

## INTRODUCCIÓN

El objetivo de esta tesis es proponer la creación de una revista de sociales dirigida a mujeres jóvenes de entre 18 y 30 años de la sociedad veracruzana de nivel socioeconómico "A", que pueda conseguir una amplia aceptación entre el público al que está dirigida. Los objetivos específicos de este proyecto son comparar 6 revistas de sociales existentes, determinar las opiniones del consumidor para estas revistas y establecer las características de diseño y contenido deseable para que la revista satisfaga las necesidades de su público.

Nos enfocamos en crear una nueva revista de sociales para la ciudad de Veracruz, cubriendo las necesidades de este sector específico del mercado haciendo dos focus group, uno de mujeres entre 18 y 25 años que estudien en la UDLA y otro mujeres entre 18 y 30 años que asisten regularmente al Centro comercial Plaza las Américas; y un análisis comparativo de las revistas de amplia difusión para saber cuáles son las características que los editores de las publicaciones consideran importantes.

La tesis cuenta con un marco referencial, marco teórico y metodología, así como los resultados obtenidos de la investigación realizada, y la propuesta para el lanzamiento de la nueva revista de sociales.

Actualmente existen muchas revistas de sociales que son altamente consumidas aunque no satisfacen completamente a su público meta. Por lo tanto, es

conveniente que este tipo de revista tenga en cuenta las necesidades de sus lectores obteniéndolas a partir de una investigación.

En este proyecto se aplicarán conceptos relacionados con la revista como medio de comunicación y otros relacionados con la investigación de mercados y el diseño gráfico. También se utilizará la Teoría de Usos y Gratificaciones, como marco teórico para sustentar la investigación.

La tesis está compuesta por cinco capítulos; el primer capítulo es un marco referencial donde se hace una revisión de temas relacionados con el periodismo, los géneros periodísticos, los medios impresos y con el diseño. El segundo capítulo es un marco teórico donde se refiere a la Teoría de Usos y Gratificaciones para sustentar la investigación. El tercer capítulo es la metodología donde se hace un breve revisión del análisis de contenido por medio de la codificación, y por medio del grupo focal se desarrollará el análisis comparativo con el fin de conocer tanto el contenido de las revistas como las opiniones y las necesidades de las mujeres jóvenes de un grupo específico para la creación de la nueva revista. En el cuarto capítulo se conocen los resultados obtenidos del análisis comparativo de las revistas de sociales y del grupo focal. El quinto capítulo es la propuesta y lanzamiento de la nueva revista de sociales elaborando la estructura y la infraestructura de la revista, los costos tanto de la elaboración del proyecto como los gastos para la inversión.

Por último, como anexos se incluirán las hojas de codificación donde se analizaron las diferentes revistas de sociales, así como se incluirá el primer ejemplar de la revista *Fashionista*, la cual se distribuirá en la ciudad de Veracruz.