

Una noche en Medellín: discursos sobre Medellín y sus mujeres en letras de reggaetón

Luisa María López Rendón⁽¹⁾

Resumen: Este artículo analiza los discursos contruidos en torno a la ciudad de Medellín y sus mujeres en letras de reggaetón recientes. A partir del análisis de un corpus de canciones, se evidencia cómo el género contribuye a reproducir imaginarios estereotipados sobre la ciudad, centrados en el placer, el sexo, la fiesta y las drogas. El trabajo explora la relación entre estos discursos y el auge del turismo sexual, considerando las transformaciones urbanas y culturales de Medellín desde inicios del siglo XXI.

Palabras clave: reggaetón - Medellín - mujeres - mainstream

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 108-109]

⁽¹⁾ **Luisa María López Rendón.** Magister en Sociología Política de FLACSO-Ecuador. Estudiante de doctorado en Ciencias Sociales en la Universidad Nacional de La Plata. Docente de la Universidad de Medellín y la Universidad Nacional de Colombia. Correo electrónico: lumlopezre@unal.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0339-954X>

Introducción

Medellín, en la década de 1990, se ganó el remoquete de *la ciudad más violenta del mundo*. Solo en 1991 fueron asesinadas en la ciudad 6.809 personas, un promedio de 19 por día. Esta espiral de violencia fue producto de las disputas entre el Cartel de Medellín –organización criminal comandada por Pablo Escobar–, los Pepes –Perseguidos por Pablo Escobar–, el Ejército, la Policía, las milicias populares (adscritas o no a los grupos guerrilleros de carácter nacional), y otros combos y bandas que se dedicaban a la delincuencia común. Esta violencia, no se ha dicho lo suficiente, fue producto también del proceso de desindustrialización que vivió la ciudad desde la década de 1970. El paso de ser “la capital industrial de Colombia” a ser una ciudad prestadora de servicios, llevó a que muchos jóvenes pobladores de las cada vez más habitadas periferias de la ciudad, mal llamadas comunas, tuvieran cada vez menos oportunidades de vincularse al empleo formal y vieran en la violencia, cada vez más, un proyecto de vida.

Si bien en 1993, con la muerte de Escobar, disminuyó la violencia, la piel de la ciudad quedó llena de cicatrices. No solo el recuerdo del horror y la muerte –que no es poco– sino profundas improntas culturales. Para Hylton (2007) a la consolidación de una clase ascendente, dedicada al narcotráfico y otros negocios ilegales, le sobrevino su articulación con facciones de las oligarquías tradicionales mediante la participación de estas *viejas clases en nuevos negocios*. Esto, a su vez, derivó en la configuración de una especie de sincretismo cultural entre “los gustos ostentosos y la jactanciosa violencia” (Hylton 2007, p. 74) de los primeros y el racismo, “la santurronería, conservadurismo y tacañería de los segundos” (Hylton, 2007, p. 74).

En este contexto, empezó a configurarse también una particular imagen de las mujeres de Medellín: al tiempo que se intentaba mantener una idea de mujeres conservadoras, virginales, abnegadas, madres y esposas, “adquirieron un rol estético como objeto y agentes de consumo” (Delgado-Mejía, 2023, p. 15), lo que implicó el incremento de “una serie de prácticas como las cirugías estéticas para producir cuerpos voluptuosos y la exaltación de la feminidad por medio de la vestimenta, el maquillaje y el cabello” (Delgado-Mejía, 2023, p. 15). Esta imagen de *las paisas* que empezó a reproducirse rápidamente en el ámbito mundial, puso a las mujeres de Medellín en el foco de interés de hombres extranjeros, consolidando así una diversa oferta de relaciones íntimas materializada en

[U]na variedad de agencias, tours y servicios para acceder a diferentes tipos de intimidad que van desde la contratación de *escorts* o prepagos hasta el fenómeno conocido como *mail order brides*¹, además de una serie de servicios encaminados a capacitar a los hombres extranjeros para que puedan tener acercamientos aparentemente no transaccionales –como citas– con mujeres locales (Delgado-Mejía, 2023, p. 15).

Aunque no se enuncia así de manera explícita, esta “industria de la intimidad” calzó perfectamente con el modelo económico que élites económicas y gobernantes echaron a andar en la ciudad durante la década del 2000. Según Pineda-Gómez (2019), a principios de siglo tuvieron lugar una serie de iniciativas que articularon cambios en la vocación económica con transformaciones urbanas y un impresionante proceso de pacificación. Con estas se buscó posicionar a Medellín como un destino atractivo para el turismo y las inversiones, y se intentó romper con los estigmas que habían caído sobre la ciudad en las décadas precedentes.

Como ya mencionara Hylton (2007, p. 74), a partir de la década de 1970 tuvo lugar en la ciudad un proceso de reconversión económica que la volcó hacia “una nueva economía basada en las finanzas, la propiedad inmobiliaria y los servicios”, sobre todo comerciales, turísticos, de telecomunicaciones y de salud. Según este mismo autor, este modelo económico se articuló con grupos ilegales mediante la participación de bandas delincuenciales en actividades como “los transportes, las ventas al por mayor y al por menor, las finanzas, la moda, la seguridad privada, el desarrollo inmobiliario y la televisión por cable” (Hylton, 2007, p. 82).

La pacificación de la ciudad, que incluyó operaciones militares, como Orión y Estrella VI, así como la “desmovilización” de los grupos paramilitares que hacían presencia en el

territorio urbano (Centro Nacional de Memoria Histórica, 2017), fue condición central para hacer posible esta transformación, al proporcionar las condiciones para la atracción de inversiones.

En este marco, tuvo lugar un proceso de transformación urbana que se enmarca en el denominado “urbanismo social”, definido como “un enfoque para intervenir el territorio, realizando simultáneamente la transformación física, la intervención social, la gestión institucional y la participación comunitaria” (Quinchia, 2013, p. 127), y materializado en, por una parte, “intervenciones urbanas en territorios con los cuales el Estado tiene una deuda histórica acumulada y, por otra, intervenciones para generar espacio público de calidad” (Quinchia, 2013, p. 126).

Aun con estas transformaciones, tanto dentro como fuera de la ciudad siguió operando con fuerza la denominada “cultura mafiosa” y sus consabidos imaginarios sobre las mujeres.

Mientras todo esto ocurría, en las emisoras de Medellín se empezaron a escuchar las primeras canciones de reggaetón, importadas principalmente de Panamá y Puerto Rico (Urban Records, 2018). Muy rápidamente en esta ciudad, que ya era epicentro de la producción musical en Colombia, artistas locales empezaron a producir canciones de este género. Los reggaetoneros paisas buscaron diferenciarse de los centroamericanos, tanto por las letras, que pasaron de hablar cada vez menos de vivencias ligadas al barrio y al *malandreo*, como por los ritmos que se alejaron del *punch* puertorriqueño al incorporar sonidos cercanos al pop y la música electrónica. Esta nueva forma de hacer reggaetón fue instalando cada vez más al género en el *mainstream* y, al mismo tiempo, posicionó a Medellín como un referente de estos sonidos en el mundo.

El trabajo de Arango-Lopera, Escobar-Sierra y Cardona Cano (2024) y la serie documental de Urban Records (2018), coinciden en afirmar que el proceso de internacionalización del reggaetón se consolidó con la llegada del artista paisa J Balvin² a los listados de éxitos. Así, en el año 2014 este artista conquistó los listados de Billboard con la canción “Ay vamos” (Arango-Lopera et al., 2024). A partir de este hito, cada vez más reggaetoneros paisas –todos hombres, a excepción de Karol G– comenzaron a adquirir reconocimiento internacional.

Varios participantes de la industria del entretenimiento en la ciudad, entrevistados en el marco del documental de Urban Records (2018), afirman que el crecimiento de la presencia del reggaetón paisa en el mercado internacional derivó en el florecimiento de esta industria: discotecas, tiendas de ropa, empresas de producción audiovisual, promotoras de eventos y hasta peluquerías que buscaban reproducir la estética urbana, encontraron piso en una ciudad en transformación

Tras varios años de este *boom*, Medellín comenzó a aparecer de manera más recurrente en las letras de reggaetón. Si bien el primer registro se ubica en el año 2010, esta presencia creció de manera vertiginosa a partir del año 2020, período que coincide con un incremento exponencial del turismo en la ciudad³.

Investigadoras como Delgado-Mejía (2023) y Menéndez (2023) exploran la relación entre los estereotipos sobre las mujeres de Medellín y este incremento del turismo en la ciudad. La investigación de Delgado-Mejía (2023) señala que una parte importante de este aumento obedece al interés que las mujeres de Medellín despiertan en hombres extranjeros que vienen a la ciudad en la búsqueda de entablar relaciones íntimas con las paisas. Según

esta investigadora, para muchos de estos extranjeros, “las mujeres paisas son el principal atractivo de la ciudad de la eterna primavera” (Delgado-Mejía, 2023, p. 8).

En un sentido similar, la investigación de Menéndez (2023) da cuenta de la relación existente entre el arraigado estereotipo femenino que recae sobre las mujeres de Medellín y el *marketing* urbano alrededor de la ciudad. A partir del análisis de imágenes producidas por distintos actores ligados al turismo, la autora concluye que los estereotipos sobre las mujeres de Medellín han sido usados como uno de los “polos de atracción de turistas”, evidenciando así la existencia de “una clara alianza entre patriarcado y capital” (Menéndez, 2023, p. 405).

En lo que tiene que ver con la vínculo entre los discursos e imaginarios sobre Medellín y su relación con el reggaetón, Mykhalonok (2021) centra su atención en el estudio de los *frames* en los que se ha enmarcado Medellín en los discursos mediáticos en línea. Para esta autora, pueden distinguirse dos grandes enmarcamientos: por un lado, aquellos reproducidos por medios de comunicación internacionales, que continúan relacionando a la ciudad con las drogas y el crimen asociado al narcotráfico y, por otro lado, aquellos contruidos por medios locales/nacionales y por artistas de reggaetón cuyos discursos sobre la ciudad con elementos positivos, ligados a su “renacimiento” posterior al pasado violento (Mykhalonok, 2021, p. 68). Lo anterior, da cuenta de que tanto los reggaetoneros/as como los residentes de la ciudad “están activamente comprometidos en el proceso de *(re)branding* de la ciudad” (Mykhalonok, 2021, p. 68).

Si bien los trabajos de Mikhalonok (2021), Menéndez (2023) y Delgado-Mejía (2023) coinciden en afirmar la relación existente entre el actual modelo de ciudad implementado en Medellín y el reggaetón, y que estas dos últimas autoras señalan la centralidad de este género musical en la reproducción de estereotipos sobre las mujeres de Medellín, ninguno de ellos toma como objeto de análisis a las canciones de reggaetón, en tanto productos culturales.

En ese sentido, el presente trabajo busca indagar por las articulaciones entre el turismo sexual como elemento central del modelo de ciudad implementado en Medellín, los estereotipos sobre las mujeres habitantes de este territorio y los discursos sobre la ciudad y sus mujeres presentes en letras de reggaetón

Metodología

Para llevar a cabo este trabajo se partió del concepto de “territorialidades pop” propuesto por Soares (2015, p. 28), el cual hace referencia a que en la música *mainstream* –materializada principal, pero no solamente en el pop– existe una tensión entre la búsqueda de experiencias cosmopolitas y deslocalizadas, que ligen a los consumidores de música con personas y lugares en cualquier otro lugar del mundo, y el uso del exotismo y la diferenciación que buscan el disfrute a partir de la evocación a determinados lugares, distinguidos por características particulares. Así, se configura una geopolítica de la música, retomada por la industria musical “como un valor en la manera de conducir afectos musicales” (Soares, 2015, p. 30).

En este marco, las canciones operan como “espacios imaginados, escenarios en los que se desarrollan narrativas” (Soares, 2015, p. 29). Según Soares, las sonoridades de las canciones, así como sus letras, videoclips y *performances* en vivo evocan territorialidades, a partir del uso de clichés y “elementos de lenguaje que potencializan adhesiones, formas de pertenencia y atravesamientos que atan experiencias en el sentir musical” (Soares, 2015, p. 29), y que se configuran a partir de la fricción “entre espacios reales e imaginarios. Entre aquello que se vive y cómo es imaginado por los artistas” (Soares, 2015, p. 29).

En la búsqueda de esos elementos del lenguaje que permiten develar lo que imaginan los artistas de reggaetón, sobre Medellín y sus mujeres, el presente trabajo analiza las letras de las canciones de reggaetón que mencionan a la ciudad. Para esto, se inició con una búsqueda de canciones de este género que incluyeran en sus letras las palabras⁴: “Medellín”, “Medallo”, “Provenza”, “Poblado”, “Itagüí” y “Envigado”. De cada una de estas canciones se recolectaron los siguientes datos: título, año de lanzamiento, artista(s) y letra.

Si bien en un primer rastreo se recolectaron aproximadamente 60 canciones, la muestra final está constituida por 45, debido a que se excluyeron aquellas que no hacen parte del género urbano, que están escritas en idiomas distintos al español o que pese a incluir palabras como “Poblado” o “Provenza”, mencionan estos términos en contextos distintos a los barrios de Medellín⁵. Con estas canciones se construyó un *dataset* que se analizó haciendo uso de Python⁶.

El análisis de estos datos se llevó a cabo en dos momentos. En el primero, se realizó un análisis de frecuencias de elementos como el número de canciones publicadas por año y los artistas de reggaetón que más cantan sobre Medellín haciendo énfasis en su género y las colaboraciones que realizan entre ellos.

En el segundo nivel, se llevó a cabo un análisis de contenido de las letras de las canciones. Este proceso se llevó a cabo de manera manual, apoyándose en el uso de técnicas de procesamiento de lenguaje natural⁷.

En el siguiente apartado se presentan los resultados de estos análisis.

Resultados

¿Cuándo y quiénes?: artistas de reggaetón que cantan sobre Medellín

El primer análisis que se realizó fue la evolución anual del lanzamiento de canciones de reggaetón sobre Medellín. Así, la *Figura 1* deja ver cómo la primera canción apareció en el año 2010. Se trata de *Dame más*, incluida en el álbum *Real* de J Balvin. Hasta el año 2019 se mantuvo una tendencia de 1 o 2 canciones por año; a partir de este momento tuvo lugar un crecimiento de las canciones que mencionan a la ciudad, lo cual coincide con el ya mencionado *boom* turístico que se vivió en Medellín desde el año 2020.

Este crecimiento se mantuvo constante hasta el año 2022 donde se alcanzó el número máximo de canciones sobre Medellín (9). A partir de allí el número de canciones comenzó a decrecer.

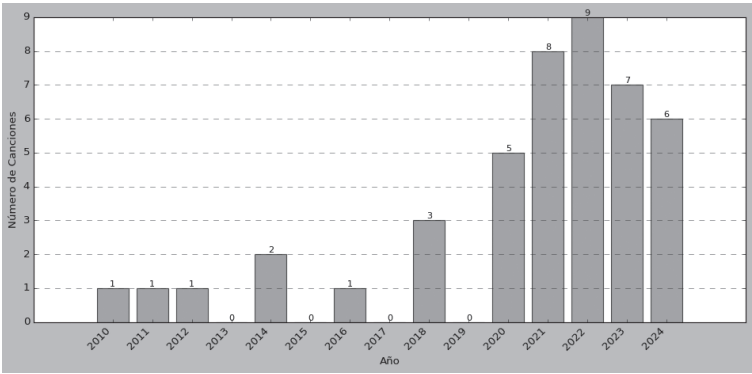


Figura 1. Evolución temporal de las canciones de reggaetón sobre Medellín. Fuente: elaboración propia.

En cuanto a cuáles son los artistas que más hacen reggaetón sobre Medellín, el primero es Maluma, con 7 canciones, seguido por Ryan Castro, quien tiene 4 y Karol G, con 3. Cris Mj, Anuel AA, J Balvin y Blessed tienen 2 canciones cada uno (*Figura 2*). El resto de las canciones han sido lanzadas por diversos artistas quienes cuentan con solo una canción que menciona a la ciudad.

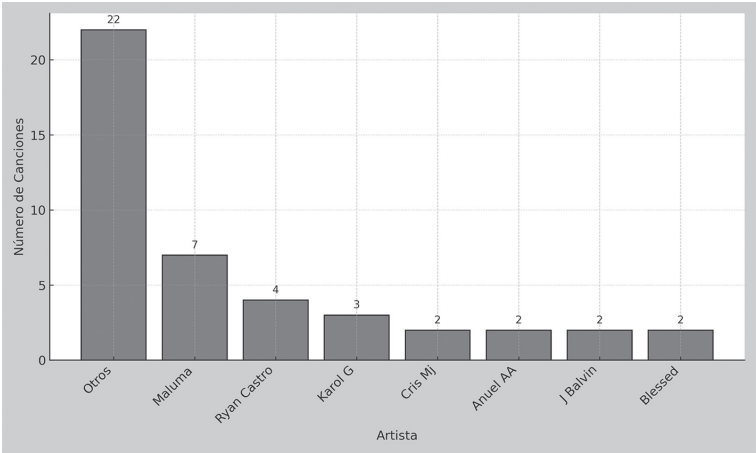


Gráfico 2. Artistas con mayor número de canciones de reggaetón sobre Medellín. Fuente: elaboración propia.

Estos datos dejan ver que la única mujer en este top es Karol G, y que, a excepción de Cris Mj y Anuel AA, todos son artistas colombianos.

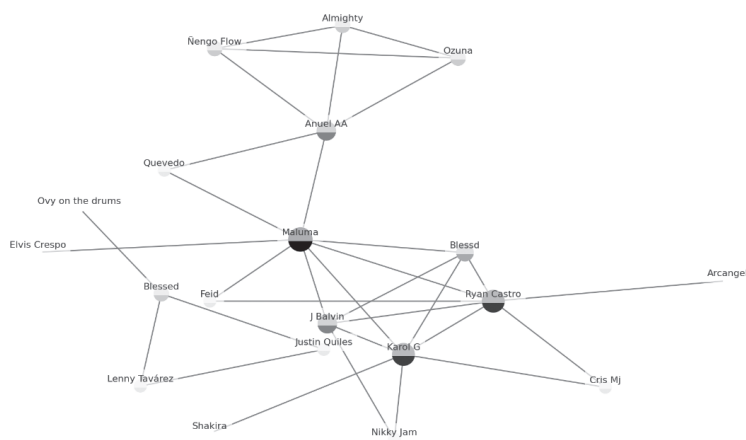


Figura 3. Colaboraciones entre artistas en canciones de reggaetón sobre Medellín. Fuente: elaboración propia.

Al analizar la *Figura 3* se puede ver que Feid, J Balvin y Maluma, todos artistas paisas, son los más conectados dentro de la red de colaboraciones, lo que indica que son figuras clave en la escena del reggaetón de Medellín y que colaboran frecuentemente con otros artistas para cantar sobre la ciudad. Karol G, Blessd y Ryan Castro también aparecen con una alta cantidad de enlaces.

La presencia de Arcángel, Nicky Jam y Anuel AA en la figura indica que, aunque no son artistas nacidos en Medellín, han colaborado con frecuencia con artistas de la ciudad, ayudando a consolidar su influencia en la escena global del reggaetón.

El análisis de esta figura deja ver entonces que alrededor del reggaetón sobre Medellín se configura una estructura altamente conectada cuya centralidad es ocupada por artistas locales, lo que evidencia su papel en la expansión de los discursos sobre la ciudad.

La *Figura 4* permite ver la presencia de artistas masculinos y femeninas como principales y colaboradores en canciones de reggaetón sobre Medellín.

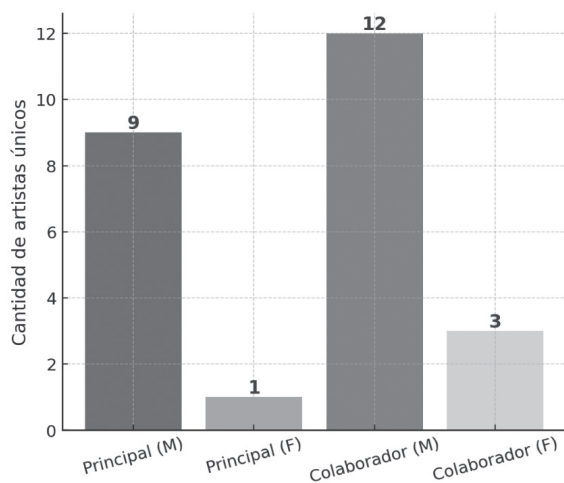


Figura 4. Género de los artistas con canciones de reggaetón sobre Medellín. Fuente: elaboración propia.

Dentro de los artistas principales, la única mujer es Karol G, frente a la presencia de 9 varones. En el caso de los artistas colaboradores, además de Karol G se destaca la presencia de Farina y Shakira, contando con un total de 3 mujeres *versus* 12 hombres. Ambos datos dan cuenta de la subrepresentación de mujeres artistas en el reggaetón y nos proveen un primer elemento para pensar en quiénes son quienes reproducen los discursos sobre Medellín y sus mujeres en las canciones de este género musical.

¿Qué?: lo que dicen las canciones de reggaetón sobre Medellín y sus mujeres

El análisis de contenido de las letras de las canciones comenzó por la descripción del vocabulario característico de las canciones de reggaetón que hablan sobre Medellín. Se encontró un uso de sustantivos, verbos y adjetivos que permite generar un primer acercamiento a las temáticas recurrentes.

Así, se destacó la presencia del predominio de sustantivos como “Medellín”, “Medallo”, “Provenza”, “Poblado” y “calle”, los cuales dan cuenta de la relevancia de la espacialidad en la narrativa que se construye en las canciones.

Asimismo, se ubicó la presencia de términos como “noche”, “party” “disco/discoteca”, “botella”, “carro”, que asocian a Medellín con la vida nocturna ligada a la fiesta, el consumo de alcohol y el lujo. Esta asociación se refuerza mediante el uso constante de verbos relacionados al movimiento y el disfrute, como “bailar”, “beber”, “salir”, “vacilar”. Además, se resalta la utilización de verbos relacionados con “estar listo” para la fiesta o para el sexo: “poner/ponerse/estar puesto”, “querer/desear”, “chingar”.

En el caso de los adjetivos, se evidencia la presencia de algunos como “fino” y “caro” que, leídos en contexto, refuerzan la idea del prestigio ligado al consumo como valor central en la cultura del reggaetón. Además, aparecen frecuentemente adjetivos para calificar a las mujeres: “mala”, “brava”, “buena”, “operada”, “dura”.

Para finalizar con el análisis de vocabulario es necesario mencionar la inclusión constante de expresiones propias del español colombiano, lo que deja ver que Medellín no es visto solo como un lugar geográfico, sino que se convierte en símbolo de una identidad particular dentro del reggaetón.

Lo anterior permite ver cómo en estas canciones se reproducen narrativas clásicas de este género musical, al tiempo que se refuerza la identidad particular de Medellín, articulada a partir de tres grandes temáticas: la fiesta, la vida nocturna y el consumo de sustancias psicoactivas, el culto al cuerpo (femenino) y el sexo. De manera tangencial, se pueden identificar un par de canciones que reproducen los imaginarios sobre la ciudad, ligados a la violencia y al narcotráfico, en particular a la figura de Pablo Escobar⁸.

En relación con las representaciones de las mujeres paisas en las canciones de reggaetón, el análisis permitió evidenciar que, en términos generales, estas canciones reproducen las tensiones existentes en las letras de reggaetón, en las que desde la mirada masculina las mujeres son vistas como un objeto de conquista, y desde el lado femenino, ellas se leen a sí mismas reivindicando su poder y su agencia.

Tal tensión se encuentra enmarcada por una representación del baile como forma de expresión erótica. Así, mientras los artistas masculinos usan expresiones que representan a las mujeres como cuerpos en movimiento destinados a satisfacer el placer visual y el deseo masculino, las artistas femeninas reivindican la posibilidad de moverse para su propio placer⁹.

De manera más específica, por las representaciones de las mujeres de Medellín presentes en estas canciones, se encontró que muchas de estas letras las ven como mujeres que disfrutan de la fiesta y la vida nocturna y del sexo sin compromiso, al tiempo que se refuerza la idea de una mujer sumisa y leal¹⁰. Además, se resalta de manera constante la “belleza” de los cuerpos de las mujeres de Medellín, muchos de ellos con operaciones estéticas.

Sin embargo, en las letras de artistas femeninas se evidencia que las mujeres de Medellín son representadas a partir de posturas más activas, narrándolas en situaciones en las que las mujeres toman control de su placer, su deseo y su independencia. Adicional, en las letras de artistas femeninas se evidencian cuestionamientos a los comportamientos masculinos en las relaciones

En este marco se reproduce la tensión existente entre las representaciones masculinas y femeninas sobre las mujeres, evidenciada en varias dicotomías. En primer lugar, mientras los artistas masculinos ven a la mujer como figura de deseo (“esa paisita está buena y lo sabe”), las artistas femeninas parten de una perspectiva más personal para destacar la independencia, la historia y la capacidad de imponerse de las mujeres de Medellín. Así, mientras los hombres ven a las paisas como objetos de admiración en razón de su físico, las mujeres reconocen su valía por sus formas de estar en el mundo.

En segundo lugar, hay una dicotomía en la manera que se le otorga a las mujeres de Medellín como parte de los escenarios de fiesta. Así, mientras la mirada masculina describe a las mujeres como “atracciones” que están allí para atraer miradas, las artistas femeninas se

presentan a sí mismas como parte activa de la *rumba*, como protagonistas que controlan la situación.

Una tercera dicotomía se evidencia en el lenguaje que usan artistas masculinos y femeninas para referirse a las mujeres. Los hombres utilizan un lenguaje cargado de hipérboles sobre la belleza, el baile y la disponibilidad sexual de las mujeres de Medellín. En contraste, las mujeres utilizan un lenguaje más reivindicativo que enfatiza su esfuerzo y su independencia. Así, el análisis de las canciones de reggaetón que mencionan en sus letras a Medellín y sus mujeres permitió evidenciar que estas canciones, al mismo tiempo que reproducen tópicos propios de este género musical, construyen unos discursos específicos sobre la ciudad y sus habitantes mujeres, ligadas a los estereotipos que ligan a la ciudad con la fiesta y el lujo, y a sus mujeres con el sexo, y, específicamente, el trabajo sexual.

Si bien algunas artistas, particularmente mujeres, han intentado en algunas canciones revertir esta situación, posicionando otras narrativas, estas todavía son minoritarias.

Discusión

El anterior análisis da cuenta de que, como manifestó Soares (2015), en mucha de la música *mainstream* existe una tensión entre la búsqueda de experiencias cosmopolitas y el uso del exotismo para producir evocaciones de lugares cuyas características generen algún tipo de placer.

Estas canciones, en tanto productos culturales, reproducen narrativas y representaciones sobre los lugares que terminan por expresar las maneras en que estos se articulan en lo que Wallerstein (2007) denomina “el moderno sistema mundo”. Esto, en últimas, implica decir que las canciones enuncian los elementos que cada territorio tiene para ofrecerle al mundo. En el caso del reggaetón sobre Medellín pudo evidenciarse cómo sus letras posicionan a la ciudad como epicentro de la vida nocturna y el entretenimiento para adultos ofreciendo, además, a las mujeres de la ciudad como uno de los atractivos turísticos más importantes. Si bien es claro que este género musical ha contribuido a poner a Medellín en el foco internacional, las evidencias muestran que el reggaetón no es la causa que explica el *boom* del turismo y del turismo sexual en la ciudad. Más bien al contrario, el reggaetón encontró en Medellín un espacio propicio para consolidarse como industria.

En primer lugar, en la geopolítica de la música (Soares, 2015, p. 30) Medellín ha ocupado un lugar central en los circuitos de producción y consumo, configurando un escenario propicio a la creación de una industria cultural alrededor de este género que, como se vio, trasciende la mera producción musical.

En segundo lugar, este contexto no solamente es benigno aduciendo a la tradición musical, sino también al modelo de ciudad alrededor del cual se han articulado diversos actores que, en últimas, buscan hacer avanzar propuestas económicas que se articulan con aquellas surgidas a partir de la consolidación de la industria del reggaetón.

En tercer lugar, las representaciones históricas que se han construido en Medellín, alrededor de sus mujeres, y que se explican a partir de la amalgama entre valores católicos y conservadores y lo que Correa-Ortiz (2022) denomina “narcocultura”, no se alejan de aquellos

reproducidos tradicionalmente por el reggaetón. Mujeres que son descritas y valoradas a partir de la mirada y el deseo masculino.

En cuarto lugar, las narrativas sobre el barrio y la violencia han sido retomadas por artistas urbanos quienes, después de una ruptura inicial con este tipo de temáticas, las han vuelto a poner en las letras de sus canciones. Así, estos artistas hacen en sus obras un *remake* de la historia de la violencia en Medellín.

En ese marco, contexto histórico, modelo económico y tradiciones culturales propias de la ciudad se han amalgamado con las dinámicas propias de un género musical como el reggaetón, logrando potenciarlo y darle un lugar en la industria musical internacional.

Conclusiones

El anterior trabajo permitió explorar las relaciones entre el modelo de ciudad que se ha implementado en Medellín desde la década del 2000, el auge del turismo sexual y las representaciones sobre la ciudad y sus mujeres plasmadas en las letras de reggaetón.

Pese a que no es posible afirmar la existencia de una relación causal entre estos fenómenos, sí se encontraron algunos puntos de contacto entre ellos. Por un lado, se evidencia cómo algunos de los sectores económicos que jalonan el modelo de ciudad se ven beneficiados por la industria del reggaetón que se ha consolidado en Medellín. Los retratos de esta ciudad –como un espacio proclive al entretenimiento para adultos y para el encuentro de relaciones íntimas de todo tipo– redundaron en la expansión del turismo, particularmente de extranjeros, dinamizando así estos sectores de la economía.

Por otro lado, el reggaetón encontró en Medellín un espacio proclive a su florecimiento, haciendo que la adopción de este género por la industria musical de la ciudad sea un elemento central para explicar su internacionalización. Si bien es evidente la simbiosis, también es evidente quiénes son las perdedoras. Las mujeres de Medellín son representadas como mujeres cuya valía radica sólo en su belleza física y en su capacidad de satisfacer el deseo masculino, ambos elementos mediados por los ideales en los que coinciden la narcocultura y el reggaetón.

Estas representaciones, difundidas principalmente por hombres, reproducen la lógica del uso de las mujeres de Medellín como una “ventaja competitiva” de la ciudad y poniendo a sus habitantes en constante situación de vulnerabilidad.

Con todo y lo anterior, tanto esta como las demás investigaciones citadas adolecen, justamente, de la perspectiva de estas mujeres respecto a las formas en que esto incide en sus vidas. Es hacia allá que se enfocará la segunda parte de la investigación, partiendo de la experiencia particular de la autora de este texto.

Notas

1. Servicio que acopia perfiles de mujeres que se ofrecen en plataformas o catálogos para ser escogidas por hombres extranjeros con fines matrimoniales, generalmente en contextos de desigualdad económica y afectiva.
2. Según Mykhalonok (2021), “J Balvin creó un eslogan que afirma la visibilidad del reggaetón producido en Medellín dentro del panorama de la música popular: Hecho en Medellín” (p. 68). Este artista utilizó este eslogan “en diversos contextos, en sus canciones y como título de su podcast del mismo nombre” (p. 68). Este artista “llevó la promoción de su ciudad natal al siguiente nivel cuando apareció en el espectáculo de medio tiempo en el Super Bowl LIV en febrero de 2020 con una sudadera de ‘Hecho en Medellín’” (p. 68).
3. Según cifras del Ministerio de Turismo, industria y comercio (2025), en el año 2019 Medellín recibió aproximadamente 930 mil visitantes extranjeros, ubicándose como la tercera ciudad con más recepción de turistas en Colombia. Para el 2024 esta cifra había aumentado a aproximadamente 1.1 millones.
4. Esta búsqueda se llevó a cabo de manera manual en el portal web Musixmatch.com. La elección de esta fuente en particular obedece al hecho de que este es el mayor repositorio público de letras de canciones disponible actualmente y a que su catálogo es utilizado para presentar estas letras en plataformas como Youtube y Spotify, algunas de las más usadas por usuarios de este tipo de streaming en todo el mundo (Musixmatch, s.f.).
5. Aunque fueron excluidas de la muestra final, es importante mencionar las canciones *NI**ER (the slave and the master)* (2007); *Don Medellín* (2016); *Sous Terre* (2020); *Trap this way* (2021); *My love* (2021) y *Stor mand* (2022). Estas canciones, desde géneros como el pop y el rap y en idiomas como inglés, francés, italiano y danés, hacen alusión a Medellín en relación con el consumo de drogas, el narcotráfico (y Pablo Escobar), la delincuencia, la vida nocturna, el sexo y las mujeres en contextos sexualizados.
6. Las librerías utilizadas para el análisis fueron Pandas, Numpy, Matplotlib, Seaborn, Networkx, Wordcloud, Collections, Re y NLTK. Para el análisis de contenido de las letras se usaron dos modelos de NLP, spaCy en español y un modelo LDA para identificar los principales tópicos en las letras de las canciones.
7. Bird, Klein y Loper (2009) definen el procesamiento de lenguaje natural, NPL por sus siglas en inglés, como “el campo de estudio de las ciencias computacionales que, en convergencia con la lingüística, permite a determinados sistemas informáticos procesar y “entender” el lenguaje humano”
8. Así por ejemplo en la canción *Soldado y profeta* (2016) de Anuel AA se dice: “las pistolas siempre adentro del putero/ voy pa’ Medellín y los espero afuera de los mero/con la F y les prendemos el violín”
9. Mientras Jambí El favo y Golpe a Golpe entonan en *Obvio bobis* (2021) una letra que dice “contigo me entró una locura/menea la cintura(je)/hoy es noche de travesura/mai/ toma lo que te toca/tú a mí me provoca”, Karol G canta en *Una noche en Medellín* (2023) “la baby ya no quiere andar sola/ahora quiere que la besen/se puso ready pa mover la cola/ dar casquillo y buscarse un nuevo flete”.
10. Este tópico en específico es recurrente en las letras analizadas. Para ejemplificar, se reproduce un extracto de la canción *Monastery* de Ryan Castro y Feid donde se lee: “dos

copas de vino, ella se viste fino/hey, la toqué y se vino/suena la Ducati y ella baja/a los oufits nunca le baja/hace cardio y el culo no rebaja/peligrosa como una navaja/en la rede 'todas dicen que ella es sata, que ella es prepa(prepa)/porque le gusta el whisky”.

Referencias

- Arango-Lopera, C., Escobar-Sierra, M., & Cardona-Cano, C. (2024). Sonority and Popularity of Reggaeton: From the Ghetto to the Mass. *SCIRES-IT - SCientific REsearch and Information Technology*, 14(2). <https://doi.org/10.2423/i22394303v14n2p169>
- Bird, S., Klein, E., & Loper, E. (2009). *Natural Language Processing with Python* (First Edition). O'Reilly.
- Correa Ortiz, D. (2022). La narcocultura como objeto de estudio. *Escritos*, 30(65), 183-212. <https://doi.org/10.18566/escr.v30n65.a02>
- Delgado-Mejía, L. F. (2023). The girls of Medellín: Vínculos entre relaciones íntimas y transacciones económicas: Una mirada a los intermediarios en espacios digitales [Tesis para optar al grado de maestra en Ciencia Social con especialidad en sociología]. El Colegio de México.
- Hylton, F. (2007). El cambio radical de Medellín. *New Left Review*, 44, 67-85.
- Menéndez García, D. (2023). Feminización y sexualización como estrategia del marketing urbano. El caso de la ciudad de Medellín. *Astrágalo. Cultura de la Arquitectura y la Ciudad*, 33-34, 395-408. <https://doi.org/10.12795/astragalo.2023.i33-34.20>
- Ministerio de Turismo, industria y comercio. (2025, febrero 26). *Informes de turismo*. <https://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo>
- Musixmatch. (s.f.). Musixmatch is the world's leading music data company. <https://about.musixmatch.com/>
- Mykhalonok, M. (2021). The World capital of reggaeton: Verbal framing of Medellín in online media discourse. *Ricercare*, 13, 56-71. <https://doi.org/10.17230/ricercare.2020.13.3>
- Pineda-Gómez, H. D. (2019). Clúster, infraestructura y mercadeo de ciudad. Medellín 1995-2013. *Bitácora Urbano Territorial*, 29(1), 139-152.
- Quinchia, S. (2013). Discurso y producción de ciudad: Un acercamiento al modelo de urbanismo social en Medellín, Colombia. *Cuadernos de vivienda y urbanismo*, 6(11), 122-139.
- Soares, T. (2015). Percursos para estudios sobre música pop. En *Cultura pop* (Primera Edición, pp. 19-34). EDUFBA.
- Urban Records (Director). (2018). *Historia del reggaetón Colombiano* (No. 1) [Serie documental]. <https://www.youtube.com/watch?v=9TMDvgV31wo&t=861s>
- Wallerstein, I. (2007). El moderno sistema-mundo y la evolución. *Antiguo oriente*, 5, 231-242.

Anexo 1. Muestra utilizada para el análisis

Título	Año de lanzamiento	Artista principal	Artistas invitados
Dame más	2010	J Balvin	
Te viví	2014	Maluma	
Soldado y profeta	2016	Anuel AA	Ozuna Almighty Ñengo Flow
Cuatro babys	2016	Maluma	
Pablo	2018	Kid Keo	
Medellín	2019	Madonna	Maluma
Copas de vino	2020	Maluma	
Medellín-Ilín	2020	Cojo Crazy	
Poblado	2020	J Balvin	Karol G Nikky Jam
Dios me cuide	2020	Fara	Mike Towers
E.V.G.	2021	Kapla y Milky	
Jordan	2021	Ryan Castro	
Trakatá	2021	Plazeta	Farina Juacko
Baby	2021	Sfera Ebbasta	J Balvin
Medallo	2021	Blessed	Justin Quiles Lenny Tavárez
Llegué a Medallo	2021	Gamelier	
Welcome to Medallo	2021	Heider González	
Tanta figura	2021	Vivarco	
Obvio bobis	2021	Jamby el favo	
Cositas de la USA	2022	Maluma	
Happy birthday	2022	Maluma	
Puesta pal perreo	2022	Manny Montes	
Dime donde	2022	Saga	
Mojando asientos	2022	Maluma	Feid
Chingar	2022	Philip Arias	
Pijamas	2022	T.O.T.	

La piloto	2023	Maluma	
Una noche en Medellín	2023	Cris Mj	Ryan Castro Karol G
Provenza	2023	Karol G	
TQG	2023	Karol G	Shakira
Cuál es esa	2023	Feid	
OA	2023	Anuel AA	Quevedo Maluma
Pa ti estoy	2023	Ozuna	
Legendario	2023	Dante damage	
Itagüí	2023	Ty.cos	
Envigado	2023	Yosoymael	
Monastery	2023	Ryan Castro	Feid
Después de la una	2024	Cris Mj	Anuel AA Chris Jedi
Casi algo	2024	Blessed	Ovy on the drums
Medallo vice	2024	Crisaint	
Cereza de certeza	2024	Beny Jr.	
Envigado	2024	Ryan Castro	
Pueblo de Medallo	2024	Ryan Castro	Arcángel
+57	2024	Karol G	Blessed Ryan Castro J Balvin Maluma

Anexo 2. Enlace a la lista de reproducción



Abstract: This article examines the discourses built around Medellín and its women in contemporary reggaetón lyrics. Through the analysis of a song corpus, it reveals how the genre reinforces stereotyped imaginaries of the city, focusing on pleasure, sex, partying, and drugs. The study explores the connection between these narratives and the rise of sex tourism, in the context of Medellín's urban and cultural transformations since the early 2000s.

Keywords: reggaetón - Medellín - women - mainstream

Resumo: Este artigo analisa os discursos construídos em torno da cidade de Medellín e de suas mulheres nas letras do reggaetón contemporâneo. A partir da análise de um corpus de músicas, evidencia-se como o gênero reforça imaginários estereotipados centrados no

prazer, no sexo, nas festas e nas drogas. O estudo investiga a relação entre essas narrativas e o crescimento do turismo sexual, considerando as transformações urbanas e culturais de Medellín desde o início dos anos 2000.

Palavras-chave: reggaetón - Medellín - mulheres - mainstream

[Resúmenes en inglés y portugués en la página]
