

**EL IMPACTO DE LA IMAGEN DE LA MUJER EN EL DISEÑO DE LAS
PORTADAS DE LA REVISTA SOHO**

ANGÉLICA MARÍA JIMÉNEZ PÉREZ

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

MONOGRAFÍA

TUTOR: NANCY CRUZ HERNANDEZ

2026

Integrantes:

Angélica María Jiménez Pérez

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=

[0002480728](#)

ÍNDICE

Resumen	5
Abstract.....	5
Palabras clave.....	6
Introducción.....	6
 CUERPO DEL TRABAJO	
Selección y delimitación del tema.....	7
Pertinencia y justificación.....	8
Antecedentes de investigación (Estado del arte)	9
Planteamiento del problema.....	13
Objetivos	13
Preguntas específicas.....	14
Marco referencial.....	14
Diseño metodológico	20

TRABAJO DE CAMPO

Historia de la revista SoHo 27

Edición de antología de SoHo 30

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Entrevista 32

Análisis de la entrevista..... 39

Edición de la portada y contexto de la modelo..... 42

Matriz de análisis semiótico 44

Análisis de la matriz de análisis semiótico 90

CONCLUSIONES

**Tabla comparativa de hallazgos sobre la representación de la mujer en las
portadas de SoHo (2003-2020) 100**

Conclusiones 101

REFERENCIAS Y ANEXOS

Anexos 106

Bibliografía..... 107

Resumen:

La presente monografía busca analizar cómo es representada socialmente la imagen de la mujer en las portadas de la edición de antología de la revista SoHo, Esta edición contempla 12 portadas, con la presencia de 10 mujeres en ellas. La investigación busca identificar si se evidencian transformaciones en la construcción visual y textual frente a la representación de la imagen de la mujer y determinar si existe una evolución hacia representaciones más diversas.

El estudio tiene un enfoque cualitativo con una metodología o matriz de análisis semiótico, según autores, permitiendo así analizar de manera detallada elementos visuales, textuales. Además, cuenta con el análisis de una entrevista que se le realizó a Daniel Samper Ospina, ex director de la revista, con el fin de conocer las intenciones visuales, textuales y representativas de la misma.

La investigación busca aportar a la reflexión académica sobre las narrativas mediáticas y su influencia en la construcción de percepciones de género frente a la imagen de la mujer en los medios de comunicación.

Abstract

This monograph seeks to analyze how the image of women is socially represented on the covers of the anthology edition of SoHo magazine. This edition includes 12 covers, with the presence of 10 women on them. The research seeks to identify if transformations are evident in the visual and textual construction regarding the representation of the image of women and to determine if there is an evolution towards more diverse representations.

The study has a qualitative approach with a semiotic analysis methodology or matrix, according to the authors, thus allowing visual, textual, and symbolic elements to be analyzed in detail. In addition, it has the analysis of an interview that was conducted with Daniel Samper Ospina, former director of the magazine, in order to know the visual, textual, and representative intentions of the same.

The research seeks to contribute to academic reflection on media narratives and their influence on the construction of gender perceptions regarding the image of women in the media.

Palabras clave

Revista SoHo, representaciones de género, imagen de la mujer, análisis semiótico, narrativa visual.

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación en sus diversos formatos han mejorado los espacios de diálogo, debate e información en los cuales se ha diversificado el conocimiento, la cultura, las tradiciones, la educación y el entretenimiento en la sociedad y dentro de ella en diferentes grupos sociales. Los diversos acontecimientos que ocurren en la sociedad construyen las historias que se narran en los múltiples medios de comunicación con intereses y consumidores únicos.

El poder de los medios de comunicación influye en distintos aspectos sociales, entre ellos, la percepción social de género; en el caso de la imagen de la mujer, mediante los estereotipos, ideales de belleza, la sexualización, entre otros.

Estas percepciones pueden perpetuar o cuestionar las normas o comportamientos sociales ante la violencia de género o contra las mujeres, ya que las diversas plataformas pueden convertir o visualizar a las mujeres como un objeto, mediante la difusión masiva de imágenes que se suelen mostrar como normales y cotidianas a hiper sexualizadas, sin matices. (ONU Mujeres 2014)

CUERPO DEL TRABAJO

Selección, delimitación del tema y planteamiento del problema

Un referente por analizar es la revista SoHo, ella misma se define como una “revista para hombres con las mujeres más lindas”. Es importante analizar el impacto de la percepción de género que puede llegar a generar la revista a partir de las imágenes de las mujeres que son proyectadas en sus portadas.

Desde hace más de 20 años y más de 230 ediciones físicas, algunas de sus portadas han generado polémica por el uso y tratamiento de la imagen sexualizada de la mujer, al ser una revista para adultos dirigida a los hombres, con portadas que evidencian mujeres alcanzando los más altos cánones de belleza, de la cultura occidentalizada, semidesnudas y acompañadas de textos relativos al sexo.

Sin embargo, no se desconoce que, aunque la revista tenga como público objetivo a los hombres, por sus siglas (SOlo HOmbres), haya mujeres que la hayan consumido, por curiosidad o por los demás apartados, como entrevistas y artículos.

Por otro lado, la sexualización de la mujer en los medios de comunicación no nace únicamente desde lo visual, ya que el diseño editorial tiene intenciones narrativas y socioculturales más allá de la imagen, que refuerzan la idea de la sexualización de la mujer mediante la multimodalidad, como lo es con el texto.

Pertinencia y justificación:

El fin de esta monografía se basa en el interés por investigar y analizar la evolución y percepción de la imagen de la mujer en los medios de comunicación colombianos, en este caso de la revista SoHo; por ello se busca hacer una lectura de la estructura narrativa, visual y sociocultural, de manera cronológica de las portadas de la revista, pertenecientes a su edición de antología, con énfasis en las portadas que aparezcan mujeres.

La investigación permitiría interpretar y analizar la imagen de la mujer mediante diferentes portadas frente a las representaciones sociales de género, para así entender cómo se ha comportado la evolución narrativa y visual de la imagen de la mujer en la revista, ya que estas portadas han generado debate y discusión en diferentes grupos sociales y culturales.

Es de vital importancia generar estudios de género y del impacto que estos pueden llegar a tener en los medios, por las diferentes narrativas o formas de ser integradas en la sociedad, para entender así las representaciones sociales y de género, frente a la decodificación del cuerpo y la construcción de identidades presentadas en los medios de comunicación.

La línea de investigación de este proyecto corresponde a la *línea de Narrativas, representaciones y tecnologías mediáticas*. Este documento pretende contribuir a la comprensión de la representación e imagen de la mujer desde la revista SoHo, aportando a la discusión de las representaciones sociales de género, principalmente de la mujer y su imagen, mediante el análisis y estructura de la narrativa social, teniendo como fuente sus portadas, desde la multimodalidad y las representaciones que circulan en la industria del contenido para adultos y para hombres.

Antecedentes de investigación (Estado del arte)

Para realizar el estado del arte de esta investigación, se partió de estudios acerca del análisis de la mujer, como problematización de la imagen de esta en los medios de comunicación; por ello se indagaron las siguientes investigaciones de estudios de medios nacionales e internacionales. Ya que la revista SoHo está en países como Ecuador, Panamá, México, Argentina, Costa Rica y Perú, además de Colombia.

Inicialmente, la investigación *“El manejo de contenidos deportivos de la mujer en el diario El Espectador”*, realizada por Nicolás Ruiz Sandoval en el año 2016 para la Universidad Santo Tomás, es un estudio histórico social del periodismo deportivo en Colombia sobre la presencia de la mujer en el deporte, preguntándose qué importancia le dio el diario El Espectador a la mujer deportista en Colombia en los años 1938, 1992, 2000 y 2014, analizando el tratamiento que se le ha dado a la mujer deportista en el diario.

La relevancia de esta investigación se basa en que, hasta ese momento, no había estudios en los cuales se abordara la importancia de las mujeres deportistas en los medios, como el diario El Espectador.

Una investigación con el mismo enfoque es *“La imagen de la mujer representada en la publicidad: una reflexión sobre la obra plástica de Gloria Herazo”*, realizada por Monika Bock en el año 2016 para la Universidad Santo Tomás, acerca del uso de la imagen de la mujer en la publicidad y en los medios de comunicación, esto categorizando por la obra plástica de Gloria Herazo, comprendiendo las estrategias de la obra de manera crítica frente a la imagen de la mujer en el mercado, detectando los modos recurrentes en los que suele ser representada la imagen de

esta y sus fines comunicativos, además, analiza la obra de Gloria Herazo representada en revistas para hombres y para mujeres en múltiples aspectos.

Otra investigación por esta misma línea es *"Mujeres en el papel: representaciones de la mujer en el discurso de la moda, 1960-1970"*, realizada por María Carolina Cubillos Vergara, que analiza las representaciones sociales de la mujer en Medellín en el discurso periodístico de la moda en los años 70, debido a que en esta época hubo una ola de consumo mediático y vestimentario por los nuevos ideales del momento, que tenía como fin comprender los procesos de transmisión de las representaciones de los roles tradicionales femeninos y de los cambios sociales y culturales.

El estudio *Concepto de la imagen del cuerpo femenino en la publicidad en redes sociales en la hipermodernidad: estudio de caso dos cuentas de Instagram*, escrito por Edith Bautista Pérez y Ana Karen Rodríguez en el año 2021, evidencia cómo los cuerpos de las mujeres son mostrados en los medios digitales y los discursos sexistas que se refuerzan en ellos si se trata de contenido de la imagen de la mujer. Además de fomentar discursos de otra índole, al mostrar más personas con más nivel socioeconómico o blancas que otras.

También demuestran que los cuerpos son un medio para vender o promover. Tienen de referencia a Villegas, 2009. "La imagen de la mujer sigue siendo aportada en gran medida por una visión masculina". Referente a los discursos sexistas que se pueden promover en redes sociales frente a la imagen de la mujer.

El artículo *"La recepción de la imagen de las mujeres en los medios: una aproximación cualitativa"*, escrito por Nuria García Muñoz y Luisa Martínez García en el año 2008, investiga el consumo femenino frente a los estereotipos de género

en la publicidad y los medios de comunicación, dando como resultado la observación de la representación del género, basándose en la recepción y el consumo femenino en los medios.

Debido a que el enfoque de la investigación se basa en una revista, hay múltiples estudios e investigaciones que las analizan, desde diferentes ámbitos, como lo es la investigación *La comunicación gráfica en la prensa femenina: estudio de las portadas de la revista Telva (2011-2020)*, escrita por Pilar Fernández e Isidoro Arroyo, para la Universidad de Rey Juan Carlos, en el año 2021, en el que se investigó de forma diacrónica los recursos gráficos y patrones compositivos de las portadas de la revista Telva durante los años 2011 a 2020, evidenciando la importancia del diseño gráfico en el mercado editorial de la prensa femenina, portadas en las que se hace un protagonismo a las modelos por medio de su gestualidad y figura, además de su tipografía y legibilidad.

Dándole visibilidad a otros medios y revistas, la investigación *“Uso de la imagen femenina en medios: análisis de contenido de las portadas de revistas con presencia en redes sociales”*, realizada por María Dolores Brito-Rhor para la Universidad San Francisco de Quito, tenía como fin determinar el uso de la imagen de la mujer en las portadas de las revistas con más auge en Ecuador, mediante un análisis de contenido psicolingüístico desde dos vertientes, con una metodología en la que se realizó un análisis de los estímulos sexuales reflejados en la desnudez y erotismo, además de la relevancia del nexo pragmático inferencial de los textos y las imágenes.

Por esa misma línea, el estudio *La imagen femenina en las revistas: análisis de la diversidad e inclusividad en la publicidad y el tratamiento informativo de las marcas*

de moda, del año 2023, escrito por Ana Tórtola Moret, Ma Pilar Paricio Esteban y María Puchalt López, es un estudio en el que se hace referencia a que la moda presenta sus colecciones y artículos mediante cuerpos femeninos que son el soporte y altavoz de la sociedad en los medios de comunicación y, en este caso, más en las revistas femeninas, viendo el cuerpo desde un punto publicitario como un reclamo comercial con mujeres que alimentan una imagen inexacta o idealizada, reforzando así estereotipos y cánones de belleza, en el que analizaron 216 ejemplares con 15 variables.

Igual que el estudio *Analysis of the aesthetic stereotypes of women in nine fashion and beauty mexican magazines*, del año 2016, en el que se tratan problemas de salud asociados a la insatisfacción corporal que experimentan las mujeres, en algunos casos por TCA, los cuales se ven asociados a la promoción de un ideal estético basado en la delgadez.

Se analizó si las portadas de ciertas revistas de belleza y moda en México difunden cierto tipo de modelos estéticos de mujeres delgadas, analizando 9 revistas con alta popularidad en México con 53 portadas, en las que 98% incluyen una modelo delgada, y 100% una mujer sexualizada.

El artículo *Evolución conceptual y adaptación digital de las denominadas revistas femeninas. Estudio analítico de Elle, Telva, Vogue, Mujerhoy, S Moda y Yo Dona*, trata de la adaptación e impresión de las revistas de bolsillo a la adaptación a las páginas web y la digitalización frente a revistas españolas consumidas principalmente por mujeres, que abarca una evolución desde el nacimiento de la primera revista digital dirigida a la mujer en España, que conectaba con su audiencia desde diferentes tipos de aspiraciones usualmente femeninas.

Estas investigaciones ayudan a tener una visión más amplia de estudios de género y diseño en los medios de comunicación, reflejan el impacto que tienen en ella y en sus consumidores, con referentes cercanos y similares a la revista. Ya que son referentes del país o países donde se distribuía y consumía la misma, con enfoque hacia la percepción de la imagen de la mujer. Estas investigaciones dan cuenta de diferentes tipos de metodologías que pueden ser usadas en la investigación.

Planteamiento del problema:**Pregunta problema:**

¿Cómo se representa la imagen de la mujer desde lo narrativo, visual y sociocultural en las portadas de la revista SoHo de su edición de antología?

Objetivos:**Objetivo general**

Analizar las estructuras socioculturales, estrategias narrativas y visuales de las portadas de la revista SoHo frente a la imagen de la mujer de su edición de antología.

Objetivos específicos:

- Reconocer qué función cumplen el texto y el titular en la construcción del significado visual y narrativo en las portadas de la revista SoHo de su edición de antología, en las que aparezcan mujeres.

- Identificar qué tipo de narrativas visuales sobre la sexualidad de la mujer se construyen a partir de la imagen en las portadas de la revista SoHo de su edición de antología.
- Determinar los cambios socioculturales frente a la estructura e imagen de la mujer de las portadas de la revista SoHo de su edición de antología.

Preguntas específicas:

- ¿Qué función cumplen el texto y el titular en la construcción del significado visual y narrativo en las portadas de la revista SoHo de su edición de antología en las que aparezcan mujeres?
- ¿Cuáles son las narrativas visuales sobre la sexualidad de la mujer que se construyen a partir de la imagen en las portadas de la revista SoHo de su edición de antología?
- ¿Qué cambios socioculturales se presentan en la estructura e imagen de la mujer de las portadas de la revista SoHo de su edición de antología?

Marco referencial

El marco referencial pretende justificar el análisis crítico y teórico de la investigación desde perspectivas de género, del diseño y de la semiología según autores que convergen entre sí, para entender la evolución que ha tenido la imagen de la mujer en la revista.

La comunicación en los medios trae consigo temas de diseño editorial que contribuyen, desde la fotografía, a la objetualización del cuerpo femenino y así a la sexualización de la mujer.

Las representaciones sociales, según Serge Moscovici, son las formas de conocimiento específico que explican cómo se estructuran y comparten sistemas de creencias entre grupos sociales y, según Hugo Zemelman, estas estructuran formas de pensamiento y conocimiento en grupos sociales. Este proyecto busca realizar un análisis de la revista SoHo mediante estas representaciones, basado en la imagen de la mujer.

La comunicación social y el diseño editorial convergen en la creación de narrativas en los diferentes medios de comunicación. Desde el diseño editorial, siendo esta una rama del diseño gráfico es una rama encargada de la maquetación, composición y organización de publicaciones impresas y digitales, como las revistas, que pretende dar forma y organización a los diferentes tipos de publicaciones.

Dichas publicaciones, dependiendo del medio comunicativo donde se encuentren, constan de una portada, en la que convergen múltiples elementos gráficos, como la tipografía, los colores, la disposición y el tamaño, haciendo algún énfasis en particular según el público al que va dirigido, lo que comunica un mensaje, intención e identidad que envuelven al consumidor. (UNIR, 2021)

Desde la semiótica, un estudio semiótico pretende estudiar y hacer uso de los signos y un análisis comunicacional. Bajo la semiótica rigen múltiples autores que la estudian desde lo visual, lo lingüístico, social e incluso lo cultural; por ejemplo, Pierre Bourdieu (1998) reproduce estructuras simbólicas de poder sobre el género, la clase y la belleza. En relación con la revista, los modelos, la tipografía y la textualidad construyen toda una identidad propia del medio, de una identidad femenina que se hace ver desde la hegemonía y el deseo.

Bourdieu incorpora en su discurso *el habitus*, que son esquemas mentales y corporales a través de campos de interacción social, que incluyen el tema de género a partir de trayectorias sociales y experiencias. Bajo este contexto, las mujeres podrían ser vistas y tratadas como un objeto de intercambio simbólico y mantener una imagen que preserve su valor, mientras que los hombres solo son los que manejan estas estrategias y las consumen.

El *habitus* se manifiesta en un *principio de sexuación*, que es una estructura simbólica que organiza percepciones y prácticas de las personas frente a sus diferencias biológicas entre hombres, mujeres y su sentido social.

Esta guía a los cuerpos y cómo estos se perciben y utilizan; es decir, las mujeres pueden ser vistas como símbolos que circulan en estas alianzas que deben trabajar por su valor simbólico y ajustarse a los ideales de feminidad. (Lamas, 2000, retomando a Bourdieu, 2000)

Otros autores, como Kress y Van Leeuwen, son clave para entender el desarrollo del análisis semiótico multimodal, que no solo incluye el lenguaje oral y escrito, sino otros modos semióticos que representan el significado en múltiples modos de comunicación en los medios. Estos son el lenguaje, la imagen, el sonido o el diseño con connotaciones sociales y culturales que estudia el análisis del discurso.

Carey Jewitt amplía los estudios de la multimodalidad, al explicar cómo diferentes modos de comunicación, como el texto, la imagen, el gesto y el diseño, trabajan conjuntamente en la construcción del significado. En las portadas de la revista SoHo, estos elementos se articulan para reforzar discursos visuales sobre la feminidad, el deseo y la sexualización.

Igual que Gillian Rose, autor que propone que las imágenes, deben analizarse desde una dimensión visual, cultural y social. Entendiendo que toda imagen comunica ideologías y relaciones de poder. Su enfoque permite interpretar la fotografía y la composición visual, las cuales influyen en la percepción de género y en la construcción de miradas sobre el cuerpo femenino.

Por otro lado, Roland Barthes (1964) sostiene que toda imagen es un sistema de signos de un mito social o naturalización de valores culturales; en sus obras se tocan mitos relacionados con feminidad, belleza, sexualidad y deseo, entre otros, reforzados desde la estética para atraer a sus consumidores. Este autor fusiona tanto la imagen como lo narrativo, en los modos de sentido que explican lo connotativo, denotativo, el mito y la culturalidad.

Desde la semiótica narrativa, Algirdas Greimas propone el modelo actancial, el cual permite identificar los roles que ocupan los sujetos dentro de una narrativa, entre ellos el sujeto, objeto, destinador y destinatario. Este enfoque permite que se pueda comprender cómo las portadas de la revista construyen relaciones simbólicas, en las que la mujer puede ser representada como un objeto de deseo, con un consumidor masculino como destinatario de esta narrativa visual.

Mieke Bal es un autor que plantea que las imágenes también pueden analizarse narrativamente mediante diferentes tipos de categorías, como la acción, temporalidad, espacio y focalización. Desde este punto de vista, las portadas de la revista no solo muestran cuerpos o imágenes, sino que construyen relatos visuales que producen significados culturales y sociales sobre el género y la sensualidad.

Frente a la imagen de la mujer y el género, las portadas de la revista SoHo manejan todo un lenguaje visual frente a la fotografía femenina y toda una disposición e

intención tipográfica y colorimétrica frente a una intencional narrativa visual de la sensualidad y el deseo masculino. Al ser una revista para hombres, como ella misma se denomina, “con las mujeres más lindas”, tiene toda una lógica de mercado a un público específico, direccionado a un consumo adulto y varonil.

Este proyecto articula teorías de género con aportes de Judith Butler, Laura Mulvey, Martha Nussbaum, Pilar Fernández e Isidoro Arroyo, autoras que permiten cuestionar la forma en que el género y la figura femenina se representan en los medios.

Autores como Pilar Fernández e Isidoro Arroyo (2021) señalan que la prensa gráfica femenina y masculina, dentro del diseño, cumple una función semántica de elección visual frente a tópicos como la composición, color, postura y encuadre que construyen una significación cultural del cuerpo y género representado. En la revista SoHo, al ser para hombres, las selecciones editoriales van hacia la sexualización del cuerpo femenino y un producto visual de consumo editorial.

Frente a percepciones de género, autoras como Judith Butler (1990) introducen un concepto de performatividad de género, vista como la repetición de actos, discursos y signos culturales que construyen o entienden lo que es ser mujer. Dentro de los medios visuales y actos, estos se materializan en las posturas corporales, miradas, vestuarios y encuadres o fotografías de las modelos que algunas veces refuerzan los roles tradicionales.

Butler también plantea que el cuerpo y el sujeto no son únicamente biológicos, son también productos de poder y del lenguaje; también algunos cuerpos son materializados y reconocidos ante la sociedad, pero otros simplemente son excluidos. (Butler, 2001)

Por otro lado, Martha Nussbaum (1995) define la objetualización como un proceso en el cual un género o sujeto es reducido a un objeto, negando su autonomía o subjetividad. En el marco de la investigación de la revista SoHo, la mujer se convierte en un elemento visual que capta la atención del público masculino, con una mirada *male gaze* o mirada masculina que, con visiones de Laura Mulvey, organiza la representación visual desde una perspectiva del deseo masculino.

Es decir, Martha Nussbaum afirma que se reduce a la mujer a un objeto, usualmente sexual, como suele pasar en la revista al tener de foco principal en sus portadas los cuerpos de las mujeres semidesnudas. De esta manera, los medios no solo cumplen una función informativa, sino que también contribuyen a la construcción de percepciones sociales, en este caso de género y de ideales o estereotipos de belleza de la mujer.

Todos estos autores articulados entre sí ayudan a entender el propósito de la investigación frente a la revista mediante la semiología y las representaciones de género, que consolidan y refuerzan la codificación del cuerpo, al tener de eje principal a mujeres semidesnudas en sus portadas, representando usualmente a la mujer como un objeto de deseo, mas no como un ser autónomo más allá de su cuerpo.

Estos referentes están basados en discursos de género, culturales y mediáticos. El análisis crítico y diseño de la revista enmarca una reflexión de poder en los medios de comunicación y la construcción de identidades de género en la sociedad.

En conjunto, estos enfoques permiten construir un marco y matriz de análisis semiótico multimodal, orientado a interpretar las portadas de la revista SoHo, desde dimensiones narrativas, visuales y socioculturales.

La combinación de teorías semióticas, cognitivas y de género permite comprender cómo las imágenes y textos producen representaciones sobre la mujer, el deseo y la sexualidad en los medios de comunicación.

Diseño metodológico

Las portadas de la revista SoHo no solo comunican con el texto, con los titulares y su contenido, sino también con la imagen, la fotografía, los colores y la tipografía, entre otros. Este conjunto de modos comunicativos produce representaciones de género y estándares de belleza desde una lectura multimodal.

Para esta investigación se realizará un análisis observacional, es decir, una observación y revisión documental de las portadas de la revista con enfoque cualitativo. Según (Osorio, 2005), la investigación observacional cualitativa y cuantitativa se entiende como la utilización de los sentidos para identificar hechos, fenómenos o situaciones de una investigación en progreso.

El análisis de contenido es un método de investigación para estudios cualitativos, que analiza y comprende diversos tipos de contenidos; es utilizado para identificar patrones y tendencias en datos cualitativos, en los que se codifica y categoriza la información.

Esta técnica puede adaptarse a varios tipos de datos, que incluyen texto e imágenes, que es lo que incluye la portada de las revistas. Además, se pueden incluir teorías ya preestablecidas para generar un enfoque más deductivo y categorizar y cuantificar los datos cualitativos.

La investigación solo observa y analiza lo producido de manera cualitativa, ya que se interpretarán significados, representaciones y narrativas documentales, debido a

que el objeto de observación no es un comportamiento vivo, sino un documento, en este caso una revista.

Es decir, se realizará un análisis de contenido, cualitativo, a partir de la observación documental de la revista, específicamente de sus portadas, mediante una matriz de análisis semiótico, según autores.

La muestra para analizar es la revista SoHo, una editorial de Semana, mediante un muestreo de las portadas de las revistas de su edición de antología en las que aparezca una mujer; es su última edición impresa, número 232, que recopila sus portadas más controversiales y mejores reportajes.

Por lo cual se diseñó un instrumento de análisis, una tabla/matriz, que pretende analizar las portadas de la revista, es decir, 10 de las 12 portadas, en las que aparezcan mujeres, referente a la edición de Antología, de manera cronológica para analizar así la evolución de la imagen de la mujer, desde la parte narrativa, visual y sociocultural, desde las percepciones de género y la semiología, para luego generar resultados a base de los datos de la tabla y así mismo sus respectivas conclusiones.

• **Matriz de análisis semiótico**

Elemento narrativo	Pregunta guía	Indicador o categoría	Observaciones interpretativas
Actantes/Roles	¿Quién ocupa el lugar de sujeto, objeto, destinador, destinatario?	Greimas	Ej. La mujer como “objeto de deseo” o “agente de placer”.
Acción / Evento	¿Qué acción o evento se sugiere en la escena?	Bal	Ej. Invitación al consumo visual.
Mirada / Punto de vista	¿Desde qué mirada se narra la escena?	Rose Kress y Van Leeuwen	Ej. Mirada masculina dominante.
Espacio y contexto	¿Dónde ocurre la acción y qué significado social tiene?	Bal Kress Barthes	Ej. Interior burgués → control y domesticidad.

Tiempo / temporalidad	¿Qué tiempo o atmósfera comunica la portada?	Bal	Ej. Atemporalidad erótica o “instante congelado”.
Modo dominante	¿Qué modo comunica el núcleo narrativo (imagen, texto, gesto)?	Kress Jewitt	La imagen corporal predomina sobre el texto.
Metáforas conceptuales, representaciones de género y discursos sociales	¿Qué metáforas o representaciones simbólicas emergen entre imagen y texto?	Butler Laura Mulvey	Ej. “Cuerpo = territorio” / “Belleza = poder”. objetualización femenina

Tabla. Elaboración propia con base en diversos autores de la semiótica.

- **Descripción de categorías y resultados esperados:**

1. Actantes - Roles

Autor: Algirdas Julien Greimas

Esta categoría analiza e identifica el papel de la mujer dentro la narrativa visual de la portada de la revista, frente a su sujeto, objeto, destinatario, y agente de acción. Los posibles resultados pueden arrojar, a la mujer como objeto de deseo masculino, una figura femenina como centro narrativo de consumo visual, relaciones de poder entre espectador y modelo, entre otras.

2. Acción – Evento

Autor: Mieke Bal

Esta categoría analiza la acción o situación sugerida por la imagen, frente a poses, gestos, corporalidad e intención narrativa. Los posibles resultados pueden ser escenas de seducción o erotización, invitación implícita al consumo visual, representaciones de provocación, glamur o poder, escenarios de intimidad o fantasía masculina, entre otras.

3. Mirada – Punto de vista

Autores: Gillian Rose, Gunther Kress y Theo van Leeuwen

Esta categoría analiza qué perspectiva se construye en la imagen, mediante una mirada directa, pasiva, posición del espectador o control visual. Los posibles resultados pueden ser el predominio de la mirada masculina, la construcción de la

mujer como espectáculo visual, una relación de subordinación frente al espectador, una sensación de cercanía, deseo o dominación, entre otras.

4. Espacio y contexto

Autores: Mieke Bal, Gunther Kress y Roland Barthes

Esta categoría analiza el entorno donde ocurre la escena, lugares, objetos, escenografía o símbolos culturales. Los posibles resultados esperados pueden ser asociaciones entre feminidad y domesticidad, espacios de erotismo o poder, contextos que refuercen estereotipos de género y la construcción simbólica del cuerpo femenino, entre otros.

5. Tiempo – Temporalidad

Autor: Mieke Bal

Esta categoría analiza la atmósfera temporal transmitida por la portada, como lo es el instante, la nostalgia, la modernidad, la sensualidad atemporal, entre otros. Los posibles resultados esperados pueden ser la idealización estética del cuerpo femenino, el congelamiento de momentos eróticos, sensación de fantasía o permanencia, entre otros.

6. Modo dominante

Autores: Gunther Kress y Carey Jewitt

Esta categoría analiza la imagen, el texto, el color, el gesto y la composición visual. Los posibles resultados son el predominio del cuerpo femenino sobre el texto, el uso

de recursos visuales para atraer al consumidor, la imagen como eje principal del significado, el refuerzo multimodal de estereotipos de belleza, entre otros.

7. Metáforas conceptuales, representaciones de género y discursos sociales

Autores: Judith Butler y Laura Mulvey

Esta categoría analiza la representación simbólica y recursos sobre feminidad, como la sexualización, performatividad, objetualización, belleza y deseo. Los posibles resultados esperados son la construcción del cuerpo femenino como objeto visual, la reproducción de estereotipos de género, la feminidad asociada al deseo masculino, entre otros.

La investigación busca tener un análisis más riguroso y comparativo, así que tendrá otro instrumento de investigación cualitativa, la entrevista, la cual es una conversación profesional, con un propósito y diseño orientado a la investigación y el análisis.

Hay diferentes tipos de entrevistas, como la semiestructurada, no estructurada, modalidad mixta, entre otras. La modalidad usada para esta investigación será la semiestructurada, una metodología con preguntas y guion preestablecido, pero cuya esencia y formulación puede variar; suelen ser preguntas abiertas en las que se puede profundizar alguna idea o hacer que lleven a la realización de más preguntas. (Hernández, 2014)

En este caso se le realizará una entrevista a Daniel Samper Ospina, ex director de la revista, quien la dirigió del año 2001 hasta el año 2014. Bajo su dirección aparecieron varias portadas que salieron en la edición de antología, incluso él, quien protagonizó la edición 174, de 15 años de aniversario.

La entrevista tiene como propósito conocer, de la mano con el ex director, las intenciones visuales y textuales de la revista, además de si la revista tuvo alguna evolución frente a la imagen de la mujer, durante su dirección y bajo las portadas de antología, que tiene ediciones desde el año 2002 hasta el año 2020.

Además, tiene como propósito conocer qué impacto tuvieron una de sus ediciones más destacadas, como la de los primeros desnudos colombianos de hombres y mujeres, que estuvieron en la revista.

Trabajo de campo

Historia de la revista SoHo

A finales de los años 90, la editorial colombiana Semana lanzó al público 5 revistas, dirigidas a diferentes grupos sociales: una revista para mujeres, una de crónicas, una de negocios, una de sociedad y una última para hombres; esta fue llamada SoHo; su nombre hace referencia a una revista de “SOlo HOmbres”.

Esta revista contaba con portadas muy llamativas a color, se publicaba mensualmente, en un papel couché y era más amplia que una hoja tamaño carta; llegó a tener más de 232 ejemplares antes de volverse un medio digital, tras la pandemia en el año 2020.

La revista llegó al 5.º lugar en el público colombiano frente a revistas independientes y fue la 2.ª más consumida después de TV y novelas; además, fue la 1.ª revista colombiana multilatina. Su público eran hombres de clase media alta, y la revista contaba con tres grandes secciones: Historias, mujeres y sexo, con temas de crónica, modelos y “buena vida”.

Sus secciones literarias y narrativas, años después, fueron impulsadas por su director de los 2000, el periodista Daniel Samper Ospina, ya que antes de él, en la revista solo aparecían mujeres desnudas con diferentes temas de interés que entretenían a los hombres, como artículos de estilo de vida; Samper confirmó: *“El punto de partida era hacer historias que contaran cómo sobrevivíamos. Historias compatibles con la supuesta audiencia natural de la revista: crónicas urbanas, cotidianas, modernas, literarias”*.

Además, esta inclusión narrativa hizo que llegaran más lectores; así mismo lo mencionó Samper en el año 2008, *“Logramos convertir una publicación en un movimiento periodístico refrescante, capaz de conseguir nuevos lectores. Voy a las cifras: SoHo, la misma revista que tenía un contenido con mayor énfasis en las imágenes y no mucha preocupación por los textos, en el año 2000 contaba con 178.100 lectores, según el Estudio General de Medios. Hoy tiene 1.026.500. No digo que esa abultada cifra de lectores se haya dado gracias a las crónicas, pero estoy seguro de que han ayudado.”*

La revista impresa llegó a su fin tras pasar 20 años en el mercado y tener 232 ejemplares. SoHo fue un referente de la crónica colombiana y de haber contemplado en sus portadas a “las mujeres más lindas”. Esta decisión fue tomada pensando en el periodismo actual, ya que la revista impresa pasó a ser un medio digital.

Por otro lado, la misma revista señala que se lanzó inicialmente como una propuesta editorial sobre estilo de vida masculino, dirigida a hombres ejecutivos heterosexuales entre los 20 y 50 años, inspirándose en las revistas del momento,

como Playboy, GQ o Esquire. La revista también se considera a sí misma como “la Playboy colombiana”.

Sin desconocer que es una revista para adultos que podía ser adquirida por cualquier persona sin importar su género.

La propuesta inicial de la revista era combinar fotografías de las mujeres más lindas de Colombia, junto a crónicas literarias y periodísticas con un poco de humor. A lo largo de su trayectoria, esto cambió, al incluir a hombres en sus portadas y añadir modelos de otras nacionalidades.

Hasta el año 2020, se convirtieron en un producto de formato digital, ampliando su diversidad de temas, incluyendo apartados de cultura, tecnología, carros, deportes y estilo de vida, sin dejar de lado a “las mujeres más lindas” y una visión masculina atrevida.

La revista buscaba romper discursos conservadores frente a la sexualidad, no solo con fotografías, sino con el texto. Su director quería que la revista “fuera capaz de sacudir esa moral vieja, oxidada y mojigata de ciertos sectores de la sociedad colombiana con la irreverencia y la creatividad como arma”.

Por medio de un carácter progresista y liberal: “Es una revista de talante liberal, provocadora, creativa, polémica, capaz de ir a contrapelo en muchos asuntos que dicta el statu quo, pero siempre con gran altura, 19 acudiendo a las mejores firmas y entendiendo que en términos fotográficos la ética es la estética” (Samper Ospina entrevistado por Restrepo).

Edición de antología

La revista se despidió con una edición de antología en el año 2020, con una edición que recopiló sus mejores y más controversiales 12 portadas, con las mejores modelos del país, como Amparo Grisales, Claudia Elena Vásquez, Sofía Vergara, Alejandra Azcárate, Juliana Galvis, Juanita Acosta, el futbolista “El Tino Asprilla”, Carolina Cruz, Salud Hernández Mora, Karen Carreño, su director Daniel Samper Ospina y Aida Victoria Merlano.

Según la revista, esta edición recopiló las mejores fotos y crónicas de dos décadas, además de contener las portadas que más marcaron historia. En sus primeras páginas menciona que, luego de esa edición, la revista se volverá un producto exclusivamente digital, despidiéndose de sus lectores y de la circulación impresa del producto y en el papel.

La revista también señala, al llegar a su final, que tuvieron una trayectoria exitosa, ya que triunfaron en años en que la sociedad era más conservadora y era difícil llegar al público con su tipo de contenido.



SoHo. (2020, 21 de julio). Edición de antología (No. 232) [Portada de revista].

Publicaciones Semana.

Análisis e interpretación de la información

Entrevista:

En la entrevista semiestructurada realizada a Daniel Samper Ospina (2026) se señaló lo siguiente:

Pregunta:

¿Qué evolucionó frente al titular o la manera en la que se expresaban hacia las mujeres retratadas en la portada? ¿Evolucionó en los titulares o en las fotografías?

Daniel Samper Ospina:

“No, inicialmente en los titulares, frente a la parte textual. No, yo creo que la línea del manual de redacción de esos titulares era que primaba siempre la descripción en el titular antes que el ingenio, por decirlo así. Entonces, no sé, en vez de poner el dolor de vivir a la intemperie, el título debía ser 24 horas como mendigo, por ejemplo, por hablar de crónicas.

Entonces, con el tema de los especiales fotográficos de mujeres, yo creo que era algo más o menos parecido”.

Pregunta:

Frente a la parte visual, o de pronto, ¿qué narrativas usaban? Frente a las fotografías que se evidenciaban, ¿o de pronto sí tenían algún criterio para las modelos que eran seleccionadas? O pues, en esa portada también está Yidis Medina y está Aida Victoria. ¿No sé si de pronto también se tocaban temas de coyuntura o que tuvieran algún auge frente a las modelos?

Daniel Samper Ospina:

“Mientras yo fui director, el criterio de SoHo para la elección de sus modelos, y aún el de antes, era un criterio bastante comercial. Era buscar el tipo de belleza femenina que era más compatible a los mensajes publicitarios.

En la medida en que fue pasando el tiempo, y que utilizábamos el desnudo como arma para sacudir a la sociedad y para enviar mensajes que fueran irreverentes frente a esa misma sociedad, como el famoso desnudo de Alejandra Ascárate personificando a Cristo en la última cena, por ejemplo. O la edición de los desnudos callejeros y demás. En la medida en que fuimos, digamos que, agotando esas fórmulas, empezamos también a abrir la revista a otro tipo de estéticas femeninas que también podían ser elogiadas, pero que iban un poco en contravía de esos principios publicitarios que reinaban en la industria, ya no digamos el SoHo.

La primera, sin duda, fue Yidis Medina, que fue un desnudo absolutamente inesperado. También, creo que, buscando la ejecución de esos desnudos inesperados, hicimos alguna vez la portada del Timo Asprilla, el primer desnudo de un hombre en una portada de ese tiraje. E incluso en el último tiempo en el que yo fui director, habíamos movido de alguna manera esos estándares estéticos para lugares más incluyentes.

Entonces, sí, una evolución estética; yo creo que pasamos de un lenguaje muy publicitario, muy prehecho, muy prefabricado, en el cual el Photoshop era el mandamás de la estética en SoHo y en la industria y en la publicidad, a una apertura para recibir otro tipo de bellezas y tratar de reivindicar la belleza natural, la cotidiana.”

Pregunta:

No sé si de pronto recuerdes ¿qué impacto tuvo la primera mujer que salió desnuda?, y también en la primera revista colombiana, y también ¿el impacto que tuvo la portada del Tino?, porque él fue el primer hombre que apareció desnudo en una revista colombiana.

Daniel Samper Ospina:

El primer desnudo que apareció en SoHo cuando yo fui director, el primer desnudo frontal, fue Juliana Galvis, con un desnudo interactivo, porque situémonos en el contexto de un país que era muy religioso, muy católico en esa época, en un gobierno como el de Álvaro Uribe, que además promovía sus valores catolicistas. Entonces, el tema de la culpa se volvió muy importante como arma de provocación en SoHo, y por eso el primer topless era con Juliana Galvis, pero con una tinta removible semejante a la del Raspe y gane, de las tarjetas de los Raspe y gane, con el fin de que SoHo estuviera presentando a la modelo vestida, pero ya estuviera en la culpa del lector, el hecho de desvestirla o no. Entonces yo creo que fue la primera edición interactiva que tuvo SoHo; esa fue una fórmula que después repetimos también con Amparo Grisales. Amparo Grisales nunca se había desnudado de la cintura para abajo, y lo hizo en una edición que, lo mismo, uno podía arrancar el vestido de baño en la parte de abajo, porque era una especie de sticker; entonces, digamos que la culpa estaba en el lector, le trasladábamos a él la alternativa o no del desnudo.

Entonces eso obviamente hizo que esas revistas fueran realmente comentadas, polémicas, llamativas y demás. Cuando SoHo ya no sabía cómo más llamar la atención con las actrices y modelos de moda, y los desnudos interactivos con esas actrices y modelos, se nos ocurrió, además, para mitigar un poco las críticas de que SoHo era una revista machista, hacer una edición de SoHo para mujeres. Es decir, nuestra tesis era

que eran más machistas las revistas para mujeres de esa época, porque más que revistas para mujeres eran revistas para señoras, es decir, tenían artículos de cocina, artículos de ropa, pero era como si les hablara a mujeres asexuadas que no tuvieran deseos, que no tuvieran avidez intelectual por leer grandes firmas y ofrecer una oferta intelectual interesante. Entonces hicimos la primera edición de SoHo para mujeres con el tino Asprilla, desnudo interactivo del tino, el tino estaba totalmente desnudo, pero lo tapaba una hoja de parra, y adentro, temática editorial, la desarrollaban unas grandísimas firmas femeninas, tanto nacionales como extranjeras, que demostraron que se podía hacer un periodismo para mujeres extraordinario.

También le fue a esa edición que resolvimos hacer una edición, creo que al año. Recuerdo también a Juan del Mar, que también hizo una edición con un desnudo interactivo; recuerdo a Juan Pablo Raba, que también salió en otra edición. Bueno, hubo varias ediciones de SoHo para mujeres, en las cuales aplicábamos las técnicas de cocina editorial de SoHo, pero para el público femenino.”

Pregunta:

Igual, esas revistas también tenían contenidos para mujeres, ¿cómo en sus artículos?

Daniel Samper Ospina:

Las que eran SoHo para mujeres eran 100% ideal público femenino, totalmente.

Pregunta:

¿Ustedes tenían un público objetivo?

Daniel Samper Ospina:

“Sí, totalmente definido, un público entre los 25 y los 40 años, de estrato 4 al 6, hombres.

Heterosexuales, ese era el público objetivo de SoHo.”

Pregunta:

¿Y los artículos igual?

“Daniel Samper Ospina:

A ese público tenía que hablarle SoHo, y los anunciantes buscaban a SoHo para llegarle a ese público.”

Pregunta:

También, en los 20 años, de pronto en los 13 años que tú estuviste como director, ¿cuál sientes que fue la evolución más grande, de pronto hacia el diseño, hacia el tema de la inclusión, hacia el tema de los reportajes?

Daniel Samper Ospina:

“Yo diría que, en términos editoriales, SoHo siempre fue una gran revista de autor, de grandísimas firmas latinoamericanas. Yo creo que no hubo un gran escritor latinoamericano que no pasara por SoHo, que no escribiera en exclusiva para SoHo. Creo que tuvimos articulistas de la talla, no sé, de Martín Caparrós, el argentino, de Juan Villoro, el mexicano, de Fernando Savater, el español, de Fernando Vallejo, por ejemplo.”

Creo que las grandes firmas colombianas e internacionales es que vieron en SoHo siempre temas a menos, siempre temas que unos hombres tratarían en una sobremesa

sabrosa, siempre temas fáciles de entender, a veces temas ligeros, pero tratados por grandísimas firmas, y eso hizo que la revista fuera muy especial, que fuera una revista que fuera muy valorada en términos editoriales, escritos.

Y en términos estéticos, pues yo creo que el fondo de SoHo siempre fue la osadía, tanto en los planteamientos editoriales de sus articulistas como en las fotografías, y como en el uso del desnudo, el desnudo como un arma, como un arma de provocación de ciertos valores doble moralistas de la sociedad colombiana, y en especial de la bogotana, que quizás se asombraban ante un desnudo total, pero no decían nada frente a una masacre. Entonces digamos que tratábamos de ser muy provocadores en ese sentido, muy publicitaria e irreverentemente provocadores a través del desnudo femenino, y del masculino también.

Un poco a la manera, un poco inspirados en lo que hacía Oliverio Toscani, el publicista de Benetton en los años noventa. Buscábamos ese tipo de provocación, y eso lo logramos a través de los desnudos, efectivamente. Creo que en esa intención de que el desnudo fuera un arma, y no simplemente, digamos que un suceso estético comercial, apelamos a varias vertientes de creatividad.

Algunas ya las anuncié, pero las puedo repetir. El desnudo interactivo, por ejemplo, para jugar con la culpa. El desnudo inesperado, fue el mismo desnudo por el cual convencimos a Yidis Medina que apareciera en la revista, o a Al tino Asprilla, o incluso a mí mismo para tomarme el pelo en la edición de los 15 años, creo.

El desnudo inesperado. El desnudo en locaciones inesperadas, en locaciones que pudieran representar cierta irreverencia. Recuerdo, por ejemplo, una edición que hicimos completamente en la calle, en los lugares, digamos, más emblemáticos de

Bogotá, frente al Palacio de Nariño, al lado de la Guardia Presidencial, en fotografías que eran casi fotorreportajes.

Esa también era una manera de desacralizar los lugares a través de los desnudos. Entonces, claro, no sé si es una evolución, pero sin duda sí una intención. Y al final creo que también, ya cuando yo estaba llegando al año 12 o 13 como director, hubo una intención de desacralizar nuestro propio historial, nuestro propio pasado, y tratar de ser irreverentes ante la propia estética que nosotros habíamos llegado a apuntalar, abriendo las puertas, como ya dije, a desnudos reales, en el sentido ya no de reinas de belleza, sino de personas del común.”

Pregunta:

Y en la parte editorial, ¿de pronto dio una evolución en la tipografía o en la imagen? Obviamente, más en la calidad.

Daniel Samper Ospina:

“Cada dos o tres años, sí o sí, la revista se rediseñaba por completo. Yo trabajé con un director de arte que es el artista Luis Carlos Cifuentes. Él fue el que me acompañó prácticamente todo el tiempo.

Yo creo que apenas estuve unos pocos meses al comienzo con otro director de arte, pero yo mismo llevé a Luis Carlos Cifuentes. Es un muchacho autodidacta, un muchacho en esa época absolutamente brillante, artista, pintor. De hecho, ahorita vive solamente de su obra y de su pintura.

Y era un hombre con una gran capacidad de reinención. Entonces, cada dos o tres años hacía un borrón y cuenta nueva, casi que, por instrucción concreta, porque la revista no podía antilosarse. Y era una revista muy visual.

Entonces, era muy importante que el diseño siempre se refrescara dentro de algunos conceptos que, en todo caso, no cambiaban, que era tratar de darle preponderancia a los blancos, al vacío, a que no se sintiera la revista atiborrada, a que tratara, digamos, de guardar una cosa más o menos estilizada.”

Pregunta:

Y yo creo que, para finalizar, ¿cuál crees que fue el impacto en la percepción o de la imagen que se tiene de la mujer como a lo largo de los años? ¿Es de pronto una versión estereotipada, no estereotipada, más real, menos real?

Daniel Samper Ospina:

“No, yo creo que fue al principio bastante estereotipada. Funcionaba así. Pero yo creo que hubo una evolución, sin duda, una apertura de páginas para incluir a todo tipo de mujeres, de todo tipo de razas, de todo tipo de edades, con una visión mucho menos obediente a los cánones publicitarios de la época y cada vez más obediente a los propios cánones que SoHo logró instaurar para SoHo”

Samper Ospina, D. (2026). Entrevista sobre la representación de la mujer en la revista SoHo [Entrevista realizada por A. Jiménez].

Análisis de la revista:

Frente a los objetivos planteados en la investigación, las respuestas de su director arrojaron que el titular y texto cumplen una función más descriptiva que interpretativa, en la que se le daba prioridad a lo claro y explícito sobre el ingenio; el titular nombraba directamente a la situación o hacía referencia al cuerpo de la mujer.

El texto reforzaba la imagen y fotografía de la edición y hacía un lenguaje más claro al lector; era un anclaje semántico; no tenía una lectura alternativa y manejaba una lógica más publicitaria y comercial.

Frente a la parte visual, en los inicios de la revista y la dirección de Daniel Samper Ospina, había una sexualidad estandarizada, con una estética publicitaria, por el uso de Photoshop, representación de ideales y estereotipos de belleza, que, según él, era lo que funcionaba para la época. La mujer aparecía como un objeto visual, con un cuerpo consumible.

Además, se usaban varios “tipos de desnudos” y estos funcionaban como una herramienta discursiva que generaba polémica, tensión moral y una crítica a la sociedad. Una de sus intenciones eran los desnudos interactivos, en los que el lector decidía o no desnudar a la mujer, por medio de pegatinas que había en las portadas.

También tenían representaciones irreverentes, como desnudos en espacios públicos o religiosos; la desnudez aquí ya era un acto performativo y provocador que creaba imaginarios en la mente de los lectores.

Frente a su evolución, tiempo después, según su director, debían captar la atención de sus lectores de otras maneras, por lo cual decidieron incluir cuerpos no tradicionales, traer desnudos y figuras no esperadas, como lo fue el caso del primer hombre desnudo en un medio colombiano, el Tino Asprilla, y Yidis Medina, una congresista de la época. En este punto, la sexualidad deja a un lado su ideal estereotipado y empieza a ser parcialmente más diversa, con otros géneros, edades, corporalidades e identidades, con una representación de la mujer y la revista más flexible, más alejada de la publicidad y una construcción estética propia de la revista.

Frente a su parte editorial, él mencionó que cada 3 años se le realizaba un cambio estético completo a la imagen de la revista, lo cual se ve reflejado en la edición de

antología que tiene portadas desde el 2002 hasta el 2020. Los cambios más evidentes son en cuanto a las fotografías, tipografía y paleta de colores.

Análisis e interpretación de la información Edición

de la portada y contexto de la modelo Matriz de

análisis semiótico

Edición 9:



SoHo. (2003, mayo). *Juliana Galvis* (Edición No. 9) [Portada de revista].

Publicaciones Semana.

Juliana Galvis: Es una actriz, presentadora y modelo colombiana de Bucaramanga, Santander, que inició su trayectoria como presentadora en un canal regional y debutó como actriz en el año 2003 en la novela “Me amarás bajo la lluvia”, tras participar en un reality.

También ha participado en distintas producciones a nivel nacional e internacional que han consolidado su carrera como una de las actrices colombianas con mayor proyección.

Elemento narrativo	Pregunta guía	Indicador o categoría	Observaciones interpretativas
Actantes/Roles	¿Quién ocupa el lugar de sujeto, objeto, destinador, destinatario?	Greimas	Destinatario y sujeto: El hombre consumidor. Destinatario: La revista. Objeto: La mujer.
Acción / Evento	¿Qué acción o evento se sugiere en la escena?	Bal	Invitación al consumo visual incitada por un plano americano y

			central que exhibe el cuerpo femenino.
Mirada / Punto de vista	¿Desde qué mirada se narra la escena?	Rose Kress y Van Leeuwen	La modelo tiene una mirada seria y una pose dominante al apoyarse en una baranda con firmeza. El lector la puede narrar como dominante y sensual.
Espacio y contexto	¿Dónde ocurre la acción y qué significado social tiene?	Bal Kress Barthes	El fondo frío, junto a barandales, refleja imponentia; además, se apoya en una de ellas y centra totalmente al cuerpo de la mujer.

Tiempo / temporalidad	¿Qué tiempo o atmósfera comunica la portada?	Bal	Instante congelado de sensualidad permanente.
Modo dominante	¿Qué modo comunica el núcleo narrativo (imagen, texto, gesto)?	Kress Jewitt	La imagen corporal predomina sobre el texto. Imagen: El cuerpo de la modelo semidesnudo, sin ropa interior en la parte de arriba y con una malla en la parte de abajo. Texto: Al lado de sus piernas dice: “Juliana Galvis, descúbrala”. Gesto: Dominante e imponente.

Metáforas conceptuales, representaciones de género y discursos sociales	¿Qué metáforas o representaciones simbólicas emergen entre imagen y texto?	Butler Laura Mulvey	En su totalidad, el enfoque de la imagen es la modelo semidesnuda; debajo de su nombre dice “Descúbrala” de manera insinuante y erótica, sexualizando a la mujer.
--	---	----------------------------	--

Tabla. Análisis de la portada de *SoHo*: Juliana Galvis (Edición No. 9, mayo de 2003)

Edición 27:



SoHo. (2002, marzo). *Juanita Acosta* (Edición No. 27) [Portada de revista].

Publicaciones Semana.

Juanita Acosta: Es una actriz colombiana, oriunda de Cali; ha incursionado en el cine, teatro y televisión, y también ha sido modelo de diferentes campañas. Ha estado presente tanto en la televisión colombiana como en la española.

Elemento narrativo	Pregunta guía	Indicador o categoría	Observaciones interpretativas
Actantes/ Roles	¿Quién ocupa el lugar de sujeto, objeto, destinador, destinatario?	Greimas	Destinatario y sujeto: El hombre consumidor. Destinatario: La revista. Objeto: La mujer.
Acción/Evento	¿Qué acción o evento se sugiere en la escena?	Bal	Invitación al consumo visual incitada por un plano entero y central que indica exhibición del cuerpo femenino y movimiento corporal sexual.
Mirada / Punto de vista	¿Desde qué mirada se	Rose Kress y Van Leeuwen	La mirada de la modelo está enfocada en su parte íntima.

	narra la escena?		El lector la puede narrar como dominante y sensual.
Espacio y contexto	¿Dónde ocurre la acción y qué significado social tiene?	Bal Kress Barthes	El fondo unicolor con detalles enfoca totalmente al cuerpo de la mujer.
Tiempo/temporalidad	¿Qué tiempo o atmósfera comunica la portada?	Bal	Instante congelado de sensualidad permanente y atemporal.
Modo dominante	¿Qué modo comunica el núcleo narrativo (imagen, texto, gesto)?	Kress Jewitt	Imagen: El cuerpo de la modelo semidesnuda en ropa interior peluda café. Texto: Nombre de la modelo Gesto: Dominante y erótico.
Metáforas conceptuales,	¿Qué metáforas o	Butler Laura Mulvey	En su totalidad, el enfoque de la imagen es la modelo semidesnuda; su mirada es

representaciones de género y discursos sociales	representaciones simbólicas emergen entre imagen y texto?		insinuante y erótica, por su pose y traje, sexualizando a la mujer. Refuerza ideales tradicionales de belleza femenina, asociados al atractivo visual y consumo mediático.
--	---	--	--

Tabla. Análisis de la portada de *SoHo* (Edición No. 27, marzo de 2002)

Edición 29:



SoHo. (2002). *Carolina Cruz: Especial de fútbol* (Edición No. 29) [Portada de revista]. Publicaciones Semana.

Carolina Cruz: Es una reconocida presentadora, modelo y emprendedora colombiana, con gran trayectoria en la televisión y el entretenimiento colombiano; su carrera inició tras ser virreina nacional de la belleza en 1999, lo cual le dio paso a empezar su carrera en la televisión.

Carolina Cruz ha participado en programas como “Muy buenos días”, “Noticias RCN”, el reality “Colombia's Next Top Model” y ha acompañado las transmisiones de Miss Universo en canales nacionales.

Elemento narrativo	Pregunta guía	Indicador o categoría	Observaciones interpretativas
Actantes/ Roles	¿Quién ocupa el lugar de sujeto, objeto, destinador, destinatario?	Greimas	Destinatario: El hombre consumidor. Destinador: La revista. Objeto y sujeto: La mujer.
Acción/Evento	¿Qué acción o evento se sugiere en la escena?	Bal	Invitación al consumo visual incitada por un plano americano y central que indica exhibición del cuerpo femenino y movimiento al posar en una puerta.

Mirada / Punto de vista	¿Desde qué mirada se narra la escena?	Rose Kress y Van Leeuwen	La modelo tiene una mirada dominante, directa El lector lo puede narrar como íntima y segura.
Espacio y contexto	¿Dónde ocurre la acción y qué significado social tiene?	Bal Kress Barthes	El fondo es en un espacio cerrado, pero enfoca totalmente al cuerpo de la mujer, detrás de una puerta, Puede significar naturalidad y libertad sexual.
Tiempo/ temporalidad	¿Qué tiempo o atmósfera comunica la portada?	Bal	Instante congelado, imagen atemporal.
Modo dominante	¿Qué modo comunica el núcleo narrativo	Kress Jewitt	La imagen corporal predomina sobre el texto. Imagen: La mujer en bikini en un espacio cerrado.

	(imagen, texto, gesto)?		Texto: Solo el nombre de la modelo. Gesto: Dominante y retador.
Metáforas conceptuales, representaciones de género y discursos sociales	¿Qué metáforas o representaciones simbólicas emergen entre imagen y texto?	Butler Laura Mulvey	En su totalidad, el enfoque es la modelo en bikini. La pose y exposición corporal son para la satisfacción visual del hombre, con roles estereotipados del cuerpo femenino de delgadez, operaciones y belleza.

Tabla Análisis de la portada de SoHo (Edición No. 29, 2002)

Edición 42:



SoHo. (2003, julio). *Sofía Vergara: el cuerpo como talento* (No. 42) [Portada de revista]. Publicaciones Semana.

Sofía Vergara: Es una modelo y actriz colombiana, con alto reconocimiento internacional, principalmente en la televisión estadounidense con carrera en Hollywood, es una de las actrices mejor pagadas de los Estados Unidos, que ha ganado numerosos premios; actualmente trabaja como productora, y a sus 53 años sigue siendo un referente de la belleza de la mujer colombiana.

Elemento narrativo	Pregunta guía	Indicador o categoría	Observaciones interpretativas
Actantes/ Roles	¿Quién ocupa el lugar de sujeto, objeto, destinador, destinatario?	Greimas	Destinatario y sujeto: El hombre consumidor. Destinatario: La revista. Objeto: La mujer.
Acción/Evento	¿Qué acción o evento se sugiere en la escena?	Bal	Invitación al consumo visual incitada por un plano americano y central que indica exhibición del cuerpo femenino y erotismo, ya que lo que está detrás de ella son dos hombres; uno la toca a

			ella, y ella toca al otro hombre.
Mirada / Punto de vista	¿Desde qué mirada se narra la escena?	Rose Kress y Van Leeuwen	La modelo tiene una mirada y pose dominante delante de los hombres y la cámara. El lector la puede narrar como dominante y sensual.
Espacio y contexto	¿Dónde ocurre la acción y qué significado social tiene?	Bal Kress Barthes	El fondo difuminado de los dos hombres refleja la sensualidad de la mujer y se enfoca totalmente en el cuerpo de la mujer, reforzando la carga erótica.
Tiempo/temporalidad	¿Qué tiempo o atmósfera comunica la portada?	Bal	Atmósfera sensual con al haber un toque entre modelos, con una atmosfera de sensualidad permanente y movimiento.

Modo dominante	¿Qué modo comunica el núcleo narrativo (imagen, texto, gesto)?	Kress Jewitt	La imagen corporal predomina sobre el texto, el cuerpo femenino, funciona como principal recurso comunicativo. Imagen: La modelo en top y ropa interior animal print. Texto: “El cuerpo como talento” Gesto: Sensual.
Metáforas conceptuales, representaciones de género y discursos sociales	¿Qué metáforas o representaciones simbólicas emergen entre imagen y texto?	Butler Laura Mulvey	El enfoque de la imagen es la modelo en top y ropa interior animal print; este textil refleja sensualidad. El cuerpo de la mujer es representado como símbolo de deseo y atractivo visual asociado a cánones de belleza. Esto refleja sensualidad, erotismo y sexualiza a la

			mujer, viendo a su cuerpo como “talento”.
--	--	--	---

Tabla. Análisis de la portada de *SoHo*: Sofía Vergara (Edición No. 42, julio de 2003)

Edición 64:



SoHo. (2006). *La pasión de Alejandra Azcárate* (No. 64) [Portada de revista].

Publicaciones Semana.

Alejandra Azcárate: Comediante, actriz y presentadora colombiana. Su carrera empezó en la televisión y el periodismo; actualmente cuenta con una producción en Netflix, un podcast en Spotify y giras por todo el mundo; también apareció en las novelas más reconocidas de la televisión colombiana; a sus 47 años aún sigue siendo un referente en los medios del país.

Elemento narrativo	Pregunta guía	Indicador o categoría	Observaciones interpretativas
Actantes/ Roles	¿Quién ocupa el lugar de sujeto, objeto, destinador, destinatario?	Greimas	Destinatario y sujeto: El hombre consumidor. Destinatario: La revista. Objeto: La mujer.
Acción/Evento	¿Qué acción o evento se sugiere en la escena?	Bal	Invitación al consumo visual incitada por un plano medio corto y central del rostro femenino con torso desnudo y movimiento gestual. Se evidencia erotismo y dramatización religiosa

			mediante sus gestos corporales y faciales.
Mirada / Punto de vista	¿Desde qué mirada se narra la escena?	Rose Kress y Van Leeuwen	La modelo tiene los ojos cerrados y pose sensual, que reflejan placer y sufrimiento. El lector la puede narrar como erótica.
Espacio y contexto	¿Dónde ocurre la acción y qué significado social tiene?	Bal Kress Barthes	El fondo negro enfoca totalmente a la mujer; tiene una corona de espinas que la representa a ella como Jesús.

Tiempo/temporalidad	¿Qué tiempo o atmósfera comunica la portada?	Bal	En su rostro y cabello hay movimiento, además de sangre en su corona de espinas, como si el presente hubiera quedado congelado y se tratase de representar la pasión de Cristo.
Modo dominante	¿Qué modo comunica el núcleo narrativo (imagen, texto, gesto)?	Kress Jewitt	Imagen: El rostro de la modelo con torso desnudo y una corona de espinas. Texto: Menciona “la pasión de la modelo”. Gesto: Orgásmico y de sufrimiento.

Metáforas conceptuales, representaciones de género y discursos sociales	¿Qué metáforas o representacion es simbólicas emergen entre imagen y texto?	Butler Laura Mulvey	En su totalidad, el enfoque de la imagen es el rostro de la modelo con torso desnudo y la corona de espinas, reflejando sensualidad y el sufrimiento de Jesús; el texto hace mención a la pasión de la modelo, como si fuera “la pasión de Cristo”. Utiliza en cuerpo femenino y símbolos religiosos como estrategia de provocación mediática y de sexualización.
--	---	-------------------------------	--

Tabla. Análisis de la portada de *SoHo*: Alejandra Azcárate (Edición No. 64, 2006)

Edición 67:



SoHo. (2006). *Claudia Elena Vásquez* (No. 67) [Portada de revista]. Publicaciones Semana.

Claudia Elena Vásquez: Es una modelo y exreina nacional colombiana; es reconocida por su inteligencia, belleza y humildad. Su carrera en el modelaje

empezó a sus 13 años; tiempo después estudió ingeniería química en la Universidad de los Andes y se casó con el cantante Carlos Vives.

Elemento narrativo	Pregunta guía	Indicador o categoría	Observaciones interpretativas
Actantes/ Roles	¿Quién ocupa el lugar de sujeto, objeto, destinador, destinatario?	Greimas	Destinatario: El hombre consumidor. Destinador: La revista. Objeto y sujeto: La mujer.
Acción/Evento	¿Qué acción o evento se sugiere en la escena?	Bal	Invitación al consumo visual incitada por un plano americano y central que indica exhibición del cuerpo femenino y quietud en la playa.
Mirada / Punto de vista	¿Desde qué mirada se narra la escena?	Rose Kress y Van Leeuwen	La modelo tiene una mirada sumisa y tranquila. El lector lo puede narrar como íntima y sensual.

Espacio y contexto	¿Dónde ocurre la acción y qué significado social tiene?	Bal Kress Barthes	El fondo es en una playa, pero enfoca totalmente al cuerpo de la mujer, detrás de arena y troncos, lo que refleja la objetualización del cuerpo. La playa funciona como símbolo de libertad, naturalidad y erotización del cuerpo femenino.
Tiempo/ temporalidad	¿Qué tiempo o atmósfera comunica la portada?	Bal	La atmósfera cálida y luminosa refleja sensación de relajación y sensualidad.
Modo dominante	¿Qué modo comunica el núcleo narrativo (imagen, texto, gesto)?	Kress Jewitt	La imagen corporal predomina sobre el texto. Imagen: La mujer en bikini verde, en la playa. Texto: Solo hace mención de que su esposo “Carlos Vives” fue parte del proceso.

			Gesto: Sumiso.
Metáforas conceptuales, representaciones de género y discursos sociales	¿Qué metáforas o representacion es simbólicas emergen entre imagen y texto?	Butler Laura Mulvey	En su totalidad, el enfoque es la modelo en bikini; no hay mayor texto que los créditos y nombres de los productores. La pose y exposición corporal son para la satisfacción visual del hombre, con roles estereotipados del cuerpo femenino de delgadez y belleza. Reproduce ideales estéticos femeninos relacionados con delgadez, juventud y atractivo físico.

Tabla. Análisis de la portada de *SoHo*: Claudia Elena Vásquez (Edición No. 67, 2006)

Edición 83:



SoHo. (2007, diciembre). *Amparo Grisales* (Edición No. 83) [Portada de revista].

Publicaciones Semana.

Amparo Grisales: Es una modelo, presentadora y actriz colombiana, definida como la “Diva”; es una de las mujeres más admirables de la televisión colombiana, pero

también es reconocida por su participación en el cine y el teatro y cuenta con más de 5 décadas de trayectoria.

Amparo ha sido referente del modelaje en Colombia desde los años 70, por lo cual ha recibido múltiples reconocimientos, como en los premios India Catalina; también es un referente cultural del país por sus múltiples producciones.

Elemento narrativo	Pregunta guía	Indicador o categoría	Observaciones interpretativas
Actantes/ Roles	¿Quién ocupa el lugar de sujeto, objeto, destinador, destinatario?	Greimas	Destinatario y sujeto: El hombre consumidor. Destinatario: La revista. Objeto: La mujer.
Acción/Evento	¿Qué acción o evento se sugiere en la escena?	Bal	Invitación al consumo visual incitada por un plano americano y central que indica exhibición del cuerpo femenino y quietud. La portada propone una interacción erótica mediante el mensaje de “desnúdame”

Mirada / Punto de vista	¿Desde qué mirada se narra la escena?	Rose Kress y Van Leeuwen	La modelo tiene una mirada y pose dominante. El lector la puede narrar como dominante y sensual.
Espacio y contexto	¿Dónde ocurre la acción y qué significado social tiene?	Bal Kress Barthes	El fondo difuminado y dorado refleja poder y enfoca totalmente al cuerpo de la mujer, evidenciando su sensualidad.
Tiempo/temporalidad	¿Qué tiempo o atmósfera comunica la portada?	Bal	Instante congelado de sensualidad permanente y atemporal.
Modo dominante	¿Qué modo comunica el núcleo narrativo (imagen, texto, gesto)?	Kress Jewitt	La imagen corporal predomina sobre el texto. Imagen: El cuerpo del modelo semidesnudo en ropa interior negra.

			Texto: Al lado de la ropa interior negra dice “desnúdame”. Gesto: Dominante.
Metáforas conceptuales, representaciones de género y discursos sociales	¿Qué metáforas o representaciones simbólicas emergen entre imagen y texto?	Butler Laura Mulvey	En su totalidad, el enfoque de la imagen es la modelo semidesnuda; al lado de su ropa interior dice “desnúdame”, de manera insinuante y erótica, sexualizando a la mujer. El desnudo interactivo convierte al lector en participante de la sexualización de la modelo.

Tabla. Análisis de la portada de *SoHo*: Amparo Grisales (Edición No. 83, diciembre de 2007)

Edición 99: 2008



SoHo. (2008). *Yidis al desnudo* (Edición No. 99) [Portada de revista]. Publicaciones Semana.

Yidis Medina: Es una política colombiana de Barrancabermeja, Santander, que llegó al congreso en el año 2004, como miembro de la Cámara de Representantes de Colombia.

En el 2008 surgió el término “Yidis política” tras un escándalo político por declaraciones de la excongresista por sobornos a cambio de su voto ante un proyecto de reforma que permitiría al presidente Álvaro Uribe aspirar a un segundo mandato.

Elemento narrativo	Pregunta guía	Indicador o categoría	Observaciones interpretativas
Actantes/Roles	¿Quién ocupa el lugar de sujeto, objeto, destinador, destinatario?	Greimas	Destinatario: El hombre consumidor o personas interesadas en leer su entrevista realizada por Salud Hernández Mora. Destinador: La revista. Objeto y sujeto: La mujer.

Acción / Evento	¿Qué acción o evento se sugiere en la escena?	Bal	Invitación al consumo visual incitada por un plano entero y central que indica exhibición del cuerpo femenino de espaldas. La portada rompe con la estética de la revista, mediante la inclusión de una figura política y mediática.
Mirada / Punto de vista	¿Desde qué mirada se narra la escena?	Rose Kress y Van Leeuwen	La modelo tiene una mirada hacia el horizonte, tranquila y descomplicada. El lector lo puede narrar como natural.

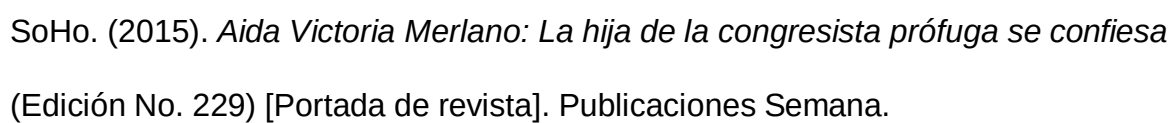
Espacio y contexto	¿Dónde ocurre la acción y qué significado social tiene?	Bal Kress Barthes	La imagen es en blanco y negro, el fondo son manchas de color, y se enfoca totalmente al cuerpo de la mujer desnuda de espaldas, con una mirada proyectada hacia un lado, lo que refleja la objetualización del cuerpo. Puede significar naturalidad, libertad sexual y empoderamiento. Además, se prioriza el impacto simbólico y mediático más que la sensualidad convencional de la revista.
---------------------------	--	----------------------------------	--

Tiempo / temporalidad	¿Qué tiempo o atmósfera comunica la portada?	Bal	Instante congelado con una atmósfera neutra.
Modo dominante	¿Qué modo comunica el núcleo narrativo (imagen, texto, gesto)?	Kress Jewitt	La imagen corporal predomina sobre el texto. Imagen: El cuerpo desnudo de espaldas en blanco y negro. Texto: “Yidis al desnudo” puede ser visto por la entrevista, como verdades al desnudo, ya que menciona la entrevista realizada por Salud. Hernández.

			Gesto: Tranquilo. Predomina el valor simbólico de la imagen y su capacidad de generar debate social.
Metáforas conceptuales, representaciones de género y discursos sociales	¿Qué metáforas o representaciones simbólicas emergen entre imagen y texto?	Butler Laura Mulvey	En su totalidad, el enfoque es la mujer desnuda; el fondo e imagen en blanco y negro generan neutralización de algún contexto. La pose y exposición corporal son para la satisfacción visual del hombre, pero sin roles estereotipados del

			cuerpo femenino de delgadez. Esta portada cuestiona parcialmente los estándares tradicionales de belleza femenina históricamente en la revista.
--	--	--	---

Tabla. Análisis de la portada de *SoHo: Yidis al desnudo* (Edición No. 99, 2008)



Aida Victoria Merlano: Es una modelo colombiana y creadora de contenido, hija de la política y excongresista colombiana Aida Merlano.

Su nombre se dio a conocer tras ser condenada por ayudar a su madre a escapar de la ley en el 2019, además de colocarse el nombre de su madre ante su aprisionamiento.

Elemento narrativo	Pregunta guía	Indicador o categoría	Observaciones interpretativas
Actantes/Roles	¿Quién ocupa el lugar de sujeto, objeto, destinador, destinatario?	Greimas	Destinatario: El hombre consumidor o personas interesadas en leer su entrevista frente al tema de su madre. Destinador: La revista. Objeto y sujeto: La mujer.

Acción / Evento	¿Qué acción o evento se sugiere en la escena?	Bal	Invitación al consumo visual incitada por un plano entero y central que indica exhibición del cuerpo femenino.
Mirada / Punto de vista	¿Desde qué mirada se narra la escena?	Rose Kress y Van Leeuwen	La modelo tiene una mirada misteriosa y directa. El lector lo puede narrar como dominante.
Espacio y contexto	¿Dónde ocurre la acción y qué significado social tiene?	Bal Kress Barthes	La imagen es en fondo blanco; la mujer está en la mitad desnuda, tapándose los senos y esposada, centralizando su cuerpo y haciendo

			referencia a un fetiche o a su tema con la cárcel. Puede significar misterio, sexualidad y privación de libertad.
Tiempo / temporalidad	¿Qué tiempo o atmósfera comunica la portada?	Bal	Escena de sensualidad permanente y atención mediática.
Modo dominante	¿Qué modo comunica el núcleo narrativo (imagen, texto, gesto)?	Kress Jewitt	Imagen: La mujer desnuda está esposada, tapándose los senos. Texto: “Aida Victoria Merlano, la hija de la congresista prófuga”

			Gesto: Misterioso
Metáforas conceptuales, representaciones de género y discursos sociales	¿Qué metáforas o representaciones simbólicas emergen entre imagen y texto?	Butler Laura Mulvey	En su totalidad, el enfoque es la mujer desnuda con esposas; la pose y exposición corporal son para la satisfacción visual del hombre, generando misterio. La portada mantiene dinámicas de sexualización femenina y construcción mediática del deseo visual.

Tabla. Análisis de la portada de SoHo (Edición No. 229, 2015)

Edición 230:



SoHo. (2015). Karen Carreño: El cuerpo 10 (Edición No. 230) [Portada de revista].

Publicaciones Semana.

Karen Carreño: Es una modelo y actriz colombiana que nació en Bucaramanga, ha trabajado con marcas internacionales y es conocida por participar en el video de la canción "A Dios le pido" del cantante colombiano Juanes y por haber sido jurado en el programa " Colombia's Next Top Model".

Elemento narrativo	Pregunta guía	Indicador o categoría	Observaciones interpretativas
Actantes/ Roles	¿Quién ocupa el lugar de sujeto, objeto, destinador, destinatario?	Greimas	Destinatario y sujeto: El hombre consumidor. Destinatario: La revista. Objeto: La mujer.
Acción/Evento	¿Qué acción o evento se sugiere en la escena?	Bal	Invitación al consumo visual incitada por un plano medio y central que indica exhibición del cuerpo femenino.
Mirada / Punto de vista	¿Desde qué mirada se	Rose Kress y Van Leeuwen	La modelo tiene una mirada pícaro y pose dominante, con

	narra la escena?		una intención seductora hacia el espectador El lector la puede narrar como dominante y sensual.
Espacio y contexto	¿Dónde ocurre la acción y qué significado social tiene?	Bal Kress Barthes	El fondo difuminado en la playa enfoca totalmente al cuerpo de la mujer, sin dar más contexto social. Puede ser interpretado como naturalidad y libertad.
Tiempo/temporalidad	¿Qué tiempo o atmósfera comunica la portada?	Bal	Atmósfera cálida, sensualidad y exhibición visual.
Modo dominante	¿Qué modo comunica el núcleo narrativo	Kress Jewitt	La imagen corporal predomina sobre el texto. Imagen: la modelo desnuda, con trenzas y un collar, en la playa.

	(imagen, texto, gesto)?		Texto: “El cuerpo 10”. Gesto: Pícaro. Predomina la narrativa visual sobre el texto, como estrategia editorial.
Metáforas conceptuales, representaciones de género y discursos sociales.	¿Qué metáforas o representaciones simbólicas emergen entre imagen y texto?	Butler Laura Mulvey	En su totalidad, el enfoque de la imagen es la modelo desnuda; al lado de ella dice “El cuerpo 10”, invitando a observar su cuerpo, sexualizando a la mujer. La pose y exposición corporal son para la satisfacción visual del hombre, con roles estereotipados del cuerpo femenino de delgadez y belleza, haciendo énfasis en que así es un “cuerpo 10”. La portada reproduce representaciones tradicionales de feminidad

			asociadas al deseo y consumo visual masculino
--	--	--	--

Tabla. Análisis de la portada de SoHo (Edición No. 230, 2015)

Análisis de la matriz de análisis semiótico:

- Siete de las diez portadas de la edición de Antología presentan modelos colombianas que evidencian una imagen estereotipada y sexualizada de la mujer, lo que cumple con el fin de la revista de evidenciar a “las mujeres más lindas”.

Algunos aspectos por destacar de estas portadas son:

Juanita Acosta, edición 27 (2002): Esta sesión, según la revista, fue una de las más esperadas por todos los colombianos; esta edición y artículo hizo alusión a la personalidad, talento y belleza de la modelo.

Carolina Cruz, edición 29 (2002): Esta portada, según la revista, quería capturar la belleza de la modelo; su artículo hace referencia a sus gustos y vida amorosa.

Juliana Galvis, edición 40 (2003): Esta portada fue una edición histórica, ya que fue la primera en la que una mujer posaba en topless, iniciando los primeros desnudos de la revista.

Sofía Vergara, edición 42 (2003): Esta portada destaca el cuerpo de la modelo como talento, en un año en el que era la latina más popular de Estados Unidos. Esta edición contiene fotografías sensuales y un artículo sobre su belleza y sexualidad.

Claudia Elena Vásquez, edición 67 (2005): Esta portada evidencia a la modelo como un espejismo en la playa, destacando su cuerpo en traje de baño, pero también su inteligencia y personalidad.

Amparo Grisales, edición 83 (2007): Esta portada fue la más vendida de toda la revista; dentro de la edición posó al desnudo por primera vez.

Karen Carreño, edición 230 (2019): Esta portada y edición contiene imágenes de la modelo al desnudo en múltiples poses y atuendos, haciendo referencia a que su cuerpo es un “cuerpo 10”.

- Una de las 10 portadas tiene una asociación religiosa, frente a su simbología e imagen.

Alejandra Azcarate, edición 64 (2005): Esta portada representa la última cena, con la imagen de una mujer y no de Jesús. Esta edición desató un escándalo y una demanda, tuvo controversia frente a la libertad de expresión, pero también destacó el cuerpo al desnudo de la modelo, según la revista, evidenciando su belleza.

- Dos de las portadas no cumplen el fin esperado que tiene la revista; se trata de la edición 99 de Yidis Medina y la edición 230 de Aida Victoria Merlano, porque en ellas no se hace una asociación a su belleza, sino que se establece una asociación política por el estatus de la mujer retratada; se trata de mujeres que generaron un espectáculo político y mediático que fue de auge en el país.

Yidis Medina, edición 99 (2008): Esta edición trae a la mujer después de una acusación política en su contra, tras un caso de soborno electoral; fue convencida a

desnudarse para la revista, haciendo la referencia en su título a que desnudo “cuerpo y alma”.

Aida Victoria Merlano, edición 229 (2019): Esta portada surge tras el escándalo político en el que se vio envuelta la mujer tras ayudar a su madre, una excongresista, a escapar de la cárcel, haciendo referencia en su portada a que “hablaba la hija de la prófuga”; en su artículo también se relataron detalles su vida personal.

- Aunque la revista quería destacar a las mujeres más lindas de Colombia, en su portada de antología se contemplan las imágenes de dos hombres desnudos, lo que rompió barreras frente a las finalidades iniciales que contemplaba la revista.

Faustino Asprilla, edición 89 (2007): Esta edición publicó el primer desnudo frontal masculino en la historia de Colombia, un tema considerado tabú para la época; también abrió un apartado llamado “SoHo Mujeres”, en el que en ediciones después siguieron apareciendo hombres desnudos en sus portadas.

Daniel Samper Ospina, edición de aniversario (2014): Esta portada surge como una sátira que pretendía demostrar que su equipo era capaz de burlarse hasta de sí mismo; por ello, conmemorando sus 15 años, trajo una propuesta innovadora al traer al director de la revista, quien no es modelo, desnudo a sus portadas.

- Frente a los objetivos planteados en la investigación, por un lado, la función del titular en la construcción del significado visual y narrativo de las portadas de la revista SoHo, además de atraer la atención del lector y generar

curiosidad, se divide también en relacionar la belleza, cuerpo o sexualidad de la mujer que aparece en la portada mediante el texto.

Estos titulares realizan una función apelativa o de atracción, ya que despiertan el interés y la atención del lector mediante la imagen de la mujer, funcionando como un “gancho” para que el lector se intrigue a posiblemente ver las imágenes del artículo.

Estos textos y titulares son:

- **Edición 40, Juliana Galvis:** Dice: "Descúbrala" debajo de su nombre y al lado de una tela que tapa su parte íntima.
- **Edición 42, Sofía Vergara:** “El cuerpo como talento”.
- **Edición 64, Alejandra Azcárate:** “La pasión de Alejandra Azcárate”.
- **Edición 89, Amparo Grisales:** Dice: "Desnúdela" al lado de su ropa interior.
- **Edición 99, Yidis Medina:** “Yidis al desnudo”, aunque esta edición haga referencia a que “desnudó cuerpo y alma”.

Las demás portadas y titulares enaltecen el nombre de la mujer o modelo involucrada, o al artículo que habla de ella, mediante una función de síntesis o de información, indicando el tema o naturaleza del artículo o una función identificadora, situando al lector sobre quién es la mujer que está en la imagen.

Estos textos y titulares son:

- **Edición 27:** Juanita Acosta: Solo menciona el nombre de la modelo.
- **Edición 29:** Carolina Cruz: Solo menciona el nombre de la modelo.

- **Edición 67:** Claudia Elena Vásquez: Dice el nombre de la modelo más “por Carlos Vives”; haciendo referencia a que su esposo hizo parte de la producción de la edición.
- **Edición 230:** Aida Victoria Merlano: Titula: “Se confiesa la hija de la mujer prófuga”.

La investigación realiza un análisis frente a los titulares y textos que hacen referencia a la mujer que aparece en la edición, para definir así la sexualización o no de estas en la parte textual.

En las portadas, se encuentran textos referentes a los demás artículos y apartados de la revista; frente a las portadas de esta edición se habla también de temas relacionados con:

- Deportes (principalmente futbol y F1) y fitness.
- Automóviles
- Sexo
- Entretenimiento
- Música
- Especiales, artículos y entrevistas

Es importante mencionar los demás apartados, para evidenciar que la revista no solo hace referencia a las mujeres, sino que también toca otros temas que son mencionados y titulados en sus portadas, relacionados con la ideología de la revista de un “estilo de vida masculino”, sin desconocer que pueden ser temas de interés hacia otro género o público.

Frente al otro objetivo planteado de identificar qué tipo de narrativas visuales sobre la sexualidad de la mujer se construyen a partir de la imagen de las portadas de la revista, se pudo analizar que en las portadas aparecen mujeres con estas características:

- Desnudas y semidesnudas con trajes de baño, ropa ligera o telas que tapan algunas partes de su cuerpo y adornos.
- En planos centrales, medio, medio corto, plano americano y entero que exhiben o no en totalidad sus cuerpos.
- También miradas y gestos inclinados a la sexualidad, el dominio, la pasividad, la sumisión o la tranquilidad.
- Todas las mujeres son de tez blanca.
- Solo hay una mujer voluminosa frente a las demás.
- Los fondos son unicolor y atemporales, u otros son situados como en espacios como en la playa o planteando diferentes imaginarios.

Además, las portadas de la revista contienen este tipo de narrativas visuales:

- Una narrativa fotográfica, haciendo uso de retratos que evocan emociones inmediatas y autenticidad.
- Acompañados de una tipografía narrativa por medio de letras de diferentes colores, efectos, estilos o tipografías creativas que transmiten un mensaje, por medio de estos resaltan el nombre de la modelo, textos referentes a ellas y a los demás apartados de la revista.
- En su contenido utilizan una narrativa de montaje o collage en la que, mediante la combinación de diferentes texturas, elementos y las fotografías de las mujeres, evocan una realidad o imaginario.

Además, utilizan técnicas de diseño como las siguientes:

- **Ritmo:** Alternan múltiples tamaños y estilos de fotografías para darle más fluidez a las portadas de la revista.
- **Composición:** Usan diferentes tipos de planos y reglas fotográficas que guían la mirada del espectador, alineando elementos claves, equilibrando el peso visual y dirigiendo el interés hacia el sujeto.
- **Paleta de color:** Utilizan múltiples colores y fondos para establecer una atmósfera determinada.

La revista también refleja una mirada que describe Laura Mulvey, como *male glaze*, en la que se muestra a la mujer como un objeto de deseo, ya que algunas de sus portadas, mediante el texto e imágenes, solo hacen referencia al cuerpo o belleza de la mujer, mostrándola en los medios de comunicación desde una perspectiva masculina heterosexual (que es el público objetivo de la revista).

Viendo a la mujer como objeto sexual pasivo de placer ante el espectador masculino, limitando su representación y perpetuando estereotipos de género. Por el contrario, a otras mujeres, se les ve más allá de su físico y cuerpo, al evidenciar mediante el titular y el texto otros apartados de su vida.

El último objetivo de la investigación busca determinar los cambios socioculturales frente a la estructura e imagen de la mujer de las portadas de la revista SoHo de su edición de antología. Es decir, evidenciar qué transformaciones cambiaron frente a la imagen de la mujer, texto y diseño de las ediciones.

Un aspecto para destacar frente al ideal de mujer que se contempla en las ediciones, es que todas las mujeres de estas portadas son colombianas y de tez blanca.

El ideal de mujer blanca en Colombia está asociado históricamente con estándares de belleza hegemónicos y modernos, que evidencian falso progreso y estatus económico alto. Este es un imaginario llamado “blanquitud” o “wannabe” caucásico, que busca características fenotípicas europeas, que involucran la tez blanca y mujeres de “bien” en múltiples contextos sociales, este ideal quiere mostrar un constructo social de privilegio que busca emular estándares europeos en un país étnicamente diverso y multicultural.

Aunque las portadas muestran una amplia gama de mujeres de diferentes regiones del país, evidenciando la diversidad cultural regional, todas estas mujeres son de tez blanca, y no se evidencian mujeres de tez morena, dejando a un lado otros modelos o mujeres de otras regiones colombianas que sean de otros colores de piel.

Otro aspecto para destacar es que estas 9 de las 10 de mujeres, tienen un cuerpo similar, sin importar si son modelos o no, son altas, blancas, delgadas, operadas y o con cuerpos voluptuosos. La única mujer que no comparte esta característica es la edición 99 de Yidis Medina, quien muestra una figura más robusta, evidenciando sus curvas y un cuerpo más real y común en todo tipo de mujeres.

En Colombia, el prototipo de mujer delgada está caracterizado por mantener una figura estilizada, con curvas pronunciadas, caderas marcadas y formas voluptuosas.

A este estereotipo se le conoce como mujeres “curvy”. La delgadez en Colombia es asociada a cintura pequeña y curvas marcadas, mostrado usualmente por influencia

paisa, ya que en la ciudad de Medellín se tiene una gran variedad de modelos de talla internacional con delgadez y figuras tonificadas.

En sí, la revista, en su edición de antología, no logró romper estereotipos frente a buscar cuerpos o pieles más diversos; solo lo logró en el caso de Yidis Medina. La revista no logra evidenciar cuerpos “reales”, sino cuerpos sumamente delgados u operados.

Es importante mencionar que la revista fue publicada en varios países latinoamericanos y, al evidenciar mujeres como estas, sus lectores pueden tener una visión sesgada de la múltiple belleza y físico de las demás mujeres del país, de otras regiones o culturas diferentes a las de las mujeres ya mencionadas.

- Este análisis, surge de la edición de antología, frente a las 10 mujeres que aparecen en ella; sin embargo, no se desconoce que, en sus 232 ejemplares, hayan tenido más diversidad en las mujeres que son mostradas, ya que algunas portadas de otras ediciones rompieron estereotipos de género en modelos o mujeres con cuerpos y vidas más “reales”, como lo es la edición 99 de Yidis Medina, además de traer a la revista a mujeres más que por su físico, por su historia de vida.

Por un lado, los cambios socioculturales que se han empleado en las revistas han sido impulsados por la transición digital de formatos impresos a digitales. La revista tuvo este cambio al tomar la decisión de terminar sus ediciones impresas y convertirse en un medio digital; de allí nació su edición de antología, en modo de despedida.

Al volverse un medio digital, la revista se volvió más interactiva y continua, teniendo más inmediatez y mayor facilidad en la visibilidad de los contenidos, sumados al impacto de las redes sociales, ya que mediante este cambio la revista empezó a impulsar sus contenidos en digital.

Los cambios que tuvo la revista en 20 años están más ligados a su diseño editorial e inclusión de temas de variedad. Frente a las mujeres evidenciadas, hubo una evolución al incluir mujeres por su historia de vida, mas no en su belleza, gracias a Yidis Medina, que, sin ser modelo, “desnudo cuerpo y alma” y abrió espacio a seguir mostrando mujeres que no fueran modelos.

En la edición de antología, también fue el caso de Aida Victoria Merlano, ambas mujeres tuvieron apartados en la revista sobre su vida personal y laboral, sin dejar a un lado, el estilo de la revista, mostrando desnudas a ambas, pero prevaleciendo su historia de vida.

Conclusiones:

Tabla comparativa de hallazgos sobre la representación de la mujer en las portadas de la revista SoHo de su edición de Antología

Periodo	Representación de la mujer	Narrativa visual	Conclusión
2003- 2005	Predomina la mujer como objeto visual y erótico, bajo estándares tradicionales de belleza.	Uso de fotografía publicitaria, cuerpos idealizados y titulares directos.	La revista construye una representación altamente sexualizada y comercial.
2006-2010	La mujer aparece como figura sensual y provocadora.	Se incorporan metáforas visuales, desnudos interactivos, inesperados y referencias culturales.	El desnudo empieza a utilizarse como herramienta de provocación social.
2011-2015	Se amplía parcialmente las	Mayor experimentación	La revista busca diferenciarse a la

	representaciones femeninas.	estética y narrativa en las portadas.	estética publicitaria tradicional
2016- 2020	Aparecen figuras mas diversas y mas desnudos inesperados.	Las portadas adquieren una intención más crítica, irónica y Mediática.	Se evidencia una apertura parcial hacia representaciones menos estereotipadas.

Tabla comparativa de hallazgos sobre la representación de la mujer en las portadas de *SoHo* (2003-2020).

Esta tabla de conclusión evidencia que la imagen de la mujer evolucionó desde una representación estereotipada hacia una visión parcialmente más diversa; la imagen y el texto funcionaron conjuntamente para construir erotismo, provocación y debate social. *SoHo* mantuvo una lógica de consumo visual masculino, aunque incorporó cambios narrativos y estéticos con el tiempo.

A manera de conclusión, este trabajo de investigación, mediante los objetivos planteados, llega a la inferencia de que la construcción del significado visual y narrativo de las portadas de las revistas *SoHo*, en su edición de antología, tiene una función apelativa de atracción, cuando sexualiza a la mujer, y una función de síntesis de información cuando únicamente quiere visibilizar a la mujer retratada o situando al lector sobre quién es, incitando al lector a que lea su artículo viendo a la

mujer más allá de su cuerpo. Aunque en la edición de antología abundan más las que sexualizan a la mujer. Además, la revista quería manejar un lenguaje claro y que las imágenes hablaran por sí solas, o el texto refuerce las intenciones de esta, con una función descriptiva.

También es importante mencionar que mediante el texto únicamente no se menciona a la mujer, sino que también se tocan otros apartados referentes al estilo de vida masculino que tocan diferentes tipos de temas como deportes, automóviles, sexo, entretenimiento, música, entre otros. Sin desconocer que el público objetivo de la revista son hombres heterosexuales, estos artículos podrían ser consumidos por cualquier tipo de público, sin importar su género.

Frente al otro objetivo, sobre identificar qué tipo de narrativas visuales sobre la sexualidad de la mujer se construyen a partir de la imagen de las portadas de las revistas en su edición de antología, se puede analizar que las imágenes de la mujer no se reducen únicamente a un solo detalle, sino que aparecen mujeres desnudas y semidesnudas en diferentes tipos de planos, con miradas y gestos diferentes, algunos inclinados hacia la sexualidad y dominio, o también hacia la paz, la sumisión o tranquilidad.

Un dato importante que se logró recolectar mediante el análisis es que todas las mujeres que aparecen en las portadas de la edición de antología son de tez blanca y que, solo hay una mujer robusta frente a las demás mujeres, que son delgadas u operadas.

Además, muchos de los fondos son unicolores y atemporales; también hay unos situados en otros espacios que pueden crear diferentes imaginarios y despertar más la curiosidad de los consumidores, en este caso principalmente de los hombres.

También las portadas se acompañan de tres tipos de narrativas, como la narrativa fotográfica, la narrativa tipográfica y la narrativa de montaje o collage. Además, utilizan técnicas como el ritmo, la composición y la paleta de color.

La parte visual de la revista inicialmente tenía una sexualidad y estereotipos estandarizados, bajo la publicidad y lo comercial; esto evolucionó con el tiempo, ya que la revista no podía quedarse con la misma lógica en todas sus ediciones, ya que, según su director, debían llamar la atención de otra manera.

La revista jugó con los desnudos, trayendo a la primera mujer en topless hasta el primer hombre desnudo, lo que le dio paso a los “desnudos inesperados” que hicieron que se realizaran fotorreportajes con mujeres fuera del modelaje, como Yidis Medina, que logró salir de esos cánones de belleza y se le dio prioridad a su vida más que a su físico.

Frente a los cambios socioculturales que se presentaron en la revista, se llegó a la conclusión de que no se muestra a la mujer más allá de su cuerpo y de los estereotipos que hay en Colombia, ya que la revista ha buscado mostrar a las mujeres más lindas del país y que, en su edición de antología, la única mujer que rompe el estereotipo es una excongresista Yidis Medina, a la cual le sacaron un artículo referente a su vida política al entrar en un escándalo en el que se mostró desnuda, ya que la mujer mostró sus curvas en medio de una portada llena de mujeres delgadas, tonificadas y operadas.

Además, se contribuye al estereotipo de la mujer blanca y delgada, algunas veces operada, como suele suceder en la narco estética. Aun así, no se desconoce que, de sus 232 ediciones, este sea el único caso, ya que sus ediciones tuvieron apartados más diversos.

Por otro lado, los consumidores que vean la edición de antología, en especial los extranjeros, tendrían una visión sesgada de la mujer colombiana frente a esta edición de antología, ya que no se evidencian mujeres de múltiples regiones culturales o comunidades que hay en el país, como lo es la mujer afro, indígena, campesina, raizal, entre otras.

Esta investigación logró y buscó analizar la evolución que tuvo o no la revista SoHo en los años que fue impresa, enfocada en la edición de antología, antes de convertirse en un medio digital, analizando un producto culminado, aportando a estudios de géneros y narrativas, evidenciando lo que dejó su legado, en este caso impreso.

Es importante realizar estudios de género, para así analizar por qué o de dónde surgen ciertos estereotipos y bajo qué intenciones, en este caso en los medios de comunicación y el género de la mujer, y ver así qué imagen se tiene o percibe socialmente del género, en este caso de la mujer colombiana y de una de las revistas más consumidas de la época.

El impacto de la imagen de la mujer en la revista SoHo, se consolidó a partir de los primeros desnudos que se evidenciaron en el país, así como de la diversificación de sus formas de representación. Como los desnudos tradicionales y otros denominados “inesperados”, que lograron ampliar el repertorio visual y narrativo en torno al género en la industria, generando transformaciones editoriales como la aparición de contenidos dirigidos a mujeres con la inclusión de cuerpos masculinos desnudos. (SoHo Mujeres).

El desnudo inesperado, fue el elemento clave que logró la diversificación de la imagen de la mujer en la revista, aunque no se evidencia mucho en la edición de antología, ya que hablamos de 10 portadas de 232 que tuvo la revista.

La inclusión de Yidis Medina y el Tino Asprilla, pertenecientes a la edición de antología, hicieron que surgiera el desnudo inesperado en la revista, al tener la posibilidad de representar otros cuerpos e identidades alejadas de los estándares del modelaje tradicional en una revista donde se dirigía principalmente al público masculino y tenía “a las mujeres más lindas”.

Anexos:

Jiménez, A. (2026, mayo). *Entrevista a ex director de SoHo, Daniel Samper Ospina*

[Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=i5-2R5gVy3o&t=11s>

Turnitin:

https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?lang=es&ro=103&u=1134669242&student_user=1&o=2956544423

Bibliografía:

Textos:

Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Anagrama.

Brito-Rhor, M. D. (2019). Uso de la imagen femenina en medios: Análisis de contenido de las portadas de revistas con presencia en redes sociales.

Comunicación y Medios, 28(40), 67–82. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2019.53456>

Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.

Butler, J. (2001). *Cuerpos que importan: Sobre los límites materiales y discursivos del sexo*. Paidós.

Cubillos Vergara, M. C. (2014). Mujeres en el papel: Representaciones de la mujer en el discurso de la moda, 1960–1970. *HiSTOReLo. Revista de Historia Regional y Local*, 6(26), 209–236.

Fernández, P., & Arroyo, I. (2021). La comunicación gráfica en la prensa femenina: Estudio de las portadas de la revista *Telva* (2011–2020). *Gráfica*, 9(18), 125–134. <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.210>

García Muñoz, N., & Martínez García, L. (2008). La recepción de la imagen de las mujeres en los medios: Una aproximación cualitativa. *Index de Enfermería*, 17(1), 46–50.

González Díaz, C., & Hernández Serrano, M. J. (2020). Evolución conceptual y adaptación digital de las denominadas revistas femeninas. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(2), 167–180.

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication*. Arnold.

Lamas, M. (2000). Usos, dificultades y posibilidades de la categoría género. *Revista Latinoamericana de Estudios de Familia*, (1), 1–20.

Morales, M. A., & Rodríguez, A. (2020). Análisis de los estereotipos estéticos sobre la mujer en nueve revistas de moda y salud. *Revista de Investigación en Psicología*, 23(2), 45–60.

Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse, son image et son public*. Presses Universitaires de France.

Nussbaum, M. (1995). Objectification. *Philosophy & Public Affairs*, 24(4), 249–291.

Pérez-Lugo, A. L., Gabino-Campos, M., & Baile Ayensa, J. I. (2016). Analysis of the aesthetic stereotypes of women in nine fashion and beauty Mexican magazines. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 7(1), 40–45.

<https://doi.org/10.1016/j.rmta.2016.02.001>

Tórtola Moret, A., Paricio Esteban, M. P., & Puchalt López, M. (2023). La imagen femenina en las revistas: Análisis de estereotipos, diversidad e inclusividad. *Icono14*, 21(1).

Zemelman, H. (1996). *El conocimiento y sus fronteras: La epistemología en América Latina*. Siglo XXI.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill.

Trabajos de grado consultados y referenciados:

Bautista Pérez, E. Q., & Rodríguez Hernández, A. K. (2021). *Concepto de la imagen del cuerpo femenino en la publicidad en redes sociales en la hipermodernidad: Estudio de caso, dos cuentas de Instagram* [Trabajo terminal, Universidad Autónoma Metropolitana]. Repositorio Institucional UAM-X.

Bock, M. (2016). *La imagen de la mujer representada en la publicidad: Una reflexión sobre la obra plástica de Gloria Herazo* [Trabajo de grado, Universidad Santo Tomás]. Repositorio Institucional USTA.

Ruiz Sandoval, N. (2016). *El manejo de contenidos deportivos de la mujer en el diario El Espectador* [Trabajo de grado, Universidad Santo Tomás]. Repositorio Institucional USTA.

Webgrafía:

Alejandra Azcárate. (s. f.). <https://alejandraazcarate.com/>

Artola, L. (2025, 25 de abril). Sofía Vergara: “Mírame a mí, claro que el sueño americano es real”. *El País US*.

Claudia Elena Vásquez: reina de reinas, paisa de paisas. (2005, 13 de octubre). *Revista SoHo*.

Claudia Elena Vásquez en SoHo: la esposa de Carlos Vives (Carlos Gaviria, fotógrafo). (2005, 13 de octubre). *Revista SoHo*.

Cooperativa.cl. (2018, 25 de febrero). La polémica sesión en que Alejandra Azcárate representó desnuda a Cristo.

Cruz Osorio, C. (s. f.). Biografía de Carolina Cruz. *Charlas Motivacionales*.

Discourse Analyzer. (2024, 16 de agosto). Kress and van Leeuwen in discourse analysis.

El Heraldó. (2025, 4 de noviembre). A sus 69 años, Amparo Grisales confesó por qué no le gusta cumplir años ni hacer fiestas.

El Tiempo. (2024). Modelo colombiana Karen Carreño, cuya hija es nieta de Bob Marley: esta es su historia.

Hernández Acosta, M. Á. (2017, 30 de septiembre). La crónica latinoamericana según SoHo. *Reflexiones Marginales*.

Infobae. (2024, 21 de marzo). Quién es Aida Victoria Merlano, la influenciadora condenada a 13 años de prisión y por qué se volvió famosa.

Juliana Galvis Valdivieso. (s. f.). *EcuRed*.

La pasión de Alejandra Azcárate. (2019, 8 de agosto). *Revista SoHo*.

Mariño Espinosa, L. (2020, 18 de julio). La revista SoHo se despide de su edición impresa con una última portada de antología. *La República*.

Medina Padilla, Y. (s. f.). Perfil de congresista. *Congreso Visible – Universidad de los Andes*.

ONU Mujeres Colombia. (s. f.). Exposición de feminicidio: ¡Ni una menos!

Proimágenes Colombia. (s. f.). Perfil de Juana Acosta.

Revista SoHo. (2020). *Edición de antología* (N.º 232). Publicación especial.

Sofía Vergara en SoHo. (2019, 10 de julio). *Revista SoHo*.

UNIR Revista. (2021, 21 de octubre). El diseñador editorial: funciones y formación necesaria.