

## El poder de la edición digital en comunicación estratégica

*The power of digital publishing in strategic communication*

**Nancy Graciela Cisneros Martínez**

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla  
[impacta\\_impacta@hotmail.com](mailto:impacta_impacta@hotmail.com)

**Patricia Durán Bravo**

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla  
[patriciaduranmx@hotmail.com](mailto:patriciaduranmx@hotmail.com)

**Víctor Manuel Meléndez Rodríguez**

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla  
[mtro\\_victor\\_melendez@hotmail.com](mailto:mtro_victor_melendez@hotmail.com)

**Brenda Amairani Calva García**

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla  
[amairaniclv@gmail.com](mailto:amairaniclv@gmail.com)

Número 07. Enero – Junio 2017

### Resumen

Todas las sociedades tienen anhelos y expectativas ideales denominados utopías, con los que esperan alcanzar u obtener algo. Sin embargo, con el capitalismo, la evolución tecnológica y el auge de la mercadotecnia, estas utopías se han transformado más en caprichos que en necesidades. Gracias a la fotografía, la edición digital y la mercadotecnia, entre otros recursos, lo irreal se puede convertir en una realidad y generar bienestar social. En este artículo hablaremos de la realización de las utopías a través de las ediciones digitales, su evolución y posterior enfoque en la publicidad, específicamente el marketing social, dando algunos ejemplos.

**Palabras clave:** edición digital, utopías, publicidad.

## Abstract

Every society has in one way or another, longings, constructions and imaginary expectations that have been cataloged as utopias, where they somehow hope to achieve or obtain something, because they are missing in individuals. However, with the entry of capitalism, technological evolution and the rise of marketing, these utopias have been transformed into caprices rather than needs. Thanks to photography, digital publishing and marketing, to mention a few forms, it is possible to make the unreal become real, that the yearnings are directed towards social welfare. This article will talk about the realization of utopias through digital editions, touching before, the evolution of the same, to then direct these alterations from reality to advertising, to a specific sector, social marketing, in where examples will be appreciated that detail the exposed in the work.

**Key words:** digital edition, utopias, advertising.