

## Sommaire

|                                                                                                                          |       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Document 1 .....                                                                                                         | p.2   |
| <i>“América es Bad Bunny”, El País, 10/02/2026</i>                                                                       |       |
| Document 2 .....                                                                                                         | p.3/4 |
| <i>“El show de Bad Bunny en el Super Bowl dispara los pedidos de clases de español”, Z.L.L, iProfesional, 10/02/2026</i> |       |
| Document 3 .....                                                                                                         | p.4   |
| <i>« Mi-temps du Super Bowl : la superstar Bad Bunny fait polémique », radiofrance.fr, 07/10/2025</i>                    |       |
| Document 4 .....                                                                                                         | p.5   |
| <i>Caricatura publicada el 10 de febrero de 2026</i>                                                                     |       |
| Document 5 .....                                                                                                         | p.5   |
| <i>“La camiseta de Bad Bunny diseñada por Zara en A Coruña se vende como oro”, El Español, 10/02/2026</i>                |       |

---

## I - COMPRÉHENSION : RÉSUMÉ ANALYTIQUE COMPARATIF

Répondez à la question posée en 350 mots (+/- ou - 10%) en identifiant et en comparant les informations pertinentes dans les documents du dossier, sans commentaire personnel ni paraphrase.

**Question 1:** *Según los documentos 1 y 2, ¿qué revela la actuación de Bad Bunny en el Super Bowl respecto a la lengua y la cultura en español?*

## II - EXPRESSION PERSONNELLE: ESSAI ARGUMENTÉ

Répondez à la question posée en 500 mots au minimum (+/- ou - 10%), en réagissant au contenu du dossier, sans paraphraser celui-ci, tout en développant son opinion personnelle. Vous devez aussi illustrer votre argumentation avec des exemples personnels.

**Question 2:** *¿En qué medida la presencia de Bad Bunny en el Super Bowl ilustra el surgimiento de un poder blando hispánico a escala mundial?*

## III - Traduire la totalité du texte en français sans oublier le titre :

**Traduction :  
sauter une ligne**

## América es Bad Bunny

*El País*, 10/02/2026

La memorable actuación de Bad Bunny en la Super Bowl no fue un gesto simbólico. Fue una intervención política en el centro mismo del relato estadounidense. Cantó en español en el escenario más visto de Estados Unidos y, al hacerlo, desplazó el centro de gravedad cultural de un país que lleva años debatiéndose, a veces con violencia, sobre quién pertenece a él y en qué lengua se expresa esa pertenencia. Millones de personas en EE UU viven, trabajan y sueñan en español. El show no se lo explicó; lo dio por hecho. Bad Bunny puso en escena una verdad que incomoda a Washington desde hace décadas: Estados Unidos no se entiende ya sin América Latina, aunque una parte de su clase dirigente se empeñe en negarlo.

La Super Bowl, el Super Bowl, como se conoce en algunos lugares de América porque es la traducción de "tazón", es, quizás, el último ritual verdaderamente compartido de la cultura estadounidense. Un espacio diseñado para la unanimidad, la épica nacional, la identidad sin fisuras. Por eso importa tanto lo que ocurrió el domingo. No fue un triunfo individual, ni siquiera solo generacional, sino la cristalización de una relación asimétrica. Durante décadas, Estados Unidos ha mirado a Puerto Rico y al Sur como frontera, como problema, como espacio a contener. La migración ha sido narrada en clave de amenaza, crisis o excepcionalidad. Bad Bunny hizo algo radicalmente distinto: la convirtió en normalidad. Ahí reside el verdadero contenido político del espectáculo. El español no apareció como lengua de resistencia, sino de presente. No como memoria, sino como realidad viva. En un momento de criminalización del extranjero y de nostalgia por una América homogénea que nunca existió, el mensaje fue brutalmente sencillo: esta es la América que está y sigue aquí.

La reacción de Donald Trump resultó previsible y, precisamente por eso, reveladora. Al calificar el espectáculo de "terrible" y "de los peores de la historia", no estaba haciendo una crítica estética. Estaba marcando una frontera. El trumpismo no discute la calidad de la actuación: discute su legitimidad. Lo que le molesta no es la música, sino el mensaje implícito de que EE UU ya no es, si es que alguna vez lo fue, monolingüe, monocultural, homogéneo.

El show del Conejo Malo mostró cómo lo latino es indispensable para el presente cultural de Estados Unidos, pero sigue siendo incómodo en su proyecto político. Se baila al ritmo del Sur, pero se legisla contra él. Se consume su cultura, pero se cuestiona su derecho a existir en igualdad. Bad Bunny no resolvió esa paradoja, pero la volvió imposible de ignorar. La actuación funcionó como un espejo brutal: mostró un país que una parte de su clase política se niega a reconocer. Un país atravesado y moldeado por lo latino, transformado por una generación que no pide integración, sino reconocimiento. Bad Bunny no reclamó espacio: lo ocupó.

El espectáculo fue épico no por el despliegue técnico ni por la audiencia, sino porque condensó en apenas 15 minutos una mutación histórica: el paso de la minoría que pide permiso a la mayoría que ya no necesita pedirlo. El español dejó de ser un gesto identitario para convertirse en un hecho cultural central, imposible de ignorar incluso en el corazón del espectáculo más estadounidense que existe.

La Super Bowl pasó. El ruido se apagará. Pero la imagen queda: el evento más estadounidense ya no puede fingir que habla una sola lengua ni que se dirige a un solo país. América, de Chile a Puerto Rico, no estuvo representada esa noche. Estuvo presente. Y esa diferencia lo cambia todo.

## **El show de Bad Bunny en el Super Bowl dispara los pedidos de clases de español**

Z.L.L, iProfesional, 10/02/2026

Bad Bunny se robó el espectáculo el domingo con una actuación en el medio tiempo del Super Bowl casi completamente en español. Muchos de quienes no entendieron lo que cantaba ahora buscan aprender. La pregunta es, ¿seguirán ahora aprendiendo el idioma?

La aplicación Duolingo que enseña decenas de idiomas gratis con técnicas de "gamificación", afirmó haber notado un 35% de aumento en la actividad de aprendizaje de español después del show de medio tiempo que impactó a todo el mundo esta semana. Duolingo compartió datos que mostraron una caída inicial en la actividad en la app, ya que la gente se conectó para ver el gran partido. Pero después de que Bad Bunny subiera al escenario, los estudiantes de español se conectaron masivamente. La app afirma que el aumento representó un aumento del 35% con respecto a los estudiantes de español habituales.

Otra aplicación para aprender idiomas, Preply, vio un alza del 178% en las consultas por español a 24 horas del "Benito Bowl". Hace más de una década que relevan el interés de aprender idiomas online, y sobre este suceso dijeron: "En todo Estados Unidos, millones de espectadores no solo observaban. Escuchaban atentamente. Para algunos, fue su primer encuentro real con el español a esta escala, y les planteó preguntas sobre el idioma, la cultura y el significado de lo que veían y oían." [...]

El día del Super Bowl, las búsquedas diarias de "aprender español" aumentaron un 89% por encima de los niveles habituales, alcanzando las 43.000 búsquedas. En los días siguientes, el interés aumentó aún más, un 178% (63.000 búsquedas diarias). [...] Y los datos sugieren que este impulso no es pasajero, ya que "aprender el español" va camino de alcanzar su nivel de interés global más alto en cinco años. Como explica Tavares: "El espectáculo puso a millones de personas en contacto con el español en una sola noche, creando un momento cultural a una escala inusualmente grande".

Sin embargo, en Preply insisten en que el show de medio tiempo no creó el fenómeno, solo lo amplificó: "Siete años después de Despacito, la curiosidad por el español en Estados Unidos se ha más que triplicado. Las búsquedas mensuales de "clase de español" han crecido de unas 30.000 en 2017 a más de 245.000 en la actualidad. Bad Bunny no creó este impulso. Lo amplió." [...]

Vale la pena recordar que el anuncio de que Bad Bunny sería el artista del medio tiempo del Super Bowl causó indignación en muchos estadounidenses que no estaban de acuerdo con que un artista que canta en otro idioma tomara este protagonismo en uno de los espectáculos más insignes de la cultura deportiva norteamericana. "Tienen 4 meses para aprender" (español), respondió el cantante de Puerto Rico en octubre al conducir en inglés el popular programa de humor, Saturday Night Live. [...] "El inglés no es mi lengua materna, pero tampoco es el primer idioma de Estados Unidos", dijo en otra instancia pública más reciente, reavivando el debate al señalar a los pueblos originarios del territorio estadounidense. Se estima que el español es el segundo idioma más hablado del país del Norte, con unas 43 millones de personas que lo manejan.

Tanto Duolingo como muchas otras marcas acompañaron la decisión del Super Bowl de responder con un show en español -acompañado de otro recital de apertura de Green Day y su tema "American Idiot", que por estos días es abiertamente anti MAGA- a la actual actividad de las fuerzas federales conocidas como ICE (por las siglas Immigration and Customs Enforcement), el Servicio de Control de Inmigración y Aduanas de Estados Unidos. Se las acusa de todo tipo de excesos y abuso de poder en su persecución a inmigrantes legales e ilegales en ese país.

Pero la NFL no tomó solo una decisión política al elegir a Bad Bunny como su show de medio tiempo 2026. Sucede que, mientras los detractores del reguetón denostan su performance, en 2025 "Benito" fue el artista más escuchado en Spotify por cuarta vez, superando a Taylor Swift y The Weeknd. Su último lanzamiento, "Debi Tirar Más Fotos", fue el quinto álbum más popular del año en EE. UU., según la empresa de datos Luminate.

El show de Bad Bunny duró solo 13 minutos pero superó en importancia al partido de fútbol americano. Fue el show de medio tiempo más visto, con más de 140 millones de espectadores en vivo. En algunos países en los que la TV no compró los derechos para transmitir el juego, si se emitió el show del puertorriqueño en tiempo real. Una prueba cabal de que su mensaje fue más allá de la música.

### **Document 3**

#### **Mi-temps du Super Bowl : la superstar Bad Bunny fait polémique**

La polémique enfle aux États-Unis : la star du reggaeton Bad Bunny, connu pour être l'un des artistes les plus écoutés au monde, est vivement critiqué par les partisans de Donald Trump depuis qu'a été annoncé sa participation au spectacle de la mi-temps du prochain Super Bowl. Ces derniers lui reprochent son soutien à la cause LGBT, son refus de se produire aux États-Unis ces dernières années, [...] et le fait qu'il chante toutes ses chansons en espagnol. Autant de critiques à son égard qui montrent la portée politique de Bad Bunny, alors que ce genre d'engagements est devenu rare chez les artistes de notoriété internationale comme l'explique Joseph Ghosn : *« Il fait des choix à partir de son lieu d'origine, à partir de son identité première et il fait tout pour aider Porto rico : il a des associations, il défend les droits des Portoricains. Il y a vraiment cette idée de rendre à l'endroit d'où il provient quelque chose. [...] Face à l'administration Trump, il a dit que sa tournée mondiale ne se jouera pas aux États-Unis pour éviter que son public portoricain ne se fasse arrêter par la police des frontières. Donc il y a une vraie position politique, un choix de lutte qu'on n'a plus beaucoup l'habitude de voir à ce niveau-là de succès. »*

www.radiofrance.fr, 07/10/2025

## Document 4



Caricatura publicada el 10 de febrero de 2026

## Document 5



De 500 a 26.000 euros: la camiseta de Bad Bunny diseñada por Zara en A Coruña que se revende como oro Quincemil

“La camiseta de Bad Bunny diseñada por Zara en A Coruña se vende como oro”, *El Español*, 10/02/2026