con una superficie mínima de 2.500 metros cuadrados, que ofrece productos en autoservicio, a precios a veces, competitivos. Generalmente venden productos de consumo masivo como los de alimentación u otros enfocados al hogar. Disponen de grandes áreas exteriores o subterráneas, para estacionamiento de vehículos, zonas infantiles y servicios completos, sólo tienen un piso y están situados en la periferia de las grandes ciudades. *Hipermercados*. *Hypermarket*,

Grano.

Punteado semejante a pequeños granos que adquiere un positivo fotográfico al ampliarse demasiado y que traslada a la imagen impresa. *Grain*.

Grocery.

Tienda. Pequeña abarrotería donde se venden productos de consumo general.

Gross audience.

Total de la audiencia de un medio determinado. Terminología inglesa usada frecuentemente por los departamentos de medios de las agencias de publicidad.

Gross billing.

Total de la inversión publicitaria, la cual incluye los cargos y las comisiones de la agencia.

Gross cost.

Costos de los servicios de una agencia publicitaria, los cuales suelen incluir la comisión agencia.

Gross night hour.

Operación que hace el departamento de medios, para medir el costo de una hora de radio o televisión en horas de la noche.

Gross rating point.

1. Unidad que se utiliza para medir el costo de la audiencia *-rating-* de un programa de TV, radio o de cualquier otro medio de comunicación. Equivale al 1% de la audiencia potencial.
2. Usado por el departamento de medios para comprobar de alguna manera la posible efectividad de su pauta.
3. Los GRP's son un instrumento importante para la valoración de la efectividad de una campaña, pero en absoluto definitivo, ya que no contempla aspectos tan relevantes como los formatos o duración de los anuncios, ni las duplicaciones entre soportes, ni la repetición de exposiciones.

Group product manager.

Mando intermedio dentro de la estructura de un departamento de marketing y cuya responsabilidad se suele extender a una línea o familia de productos.

Grúa.

Artefacto móvil para elevar o inclinar la cámara y realizar tomas especiales o efectistas. *Crone, dolly.*

Grupo objetivo.

También: *público objetivo.*

Grupo de referencia.

Grupos con los cuales el potencial usuario o consumidor se identifica, y que influyen en sus creencias, gustos, actitudes y comportamientos. Pueden dividirse entre grupos a los que se es miembro y entre los que se aspira a ser.

Guache.

Técnica artística que mezcla la pintura y el agua. *Gouache.*

Guideline.

A pesar de su posible traducción al español como directriz o pauta, ésta no se utiliza casi nunca, más por moda que por otra cosa. *Guideline* son las líneas maestras que se deben seguir para realizar anuncios de acuerdo con patrones ya prefijados en los libros de imagen corporativa.

Guión.

También conocido como *script*, es el libro que recoge todos los datos de cada escena de un rodaje. *Script*.

Guionista.

El que escribe un guión cinematográfico o publicitario. Los guionistas de series o concursos de televisión son fundamentales para la incorporación eficaz de productos y marcas en las escenas apropiadas, lo que llamamos, sin traducción por el momento al español. *Product placement. Scriptwriter*.