Poder blando y megaeventos deportivos: hacia una propuesta de precisión conceptual y analítica

Poder brando e megaeventos esportivos: uma proposta de refinamento conceitual e analítico

Soft power and sports mega-events: towards a Proposal for Conceptual and Analytical Clarity

Bruno Rivas Frías[1]
Ignacio Javier Cardone [2]
DOI: 10.5752/P.2317-773X.2025v13.n2.p54-76

Enviado em: 19 de outubro de 2024
Aceito em: 17 de outubro de 2025

RESUMEN

El presente artículo aborda la conceptualización del poder blando en el ámbito de los megaeventos deportivos. Frente a la falta de claridad conceptual observada en la literatura sobre poder blando y deporte, se propone una definición más precisa que permitan su estudio de modo más adecuado. El análisis se basa en una revisión crítica de las contribuciones de Joseph Nye y otros autores, identificando tres componentes esenciales del poder blando: estatus, influencia y estrategia. Estos componentes se aplican a la organización de megaeventos deportivos, revelando que la ausencia del componente estratégico en muchos estudios previos ha llevado a confusiones con otras formas de acciones simbólicas, como la promoción turística o la construcción de marca-país. El artículo concluye destacando la necesidad de incluir el componente estratégico para diferenciar adecuadamente el poder blando de otras acciones no coercitivas en el contexto de los megaeventos deportivos. A través de este refinamiento conceptual, se busca proporcionar una base más sólida para futuras investigaciones sobre el uso político de los megaeventos deportivos y desarrollar una agenda de investigación más exhaustiva, que permita una comprensión más matizada de las dinámicas involucradas en su proyección y en la construcción de poder en el ámbito internacional.

Palabras clave: Poder blando, megaeventos deportivos, teoría liberal, estrategia política, estatus internacional, influencia.

1. Doctor en Ciencia Política y Gobierno por la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) Docente Ordinario Auxiliar del Departamento de Comunicaciones de la PUCP, bruno.rivas@pucp.edu.pe. https://orcid.org/0000-0003-4629-852X. Este artículo se deriva de la investigación doctoral realizada en el Programa de Posgrado en Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la PUCP.
2. Doctor en Relaciones Internacionales por la Universidad de San Pablo y el King's College London. Profesor Tiempo Completo del Departamento de Ciencias Sociales de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), ignaciocardone@gmail.com / icardone@pucp.edu.pe. https://orcid.org/0000-0001-5743-9469

RESUMO

O presente artigo analisa a conceptualização do poder brando no contexto dos megaeventos esportivos. Diante da ambiguidade conceitual encontrada na literatura sobre poder brando e esporte, o artigo propõe uma definição mais clara que facilite um estudo mais eficaz. A análise se baseia em uma revisão crítica das contribuições de Joseph Nye e de outros estudiosos, identificando três componentes-chave do poder brando: status, influência e estratégia. Esses componentes são aplicados à organização de megaeventos esportivos, ressaltando como a ausência do componente estratégico em muitos estudos anteriores pode ter levado a confusões com outras ações simbólicas, como a promoção turística e a construção de marca-país. O artigo conclui enfatizando a importância de incluir o componente estratégico para distinguir adequadamente o poder brando de outras ações não coercitivas no âmbito dos megaeventos esportivos. Através desse refinamento conceitual, busca-se estabelecer uma base mais sólida para pesquisas futuras sobre o uso político dos megaeventos esportivos e desenvolver uma agenda de pesquisa mais abrangente, que permita uma compreensão mais aprofundada das dinâmicas envolvidas em sua projeção e na construção de poder no cenário internacional.

Palavras-chave: poder brando, megaeventos esportivos, estratégia política, status internacional, influência

ABSTRACT

This article explores the conceptualization of soft power within the context of sport mega-events. Given the conceptual ambiguity found in the literature surrounding soft power and sports, the article proposes a clearer definition that facilitates a more effective study of soft power and sport mega-events. The analysis draws on a critical review of the contributions from Joseph Nye and other scholars, identifying three key components of soft power: status, influence, and strategy. These components are applied to the organization of mega-events, highlighting how the absence of a strategic component in many previous studies has led to confusion with other symbolic actions, such as tourism promotion and nation branding. The article concludes by emphasizing the importance of incorporating the strategic component to effectively distinguish soft power from other non-coercive actions in the realm of mega-events. Through this conceptual refinement, we aim to establish a solid foundation for future research on the political implications of mega-events and to develop a more comprehensive research agenda that enables a deeper understanding of the dynamics involved in their projection and the shaping of international power.

Keywords: soft power, sports mega-events, political strategy, international status, influence

1 INTRODUCCIÓN

A pesar de que, en el sentido común, no se suela vincular al deporte con la política, las conexiones entre estos dos ámbitos, en especial desde la masificación del deporte, son bien conocidas (Caspistegui, 2012; Dunning, 1992). El aspecto político del deporte ha sido analizado tanto en referencia a la promoción del nacionalismo y la cohesión interna, como en su dimensión de expresión externa, sea en términos del imperialismo, la globalización o, más comúnmente, la política exterior[3]. Al respecto de

3. En la literatura, se relaciona al deporte con aspectos como la raza, género y los vínculos coloniales de

esta última, se ha identificado usualmente al deporte como un medio de proyección de *soft power*, o poder blando, entendido como aquella expresión de poder que no utiliza la coerción como forma de condicionar las acciones de otros actores. Este poder blando a través del deporte puede expresarse por medio de dos formas distintas: un alto desempeño deportivo o la realización exitosa de eventos de gran impacto (Grix; Houlihan, 2014). El presente trabajo hace foco en esta segunda forma, los megaeventos deportivos, buscando un análisis conceptual que permita clarificar algunos aspectos analíticos del poder blando como estrategia, en particular en referencia a la distinción entre la dimensión de poder y otro tipo de objetivos. En definitiva, se trata de determinar si hay una dimensión de poder cuando se piensa en megaeventos deportivos, y diferenciar el poder blando de la mera promoción turística, visibilidad internacional, o construcción de marca país.

Desde la primera década del siglo XXI es posible encontrar trabajos dedicados al uso de eventos deportivos, como los Juegos Olímpicos y las Copas Mundiales de Fútbol, como herramientas de poder blando. Dentro de estos, destacan los estudios que han analizado al conjunto de los BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica), considerados como estados emergentes que, gracias al crecimiento económico y creciente influencia regional de inicios de siglo, habrían buscado presentarse como interlocutores válidos frente a las potencias occidentales. Dichos trabajos coinciden en concluir que la realización de megaeventos deportivos por parte de cada uno de estos países habría seguido estrategias de política exterior tendientes a la búsqueda de, por un lado, el reconocimiento de un nuevo estatus y, por otro, la solución a problemas de reputación, utilizando al deporte como medio de proyección de valores (García, 2007; Viera; Pereira; Pinto; Pires, 2011; Grix; Lee, 2013; Schausteck; Marchi; Pike, 2014; Grix; Houlihan, 2014; Pulleiro, 2016; Grix; Brannagan, 2016; Grix, Brannagan; Lee, 2019; Bettine, 2024).

También encontramos análisis que utilizan el concepto de poder blando a través de la proyección deportiva para explicar casos individuales, desde países pequeños hasta potencias regionales y globales. Por lo general, estos estudios relacionan la proyección deportiva de poder blando con la búsqueda de reconocimiento internacional. Entre los ejemplos, están Cuba, que busca ser vista como un actor cooperativo (Huish, Carter; Darnell, 2013); Kosovo, que intenta ser reconocido como Estado por otras naciones (Brentin; Tregoures, 2016); Hungría, con objetivos diplomáticos regionales (Garamvölgyi; Dóczy, 2021); Tailandia, que quiere obtener reconocimiento a través de un arte marcial admirado globalmente (Jones; Theerawong, 2021); Brasil, que intenta destacar como una potencia regional (Schausteck, Marchi; Pike, 2014); China, que trabaja para ser identificada con el fútbol, considerado el deporte más popular

dominación (Ver, sobre nacionalismo: Houlihan (1997), Alabarces, Branz & Zucal (2024), Chaeroni et al (2024); imperialismo: Mangan (1998), Besnier, Brownell & Carter (2018), Lee & Ok (2022); raza: Denham (2005), Carrington (2010), Hartmann (2012), Nauright & Wiggins (2017); género: Archetti (1995), Meier, Konger & Krieger (2017), Flores et al (2020), Molnár & Bullingham (2022)). Mientras todas estas constituyen fenómenos relevantes de la relación entre política y deporte, nuestro foco analítico se centra específicamente en el rol del deporte en la política externa.

del mundo (Leite Júnior; Rodriguez, 2017; Connell, 2018); y Suecia, que gracias a sus deportistas descendientes de inmigrantes se presenta internacionalmente como una sociedad integradora (Shaltaev, 2019).

Por otro lado, desde la literatura también se ha mostrado como la realización de megaeventos deportivos puede llegar a producir efectos negativos, como en el caso de la organización de la Copa Mundial de Fútbol realizada en Qatar, donde acusaciones de violaciones a derechos humanos realizadas durante la etapa de organización del megaevento terminó afectando negativamente la reputación del país (Brannagan; Giulianotti, 2018).

Así, puede reconocerse el crecimiento de la literatura que analiza el efecto político de los megaeventos deportivos, vinculando el poder blando con la proyección de imagen o con la búsqueda de estatus por parte de un Estado, brindando una mirada plural y amplia sobre esta cuestión. Sin embargo, más allá de los importantes aportes a nivel casuístico y empírico, ninguno de estos estudios ha definido de manera clara al poder blando, a modo de distinguirlo de otras acciones vinculadas con el posicionamiento internacional. Por lo tanto, aunque estos trabajos han abonado a los estudios sobre la relación entre política y megaeventos deportivos, aún falta precisión en la conceptualización del poder blando.

En particular, falta una clara definición de qué es lo que distinguiría la realización de un megaevento como base de una estrategia de poder blando de otras formas de proyección internacional que no incluyen necesariamente una dimensión de "poder"[4], tales como la búsqueda de publicidad, la promoción turística, o la construcción de una "marca país"[5]. Sin tal posibilidad de distinción conceptual en términos del poder blando como forma de poder, el concepto pierde tanto la posibilidad clara de distinción a nivel empírico (Lekakis, 2019), como la utilidad heurística que podría tener como forma diferenciada de ejercicio del poder.

Por otro lado, en la literatura no existen diferenciaciones analíticas para casos de naturalezas muy distintas. A excepción de algunas consideraciones sobre el "tamaño" del país, no se han establecido categorías basadas en dimensiones analíticas que permitan identificar o clasificar diferentes tipos de estrategias de poder blando. Cuestiones como la posición al respecto del orden hegemónico y el carácter ascendente, estable o descendente dentro del orden internacional[6], deberían sumarse a la consideración sobre el tamaño del país, para ser consideradas en la construcción de una categorización de estrategias de poder blando que permita un refinamiento conceptual.

Buscando contribuir con una propuesta que pueda llenar este vacío y servir de guía para futuras investigaciones del área, el presente trabajo proporciona un análisis crítico del concepto de poder blando aplicado a los megaeventos deportivos por medio de una relectura de las elaboraciones de Nye y otros autores. Esto requiere desglosar el concepto para identificar sus diferentes componentes y dimensiones, enfatizando el aspecto

4. Un aspecto incluso poco elaborado por el propio Nye.

5. Estos objetivos pueden ser parte de una estrategia de poder blando, pero no deberían confundirse con este.

6. Consideraciones al respecto aparecen en Grix; Brannagan; Lee (2019), pero no como parte de un modelo analítico.

de poder y separándose, incluso, de las definiciones originales propuestas por Joseph Nye[7].

Para ello, el artículo presenta cuatro secciones, incluída la presente introducción: la segunda sección discute la cuestión del poder y el poder blando, postulando una redefinición del concepto con sus dimensiones constitutivas a nivel empírico—estatus, influencia y estrategia—, junto con una propuesta de clasificación tipológica; la tercera sección discute la idea del poder blando en el caso específico de los megaeventos deportivos, avanzando en la determinación de aspectos que puedan orientar un estudio más concreto en la base a algunas definiciones operacionales; y la cuarta sección presenta una reflexión final al respecto del concepto de poder blando y su utilidad para el estudio de las finalidades políticas de los megaeventos deportivos.

2 REDEFINIENDO AL PODER BLANDO COMO FORMA DE PODER

En términos de su definición abstracta, siguiendo a Max Weber, podemos definir al poder como la probabilidad de imponer la propia voluntad sobre otro, incluso frente a cualquier tipo de resistencia (Weber, 1996, p.43). Así entendido, el poder se define por medio de un elemento relacional que determina la potencialidad de imposición de un actor sobre otro, sin importar el origen o fundamento de tal relación[8]. En otras palabras, no existe poder como elemento objetivo, ni el poder precisa ser efectivamente ejercido para contar como tal (basta que sea una probabilidad).

La idea de imposición de la propia voluntad sobre otros incluye que el actor que ejerce el poder lo haga siguiendo algún tipo de racionalidad como fundamento de su acción —ya que la idea de voluntad requiere de una definición propia de objetivos y/o preferencias— y que esta acción sea orientada hacia un "otro" significativo —es decir que tenga la intencionalidad de imponer algún tipo de "reacción".

Adicionalmente, el concepto determina que debe existir algún tipo de asimetría que permita a un actor imponer su voluntad sobre otro, incluso frente a la resistencia del segundo. Pero tal definición nada dice sobre dónde reside tal asimetría, qué medios se utilizan para expresar esa probabilidad, o cómo es justificado el acto de imposición. De este modo, el poder puede incluir diversos medios y formas de expresión. Eso incluye la posibilidad de que una relación social establezca una forma de poder que se base en la admiración y el seguimiento.

En Relaciones Internacionales, debido al carácter anárquico del sistema internacional — es decir, carente de una autoridad central que pueda oficiar de garante de reglas y ejecutora de sanciones —, el poder

7. Si bien esto ha sido pensado para el caso de los megaeventos deportivos, tal redefinición puede tener alcances que va más allá del deporte.

8. Existen debates en torno a la naturaleza objetiva o relacional del poder. Robert Dahl (1957) y Max Weber (1996) destacan su carácter relacional y la dificultad de medirlo objetivamente, mientras Susan Strange (2004) introduce la noción de poder estructural, de carácter objetivo, que garantiza el ejercicio del poder (pp.24-29). Si bien el poder blando podría ser identificado parcialmente con este poder estructural—en particular, con el control sobre el conocimiento, las creencias y las ideas—esto vale apenas para sus aspectos distributivos. Incluso cuando un actor se vale de estructuras para ejercer el poder, la búsqueda de condicionamiento de las acciones de los otros indica, en última instancia, su carácter relacional.

ha sido visto, normalmente, desde sus expresiones más impositivas, vinculadas con el poderío militar y económico. Sin embargo, a lo largo del tiempo, también han surgido miradas que han intentado complejizar esa perspectiva y proporcionar una visión alternativa que destaque la posibilidad de formas más "benignas" de poder, como ha sido el concepto de *soft power,* o poder blando, desarrollado por el famoso teórico liberal Joseph Nye.

Este autor ha contribuido a ampliar la concepción del poder más allá de su dimensión material — sin negarla — al incorporar la dimensión simbólica como un ámbito de expresión y disputa de las relaciones entre Estados (Nye, 1990). Surgido en la década de 1990, el poder blando estuvo originalmente vinculado al intento de explicar cómo Estados Unidos podía mantener su posición hegemónica sin recurrir de manera permanente al uso de la fuerza. Nye se contraponía así a aquellos que predecían la decadencia norteamericana, previendo la permanencia de su liderazgo a través de las ideas. En este marco, contrapuso el poder militar y económico a lo que denominó un poder de atracción y admiración, capaz de condicionar las visiones, preferencias y, con ello, las acciones de otros actores (Nye, 2003). Según su conceptualización, mientras el poder duro se basa en recursos tangibles—fuerzas armadas, economía, población, etc.; el poder blando proviene de recursos intangibles, tales como la cultura, la ideología y los valores, entre otros.

En este sentido, el poder blando proviene de la admiración que tales recursos despiertan en otros, suscitando formas indirectas de obediencia. Es precisamente en esta especie de condicionamiento cognitivo, en el seguimiento que deviene de la admiración suscitada, que el poder blando encuentra su fuente, ya sea desde el imaginario impuesto a través del cine, la música, el deporte o la valoración externa sobre la cultura política de un determinado país. Así, el poder blando no solo atrae, también tiene la capacidad de configurar las preferencias de otros Estados. Es, por lo tanto, un poder que funciona a nivel ideológico[9].

Desde esta perspectiva, el concepto de poder blando se acerca a otras conceptualizaciones del poder que han destacado esta dimensión intangible, aunque enfocado en las estrategias de política exterior y las relaciones interestatales. Al igual que en el concepto de poder simbólico de Pierre Bourdieu (2012), el poder blando se manifiesta mediante la capacidad de un actor de imponer una visión del mundo, operando a través de mecanismos sutiles y frecuentemente invisibles. Asimismo, al igual que en Michel Foucault (1993; 2002), el poder blando actúa de manera productiva, generando comportamientos y discursos, en lugar de operar de forma negativa a través de la coerción. Sin embargo, a diferencia de ambos, el concepto de poder blando no se orienta a entender las relaciones sociales de dominación, sino las relaciones interestatales y las estrategias derivadas de ellas.

Por otro lado, al igual que en la noción de hegemonía de Antonio Gramsci (2023), el poder blando nos remite a la dimensión consensual y

9. Es importante aquí distinguir esta noción de ideología vinculada a las ideas, del sentido de ideología como reflejo de la lucha de clases de Gramsci (2023).

no coercitiva del poder, pero difiere fundamentalmente en sus dimensiones de análisis[10]. Mientras la hegemonía gramsciana mira hacia las estructuras de clase y cómo estas se expresan a nivel nacional por medio de una estructura política de dominación, el concepto de poder blando hace referencia a las relaciones interestatales en un marco sin existencia de una autoridad política que legitime las asimetrías de poder. En consecuencia, mientras que el concepto de hegemonía explica cómo el orden político y la dominación de clases son naturalizados y reproducidos por medio de la ideología, el concepto de poder blando se orienta a entender los mecanismos normativos y simbólicos a través de los cuales los estados buscan legitimar su lugar y condicionar las acciones de otros en un orden global descentralizado[11].

De este modo, el poder blando muestra su especificidad como una herramienta heurísticamente valiosa para analizar esas formas distintivas de ejercicio del poder internacional, en el cual referencias ideológicas, culturales y normativas pueden condicionar las acciones de otros por medio de la influencia, en lugar del control.

Esta perspectiva ofrecida por el poder blando ganó rápidamente numerosos adeptos, en especial como forma de entender la ascensión estadounidense como única potencia hegemónica mundial e, incluso, más allá de su ámbito de aplicación original, siendo utilizada por diversos autores para analizar la política exterior de otros países[12]. Sin embargo, el concepto no estuvo libre de críticas, las cuales se han concentrado en cuatro dimensiones principales (Bakalov, 2019): 1) La ambigüedad conceptual presente en la distinción entre poder blando y poder duro; 2) el alcance analítico limitado del concepto; 3) la naturaleza ambivalente de la atracción; y 4) el sesgo ideológico, liberal-democrático y occidental, implícito en la noción.

En lo referido al primer punto, la elaboración de Nye ha sido criticada por su ambigüedad y falta de definición, lo que hace posible, por un lado, identificar al poder blando con prácticamente cualquier tipo de recurso (Gelb, 2009; Layne, 2010), y, por otro, una distinción demasiado estricta entre poder duro y poder blando que ignora las fuertes interrelaciones entre ambos (Bohas, 2006, p. 410-411).

En cuanto al segundo punto, aunque el propio Nye reconoció la influencia de Gramsci en su formulación, su noción de poder blando ha sido criticada por no incorporar adecuadamente el concepto de hegemonía del autor italiano. En este sentido, se ha señalado que Nye presenta al poder blando como una fuerza capaz de generar consentimiento por sí misma, sin reflejar la complementariedad estructural entre poder duro y poder

10. Bohas (2006), Zahran y Ramos (2010) y Lock (2010) proponen observar el poder blando desde la hegemonía gramsciana y la lectura del poder de Foucault (1993; 2002). El poder blando incluiría así la elaboración de estrategias que permitan a un estado establecer su hegemonía entre los antagonismos existentes en la comunidad internacional. Sin embargo, dicha visión mantiene la especificidad del poder blando como forma de expresión internacional del poder, contrastando con la visión de clases de Gramsci (2023) y los mecanismos sociales de producción y circulación del poder de Foucault (1993; 2002).

11. Esto no significa negar la relevancia de las estructuras de clase y otras que operan a nivel internacional, sino simplemente que el foco analítico del concepto se orienta en otro sentido.

12. Incluyendo países emergentes: Bakalov, 2019; Hill, 2010; Layne, 2010; Smith, 2010; Suzuki, 2010; Al Horr; Evren; Gagoshidze, 2019.

blando, ni considerar la existencia de disputas en el ámbito simbólico de las ideas, (Zahran; Ramos, 2010). Asimismo, se le ha cuestionado por no atender a las formas relacionales y estructurales del poder (Lock, 2010).

En términos de la atracción, se ha señalado que esta aparece, en la obra de Nye, tanto como recurso como acción. En consecuencia, el autor ha sido criticado por confundir los recursos de poder — entendidos en términos de su tangibilidad — con las formas de ejercicio del mismo — es decir, a través de la persuasión o coerción (Baldwin, 2002, p. 252). Esta confusión conduce a una distinción artificial basada en la materialidad del recurso, antes que en la dinámica relacional del poder.

Por último, en relación al sesgo ideológico, Nye ha sido criticado por naturalizar y universalizar los valores e ideales liberales propios de la tradición política estadounidense, sin reconocer la existencia de un campo de contestación y la posibilidad de alternativas ideológicas que puedan suscitar esa misma atracción (Lock, 2010; Zahran; Ramos, 2010).

Tales cuestionamientos promovieron subsecuentes desarrollos de parte de Nye, quien, respondiendo a las críticas sobre su falta de reconocimiento de la interrelación entre poder duro y poder blando, reformuló su propuesta concibiendo el poder como un continuo, que va desde el poder de mando —como forma de poder coercitivo— hasta la cooperación —como poder persuasivo (Nye, 2010; 2016; 2021). Con posterioridad, avanzó en la formulación del concepto de poder inteligente (*smart power*), entendido como la combinación estratégica de recursos y políticas de poder duro y blando (Nye, 2009; 2011; 2021).

Asimismo, frente a la crítica referida a la confusión entre recursos y formas, Nye complementó su distinción previa entre recursos tangibles e intangibles, admitiendo que ciertos recursos materiales pueden generar poder blando. Ello implicó reconocer la necesidad de ir más allá de la materialidad del recurso para determinar su carácter como duro o blando[13].

Finalmente, aunque el autor aceptó que las ideas del liberalismo occidental estadounidense no son universales y que otros actores también pueden ejercer poder blando, Nye sostuvo que tal ideología continúa siendo altamente atractiva frente a las alternativas existentes (Nye, 2010; 2021), resultando en una posición altamente apologética de la ideología liberal y de la cultura occidental.

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos de Nye por responder a sus detractores, la mayoría de las objeciones se mantienen vigentes, tanto a nivel teórico como a nivel de los estudios empíricos que han intentado hacer uso de este concepto (Bakalov, 2019). Ahora bien, más allá de Nye y las importantes limitaciones que el concepto de poder blando ha presentado, es posible reconocer la utilidad analítica del concepto de poder blando como herramienta para interpretar una dimensión específica de las acciones internacionales orientadas a generar poder, entendido como la probabilidad de imponer la propia voluntad sobre otros sin recurrir al uso o amenaza del uso de la fuerza. No obstante, para aprovechar plenamente tal potencial analítico, resulta necesario realizar algunas precisiones

13. El carácter del poder no está en el recurso material sobre el que se sustenta, sino en la actitud que genera sobre quien ese recurso opera, es decir coerción o atracción (Nye, 2021).

conceptuales para delimitar mejor su contenido, alcance y condiciones de aplicación.

En primer lugar, parece necesario escapar de la idea de continuo esbozada por Nye y recurrir al concepto de tipos ideales de molde weberiano, en el sentido de conceptos con adecuación plena de sentido (Weber, 1996, p.16-17), para entender al poder blando. Bajo esa perspectiva, poder blando es una categoría analítica para interpretar una dimensión limitada de acciones que nunca se corresponden plenamente con el concepto, aunque puedan ser interpretadas por medio del mismo. En el caso del poder blando, eso permite ver acciones como teniendo características de poder blando combinadas con poder duro, sin que implique una contradicción[14]. De ese modo, se superan las cuestiones referidas a la relación entre poder duro y poder blando, sea en términos de la tangibilidad de los recursos como en la vinculación entre las formas blandas y duras de poder, ya que las acciones pueden tener dimensiones tanto "duras" como "blandas". Lo importante allí es la distinción de dicha dimensión más que la clasificación de una acción en un sentido u otro[15].

Ahora bien, también resulta necesario distinguir el poder como relación, de las acciones orientadas a obtenerlo. Como relación, el poder se manifiesta por medio de las acciones del actor sometido a la dinámica de poder, es decir, por medio del condicionamiento de sus acciones en función de las preferencias e intereses del actor que lo ejerce. Diferentemente, la búsqueda de poder se materializa en las acciones del actor que busca detentarlo mediante la acumulación de capacidades que le permitan someter a otro/s a sus designios. En otras palabras, mientras que la existencia de una relación de poder se puede observar en las acciones del actor que está sujeto al poder, la búsqueda de poder se observa en las acciones del actor que aspira a detentar el poder. Como nuestro enfoque está en la realización de megaeventos deportivos como posible estrategia de poder blando, es sobre esta segunda clase de fenómenos sobre la que nos enfocaremos en el presente trabajo[16], sin negar la existencia o utilidad de entender al poder desde sus efectos.

En segundo lugar, debemos redefinir el poder blando y desglosar dicha definición para entender las atribuciones que caracterizan su búsqueda: 1) como poder; y 2) como forma distintiva de poder. Como poder, debe definirse como una acción intencional, orientada a provocar una reacción por parte de otro actor en función de mis propios intereses, sobre la base de una relación asimétrica. Como forma distintiva de poder, debe ser blando, esto es, basada en medios no coercitivos. Así, nuestra definición de poder blando consta de tres componentes: i) intencionalidad sobre las acciones de otro; ii) basado en una relación asimétrica; iii) basado en medios no coercitivos.

14. No se trata de probar o refutar la existencia de poder blando, sino de ver, en casos particulares, si estos pueden ser explicados parcialmente por medio del concepto.
15. En ese sentido seguimos estrictamente el sentido metodológico que Weber le da a los conceptos típico-ideales.
16. Desde la investigación empírica, la búsqueda de poder presenta mayores posibilidades de comprobación que las relaciones efectivas de poder (véase, por ejemplo Dahl). Más aún todavía cuando nos referimos a un poder intangible, como el blando.

En cuanto al primer componente, la intencionalidad, la búsqueda de recursos de poder blando debe seguir una estrategia, es decir, el condicionamiento de las acciones de los demás actores en la base a dicho recurso/acción. De este modo, la determinación de la intencionalidad a nivel empírico se da por medio de la existencia de una planificación cuyo objetivo final es provocar acciones en otros actores, independientemente de la existencia de referencias formales al concepto de poder blando[17].

Por su parte, la existencia de una relación asimétrica debe evidenciarse por medio de una expresión que no haga referencia a recursos coercitivos —es decir, de poder duro— sino a elementos que expresen cierto reconocimiento "social"[18]. Ese componente de relación asimétrica puede identificarse con la idea de admiración al que hacía referencia Nye en su concepción original, y que nosotros consideraremos a nivel empírico como estatus, esto es, como forma de expresión de un reconocimiento de otros actores en la base de atributos positivos.

En cuanto al tercer elemento, la utilización de medios no coercitivos en la búsqueda de condicionar las acciones de otros actores, debemos considerar la necesidad de que las opiniones y preferencias del actor que busca poder blando adquieran una visibilidad y posicionalidad que permitan usufruir del estatus del que se goza —o pretende gozar— para influir en las decisiones de otros actores. Consecuentemente, se puede afirmar que el medio principal por el cual se debe expresar el poder blando a nivel empírico es a partir de la influencia.

Así, una acción orientada a la búsqueda de poder blando incluirá una estrategia que busque hacer uso de un estatus (ya sea existente o adquirido por medio de la acción) con el fin de ejercer influencia sobre las decisiones y acciones de otros actores, sin necesidad de imposición coercitiva. De este modo, llegamos a la distinción de tres dimensiones que nos permitirán definir más claramente en qué medida una acción representa o no la búsqueda de poder blando: i) estrategia, ii) estatus y iii) influencia.

Por último, entendido como tipo ideal, la búsqueda de poder blando no precisa estar limitada a la potencia hegemónica o grandes potencias, ni a una posición hegemónica o contrahegemónica[19], lo que permite distinguir algunas situaciones típicas que podrían proporcionar una categorización útil de tipos de acciones de poder blando en función de tres variables: i) la situación en función del campo hegemónico; ii) las capacidades del actor en cuestión y iii) la tendencia de ascenso, estancamiento o descenso en términos de dichas capacidades y el posicionamiento del actor en el sistema internacional[20]. De

17. Una estrategia puede mencionar al poder blando sin que se adecúe al concepto o, al contrario, que no lo mencione pero constituya una estrategia en tal sentido. Así, teóricamente, no basta ni es necesaria la enunciación discursiva del concepto de poder blando como comprobación de su existencia.

18. Si bien esto acerca el concepto a la idea de poder simbólico bourdiano, una diferencia fundamental es que no explica aquí las relaciones de poder al interior de una sociedad, sino los efectos de dicho poder social sobre las relaciones internacionales.

19. No nos referimos aquí al concepto gramsciano de hegemonía (2023), sino a cómo es entendido desde la disciplina de RI. Si bien Nye pensó el concepto para la potencia hegemónica, no existe ninguna cuestión de principio que haga pensar que el poder blando no puede ser un útil para pensar políticas de proyección de poder por parte de países con capacidades materiales más limitadas.

20. Estas cuestiones aparecen incidentalmente a lo largo del análisis de Grix, Brannagan & Lee (2019) pero no han sido sistematizadas.

ese modo, se puede evitar así el sesgo ideológico y la universalización de la ideología liberal realizada por Nye, entendiendo las acciones de búsqueda de poder blando como acciones orientadas a tener cierto liderazgo simbólico, y no exclusivo de una ideología particular.

En el caso del primer elemento, una acción de poder blando por parte de un país del campo hegemónico irá orientada a reforzar los valores, creencias e ideas predominantes del campo hegemónico, siendo típicamente conservadora — no a nivel del espectro izquierda-derecha sino de lo que resulta dominante; mientras que una acción del campo contrahegemónico o cualquier campo alternativo buscará mostrar la validez de otros valores, creencias e ideas, con tendencias a cierto reformismo.

En el caso del segundo elemento, las acciones orientadas a obtener poder blando van a cambiar en función de las capacidades con las que se cuentan, pudiendo ser más orientadas a demostrar grandeza en los casos en que se cuenta con una gran cantidad de recursos; en contraste con aquellas orientadas a demostrar el valor intrínseco de una determinada característica, valores, ideas o creencias.

Por último, en cuanto a la tendencia en términos del posicionamiento internacional, aquellas potencias en situación de emergencia tenderán a acciones que busquen reconocer una nueva situación, con cierto reformismo en términos del orden internacional; mientras que los actores en situación de estancamiento tenderán a un cierto conservadurismo y los actores en decadencia a una posición que puede ir desde el conservadurismo a un pensamiento reaccionario.

Llegamos así a la distinción en la base de tres variables típicas que permiten pensar en posibles categorías como forma de entender qué sería esperable en términos de poder blando según cada situación particular. Así, la presente concepción del poder blando permite distinguir diferentes estrategias y posibilidades, entendiendo la naturaleza diferenciada de cada una de ellas en función de la pluralidad de situaciones en las cuales puede expresarse y sobre las cuales pueden entenderse las tres dimensiones identificadas de estrategia, estatus e influencia. Son estas tres dimensiones de la búsqueda del poder blando las que desarrollaremos a continuación, a fin de establecer una definición conceptual que permita acercarse de modo más preciso a la determinación de la existencia de estrategias de poder blando en la realización de megaeventos deportivos.

3 EL PODER BLANDO Y LOS MEGAEVENTOS DEPORTIVOS: ESTRATEGIA, ESTATUS E INFLUENCIA

Siguiendo el concepto de poder blando, observamos que el deporte puede ocupar una función esencial en la percepción externa de un país. El deporte no solo expresa excelencia competitiva, sino también valores culturales, capacidad técnica y de trabajo en equipo, disciplina individual, entre otros. Adicionalmente, por su carácter internacional, alcance y formas organizativas, los megaeventos deportivos pueden oficiar de plateas para la expresión de capacidad de gestión, disponibilidad de infraestructura, receptividad, tecnología, cultura, gastronomía y muchas otras. En este sentido, los megaeventos involucran no solo las competencias deportivas,

sino también todo el rango de actividades colaterales en la forma de espectáculos, ceremonias, obras de infraestructura, etc.

Sin embargo, el análisis del poder blando en relación con los megaeventos deportivos se ha desarrollado, en muchos casos, sin una formulación clara y explícita de qué convierte a tales acciones en estrategias de poder. Si bien Nye identificó las fuentes del poder blando, no proporcionó una delimitación conceptual que permitiera operacionalizar empíricamente el concepto. Aunque diversos estudios han destacado el papel simbólico del deporte –y especialmente de los megaeventos deportivos– como instrumentos de proyección del poder blando (Al Horr; Evren; Gagoshidze, 2019; Grix; Brannagan, 2016; Brannagan; Giulianotti, 2018; Grix; Brannagan; Lee, 2019), rara vez han ofrecido una formulación teórica consistente que permita distinguir la proyección de poder blando de otras formas más limitadas de promoción simbólica[21].

En general, estos trabajos han reconocido las deficientes delimitaciones del concepto, el cual es entendido – siguiendo al propio Nye[22] – como la posibilidad de modificar las acciones de otros por medio de la atracción, resaltando la vinculación del poder blando con los factores de reputación, y distinguiéndolo de la mera proyección de imagen (Grix; Brannagan, 2016, p. 256; Brannagan; Giulianotti, 2018, p.1141; Grix; Brannagan; Lee, 2019, p.29). Sin embargo, tal distinción se ha limitado al aspecto más superficial y temporal de la proyección de imagen, frente al más duradero y "genuino" del poder blando, sin profundizar en la cuestión del condicionamiento de actitudes y la intencionalidad.

Probablemente el intento más desarrollado de proporcionar una lectura operacional del concepto ha sido el desarrollo por Grix y Brannagan, (2016), luego reproducido en Grix, Brannagan y Lee (2019), donde se presentan indicadores dirigidos a reconocer las estrategias de poder blando a través de megaeventos deportivos. Tal propuesta ha avanzado lo que los autores denominan un tipo ideal de poder blando, pero que en la práctica se trata de un compendio de acciones vinculadas con estrategias de proyección e impacto, lo que de algún modo limita el concepto de poder blando a cierto tipo de estrategias específicas en lugar de a su sentido intencional. Si bien tal propuesta resulta un avance significativo para orientar la interpretación del concepto en bases más concretas, en su utilización termina siendo operada como una forma de observar la presencia o ausencia de acciones específicas y de efectos determinados[23], en lugar de focalizar en la intencionalidad del actor que busca poder blando.

A fin de resolver tal limitación y siguiendo lo elaborado en el apartado anterior, consideramos necesaria la determinación conceptual de lo que define una acción de búsqueda de poder, como conteniendo

21. También pueden mencionarse intentos de medición empírica del poder blando desde su dimensión distributiva, como los informes de Brand Finance Global Soft Power Index (2020-2023) y The Soft Power 30 de Portland Communications (2015-2019), centrados en estimar el poder blando de los Estados.

22. También destacan la compatibilidad del poder blando con el poder duro. Algunos llegan a rescatar las elaboraciones más recientes del autor, como el smart power, el subtle power y el nested power (Al Horr; Evren; Gagoshidze, 2019), pero sin que ello permita una conceptualización más clara del concepto.

23. En ese sentido, no se trata sobre la presencia o no de promoción turística o de si esta ha tenido éxito, sino de si la misma fue realizada persiguiendo una finalidad ulterior de influencia en el escenario internacional.

una dimensión de poder blando: una estrategia basada en el uso de un determinado estatus internacional a fin de obtener influencia sobre otros actores. Pero estas dimensiones deben ser definidas y delimitadas conceptualmente.

A nivel de estrategia, deben existir al menos dos elementos esenciales: la presencia de objetivos, y la planificación para alcanzarlos. La presencia de objetivos determina la intencionalidad de la acción como forma de poder, orientada a lograr determinadas acciones por parte de otros actores, mientras que la planificación para alcanzarlos lo convierte en una estrategia de poder blando a partir de la búsqueda de tales objetivos por medios no coercitivos. Es esta dimensión estratégica la que separa claramente a las acciones de poder blando de otras acciones simbólicas que no obedecen a una dinámica de poder, al menos desde su formulación ideal[24].

Llevándolo al campo de los megaeventos deportivos, la definición conceptual de una estrategia de poder blando debe estar reflejada en los objetivos y la planificación de tales eventos, en el sentido de articular una intencionalidad de generar y/o usufruir de uno o varios recursos desde sus aspectos simbólicos, entendidos como estatus, a fin de generar un determinado tipo de actitudes o acciones por parte de los otros actores, entendido como influencia. Consecuentemente, más allá de cualquier referencia formal o no a la cuestión de poder blando, una estrategia de poder blando incluirá un elemento de efecto internacional donde se busca destacar alguna característica propia a fin de producir un efecto en las acciones de otros actores.

En cuanto al estatus, lo definimos aquí como la posición relativa de un Estado en una escala social internacional determinada, expresando la relación de asimetría de la que puede valerse un actor que busca poder a fin de fundamentar su influencia. Conceptualmente se ha distinguido al estatus[25] de la reputación y el prestigio[26], en especial en función de su carácter relativamente descriptivo o normativo[27]. Mientras que el estatus tiene que ver con la situación relativa de un estado dentro de una escala objetiva, aunque percibida, la reputación se relaciona con la valoración que existe sobre ese estado en función de características que son consideradas como valiosas desde un punto de vista normativo[28]. Sin embargo, para los fines del presente trabajo consideraremos todos estos conceptos como forman-

24. Nuevamente, nos referimos aquí a la posibilidad de que una misma acción concreta tenga elementos coercitivos y elementos no coercitivos, es decir, elementos de poder duro y elementos de poder blando, respectivamente, lo que no solamente es común, como muchas veces complementario.

25. Las definiciones sobre estatus articulan un carácter neutral como "…clasificación de un estado determinado en función de sus atributos" y uno más normativo como membresía y posición relativa en un "club" determinado (Larson; Paul; Wholforth, 2014, p. 7) o jerarquía social (Neumann; De Carvalho, 2015, p. 4).

26. La reputación hace refencia a la presencia o ausencia de un atributo valorado normativamente, sea de modo positivo o negativo; mientras que el prestigio refiere únicamente a una reputación positiva. Para los fines del presente trabajo, la distinción entre ambos conceptos es inocua.

27. La reputación y el prestigio se definen, al igual que el estatus, en términos relacionales y dependen de la percepción "social". Sin embargo, estos conceptos deben ser distinguidos en función de su dimensión descriptiva (estatus) o normativa (reputación) (Larson; Paul; Wholforth, 2014, p. 16).

28. En otras palabras, el estatus de potencia económica o potencia militar, no dan reputación a una determinada nación, cómo sí lo da el hecho de ser una nación respetuosa de determinados valores. Como un ejemplo, China es indiscutiblemente una nación con estatus de potencia mundial en términos económicos y militares, entre otros; pero cuyo prestigio es cuestionado en cuestiones tales como el respeto a los derechos humanos. Por otro lado, un país podría tener un estatus de potencia militar y una reputación de ser un país pacífico.

do parte de la misma dimensión, enmarcada en el concepto de estatus.

Este carácter social, relacional y maleable del estatus (Larson; Paul; Wholforth, 2014, p. 4) hace que este no dependa únicamente de la posesión de ciertas características, sino también de la percepción de otros actores sobre las mismas[29]. Así, toda acción que busque generar o utilizar el estatus como recurso de poder irá orientada al reconocimiento por parte de los otros actores de la disponibilidad de ciertos recursos o atributos, independientemente de que sea vista positivamente o no[30].

Así, nuestra definición de estatus recoge e incorpora un atributo social, dado por el reconocimiento internacional de características/atributos; un atributo percibido como objetivo, el estatus; y un atributo normativo, la reputación y prestigio, los cuales son recogidos en el Cuadro 1. Volviendo al campo de los megaeventos deportivos, la dimensión de estatus debe estar dirigida a obtener visibilidad internacional, ya sea de atributos objetivos o normativos. La organización y realización de megaeventos deportivos puede servir la función de dar visibilidad a distintos atributos que se poseen y que se consideran que pueden brindar una ventaja relativa, en caso de ser reconocidos. Así, tales atributos pueden ir desde cuestiones vinculadas con el desempeño deportivo (por ejemplo, a nivel objetivo un buen desempeño; a nivel normativo, una conducta adecuada) a cuestiones de disponibilidad de recursos (por ejemplo, a nivel objetivo, riqueza; a nivel normativo, modernidad), cuestiones culturales (por ejemplo, a nivel objetivo, bienes patrimoniales; a nivel normativo, una cultura rica y plural) y cuestiones sociales (por ejemplo, a nivel objetivo, capacidad organizativa; a nivel subjetivo, receptividad), entre otras. De este modo, acciones de poder blando desde los megaeventos deportivos deben contar en su estrategia la búsqueda de desarrollo, visibilidad y uso de estas características y recursos como forma de obtener un estatus que le permita tener influencia sobre otros actores.

Cuadro 1: La dimensión de estatus y sus atributos

Dimensión de Estatus: posición relativa en una escala social internacional determinada

Atributo Objetivo (percibido)	Atributo Normativo	Atributo Social
Posición relativa en una escala en función de la disponibilidad de recursos	Características con las que es identificado un estado en función de una escala normativa	Reconocimiento/Visibilidad internacional

Nota: Elaboración propia

Llegamos así a la definición de influencia, la cual, aunque relacionada con el poder, debe distinguirse de este. Entendida como una forma de determinar las percepciones de otros actores, la influencia puede ser considerada como un recurso, entre otros, a través del cual el poder puede ejercerse por medios no coactivos. Así, mientras que el poder puede ejercerse incluso a través del uso de la violencia, la influencia se ejerce

29. Esto vale también para el poder duro, al menos en su carácter disuasivo, ya que su efectividad como amenaza depende de su reconocimiento por parte de otros. Sin embargo, uno de los aspectos distintivos del poder duro frente al blando es que el primero puede expresarse materialmente (por ejemplo un ataque militar), mientras que el segundo sólo puede hacerlo simbólicamente, para lo que depende de su reconocimiento por otros.
30. Tal reconocimiento se vincula con la idea de familiaridad incluída en la conceptualización de Nye.

por medio de un cierto condicionamiento cognitivo del otro actor, que adopta las visiones y perspectivas del actor influyente. Asimismo, aunque comparte con el poder blando esta determinación cognitiva de otros actores, la influencia puede ejercerse sin necesidad de constituir un poder, en el sentido de que tal influencia puede no responder a los deseos o estrategias del actor influyente[31]. Por lo tanto, si bien la influencia es un componente esencial del poder blando —como mecanismo a través del cual el poder se hace efectivo en acciones—, este debe ir acompañado de una estrategia o intencionalidad que busque un efecto determinado a partir de tal influencia.

Al mismo tiempo, la influencia deviene necesariamente de una valoración respecto a un determinado atributo considerado como de nivel superior en el actor influyente, lo que hemos llamado de estatus, y que justifica su seguimiento. Así entendida, esta conceptualización nos vincula los tres elementos del poder blando que hemos destacado: la estrategia, el estatus y la influencia.

A nivel de los megaeventos deportivos, al igual que en lo referido al estatus, la influencia puede buscarse en diferentes ámbitos, desde lo simbólico hasta lo social, económico y político, y utilizando una variedad de canales. De este modo, la búsqueda de influencia debe utilizar la visibilización de un determinado estatus como forma de generar una determinada acción en otros actores en función de los propios intereses, sea la atracción de deportistas, inversiones, influencia en organismos internacionales (incluyendo los deportivos), entre otros.

En síntesis, consideramos que la búsqueda del poder blando desde los megaeventos deportivos debe expresarse a nivel empírico por medio de la existencia de los elementos que hemos destacado en el presente apartado, y que se recogen en el siguiente Cuadro 2.

Así entendido, la comprobación de una estrategia de poder blando detrás de la organización de un megaevento deportivo, requiere mirar fundamentalmente a los agentes que se encuentran detrás de la iniciativa, sus objetivos, y los medios articulados con tal finalidad. Tomando como ejemplo el análisis realizado por Grix, Brannagan y Lee (2019) para el caso brasileño, se puede observar que tal análisis no comprueba ni niega la existencia de una estrategia de poder blando, sino que la presupone, y se orienta a analizar los efectos que los megaeventos de la Copa Mundial de Fútbol FIFA 2014 y los Juegos Olímpicos de 2016 finalmente tuvieron. En contraste, un análisis como el propuesto aquí hubiera hecho hincapié en buscar al interior de ambos proyectos cómo estos fueron ideados, proyectados y gestionados; buscando, por ejemplo, identificar la presencia de objetivos de política exterior por medio de la implementación de acciones orientadas a generar estatus por medio de dichos megaeventos. Cuestiones vinculadas a los objetivos que estuvieron por detrás de la idea en su fase de conceptualización, cómo esta fue estructurada institucionalmente (por ejemplo, a través de la participación activa de organismos vinculados con el Ministerio de Relaciones Exteriores), qué objetivos

31. Nos referimos aquí a la posibilidad de que la influencia sea no planificada (inintencionada) o negativa (en sentido contrario al deseado).

fueron planteados organizativamente, y qué medios se plantearon para tales fines, podrían ayudar a clarificar hasta qué punto existió o no una intencionalidad donde objetivos claros de política exterior estaban vinculados con la promoción de una determinada imagen o estatus[32]. Un ejemplo extremo, hipotético, de ello sería la presencia de un objetivo (estrategia) vinculado a posicionar claramente al Brasil como nueva gran potencia (estatus) para obtener mayor influencia en foros multilaterales (influencia), tanto regionales como globales, por medio de la ostentación de infraestructura, recursos financieros y capacidad de gestión.

Cuadro 2: Dimensiones empíricas de la búsqueda de poder blando por medio de los megaeventos deportivos

Búsqueda del poder blando		
Dimensión del PB	Definición	Ejemplos en megaeventos deportivos
Estrategia	Existencia de una planificación para generar o hacer uso de un determinado estatus para generar influencia en un determinado sentido	Existencia de objetivos y medios definidos: demostrar grandeza y capacidad por medio de obras de infraestructura modernas para atraer inversiones y ser visto como un potencial socio internacional
Estatus	Incluye la obtención de una valoración superior (visibilidad/familiaridad) en base a la disponibilidad de características objetivas (estatus) y/o normativas (reputación/prestigio)	Posicionar al país como un país moderno y pujante, visibilizando su capacidad de organización, técnológica y de sus recursos humanos por medio de la disponibilidad de gran infraestructura
Influencia	Incluye la utilización del estatus como forma de orientar las acciones de actores externos en función de las propias preferencias e intereses	Asociación tecnológica de empresas nacionales con referentes internacionales en el campo de infraestructura, junto con un incremento de la IED

Nota: Elaboración propia

4 CONSIDERACIONES FINALES

A lo largo del presente trabajo hemos buscado resolver dos cuestiones vinculadas con el concepto de poder blando, una teórica y una empírica. A nivel teórico, hemos especificado mejor el concepto, a modo de brindar algunas precisiones que permitan superar las limitaciones encontradas hasta el momento con el uso del concepto de poder blando en Nye y sus seguidores, en especial en su utilización para el análisis de los megaeventos deportivos. A nivel empírico, hemos destacado los aspectos de poder desde sus expresiones como forma "blanda", buscando superar la identificación de este concepto con cuestiones que se limitan apenas a la visibilidad internacional.

En cuanto a lo primero, consideramos necesario destacar que el poder blando no es una forma excluyente de poder, sino apenas una dimensión que puede expresarse, parcialmente, en diverso tipo de acciones y por medio de diversos tipos de recursos, alejándose de cualquier tipo de

32. Si bien en el trabajo de Grix, Brannagan y Lee (2019) se explica que los megaeventos organizados fueron parte de un proceso ideado por el Gobierno brasileño para mostrar su nuevo estatus, posteriormente, como el trabajo se enfoca en los efectos, el elemento estratégico deja de tener relevancia en el análisis desde los tipos ideales.

determinismo en función de tangibilidad o materialidad de un recurso, o de la separación estricta entre poder duro y poder blando. Por otro lado, hemos definido la distinción entre la búsqueda de poder y su ejercicio, especificando la diferenciación analítica que existe en uno y otro caso, y el correspondiente cambio en términos del objeto de estudio, optando por el desarrollo de una propuesta específica para estudios orientados a la búsqueda de poder.

En cuanto a lo segundo, hemos buscado superar las limitaciones propias de los estudios empíricos que relacionan a los megaeventos deportivos con el poder blando, para poder especificar la dimensión de poder, superando así visiones que identifican al concepto de poder blando con acciones que se limitan apenas a la búsqueda de estatus, reputación y prestigio; es decir, acciones de visibilidad internacional. Para ello, la definición del poder blando como forma de poder por medios no coactivos nos ha llevado a identificar tres componentes: intencionalidad sobre las acciones de actores externos, utilizando una situación de asimetría, por medios no coercitivos, de los cuales hemos derivado tres dimensiones empíricas: la estrategia, el estatus y la influencia. Asimismo, hemos definido la posibilidad de categorizar los diferentes casos de proyección de poder blando por medio de tres variables: la posición respecto al campo hegemónico; la disponibilidad de recursos y la dinámica emergente, estanca o decadente del actor en el ámbito internacional.

Todo ello nos ha permitido avanzar en mayores precisiones conceptuales que, aplicadas a los megaeventos deportivos, nos permiten entender las políticas orientadas a su promoción, organización y realización desde posibles dimensiones de poder blando, con posibilidades de comprobación empírica más concretas que las implementadas hasta el momento. Así, la realización de megaeventos deportivos debe articular las tres dimensiones identificadas, para poder decir que está orientada a la obtención de poder blando.

En concreto, pensando en los megaeventos, para que se pueda hablar de una búsqueda de poder blando, su planificación, organización y ejecución deben contar con elementos de una estrategia tendiente a utilizar capacidades diferenciadas como forma de obtener influencia en diversos campos. Sin la existencia de una definición de objetivos y medios que busquen obtener un determinado estatus que permita tener mayor influencia y orientar las acciones de otros actores en función de los propios intereses, no es posible afirmar que un megaevento ha sido parte de una estrategia de poder blando[33].

Al mismo tiempo, las capacidades diferenciadas que se buscan utilizar deben ser destacadas en términos de su visibilidad, a fin de que sean valoradas por actores externos y los atraigan hacia su ámbito de influencia, sin remitir a ningún tipo de sanción o posibilidad de sanción. Los megaeventos deportivos brindan muchas posibilidades en ese sentido, y diversos estudios sobre los mismos ya han revelado las formas en las

33. Esto es independiente de sus efectos. Diversas acciones pueden generar estatus e influencia sin intencionalidad, al tiempo que la intencionalidad no garantiza que se consiga obtener estatus e influencia a partir de las mismas.

cuales estos sirven tal utilidad, sea por medio del desempeño deportivo (sea exitoso o vinculado a valores); la promoción de una cultura o valores nacionales (tales como la receptividad, la música, artes gráficas, gastronomía, etc); la gestión exitosa de obras y la organización del evento; y la visibilización de recursos y patrimonio (sea preexistente o realizado con los fines del evento).

Por último, el objetivo no puede estar limitado apenas a la visibilidad, sino que debe extenderse a la búsqueda de provocar acciones específicas que se orienten en la base a intereses propios relativamente definidos por la estrategia. En el ámbito de los megaeventos, esto puede incluir, por ejemplo, la búsqueda de convertirse en referencia deportiva a nivel mundial, sea para atraer deportistas o para que deportistas nacionales sean convocados en el exterior; la promoción de determinados valores sociales y expresiones culturales como forma de ganar presencia y reconocimiento internacional; la obtención de lugares vinculados con la toma de decisiones en el campo del deporte internacional, tales como comités deportivos internacionales; o la atracción de inversiones, la generación de asociaciones estratégicas con empresas y capitales exteriores, o la expansión de mercados internacionales para productos y servicios nacionales.

Tales dimensiones se expresarán de forma distintiva, según las variables que hemos definido como relevantes para categorizar las diferentes acciones de búsqueda de poder blando. Una nación del campo contrahegemónico implementará una estrategia que probablemente se oriente a promover valores y expresiones culturales diferentes de las dominantes destacando sus virtudes intrínsecas y efectos beneficiosos, como puede ser resaltar cómo la forma de organización política ha permitido un cierto crecimiento y desarrollo, buscando aumentar su campo de influencia internacional y legitimando su posición; mientras que una nación del campo hegemónico reforzará los valores dominantes, caracterizando su predominancia como un efecto natural de su superioridad, por medio de símbolos culturales masivos y el refuerzo de la situación actual. En los megaeventos esto puede manifestarse desde diversas expresiones que van desde lo deportivo hasta las obras de infraestructura y los eventos culturales. Pero para que sean expresión de poder blando deben estar claramente articuladas por una estrategia.

Por otro lado, un país con escasos recursos buscará reforzar los valores intrínsecos de aquellos recursos simbólicos que quiera destacar, mientras que un país con amplios recursos es probable que ostente los mismos como forma de obtener reconocimiento. Así, es probable que en el primer caso se busque destacar un cierto prestigio y/o tradición en la base del reconocimiento de una característica no vinculada con recursos materiales y/o económicos; mientras que en el segundo se haga gala de un cierto estatus material y económico. En el campo de los megaeventos, es probable que los primeros orienten sus acciones a destacar bienes patrimoniales, valores y tradiciones, lo que puede expresarse en lo deportivo, patrimonial y cultural; y que los segundos lo hagan en referencia a la disponibilidad de recursos, que también puede expresarse desde lo deportivo, desde la infraestructura (preexistente o construída para el megaevento) o los gastos vinculados con expresiones artísticas y culturales

vinculadas al evento. Nuevamente, más que las acciones en sí, lo importante para identificar una estrategia de poder blando es que tales acciones estén articuladas por medio de objetivos concretos de política exterior.

Por último, un país emergente probablemente buscará destacar su carácter ascendente dentro de una determinada jerarquía internacional, destacando aquel aspecto, sea crecimiento económico, desarrollo social, importancia política, o cualquier otro. Por otro lado, países en situación de estabilidad o bien resaltarán las virtudes que les han permitido llegar a su posición de preeminencia, en los casos de países de posición privilegiada, o bien evitarán considerar la cuestión, recurriendo a otros factores más vinculados con su valorización cultural. Por último, es esperable que países en decadencia busquen evitar la consideración de su trayectoria reciente y se enfoquen en destacar su tradición más antigua y su posicionamiento privilegiado en el pasado. Desde el campo de los megaeventos, un país emergente puede buscar destacar un desempeño deportivo creciente, el desarrollo tecnológico por medio de obras de infraestructura, etc.; mientras que una potencia buscará resaltar la infraestructura y recursos existentes, mantener su desempeño deportivo, etc.; y una potencia decadente resaltar su tradición, sus bienes patrimoniales y mantener un cierto estatus deportivo. Pero, nuevamente, todo ello debe estar orientado a ganar cierta influencia internacional para constituir poder blando.

En conclusión, a través del presente trabajo hemos buscado definir más claramente el concepto del poder blando como búsqueda de poder, a fin de tornar las investigaciones empíricas sobre los megaeventos deportivos más precisas, sin que ello signifique una división categórica entre poder duro y blando. Buscamos, de este modo, determinar qué aspectos de poder blando pueden identificarse en el desarrollo de un megaevento deportivo y clasificarlo en función de variables analíticas. De modo alguno esto niega los aportes que los estudios previos han realizado a nivel casuístico y teórico, pero busca proporcionar una base conceptual sobre la cual futuros desarrollos puedan establecer un campo más sistemático y preciso al respecto de la búsqueda de poder blando por medio de los megaeventos deportivos.

Pretendemos que la presente propuesta sirva de marco para el desarrollo de estudios de casos específicos, aportando a su vez una base comparativa para estudios transversales sobre diferentes casos. Ello permitirá avanzar en el desarrollo de una categorización empírica con base en las características que los diferentes megaeventos adoptan en función de la presencia de una dimensión de poder blando en su gestación, planificación y ejecución. Considerando que deporte y política no son dos ámbitos separados, esperamos que la presente contribución permita una aproximación más compleja, matizada y precisa al fenómeno del poder blando y los megaeventos deportivos. En conclusión, aunque preliminar, este refinamiento conceptual no pretende proporcionar categorías absolutas, sino tipos ideales que ayuden a explorar y comprender las condiciones y dinámicas involucradas en el uso político de los megaeventos deportivos y a desarrollar una agenda de investigación más exhaustiva sobre los mismos.

REFERENCIAS

ALABARCES, P.; BRANZ, J.; ZUCAL, J. Why win a World Cup? Thirty-six years of football and nation(alisms) in Argentina. **Soccer & Society,** v. 25, n. 4–6, p. 437–451, G. (2024). DOI: 10.1080/14660970.2024.2332099

AL HORR, A.; EVREN, M.; GAGOSHIDZE, T. Rethinking soft power in the post-blockade times: the case of Qatar. **Digest of Middle East Studies**, v. 28, n. 2, p. 329-350, 2019. DOI: 10.1111/dome.12188.

ARCHETTI, E. P. Estilo y virtudes masculinas en El Gráfico: la creación del imaginario del fútbol argentino. **Desarrollo Económico**, v. 35, n. 139, p. 419–442, 1995. DOI: https://doi.org/10.2307/3467209

BAKALOV, I. Whither soft power: divisions, milestones, and prospects of a research programme in the making. **Journal of Political Power**, v. 12, n. 1, p. 129-151, 2019. DOI: 10.1080/2158379X.2019.1573613.

BALDWIN, D. Power and international relations. In: CARNAELS, W.; RISSE, T.; SIMMONS, B. (eds.). **Handbook of International Relations**. p. 235-256. Sage Publications, 2002.

BERNIER, N.; BROWNELL, S.; CARTER, T. **The Anthropology of Sport: Bodies, Borders, Biopolitics**. Oakland: University of California Press, 2018.

BETTINE, M. 3'S dos megaeventos esportivos – soft power, sportswashing, sports diplomacy: as Copas do Mundo dos BRICs e Qatar. **Motrivivência**, v. 36, n. 67, p. 1-19, 2024. DOI: 10.5007/2175-8042.2024.e94931.

BOHAS, A. The paradox of anti-Americanism: reflection on the shallow concept of soft power. **Global Society**, v. 20, n. 4, p. 395-414, 2006. DOI: 10.1080/13600820600929721.

BOURDIEU, P. **Capital simbólico y magia social.** México: Siglo XXI Editores, 2012.

BRAND FINANCE. **Global Soft Power Index 2020: the world's most comprehensive research study on perceptions of soft power**. 2020. Disponível em: https://brandirectory.com/softpower/. Acesso em: 15 set. 2024.

BRAND FINANCE. **Global Soft Power Index 2021: the world's most comprehensive research study on perceptions of nations brands**. 2021. Disponível em: https://brandirectory.com/softpower/. Acesso em 15 set. 2024.

BRAND FINANCE. **Global Soft Power Index 2022: the world's most comprehensive research study on perceptions of soft power**. 2022. Disponível em: https://brandirectory.com/softpower/. Acesso em 15 set. 2024.

BRAND FINANCE. **Global Soft Power Index 2023: the world's most comprehensive research study on perceptions of soft power**. 2023. Disponível em: https://brandirectory.com/softpower/. Acesso em 15 set. 2024.

BRANNAGAN, P.; GIULIANOTTI, R. The soft power-soft disempowerment nexus: the case of Qatar. **International Affairs**, v. 94, n. 5, p. II39-II57, 2018. DOI: 10.1093/ia/iiy125.

BRENTIN, D.; TREGOURES, L. Entering through the sport's door? Kosovo's sport diplomatic endeavours towards international recognition. **Diplomacy and Statecraft**, v. 27, n. 2, p. 360-378, 2016. DOI: 10.1080/09592296.2016.1169799.

BRUN, E. **Athlete activism from Black Power in 1tz8 to today's Black Lives Matter**. Francia: Institut de Relations Internationales et Stratégiques (IRIS), 2020.

CARRINGTON, B. **Race, sport and politics : The sporting black diaspora**. Londres : Sage Publications, 2010.

CASPISTEGUI, F. Deporte e identidad o sobre cómo definirnos. **Historia y Comunicación Social**, v. 17, p. 19-39, 2012. DOI: 10.5209/rev_HICS.2012.v17.40597.

CHAERONI, A.; MUSPARDI, M.; MOTTAKIN, M.; TALIB, K.; ORHAN, B.; LANI, M.; ASTUTI, Y.; KURNAZ, M. Sports as an instrument of nationalism and patriotism: Systematic literature review on the role of sports in shaping national identity in various countries. **Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación**, v. 61, p. 1038–1049, 2024. Disponível em: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9780208. Acesso em 19 set. 2024

CONNELL, J. Globalisation, soft power, and the rise of football in China. **Geographical Research**, v. 56, n. 1, p. 5-15, 2018. DOI: 10.1111/1745-5871.12249.

DAHL, R. A. The concept of power. **Behavioral Science**, v. 2, n. 3, p. 201-215, 1957.

DENHAM, B. E. Race, Culture, and the Revolt of the Black Athlete: The 1968 Olympic Protests and Their Aftermath (review). **Social Forces**, v. 83, n. 4, p. 1781–1783, 2005. DOI: https://doi-org.ezproxy.lib.usf.edu/10.1353/sof.2005.0062. Acesso em 19 set. 2024

DUNNING, E. La dinámica del deporte moderno: notas sobre la búsqueda de triunfos y la importancia social del deporte. In: ELÍAS, N.; DUNNING, E. (Eds.). **Deporte y ocio en el proceso de la civilización**. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 1992.

ELÍAS, N.; DUNNING, E. **Deporte y ocio en el proceso de la civilización**. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 1992.

FLORES, Z.; CHÁVEZ, B.; MIER, R.; OBREGÓN, K. Violencia de género en el deporte. **Retos**, v. 43, p. 808-817, 2022.

FOUCAULT, M. **Microfísica del poder.** Madrid: La Piqueta, 1993.

FOUCAULT, M. **Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión**. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina, 2002.

GARAMVÖLGYI, B.; DÓCZY, T. **Sports as a tool for public diplomacy in Hungary**. Physical Culture and Sport. Studies and Research, v. 90, p. 39-49, 2021. DOI: 10.2478/pcssr-2021-0012.

GARCÍA, K. Olimpiadas y Copa Mundial de Fútbol: ¿Competencias deportivas o instrumentos políticos? **CONfines**, n. 6, p. 83-94, 2007. Disponível em: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-35692007000200007. Acesso em: 1 out. 2021.

GELB, L. **Power rules. How Common Sense can rescue American Policy Foreign**. New York: Harper Collins, 2009.

GRAMSCI, A. **Cuadernos de la cárcel. Obra completa 1t2z-1t35.** Madrid: Akal, 2023.

GRIX, J. Sport Politics and the Olympics. **Political Studies Review**, v. 11, p. 15-25, 2013. DOI: 10.1111/1478-9302.12001.

GRIX, J.; BRANNAGAN, P. Of Mechanisms and Myths: Conceptualising States' Soft Power Strategies through Sports Mega Events. **Diplomacy & Statecraft**, v. 27, n. 2, p. 251-272, 2016. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1080/09592296.2016.1169791. Acesso em 19 set. 2024

GRIX, J.; BRANNAGAN, P.; LEE, D. **Entering the Global Arena. Emerging States, Soft Power Strategies and Sports Mega-Events**. Singapore: Palgrave Pivot Singapore, 2019. DOI: https://doi.org/10.1007/978-981-13-7952-9.

GRIX, J.; HOULIHAN, B. Sports Mega-Events as Part of a Nation's Soft Power Strategy: The Cases of Germany (2006) and UK (2012). **The British Journal of Politics and International Relations**, v. 16, n. 4, p. 572-596, 2014. DOI: https://doi.org/10.1111/1467-856X.12017.

GRIX, J.; LEE, D. Soft Power, Sports Mega-Events and Emerging States: The Lure of the Politics of Attraction. **Global Society**, v. 27, n. 4, p. 521-536, 2013. DOI: http://dx.doi.org/10.1080/13600826.2013.827632.

HARTMANN, D. (2012). Beyond the sporting boundary: the racial significance of sport through midnight basketball. **Ethnic & Racial Studies**, v. *35*, n. 6, p. 1007-1022, 2012. DOI: https://doi.org/10.1080/01419870.2012.661869

HILL, C. Cheques and balances: the European Union's soft power strategy. In: PARMAR, I.; COX, M. (Eds.). **Soft Power and US Foreign Policy. Theoretical, historical and contemporary perspectives**. New York: Routledge, 2010. p. 182-198.

HOULIHAN, B. Sport, National Identity and Public Policy. **Nations and Nationalism**, v. 3, p. 113-137, 1997. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1354-5078.1997.00113.x

HUISH, R.; CARTER, T.; DARNELL, S. The (Soft) Power of Sport: The Comprehensive and Contradictory Strategies of Cuba's Sport-Based Internationalism. **International Journal of Cuban Studies**, v. 5, n. 1, p. 26-40, 2013. DOI: https://doi.org/10.13169/intejcubastud.5.1.0026.

ILLA, J. La expansión mundial del deporte: de la internacionalización a la globalización. In: ILLA, J.; RIVAS, B.; SÁNCHEZ, O. (Eds.). **Juegos políticos. El deporte y las pugnas que mueven al mundo**. Tomo I. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, 2021. p. 17-63.

JONES, W.; THEERAWONG, P. Muay Thai Diplomacy: Thailand Soft Power Through Public Diplomacy. **Journal of Alternative Perspectives in Social Sciences**, v. 11, n. 1, p. 99-124, 2021. Disponível em: https://ssrn.com/abstract=3864868. Acesso em 19 set. 2024

LARSON, D.; PAUL, T.; WOHLFORTH, W. Status and World Order. In: PAUL, T.; WOHLFORTH, W. (Eds.). **Status in world politics**. Cambridge: Cambridge University Press, 2014. p. 3-29.

LAYNE, C. The unbearable lightness of soft power. In: PARMAR, I.; COX, M. (Eds.). **Soft Power and US Foreign Policy. Theoretical, historical and contemporary perspectives**. New York: Routledge, 2010. p. 51-82.

LEE, K., & OK, G. The Early Cultural Evolution of Baseball in Korea (1876–1945): Unilateral Product of Cultural Imperialism or Multilateral Process? **The International Journal of the History of Sport**, v. 39, n. 6, p. 653–670, 2022 DOI: https://doi.org/10.1080/09523367.2022.2093859

LEITE JÚNIOR, E. F.; RODRIGUEZ, C. The Chinese Football Development Plan: Soft Power and National Identity. **Holos**, v. 33, n. 5, p. 114-124, 2017. DOI: 10.15628/holos.2017.5750.

LEKAKIS, N. The Limits of Soft Power-Sports Diplomacy Template in IR-Research. **E-International Relations**, 2019. Disponível em: https://www.e-ir.info/2019/06/23/the-limits-of-soft-power-sports-diplomacy-templates-in-ir-research/, Acesso em 19 set. 2024.

LOCK, E. Soft Power and strategy: developing a 'strategic' concept of power. In: PARMAR, I.; COX, M. (Eds.). **Soft Power and US Foreign Policy. Theoretical, historical and contemporary perspectives**. New York: Routledge, 2010. p. 32-50.

MANGAN, J.A. **The Games Ethic and Imperialism: Aspects of the Diffusion of an Ideal**. London: Routledge, 1998.

MEIER, H.; KONJER, M.; KRIEGER, J. Women in International Elite Athletics: Gender (In) equality and National Participation. Frontiers in Sports and Active Living, v. 3, 2021. DOI: 10.3389/fspor.2021.709640

MORNÁL, G. & BULLINGHAM, R. (Eds). **Routledge Handbook of Gender Politics in Sport and Physical Activity**. New York: Taylor and Francis, 2022.

NAURIGHT, J. & WIGGINS, D. (Eds). **Routledge Handbook of Sport, Race and Ethnicity**. New York: Taylor and Francis, 2017.

NEUMANN, I.; DE CARVALHO, B. Small states and status. In: DE CARVALHO, B.; NEUMANN, I. (Eds.). **Small States Status Seeking. Norway's Quest for International Standing**. London: Routledge Taylor and Francis Group, 2015.

NYE, J. **Bound to Lead: The Changing Nature of American Power**. New York: Basic Books, 1990.

NYE, J. **La paradoja del poder norteamericano**. Madrid: Taurus, 2003.

NYE, J. **Understanding International Conflicts. An introduction to Theory and History**. New York: Person Longman, 2007.

NYE, J. Get Smart. Combining Hard and Soft Power. **Foreign Affairs**, 2009. Disponível em: https://www.foreignaffairs.com/united-states/get-smart. Acceso en 19 set. 2024

NYE, J. The future of soft power in US foreign policy. In: PARMAR, I.; COX, M. (Eds.). **Soft Power and US Foreign Policy. Theoretical, historical and contemporary perspectives**. New York: Routledge, 2010. p. 4-11.

NYE, J. **The future of power**. New York: Public Affairs, 2011.

NYE, J. Responding to my critics and concluding thoughts. In: PARMAR, I.; COX, M. (Eds.). **Soft Power and US Foreign Policy. Theoretical, historical and contemporary perspectives**. New York: Routledge, 2010. p. 215-227

NYE, J. **El poder suave. La clave del éxito en la política internacional**. México: Universidad Iberoamericana, 2016.

NYE, J. Soft power: the evolution of a concept. **Journal of Political Power**, v. 14, n. 1, p. 196-208, 2021. DOI: https://doi.org/10.1080/2158379X.2021.1879572.

PORTLAND COMMUNICATION. **The Soft Power 30. A Global Ranking of Soft Power**. Portland, 2015. Acesso em 10 set. 2024.

PORTLAND COMMUNICATION. **The Soft Power 30. A Global Ranking of Soft Power 201z**. Portland, 2016. Disponível em: https://softpower30.com/. Acesso em 10 set. 2024.

PORTLAND COMMUNICATION. **The Soft Power 30. Un Ranking Global de Poder Blando 2017**. Portland, 2017. Disponível em: https://softpower30.com/. Acesso em 10 set. 2024.

PORTLAND COMMUNICATION. **The Soft Power 30. A Global Ranking of Soft Power 2018**. Portland, 2018. Disponível em: https://softpower30.com/. Acesso em 10 set. 2024.

PORTLAND COMMUNICATION. **The Soft Power 30. A Global Ranking of Soft Power 201t**. Portland, 2019. Disponível em: https://softpower30.com/. Acesso em 10 set. 2024.

PULLEIRO, C. Los megaeventos deportivos en los BRICS: un cuestionamiento a su rendimiento. **Revista CIDOB d'Afers Internacionals**, n. 112, p. 199-223, 2016. DOI: doi.org/10.24241/rcai.2016.112.1.199.

SARREMEJANE, P. Los tres niveles de instrumentalización del deporte de alto nivel: implicaciones éticas. **Fair Play. Revista de Filosofía, ética y Derecho del Deporte**, v. 4, p. 101-128, 2016. Recuperado de: https://raco.cat/index.php/FairPlay/article/view/308536. Acesso em 1 out. 2021.

SCHAUSTECK, B.; MARCHI, W.; PIKE, E. The 2016 Olympic and Paralympic Games and Brazil Soft Power. **Contemporary Social Science**, v. 9, n. 2, p. 271-283, 2014. DOI: http://dx.doi.org/10.1080/21582041.2013.838291.

SHALTAEV, O. **Sport and Soft Power. The Case of Sport as a Tool Immigrant Integration in Sweden**. Master's Thesis, MDP on Leadership for Change, Cross Border International Relations, Faculty of Management and Business, Tampere University, 2019. Disponível em: https://urn.fi/URN:NBN:fi:tuni-201906172031 Acesso em 19 set. 2024

SMITH, G. Soft power in an era of US decline. In: PARMAR, I.; COX, M. (Eds.). **Soft Power and US Foreign Policy. Theoretical, historical and contemporary perspectives**. New York: Routledge, 2010. p. 165-181.

STRANGE, S. **States and markets**. 2. ed. London-New York: Continuum, 2004.

VIERA, A.; PEREIRA, E.; MASCARENHAS, M., PINTO, J.; PIRES, G. Olimpismo y Soft Power. De Atenas (1986) a Pequin (2008). **Materiales para la Historia del Deporte**, n. 9, p. 23-42, 2011. https://polired.upm.es/index.php/materiales_historia_deporte/article/view/4158

WALTZ, K. **Theory of international politics**. Adisson-Wesley Publishing Company, 1979.

WEBER, M. **Economía y sociedad: esbozo de sociología comprensiva**. México: Fondo de Cultura Económica, 1996.

ZAHRAN, G.; RAMOS, L. From hegemony to soft power: implications of a conceptual change. In: PARMAR, I.; COX, M. (eds.). **Soft power and US foreign policy: theoretical, historical and contemporary perspectives**. Routledge, 2010. p. 12-31.