

BAD BUNNY NO *SUPER BOWL* 2026: OS IMPACTOS SOCIAIS, CULTURAIS E POLÍTICOS DO *TOUCHDOWN* LATINO NO CORAÇÃO DO MUNDO GLOBALIZADO¹

Jader Cleiton Damasceno de OLIVEIRA².

¹ GT 4 “Políticas Culturais e Economia Política da Cultura”

² Doutorando pelo PPGMC-UFF (Niterói/RJ), jaderd@id.uff.br.

RESUMO

Este artigo analisa o impacto social, cultural, político e econômico da apresentação de Bad Bunny no *Super Bowl* 2026, inserindo o artista porto-riquenho e seu discurso contracolonizador (Bispo Dos Santos, 2023) no debate da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura. Benito Antonio Martínez Ocasio, nome social de “Bad Bunny”, nasceu em 10 de março de 1994¹, na cidade de Vega Baja, região norte da ilha de Porto Rico. Bad Bunny emerge artística e discursivamente em 2016 com uma postura transgressora e/ou underground, a partir das margens (Hall, 2003). O “Coelho Mau” sai da foto compartilhada em rede e ganha força com uma sonoridade marcante entre o global presente nas mídias sonoras e audiovisuais digitais, em diálogo com elementos regionais e tradicionais latino-americanos. Desde o início da carreira², há dez anos, quando lançou o hit “*Soy Peor*” (2016), Bunny tem contestado as normas e narrativas por meio de debates estéticos, econômicos, políticos e sonoros. Tem seu destaque inicial em 2020 com “*El Último Tour del Mundo*”, primeiro álbum totalmente em espanhol a alcançar o 1º lugar na Billboard 200 estadunidense, posição repetida em 2025 com o aclamado “*Debí Tirar Más Fotos*”, ganhador da categoria “Álbum do Ano” no Grammy 2026. Estes números o levaram ao *Super Bowl*, maior evento esportivo da televisão norte-americana. O impacto direto produzido por Bunny no epicentro da maior indústria econômica cultural global indica que, em 60 edições³ do evento organizadas pela *National Football League (NFL)* e pela *American Football League (AFL)*, entre 15 de jan. de 1967 e 8 de fev. de 2026, o evento alcança mais de 110 milhões de telespectadores⁴ conectados pelo modelo tradicional de TV, indicando que esse número poderá crescer se consideradas as transmissões dos novíssimos modelos de consumo de TV disponibilizadas via dispositivos móveis. Neste contexto, a presença da práxis insurgente de Bad Bunny no *Super Bowl* (2026) pode ser compreendida como um importante fenômeno no cerne da economia política da cultura contemporânea. A pesquisa parte da hipótese de que a performance de Bunny extrapola o entretenimento, configurando-se como ato de batalhas simbólicas (Marques De Melo, 2013), ao usar a maior transmissão televisionada aberta dos EUA como espaço de afirmação identitária latino-caribenha e tensionamento das hegemonias (Gramsci, 2010) dentro do território da centralidade global. O estudo adota abordagem qualiquantitativa (Fachin, 2005), articulando análise de dados econômicos e métricas digitais com referencial teórico da Economia Política da Comunicação (Brittos; Dourado, 2013 e Brittos; Bolaño, 2009). Paralelamente, a pesquisa dialoga com Milton Santos (2003) a respeito da globalização e

¹ CARUSO, Catharine. *Bad Bunny: Grammy-winning singer Bad Bunny made the first all-Spanish record to reach No. 1 on the Billboard 200*. Biography, Pensilvânia, 2026.

Disponível em: <<https://www.biography.com/musicians/bad-bunny>>. Acesso em: 19 fev. 2026.

² CALAZANS, Bruna. *Bad Bunny*. Billbord Brasil. São Paulo, 2026.

Disponível em: <<https://billboard.com.br/artistas/bad-bunny/>>. Acesso em: 19 fev. 2026.

³ ESPN Brasil. *História da NFL - Vencedores do Super Bowl*. TV ESPN, 2026.

Disponível em: <<https://www.espn.com/nfl/superbowl/history/winners>>. Acesso em: 20 fev. 2026.

⁴ FISK. *Tudo o que você precisa saber sobre o Super Bowl!* Fisk Brasil, 2024.

Disponível em: <<https://fisk.com.br/blog/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-o-super-bowl>>. Acesso em: 20 fev. 2026.

território, compreendendo o *Super Bowl* como arena estratégica de disputa midiática. Os resultados indicam que, mesmo em língua hispânica, o idioma não limita o alcance dos tensionamentos políticos, evidenciando o potencial das práticas de midiativismo (Sodré, 2018) ao incorporar discursos sobre identidade, colonialidade e pertencimento como questões importantes em tempos de violência em diferentes partes do mundo, independentemente da língua. Conclui-se que a apresentação consolidou Bad Bunny como um exemplo de sujeito político que, por meio dos suportes midiáticos e artísticos diversos, foi capaz de mediar importantes pautas no centro da dinâmica predatória do capitalismo contemporâneo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BISPO DOS SANTOS, Antônio. **A terra dá, a terra quer**. São Paulo: Ubu, 2023.

BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Paradigma digital: capitalismo, cultura e esfera pública. O Público e o Privado**. Fortaleza, v. 7, n. 14, p. 83–106, 2009.

BRITTOS, Valério Cruz; DOURADO, Jacqueline. **Avanços brasileiros da Economia Política da Comunicação: 25 anos de estudos, pesquisas e debates**. In: MELO, José Marques de; BANDEIRA, Patrícia (Orgs.). *Economia Política da Comunicação – vanguardismo nordestino*. Recife, Fundação Joaquim Nabuco: Massangana, 2013

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do Cárcere**. In MONASTA, Atilio. **Antonio Gramsci**. Recife. Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2010.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidade e mediações culturais**. Stuart Hall; Org. Liv Sovik. Belo Horizonte. Ed. UFMG. 2003.

MARQUES DE MELO, José; MELO, Patrícia Bandeira de (Org.) **Economia política da comunicação: vanguardismo nordestino**. Fundação Joaquim Nabuco, Massangana, 2013.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 10. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SODRÉ, Muniz. **Midiativismo: uma espécie de filho histórico de John Dewey**. In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio Humberto; CÂMARA, Marco Túlio (Orgs.). **Interfaces do midiativismo: do conceito à prática**. Belo Horizonte: CEFET-MG, 2018. p. 21-23.