

publicity (publicidad)

Término	publicity
Idioma	Inglés (Estados Unidos) (214)
Área Especialidad	Ciencias Sociales (405)
Disciplina	Ciencias de la Comunicación (510)
Temática	Publicidad
Definición del término	A mode of promoting a business to create brand awareness among people through media coverage and other modes of public communication without incurring any costs. The core objective is to create brand awareness via spreading brand-relevant information through non-paid mass media platforms.
Fuente / Autor (del término)	Ranjhaa, S. (n.d.). Publicity – definition, characteristics, types & examples. En Marketing Tutor. Recuperado el 29 de noviembre de 2023, de https://www.marketingtutor.net/publicity-definition-characteristics-types-examples/
Contexto del término	Working with other brands or businesses can allow you to get your brand in front of a wider audience and generate publicity.
Fuente / Autor (del contexto)	Lake, L. (17 de septiembre de 2020). What is publicity? En liveaboutdotcom. Recuperado el 6 de diciembre de 2023, de https://www.liveabout.com/what-is-publicity-2295550
Equivalente en español	publicidad
Categoría gramatical	Nominal (221)

Información geográfica de la variante en español	Argentina (Ar.) (195)
Definición del término en español	Un medio de divulgación en el cual diversos organismos, empresas, individuos, ONG, entre otros, intentan hacerse conocer, anunciar o simplemente aludir ciertos bienes, servicios, para poder interesar a potenciales compradores, usuarios, etc.
Fuente / Autor (del término en español)	Editorial Etecé (05 de agosto de 2021). Publicidad. En Enciclopedia concepto. Recuperado el 29 de noviembre de 2023, de https://concepto.de/publicidad/
Contexto del término en español	También reglamenta este tipo de publicidad ilícita el artículo 11 del decreto (de Necesidad y Urgencia) 274/2019, de Lealtad Comercial, que bajo el título “Publicidad engañosa” prohíbe la realización de cualquier clase de presentación, de publicidad o propaganda que mediante inexactitudes u ocultamientos pueda inducir a error, engaño o confusión respecto de las características o propiedades, naturaleza, origen, calidad, pureza, mezcla, cantidad, uso, precio, condiciones de comercialización o técnicas de producción de bienes muebles, inmuebles o servicios.
Fuente / Autor (del contexto en español)	Gallo, M. (11 de mayo de 2020). Publicidad prohibida por el Código Civil y Comercial de la Nación. En Abogados.com.ar. Recuperado el 29 de noviembre de 2023, de https://abogados.com.ar/publicidad-prohibida-por-el-codigo-civil-y-comercial-de-la-nacion/2584