



Producción audiovisual en televisión: el espectáculo de Bad Bunny en el Super Bowl LX como práctica política

Television production: Bad Bunny's Super Bowl LX performance as a political act

Beatriz Rivera-Martín¹, Eva Ireide Martínez de Bartolomé Rincón²

¹Universidad Rey Juan Carlos, España.

²Universidad Complutense de Madrid, España.

KEYWORDS

Bad Bunny
Critical discourse
analysis
Multimodality
Cultural resistance
Latin identity

ABSTRACT

On February 9, 2026, before more than 125 million viewers, Puerto Rican artist Bad Bunny headlined the Super Bowl LX halftime show in a sociopolitical context marked by the Trump administration's immigration policies and the systematic persecution of undocumented Latino populations in the United States. This paper analyzes the performance as an audiovisual discourse of symbolic resistance through the combined application of Critical Discourse Analysis in its historical-discursive approach (Wodak, 2001) and multimodal analysis (Kress and van Leeuwen, 2001). The object of analysis is the set of resources deployed in the show, including verbal, musical, scenographic, sartorial and gestural elements. The paper examines the extent to which these resources construct a narrative of pan-Latin identity affirmation and symbolic reconfiguration of the concept of "America", and the extent to which this narrative operates as genuine resistance or as a form of controlled integration within the entertainment industry. Preliminary results point to a productive tension between both readings, deliberately activated by the performance itself. It is concluded that the performance constitutes a paradigmatic case of counter-hegemonic discourse, with implications for the study of audiovisual communication as political practice.

PALABRAS CLAVE

Bad Bunny
Análisis crítico del
discurso
Multimodalidad
Resistencia cultural
Identidad latina

RESUMEN

El 9 de febrero de 2026, ante más de 125 millones de espectadores, el artista puertorriqueño Bad Bunny protagonizó el espectáculo del medio tiempo del Super Bowl LX en un contexto sociopolítico marcado por las políticas migratorias de la administración Trump y la persecución de población latina indocumentada en Estados Unidos. Esta comunicación analiza dicha actuación como discurso audiovisual de resistencia simbólica mediante la aplicación combinada del Análisis Crítico del Discurso en su enfoque histórico-discursivo (Wodak, 2001) y el análisis audiovisual multimodal (Kress y van Leeuwen, 2001). El objeto de análisis es el conjunto de recursos desplegados en el espectáculo como los elementos verbales, musicales, escenográficos, indumentarios y gestuales. El trabajo examina en qué medida estos recursos construyen una narrativa de afirmación identitaria "panlatina" y de reconfiguración simbólica del concepto de "América", y en qué medida dicha narrativa opera como resistencia genuina o como forma de integración controlada dentro de la industria del entretenimiento. Los resultados preliminares apuntan la tensión entre ambas lecturas, que el propio espectáculo activa deliberadamente. Se concluye que la actuación constituye un caso paradigmático de discurso contrahegemónico, con implicaciones para el estudio de la comunicación audiovisual como práctica política.

RECIBIDO: 17/06/2026
ACEPTADO: 01/10/2026

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada: (Norma APA 7ª)

Rivera-Martín, B., Martínez de Bartolomé Rincón, E.I. (2026). Producción audiovisual en televisión: el espectáculo de Bad Bunny en el Super Bowl LX como práctica política. *Prisma Social revista de ciencias sociales*, 51, 1-14. <https://doi.org/10.65598/rps.6291>

1. Introducción

El 9 de febrero de 2026, Benito Antonio Martínez Ocasio, de nombre artístico Bad Bunny, protagonizó el espectáculo del medio tiempo del *Super Bowl LX*, celebrado en el Levi's Stadium de Santa Clara, California, con una capacidad máxima de 68.500 espectadores. Por su parte, la producción audiovisual televisada del show alcanzó una audiencia de 125,6 millones de espectadores en Estados Unidos, convirtiéndose en el cuarto show de medio tiempo más visto de la historia, solo por detrás de Kendrick Lamar, con 133,5 millones en 2025, Michael Jackson, con 133,4 millones en 1993 y Usher, con 129,3 millones en 2024 (ESPN, 2026; Nielsen, 2026). A esta audiencia hay que sumar los 137,4 millones de visualizaciones en el canal oficial de la NFL en *Youtube* en las dos semanas posteriores a su emisión.

Académicos como Dayan y Katz (1992) y Hepp y Couldry (2010) han situado el *Super Bowl* entre los eventos mediáticos de mayor penetración del ecosistema comunicativo contemporáneo, caracterizados por su función integradora y su tendencia histórica a reforzar el orden simbólico dominante. Que ese espacio fuera ocupado por un artista que actuó íntegramente en español, vistiendo una camiseta con su apellido materno "Ocasio" y el número 64, rodeado de la casita que había presidido su gira en Puerto Rico, y cerrando su espectáculo con una enumeración de todos los países del continente americano antes de pronunciar "God Bless America", convierte la actuación en un acontecimiento discursivo que trasciende el entretenimiento y justifica su análisis sistemático desde la comunicación audiovisual.

El contexto sociopolítico es inseparable del significado del espectáculo, pues el discurso no puede comprenderse al margen de las condiciones históricas, políticas e institucionales que lo hacen posible (Fairclough y Wodak, 1997; Wodak, 2001). Desde el inicio de su segundo mandato en enero de 2025, la administración Trump intensificó las operaciones del Servicio de Inmigración y Control de Aduanas (ICE), con detenciones en escuelas, hospitales e iglesias y deportaciones que afectaron al menos a 200.000 latinoamericanos en los primeros diez meses de gobierno (CNN en Español, 2025a; 2025b). En este marco, Bad Bunny optó por no emprender su gira por el territorio continental de Estados Unidos por temor a que el ICE acudiera a sus conciertos (Jahmal, 2026), y su casita, como símbolo identitario de su gira puertorriqueña, se convirtió en el elemento escenográfico central del mayor escaparate mediático del mundo (NPR, 2026; NFL.com, 2026). Al mismo tiempo, la elección del artista no fue ajena a la lógica comercial. La vicepresidenta senior de marketing global de la NFL, Marissa Solis, declaró que el crecimiento de la liga era "matemáticamente imposible sin los latinos", en referencia a los más de 39 millones de aficionados latinos en Estados Unidos (NFL Football Operations, 2024; CNBC, 2024). Esta tensión entre el interés comercial de la industria y la dimensión política del artista constituye el problema central de este artículo. La visibilidad cultural no elimina las desigualdades estructurales, aunque sí redefine sus formas de representación, insertando el espectáculo en una dinámica ambivalente de reconocimiento y capitalización de la diversidad (Latinoamérica21a, 2026).

La novedad de esta investigación reside en que, pese a la evidente relevancia del fenómeno, no existe hasta la fecha ningún estudio académico que aplique de forma sistemática las herramientas del ACD y el análisis multimodal al espectáculo del *Super Bowl LX*. Los trabajos existentes se limitan a analizar notas de prensa institucionales y comunicados (Klein College, 2025; UCLA, 2026), sin la aportación analítico-metodológica que este artículo propone. Además, la investigación contribuye a la línea emergente de estudio de la comunicación audiovisual de masas como práctica política, aportando un caso situado en el cruce entre los estudios de discurso, los estudios culturales latinoamericanos y el análisis de eventos mediáticos globales (Rodríguez Vicente, 2026; Masciotra, 2026). La pregunta que orienta el trabajo es: ¿en qué medida la actuación de Bad Bunny operó como discurso contrahegemónico genuino, y en qué medida fue absorbida por la lógica del espectáculo masivo?

1.2. Antecedentes y estado de la cuestión

1.2.1. El *Super Bowl* como objeto de estudio académico

La comprensión del *Super Bowl* como fenómeno comunicativo exige situar el análisis en la tradición de estudios sobre medios, poder e ideología. McLuhan (1964) estableció que el medio es el mensaje, es decir, que la forma, la estructura y las condiciones de producción y recepción de un medio determinan el significado de manera tan decisiva como el contenido que vehicula. Aplicada al *Super Bowl*, esta tesis implica que el espectáculo del medio tiempo no es un contenedor neutro sobre el que los artistas proyectan libremente sus mensajes, sino una forma cultural con gramática propia como la espectacularidad, el consumo o el patriotismo, que condiciona cualquier discurso producido desde su interior. Fairclough (1995) argumenta en la misma línea que el discurso mediático no refleja la realidad social sino que la construye activamente, naturalizando determinadas relaciones de poder y silenciando alternativas. Desde la perspectiva gramsciana de la hegemonía cultural, los grandes eventos mediáticos no son escenarios neutrales de entretenimiento sino espacios en los que se negocian y reproducen los consensos simbólicos de una sociedad (Hall, 1980); y el acceso diferencial a esos espacios constituye uno de los mecanismos centrales de reproducción del poder (Van Dijk, 1993).

Real (1975) fue el primero en aplicar este marco al *Super Bowl*, acuñando el concepto de “espectáculo mítico” para describir la función del evento como ritual de reafirmación de los valores e ideología dominantes en la cultura estadounidense. Leonard y Lugo-Lugo (2005) ampliaron este análisis situando el espectáculo del medio tiempo como la expresión cultural más elaborada de la identidad nacional estadounidense, señalando que la dimensión comercial y la función ideológica no son contradictorias sino mutuamente constitutivas: el capital cultural y el capital económico se refuerzan entre sí, y cualquier discurso de resistencia producido desde el interior del evento opera inevitablemente en tensión con la lógica mercantil que lo financia. La teoría de los eventos mediáticos de Dayan y Katz (1992) ofrece el marco conceptual específico para comprender el *Super Bowl* como fenómeno comunicativo singular: estos autores distinguen los eventos mediáticos —transmisiones en directo de alcance masivo que interrumpen la rutina mediática, generan comunión colectiva y son vividos como Historia— de los informativos ordinarios, señalando su función integradora y su tendencia estructural a reforzar el orden simbólico dominante. Sin embargo, Hepp y Couldry (2010) han señalado los límites de este marco en el ecosistema mediático contemporáneo: la multiplicación de plataformas y la participación activa de las audiencias abren posibilidades de resignificación y subversión que Dayan y Katz no contemplaron, pues en la era digital el evento mediático no se agota en la transmisión en directo sino que se prolonga y recontextualiza en las redes sociales, donde las audiencias producen sus propias lecturas, a veces radicalmente divergentes respecto al mensaje original.

1.2.2. Estudios sobre el medio tiempo, la latinidad y la resistencia cultural

La relación entre música popular, identidad y resistencia política ha sido objeto de creciente atención académica. Van Leeuwen (2012) ha argumentado que la música constituye un discurso analizable en términos de poder e ideología, y que su análisis exige atender al conjunto de recursos semióticos que la componen. Way (2019), desde la perspectiva del ACD, ha demostrado cómo la música popular puede funcionar simultáneamente como instrumento de control ideológico y como plataforma de resistencia, y ha argumentado que el análisis multimodal crítico permite revelar las dimensiones políticas de la comunicación musical que permanecen ocultas en los enfoques exclusivamente textuales o musicológicos. Aplicados al contexto latinoamericano, Moreno López (2020) ha aplicado el análisis multimodal al videoclip de “No Me Conoce” de J Balvin, Bad Bunny y Jhay Cortez, videoclip que alcanzó amplia difusión en el entorno del *Super Bowl LIV* de 2020, demostrando la operatividad de la combinación ACD y semiótica visual para el análisis de productos musicales de artistas latinos en el ecosistema mediático estadounidense. Androutsopoulos (2010) ha explorado, desde una perspectiva más amplia, cómo artistas de comunidades históricamente marginadas utilizan la música como espacio de construcción identitaria y contestación política.

El estudio más directamente comparable con el presente trabajo es el de Van Bauwel y Krijnen (2021) sobre el análisis interseccional del *Super Bowl LIV* de 2020 (Shakira y Jennifer López) que identificó una representación ambivalente de la latinidad oscilando entre la afirmación identitaria y la reproducción de estereotipos de género, y que demostró la pertinencia del análisis del discurso para desvelar las tensiones ideológicas del espectáculo. Investigadores de universidades como Temple, UCLA y Michigan State han señalado la dimensión histórica y colonial que subyace a la presencia de Bad Bunny en el *Super Bowl LX*, apuntando a la tensión entre visibilidad cultural y reproducción de una latinidad hegemónica que excluye a las comunidades migrantes más vulnerables (Klein College, 2026; UCLA, 2026; Latinoamérica21, 2026b). Esta tradición de investigación pone de manifiesto la capacidad del espectáculo del medio tiempo para vehicular discursos identitarios y políticos que superan el entretenimiento, pero también su propensión a neutralizarlos mediante la lógica comercial.

Una revisión histórico-comparativa de las actuaciones del medio tiempo permite distinguir tres tipos según su relación con el orden simbólico dominante, en línea con la distinción de Dayan y Katz (1992) entre eventos mediáticos que refuerzan el consenso y los que lo cuestionan. El primer tipo agrupa los espectáculos de entretenimiento hegemónico sin dimensión política explícita, cuyo caso paradigmático es Maroon 5 en 2019 (NPR, 2024). El segundo tipo engloba actuaciones con dimensión identitaria o política parcial: Beyoncé en 2016 con “Formation” e iconografía de Black Lives Matter (CNN, 2026a), Jennifer López en 2020 con niños en estructuras similares a jaulas como referencia a la política migratoria de Trump (Boston Globe, 2026), y Eminem en 2022 arrodillándose en homenaje a Colin Kaepernick (Boston Herald, 2026). El tercer tipo —el de mayor articulación discursiva contrahegemónica— está representado por Kendrick Lamar en 2025, que construyó un espacio narrativo en el que la figura de Samuel L. Jackson como “Uncle Sam” tematizaba explícitamente la tensión entre resistencia e integración (Boston Herald, 2026), y por Bad Bunny en 2026, analizado en este trabajo. El criterio que organiza esta tipología es el grado de explicitación política del discurso semiótico y la coherencia narrativa con la que se articula esa dimensión: el tipo 1 se caracteriza por la ausencia de posicionamiento; el tipo 2, por la movilización de símbolos identitarios sin una narrativa política articulada de forma sostenida; y el tipo 3, por la tematización deliberada y sostenida de la tensión entre resistencia y cooptación. La asignación de Kendrick Lamar (2025) al tipo 3, y no al tipo 2, responde a que su espectáculo construyó un dispositivo narrativo explícito (la figura de «Uncle Sam» como alegoría de esa tensión), que trasciende la movilización simbólica episódica característica del tipo 2. Esta tipología evidencia la transformación progresiva del Super Bowl de ritual de reafirmación del orden hegemónico, en el sentido de Real (1975) y Dayan y Katz (1992), a espacio de disputa simbólica genuina, en línea con lo anticipado por Hepp y Couldry (2010) para el ecosistema mediático contemporáneo.

Pese a esta creciente atención académica, no existe hasta la fecha ningún estudio que aplique de forma sistemática el ACD y el análisis multimodal al Super Bowl LX, laguna que el presente trabajo se propone cubrir.

1.3. Objetivos

El objetivo general de este trabajo es analizar la actuación de Bad Bunny en el espectáculo del medio tiempo del *Super Bowl LX* como discurso audiovisual de resistencia simbólica, examinando los recursos semióticos desplegados y su articulación en el contexto sociopolítico en que se inscribe. La pregunta clave de la investigación es ¿en qué medida la actuación operó como discurso contrahegemónico genuino, y en qué medida fue absorbida por la lógica del espectáculo masivo?

Del objetivo general se despliegan los siguientes objetivos específicos:

OE1. Identificar y describir los recursos discursivos y multimodales (verbales, musicales, escenográficos, indumentarios y gestuales) mediante los cuales la actuación construye una narrativa de afirmación identitaria “panlatina” y de reconfiguración simbólica del concepto de “América”.

OE2. Examinar en qué medida dicha narrativa opera como discurso contrahegemónico genuino o como forma de resistencia integrada y neutralizada por la lógica de la industria del entretenimiento televisivo.

2. Diseño y método

2.1. Objeto formal y tipo de investigación

El objeto formal de esta investigación es el conjunto de recursos semióticos audiovisuales desplegados en el espectáculo televisado del medio tiempo del Super Bowl LX, protagonizado por Bad Bunny el 9 de febrero de 2026. El criterio de inclusión del objeto formal se centra en la producción audiovisual y excluye el espectáculo en vivo ya que esta no tuvo el alcance de la retransmisión en directo y no responde a los objetivos del estudio. La investigación adopta un diseño cualitativo-interpretativo con perspectiva histórico-crítica por lo que no contempla hipótesis previas, dado que la naturaleza del objeto, una producción audiovisual singular y situada históricamente, orienta el análisis hacia la interpretación en profundidad y crítica antes que hacia la verificación de proposiciones previas. La pregunta vertebradora actúa como hilo conductor de las dos fases del análisis correspondientes a OE1 y OE2.

2.2. El Análisis Crítico del Discurso: enfoque histórico-discursivo

El ACD constituye el primer eje metodológico de este trabajo. El ACD concibe el discurso como práctica social situada, históricamente condicionada y con efectos de poder (Fairclough y Wodak, 1997). Frente a otros enfoques del análisis del discurso, el ACD no pretende únicamente describir las estructuras textuales sino revelar su funcionamiento ideológico: cómo el discurso produce, reproduce o impugna relaciones de dominación y subordinación social. Esta dimensión crítica es inseparable de un compromiso explícito con la transformación de las estructuras de desigualdad que el análisis contribuye a desvelar (Van Dijk, 1993).

En su enfoque histórico-discursivo, Wodak (2001) subraya la importancia de reconstruir el contexto histórico, político y social en que los discursos se producen y circulan, argumentando que el significado de un enunciado no puede comprenderse al margen de las condiciones que lo hacen posible y de las tradiciones discursivas en que se inscribe. El análisis histórico-discursivo opera en tres niveles interrelacionados: el de los contenidos o temas del discurso, el de las estrategias discursivas utilizadas y el de los recursos lingüísticos y semióticos mediante los que esas estrategias se realizan. Este enfoque es particularmente pertinente para el análisis de la actuación de Bad Bunny, cuyo significado es inseparable del contexto de persecución de la población latina en Estados Unidos, de la historia colonial de Puerto Rico como territorio bajo soberanía estadounidense y de la tradición de resistencia cultural caribeña en la que el artista se inscribe.

2.3. Análisis audiovisual multimodal y narrativa audiovisual

El análisis audiovisual multimodal es un enfoque metodológico interdisciplinario que se ocupa del estudio de los textos mediáticos (cine, televisión, videojuegos, publicidad, redes sociales) no como unidades monolíticas, sino como sistemas semióticos complejos. A diferencia del análisis fílmico tradicional, que a menudo prioriza la narrativa o la estética visual, la multimodalidad sostiene que el sentido se construye mediante la interacción de diversos "modos" que operan de forma simultánea. El modelo desarrollado por Kress y van Leeuwen (2001) constituye el segundo eje metodológico del trabajo, complementario e indisociable del ACD. Este enfoque amplía el concepto de discurso más allá de lo verbal para abarcar el conjunto de recursos semióticos — imagen, sonido, movimiento, espacio, color, indumentaria — que concurren en la producción de significado en los textos audiovisuales. Kress y van Leeuwen (2001) argumentan que en la comunicación contemporánea ningún modo semiótico opera de forma aislada: el significado emerge de la articulación de múltiples modos en lo que denominan diseño multimodal, en el que los recursos se combinan para construir mensajes que ninguno podría transmitir por separado. En palabras de estos autores, los modos semióticos son recursos que permiten la realización simultánea de discursos y tipos de interacción (2001, p. 21). Esta perspectiva resulta indispensable

para el análisis del espectáculo del medio tiempo, en el que la letra de las canciones, la escenografía, la coreografía, la indumentaria, la iluminación y la disposición espacial de los performers funcionan como un sistema semiótico integrado cuyas partes se potencian y resignifican mutuamente. Un precedente metodológico directamente relevante es el de Moreno López (2020), que aplicó el análisis multimodal a un videoclip de Bad Bunny en el contexto del Super Bowl LIV, demostrando la transferibilidad de las categorías de Kress y van Leeuwen (2001) al análisis de productos culturales latinos en el ecosistema mediático estadounidense.

La incorporación de la narrativa audiovisual como dimensión analítica se apoya en el marco de Bordwell (2013), cuyo modelo de narración cinematográfica ha sido aplicado al análisis de productos audiovisuales no ficcionales de alta elaboración formal (Rivera-Martín y Martínez de Bartolomé Rincón, 2025). En el caso del espectáculo del medio tiempo —un producto audiovisual sometido a un diseño narrativo premeditado, con estructuración temporal, desarrollo temático y cierre retórico— las categorías de Bordwell (2013) referidas a la organización de la información, la temporalidad y la construcción del punto de vista resultan directamente operativas, pues el espectáculo no es una actuación improvisada sino un texto audiovisual construido con los mismos principios de economía narrativa y coherencia formal que el cine de ficción.

2.4. Corpus de análisis

El corpus de análisis lo constituye la pieza audiovisual íntegra del espectáculo del medio tiempo del Super Bowl LX, con una duración de 13,41 minutos, en su versión oficial completa tal como fue emitida en retransmisión televisiva en directo y publicada posteriormente en plataformas digitales oficiales de la NFL. Se ha seleccionado esta versión porque, como señalan Kress y van Leeuwen (2001), el análisis multimodal exige acceder al texto en su integridad para poder identificar la articulación entre modos semióticos a lo largo de la secuencia narrativa. La delimitación del corpus a la pieza primaria oficial garantiza la homogeneidad y replicabilidad del análisis, al tiempo que excluye las versiones fragmentadas y recontextualizadas circulantes en redes sociales, cuyo estudio sistemático se propone como línea de investigación futura. A este respecto, y para cumplir con los objetivos marcados, se excluye el contenido de las letras de las canciones de Bad Bunny anteriores al espectáculo.

2.5. Categorías, variables e indicadores de análisis

El análisis multimodal se organiza en base a las tres categorías propuestas por Bordwell (2013) Narrativa (C1), Estilo (C2) y Motivación (C3) en torno a cinco dimensiones semióticas que operan de forma integrada en el espectáculo y que se establecen como variables de análisis: (V1) recursos verbales y líricos, el código lingüístico y las intervenciones (sin incluir las letras de las canciones); (V2) recursos musicales y sonoros, atendiendo a los géneros, ritmos, voz y referencias culturales; (V3) recursos escenográficos y audiovisuales; y (V4) recursos gestuales y coreográficos, con atención a la disposición espacial de los performers y los movimientos simbólicos. Para cada dimensión se examina el grado de incidencia política del recurso, su función en la construcción de la narrativa identitaria panlatina y su relación con la tensión entre resistencia contrahegemónica e integración comercial.

- Para la primera variable se fijan los indicadores del ACD: léxico (I1.1), recursos literarios (I1.2), mensaje (I1.3) y tono (I1.4).
- La segunda variable se centra en los indicadores de música (I2.1), ritmo (I2.2) y silencio (I2.3), utilizado como recurso de puntuación semántica.
- En la tercera variable se analizan los indicadores escenográficos, con especial atención a los símbolos identitarios (I3.1) y los indicadores de la producción audiovisual como la planificación (I3.2), encuadre y movimientos de cámara (I3.3), el cromatismo como recurso emocional (I3.4) y vestuario (I3.5).

3. Resultados

Para el análisis se ha dividido el espectáculo televisado en cinco partes: la Cabecera, con una duración de 13''; el cañaveral, con una duración de 1,34'', La Casita criolla, con una duración

de 3,04''; Lady Gaga y NY, con una duración de 4,10''; y Ricky Martin y banderas, con una duración de 4,81''. El análisis de la estructura narrativa, estilística y motivacional de la propuesta artística y reivindicativa revela una construcción deliberada de la identidad panlatina a través de la música, el baile y los elementos identitarios. En la primera de las tablas de análisis (Tabla 1), enfocada en los recursos verbales y líricos, se recoge un fenómeno que se considera de reversión cultural. La oración "Ahora todos quieren ser latinos" identifica una crítica al consumo de lo latino como tendencia estética, y al mismo tiempo funciona como denuncia pública del acoso sistemático que padecen las personas migrantes en EE.UU. como ya se concretó en el marco teórico y justificación del caso de estudio. La mención de las mujeres "perreando sin miedo" trasciende el baile para convertirse en una declaración de autonomía corporal y social, enmarcada en un tono reivindicativo que empodera a la mujer.

Paradójicamente, las letras de las canciones de Bad Bunny, tienen un mensaje contrario ya que muestran una imagen de la mujer cosificada y sumisa, pero, como ya se ha expuesto, no se han tenido en cuenta las letras de las canciones en la muestra porque no cumplen con los objetivos de la investigación, centrada en la incidencia política en EE.UU. El imperativo "Ama sin miedo" y el consejo ontológico "No dejes de creer en ti" elevan el espectáculo de un simple evento de entretenimiento a un ritual de celebración colectiva y refuerzo de la autoestima latina. El cierre bajo la consigna "God Bless América" amplifica la acepción restringida de América al pluralizarla con la mención de los demás países del continente.

Tabla 1. Recursos verbales y líricos (V1)

	Intro	Cañaveral	La Casita	Lady Gaga y NY	Ricky Martin y Banderas
Léxico	Super Bowl Apple Music Halftime Show	Qué rico es ser latino. Hoy se bebe.	Las mujeres en el mundo entero perreando sin miedo	Mientras uno está vivo, uno debe amar lo más que pueda. Ama sin miedo.	Ahora todos quieren ser latinos God bless América + países. Welcome to the calentón
Recursos literarios	-	Exclamación retórica. Sinestesia. Elipsis.	Hipérbole	Paralelismo. Elipsis del sujeto.	Ironía. Código mezclado (<i>spanglish</i>).
Mensaje	Bienvenidos a Puerto Rico	Dignidad del trabajo agrícola de recolección	No dejes de creer en ti	Celebración del amor	América es de todos los países, no solo de EE.UU.
Tono	Tropical pausado	Nostálgico	De celebración	Romántico y nostálgico	Reivindicativo

Fuente: Elaboración propia, 2026.

En la segunda de las tablas se analizan los recursos musicales y sonoros. La progresión musical descrita en la Tabla 2 muestra la fusión de géneros dispares como la salsa, el reggaetón, el pop y la música clásica. La incorporación de una orquesta de violines en un contexto de reggaetón y salsa rompe la jerarquía tradicional entre la música de conservatorio y la música urbana, lo que se interpreta como una propuesta de fusión intercultural entre todas las identidades americanas. La música, presente en todas las etapas del espectáculo, solo se ve interrumpida por el silencio puntual de las declaraciones a cámara de Bad Bunny. El uso del calderón (prolongación de la pausa) durante el *acting* genera tensión dramática que obliga al espectador a centrar su atención en la gestualidad y el mensaje. Por su parte, el silencio vinculado al apagón eléctrico en el segmento final es una referencia directa a la precariedad infraestructural y la crisis energética de Puerto Rico. Es un silencio de denuncia que politiza el escenario del Super Bowl LX. Asimismo, el silencio en el cierre a cámara funciona como un ejercicio de intimidad masiva, donde la renuncia al sonido refuerza la autenticidad y la gravedad del mensaje verbal.

Por su parte, la participación fugaz de figuras de la talla de Karol G, Cardi B, Jessica Alba y Pedro Pascal bailando en La Casita aportan simbolismo a pesar de ser una mera sucesión de cameos de cantantes, actrices y actores con dilatada trayectoria en el mercado estadounidense. Esta convergencia de capital cultural en el escenario constituye una reivindicación de la hegemonía latina actual en la industria del entretenimiento, transformando el evento en un manifiesto de visibilidad y poder identitario, sin necesidad de oírlos directamente. Por su parte, la reinterpretación de *Die With a Smile* a los ritmos de la salsa representa una incursión estética de Lady Gaga en el género, creando una hibridación cultural entre la música anglosajona y la latina. Al desplazar una balada pop hacia el canon de la música tropical produce una descentralización de los géneros anglocéntricos, otorgando a la salsa el estatus de lenguaje musical universal, tal y como rezan las letras del resto del espectáculo.

De entre todas las actuaciones, la de mayor carga política es la interpretación de la canción protesta *Lo que le pasó a Hawaii*, publicada por Bad Bunny en 2025, por parte del artista también puertorriqueño Ricky Martin. En ella, Bad Bunny hace un alegato contra la privatización de Puerto Rico y el desplazamiento de su población nativa, hecho que compara con la gentrificación sufrida por los habitantes de Hawaii tras su colonización, estableciendo un paralelismo entre ambos territorios y pidiendo a la población que haga resistencia social y cultural ante el colonialismo estadounidense.

Tabla 2. Recursos musicales y sonoros (V.2)

	Intro	Cañaveral	La Casita	Lady Gaga y NY	Ricky Martin y Banderas
Música	Salsa	Reggaeton y salsa	Reggaeton y clásica (violines)	Lady Gaga versiona <i>Die with a smile</i> a ritmo de salsa	<i>Lo que le pasó a Hawaii</i> y Trap
Ritmo	Clave	Dembow	Dembow	Clave	Amalgama
Silencio	Jugadores domino y niña en silencio	Recolectores de caña y calle	Cameos en silencio.	Silencio calderón en <i>acting</i> Bad Bunny.	Silencio en el apagón eléctrico. Silencio en mensaje final a cámara.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

En la Tabla 3 se analizan los recursos escenográficos y audiovisuales del espectáculo, los indicadores que materializan la propuesta artístico-política. La puesta en escena comienza con escenas costumbristas, como la partida de dominó y la niña jugando en la calle a modo de validación del espacio público como lugar de encuentro y hermandad. La inmersión en el campo de caña de azúcar sitúa al público dentro del cañaveral, dignificando el trabajo agrario y pretendiendo la empatía para con los trabajos rurales. La división de la Casita en tres planos (porche, interior y taller) funciona como una metonimia de la resiliencia, significando el porche como lugar de socialización, el interior humilde el espacio privado y el taller como lugar de trabajo creativo y autogestionado.

Imagen 1. VTR. Primer frame del espectáculo televisado de Bad Bunny en el Super Bowl 2026



Fuente: Youtube oficial NFL Bad Bunny's Apple Music Super Bowl Halftime Show (2026)

Por su parte, la boda actúa como un rito de unión entre territorios. La periferia de Nueva York se convierte en una extensión de la isla, reafirmando que la identidad latina forma parte de la gran metrópolis. Las torres eléctricas son una crítica abierta a la fragilidad de la infraestructura energética de Puerto Rico, convirtiendo la escenografía en una denuncia visual de la desatención gubernamental. La escenografía de mayor impacto es el desfile de las banderas de todos los países americanos mientras Bad Bunny los va nombrando de uno en uno. El cierre funciona como una apoteosis que unifica el continente bajo una misma voz, transformando el nacionalismo insular en una solidaridad continental.

La producción audiovisual del espectáculo en vivo y, principalmente, el televisado en directo, muestra un despliegue millonario de recursos materiales, artísticos y humanos, alcanzando estándares de la producción cinematográfica. La búsqueda de la inmersión hiperrealista y la monumentalidad televisiva da como resultado un espectáculo milimetrado, sin cabida para la improvisación. El uso del *Dolly In* en la Intro establece una proximidad psicológica con el espectador, invitándolo a entrar en el universo diegético caribeño.

Imagen 2. Inmersión hiperrealista en un cañaveral.



Fuente: Youtube oficial NFL Bad Bunny's Apple Music Super Bowl Halftime Show (2026)

La transición mediante VTR de planos aéreos procesados por ordenador (CGI) hacia una inmersión física en las cañas de azúcar borra la frontera entre la representación digital y la realidad de Puerto Rico, experiencia que se extiende a planos subjetivos y dinámicos que convierten el interior de la escenografía en un espacio habitable y tridimensional. La realización multicámara con drones, grúas y *travellings* permite una cobertura total que abarca desde la intimidad de la azotea hasta el despliegue del cuerpo de baile al completo. Esta técnica asegura un ritmo visual vertiginoso, propio del lenguaje del videoclip de alto presupuesto como los que acompañan la dilatada carrera de Bad Bunny.

En lo que respecta al vestuario, en la Cabecera y el Cañaveral, el uso del lino y las fibras naturales (sombreros de paja, ropa de trabajo) establece una conexión directa con el proletariado rural caribeño, el cuál será protagonista de todo el espectáculo. En las etapas posteriores, al mezclar elementos tradicionales con códigos del *streetwear* contemporáneo se construye la imagen del migrante que mantiene sus raíces estéticas intactas y las defiende con orgullo. Es la representación del triunfo propio, sin complejos. De las dos indumentarias de Bad Bunny se destaca el uso del número 64 en la camiseta del uniforme de fútbol americano en recuerdo de su tío fallecido Cutito (Gallagher, 2026), y la fusión del traje de gala blanco con las hombreras de la equipación deportiva del Super Bowl LX como señal de pertenencia.

Tabla 3. Recursos escenográficos y audiovisuales (V.3)

	Intro	Cañaveral	La Casita	Lady Gaga y NY	Ricky Martin y Banderas
Escenografía y simbología identitaria	Escena costumbrista Puertorriqueña (partida de domino y niña jugando al tejo).	Recolectores de caña y vida en la calle.	La Casita criolla se divide en tres escenografías: Delante Casita con porche, dentro modesto y detrás taller	Escenario y baile de una boda puertorriqueña. Calles de barrios periféricos de NY.	Sillas de plástico entre plataneras. Torres eléctricas de baja tensión. Desfile con las banderas de todos los países de América.
Planificación	VTR de Mural, y 3 pax de figuración. Animación con la manzana de Apple.	VTR de plano aéreo cañaveral + inmersión entre las cañas de azúcar y las calles de Puerto Rico. Letra en pantalla gigante.	Bad Bunny en la azotea. Cameos + Cuerpo de baile femenino. Interior casa VTR. Cuerpo de baile mixto.	Escenario, banda, cantante, invitados boda y cuerpo de baile. Orquesta de violines con director.	Ricky Martin con micro de mano en escenario pequeño con plataneras. Acróbatas en tres torres eléctricas.
Cámara	Dolly In. Imágen Generada por Ordenador (CGI)	Steadicam para planos subjetivos dentro de las cañas. Cámaras fijas escondidas entre el decorado	Steadicam, dron, cámara fija, travelling y grúa. Taller con furgoneta detrás de La Casita.	Dron, grúa y Steadicam.	Steadicam. Drones para planos cenitales y aéreos.
Cromatismo	Mural caribeño policromático (azul predominante).	Verde y blanco.	Delante (día): Rosa, blancos y crema. Dentro (oscuro): Grises. Detrás (noche): Marrones, suciedad y sudor.	Blanco boda, azul Lady Gaga y granate banda.	Verde y blanco. Apagón en las torres. Multicromatismo en banderas.
Vestuario	Recolector de lino blanco y sombrero de paja. Figuración de colores claros.	Recolector con guitarra de blanco y sombrero de paja. Bad Bunny vestido de jugador de fútbol americano de blanco con el número 64 en la camiseta.	Delante de La Casita todos de blanco y marrón. Dentro familia humilde. Detrás cuerpo de baile de marrón oscuro. Orquesta de violines de traje negro.	Invitados a la boda de blanco en el escenario. Lady Gaga con vestido azul. Banda de música de traje granate. Cuerpo de baile con ropa corta, ceñida y de colores vivos. Cambio de vestuario de Bad Bunny a	Ricky Martin de lino blanco. Acróbatas de blanco con sombreros de paja. Corillo con el vestuario de escenas anteriores.

traje chaqueta
blanco con
hombros de
fútbol
americano.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

El análisis cromático del espectáculo revela una representación visual narrativa que evoluciona desde la idealización identitaria de lo rural hasta la denuncia sociopolítica del multicromatismo de las banderas. El uso del azul caribeño y los tonos pastel en la Casita establecen un marco de nostalgia costumbrista que es subvertido deliberadamente por el naturalismo crudo (marrones y suciedad) del trabajo rural y la oscuridad generada por el apagón eléctrico. Esta progresión culmina en un multicromatismo panlatino donde el despliegue de todas las banderas americanas y la hibridación de tonos cálidos desplazan la estética anglosajona, marcada por el uso del azul, blanco y rojo, transformando la paleta de colores en un manifiesto visual de soberanía, resiliencia y pluralidad continental.

4. Discusión

El análisis revela varias contradicciones incómodas que se pueden emplazar a próximas investigaciones. Mientras la puesta en escena aboga por la autonomía femenina, la estructura comercial del reggaetón y las letras de los temas que lanzaron a Bad Bunny al estrellato mundial y que han sido omitidas para el análisis pero están presentes en el imaginario, mantiene dinámicas de cosificación de la mujer. Esto sugiere que la industria permite la resistencia siempre que no rompa las estructuras de rentabilidad del género musical.

A este debate hay que añadirle que el Super Bowl es el pináculo del capitalismo estadounidense y si la NFL y Apple Music como patrocinadores aprueban y financian este supuesto discurso contrahegemónico, cabe preguntarse si es realmente contrahegemónico o es simplemente rebeldía de diseño que ayuda a la NFL a limpiar su imagen ante la comunidad latina. También cabe el riesgo de la romantización de la pobreza con una puesta en escena cinematográfica de millones de dólares que imita la precariedad puede ser interpretada como una apropiación estética más que como una denuncia efectiva.

5. Conclusiones

Tras el análisis expuesto se alcanzan las siguientes conclusiones en relación a los objetivos de investigación establecidos. Tal y como se ha desglosado pormenorizadamente, la actuación de Bad Bunny en el Super Bowl LX sobrepasó los límites del evento musical de entretenimiento para convertirse en un instrumento cultural de reivindicación política en defensa de las identidades culturales de América. A través de la puesta en escena, el público tuvo la oportunidad de sumergirse en la cotidianidad del Caribe rural. Esta reversión cultural transforma la estigmatización de lo latino en una denuncia política, utilizando la plataforma de la NFL para visibilizar traumas estructurales como la precariedad energética y el desplazamiento territorial, mediante metáforas visuales de alto impacto como las torres eléctricas y el desfile de banderas de cierre.

El espectáculo demuestra una desjerarquización de los lenguajes musicales. La inclusión de una orquesta de violines para acompañar ritmos urbanos y la tropicalización de éxitos anglosajones como *Die With a Smile* de Lady Gaga, persiguen una declaración de soberanía estética. Al situar la salsa y el reggaetón al mismo nivel que los cánones de la música clásica o el pop internacional, se valida una hegemonía latina que no solo busca ser aceptada, sino que reclama su capacidad de asimilar y transformar la cultura estadounidense.

El espectáculo representa un hito en la comunicación política audiovisual contemporánea. Bad Bunny logra una transversalidad identitaria donde lo local y ajeno se vuelve global y propio, y

donde el nacionalismo insular se expande en busca de una solidaridad panamericana que no termina de llegar. Aunque la lógica del espectáculo absorbe la forma, el contenido mantiene una carga que desafía la narrativa histórica de los EE.UU. sobre el continente, logrando que el espectáculo sea un ejercicio de poder y visibilidad política. El uso de CGI, drones y una realización cinematográfica inscribe el mensaje de resistencia en un envoltorio de lujo. Tal y como se planteaba en la pregunta de investigación, la subversión se convierte en un producto de alta definición, lo que puede atenuar su impacto revolucionario al transformarlo en un objeto estéticamente placentero y consumible. A esto se suma que la presencia, aunque sea anecdótica, de celebridades latinas como Pedro Pascal, Jessica Alba o Karol G responde a la lógica del capital cultural y el marketing de *star-system* de la misma industria que, en otros contextos, invisibiliza las causas que el espectáculo defiende, lo que puede interpretarse como un escaparate superficial o como un impulso para su proyección internacional.

Por todo ello, la actuación funciona como discurso contrahegemónico en su contenido, pero es absorbida por la lógica del espectáculo en su forma, lo que se interpreta como una estrategia de caballo de Troya donde Bad Bunny se suma a las reglas de la producción multimillonaria de la NFL para asegurar que el mensaje decolonial llegue a una audiencia que, de otro modo, jamás lo escucharía. En este sentido, la actuación es una resistencia negociada que permite la crítica al sistema siempre que esta se presente con la calidad visual y el ritmo vertiginoso que el espectador global demanda. Sea como fuere, al cerrar con God Bless América mientras desfilaban todas las banderas del continente, Bad Bunny arrebató el nombre de América al uso exclusivo estadounidense, un acto de semiótica decolonial que desplaza el centro del poder hacia el sur sin precedentes en el mundo del espectáculo de masas.

Referencias

- Androutsopoulos, J. (2010). Localizing the global on the participatory web. En N. Coupland (Ed.), *The Handbook of Language and Globalization* (pp. 203-231). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781444324068.ch9>
- Bordwell, D. (2013). *Narration in the fiction film*. Routledge.
- Boston Globe (2026, 11 de febrero). *Bad Bunny isn't the first performer to use the Super Bowl to speak out*. <https://www.bostonglobe.com/2026/02/11/arts/bad-bunny-super-bowl-speak-out/>
- Boston Herald (2026, 4 de febrero). *How Super Bowl halftime moments became flashpoints from the 'wardrobe malfunction' to caged kids*. <https://www.bostonherald.com/2026/02/04/super-bowl-halftimes-from-wardrobe-malfunction-to-caged-kids>
- CNN (2026a, 6 de febrero). *Super Bowl halftime performers who got political way before Bad Bunny*. <https://www.cnn.com/2026/02/06/entertainment/gallery/super-bowl-halftime-performers-who-got-political-way-before-bad-bunny>
- CNN (2026b, 9 de febrero). *Bad Bunny's Super Bowl halftime show performance redefined what it means to be an American patriot*. <https://www.cnn.com/2026/02/09/entertainment/bad-bunny-america-super-bowl-liam-ramos>
- CNN en Español (2025a, 16 de diciembre). *Al menos 200.000 deportados latinoamericanos en 10 meses: la ofensiva migratoria de Trump*. <https://cnnespanol.cnn.com/2025/12/16/latinoamerica/deportados-latinoamericanos-trump-orix>
- CNN en Español (2025b, 25 de diciembre). *Del sueño americano a la huida silenciosa: el impacto humano de la ofensiva inmigratoria de Trump*. <https://cnnespanol.cnn.com/2025/12/25/eeuu/politica-inmigratoria-trump-impacto-orix>
- CNBC (2024, 17 de octubre). *The NFL is chasing a new audience: Latino audience growth*. <https://www.cnbc.com/2024/10/17/nfl-latino-audience-growth.html>

- Dayan, D. y Katz, E. (1992). *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Harvard University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1pnc1k7>
- ESPN (2026, 11 de febrero). *Super Bowl LX, Bad Bunny's halftime show falls shy of ratings records*. https://www.espn.com/nfl/story/_/id/47891761/super-bowl-lx-bad-bunny-half-fall-shy-ratings-records
- Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. Edward Arnold.
- Fairclough, N. y Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. En T. van Dijk (Ed.), *Discourse as Social Interaction* (pp. 258-284). Sage. <https://doi.org/10.4135/9781446221884>
- Gallagher, J. (2026) ¿Qué significa el 64 que llevó Bad Bunny en su atuendo del Super Bowl? Publicado en The New York Times el 9 de febrero de 2026. <https://www.nytimes.com/es/2026/02/09/espanol/cultura/traje-bad-bunny-64-super-bowl.html>
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. En S. Hall, D. Hobson, A. Lowe y P. Willis (Eds.), *Culture, Media, Language* (pp. 128-138). Hutchinson.
- Hepp, A. y Couldry, N. (2010). Media events in globalized media cultures. En N. Couldry, A. Hepp y F. Krotz (Eds.), *Media Events in a Global Age* (pp. 1-20). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203867112>
- Jahmal, K. (2026, 9 de febrero). I was front row at the Super Bowl halftime show and saw Bad Bunny, here's my full breakdown. BuzzFeed. <https://www.buzzfeed.com/karltonejahmal/bad-bunny-super-bowl-halftime-show-review-breakdown>
- Klein College of Media and Communication, Temple University (2025, octubre). *Bad Bunny is headlining the 2026 Super Bowl halftime show. Here's why it matters*. <https://klein.temple.edu/news/2025/10/bad-bunny-headlining-2026-super-bowl-halftime-show-heres-why-it-matters>
- Kress, G. y van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Arnold. <https://doi.org/10.1017/S0047404504221054>
- Latinoamérica21 (2026a, febrero). Between spectacle and the cultural frontier: Politics and identity in the Super Bowl LX halftime show. <https://latinoamerica21.com/en/between-spectacle-and-the-cultural-frontier-politics-and-identity-in-the-super-bowl-lx-halftime-show/>
- Latinoamérica21 (2026b, febrero). The Super Bowl and the inverted mirror of selective Latinidad. <https://latinoamerica21.com/en/the-super-bowl-and-the-inverted-mirror-of-selective-latinidad/>
- Leonard, D. J. y Lugo-Lugo, C. R. (2005). Performing race at the Super Bowl: Sport, spectacle, and marketing. En D. Andrews y S. Jackson (Eds.), *Sport Stars: The Cultural Politics of Sporting Celebrity* (pp. 106-120). Routledge.
- Masciotra, D. (2026, February 11). *Bad Bunny teaches belonging*. Common Dreams. <https://www.commondreams.org/opinion/bad-bunny-teaches-belonging>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw-Hill. <https://mitpress.mit.edu/9780262631594/understanding-media/>
- Moreno López, G. M. (2020). A multimodal discourse analysis of the most viewed reggaeton video on Youtube by the LIV Super Bowl Halftime Show. *Open Journal for Studies in Arts*, 3(2), 41-52. <https://doi.org/10.32591/coas.ojsa.0302.01041m>
- NBC Sports (2026, 19 de febrero). *Super Bowl LX is second most-watched all-time with nearly 125 million viewers*. <https://www.nbcsports.com/pressbox/press-releases/super-bowl-lx-is-second-most-watched-all-time-with-nearly-125-million-viewers-peaking-at-all-time-u-s-record-137-8-million-viewers-across-nbc-peacock-and-telemundo>
- NFL Football Operations (2024). NFL's "Por La Cultura" Initiative Celebrates Latino Community and Culture Year-Round. <https://operations.nfl.com/updates/football-ops/nfl-s-por-la-cultura-initiative-celebrates-latino-community-and-culture-year-round/>
- NFL.com (2026). Así fue la actuación de Bad Bunny en el Super Bowl LX. <https://www.nfl.com/mundo/noticias/asi-fue-la-actuacion-de-bad-bunny-en-el-super-bowl-lx>
- NFL. (2026, 9 de febrero). *Bad Bunny Super Bowl LX Halftime Show* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=G6FuWd4wNd8>

- Nielsen (2026, 10 de febrero). Super Bowl LX Delivers 125.6 Million Viewers. <https://www.nielsen.com/news-center/2026/super-bowl-lx-delivers-124-9-million-viewers/>
- NPR (2024, 21 de diciembre). *Latinos are the fastest-growing fanbase in the NFL. What's the league's playbook?* <https://www.npr.org/2024/12/21/g-s1-38443/latinos-growing-fanbase-nfl>
- NPR (2026, 9 de febrero). *Bad Bunny makes Puerto Rico the home team in a vivid Super Bowl halftime show.* <https://www.npr.org/2026/02/09/nx-s1-5698519/bad-bunny-super-bowl-halftime>
- Real, M. R. (1975). Super Bowl: Mythic spectacle. *Journal of Communication*, 25(1), 31-43. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1975.tb02969.x>
- Rivera-Martín, B. y Martínez de Bartolomé Rincón, I. (2025). Análisis de la narrativa audiovisual, la violencia y el discurso de odio en los dibujos animados infantiles. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 01-20. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1107>
- Rodríguez Vicente, N. (2026). *Cuatro momentos simbólicos en el espectáculo de medio tiempo del Super Bowl de Bad Bunny.* *The Conversation*. <https://theconversation.com/four-symbolic-moments-in-bad-bunnys-super-bowl-halftime-show-275527>
- UCLA Newsroom (2026, 3 de febrero). *UCLA experts: The Super Bowl, Bad Bunny and belonging in America.* <https://newsroom.ucla.edu/advisories/ucla-experts-the-super-bowl-and-bad-bunny-halftime-show>
- Van Bauwel, S. y Krijnen, T. (2021). Let's get loud: Intersectionally studying the Super Bowl's halftime show. *Media and Communication*, 9(3), 209-217. <https://doi.org/10.17505/mc.2021.3021>
- Van Dijk, T. A. (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249-283. <https://doi.org/10.1177/0957926593004002006>
- Van Leeuwen, T. (2012). The critical analysis of musical discourse. *Critical Discourse Studies*, 9(4), 319-328. <https://doi.org/10.1080/17405904.2012.713204>
- Way, L. C. S. (2019). *Popular Music and Multimodal Critical Discourse Studies: Ideology, Control and Resistance in Turkey since 2002.* Bloomsbury Academic. <https://doi.org/10.5040/9781350016477>
- Wodak, R. (2001). The discourse-historical approach. En R. Wodak y M. Meyer (Eds.), *Methods of Critical Discourse Analysis* (pp. 63-94). Sage. <https://doi.org/10.4135/9780857028020>