

Soft power, fútbol y cultura en la relación bilateral Argentina - Bangladesh: Oportunidades y desafíos para una vinculación estratégica

*Soft power, football and culture on the bilateral relationship between
Argentina and Bangladesh: Opportunities and challenges for strategic
engagement*

*Dafne Esteso**

*María Clara Martorello***

*Brenda Vladisauskas****

RESUMEN

El artículo examinará la influencia del soft power en la relación bilateral entre Argentina y Bangladesh, particularmente a raíz del impacto del triunfo de Argentina en el Mundial de Fútbol 2022, que ha generado un gran interés en Bangladesh y ha llevado a la reapertura de la embajada argentina en dicho país. Se explorarán los conceptos de soft power y cómo el éxito deportivo puede potenciar el vínculo bilateral entre dos naciones pequeñas. Se analizará el fútbol como elemento de política exterior esencial

* Magíster en Relaciones y Negociaciones Internacionales (UdeSa de Argentina) y en Desarrollo Económico (BNU), tras haber obtenido una beca del gobierno chino. Asociación de Ex Becarios de Argentina-China (ADEBAC) y Centro de Estudios de Argentina-China (CEACH). Email: dafneesteso@gmail.com.

** Licenciada en Ciencia Política por la Universidad de Buenos Aires (UBA), continuó sus estudios en la Universidad Católica Argentina (UCA) realizando el Programa Ejecutivo de China Contemporánea. Centro de Estudios de Argentina-China (CEACH). Email: ma.claramartorello@gmail.com.

*** Licenciada en Economía por la Universidad de Buenos Aires (UBA) y recientemente finalizó la cursada de la Especialización en Estudios sobre China Contemporánea en la Universidad Nacional de Lanús (UNLA). Centro de Estudios de Argentina-China (CEACH). Email: bvladisauskas@gmail.com.

de nuestro soft power cultural y como ventana de cooperación estratégica de la vinculación con Bangladesh. Además, se estudiará la experiencia del caso chino, cuya herramienta del soft power ha procurado mejorar su presencia y relaciones con naciones extranjeras. La investigación también discutirá la posibilidad de integrar a la agenda bilateral políticas de cooperación deportiva e intercambio bilateral, con la presencia del fútbol como elemento de influencia cultural en naciones asiáticas, tratándose de un área poco estudiada en la literatura de la política exterior argentina.

Palabras clave: Poder Blando – Argentina – Bangladesh – Fútbol – Relaciones Bilaterales.

ABSTRACT

The article will examine the influence of soft power on the bilateral relationship between Argentina and Bangladesh, particularly in the wake of the impact of Argentina's triumph in the 2022 World Cup, which has generated great interest in Bangladesh and led to the reopening of the Argentine embassy in the country. The concepts of soft power and how sporting success can enhance the bilateral link between two small nations. Football will be analyzed as an essential foreign policy element of our cultural soft power and as a window for strategic cooperation in our relationship with Bangladesh. In addition, the experience of the Chinese case, whose soft power tool has sought to improve its presence and relations with foreign nations, will be studied. The research will also discuss the possibility of integrating sports cooperation and bilateral exchange policies into the bilateral agenda, with the presence of football as an element of cultural influence in Asian nations, an area that has been little studied in the literature on Argentine foreign policy.

Keywords: Soft Power – Argentina – Bangladesh – Football – Bilateral Relations.

INTRODUCCIÓN

*“Patria es la selección nacional de fútbol”
(Albert Camus)*

En América Latina, el fútbol se convirtió en una pasión nacional y una tradición simbólica con implicancias geopolíticas incluso (Villena Fiengo, 2003). El fútbol, como práctica corporal, ha sido considerado como un fenómeno inherente a la era moderna, acompañando el proceso de civilización y racionalización de la violencia. La difusión del fútbol, desde su surgimiento en Inglaterra y hasta la actualidad, y la incorporación en campeonatos mundiales de países del este asiático, por ejemplo, marcan la difusión de un deporte que solía ser aristocrático para luego convertirse en multclasista, transgeneracional y transgénico. En el caso argentino, el fútbol, la popularidad y la percepción positiva es uno de los elementos culturales que mejor nos representa en el exterior. En cualquier parte del mundo, Argentina es asociada a sus leyendas deportivas y a la pasión de los simpatizantes del pueblo, incluso generando adeptos y aficionados en otras latitudes. En ese sentido, esta práctica deportiva es un buen indicador de la capacidad del país para influenciar a los individuos de otros países, generando una opinión pública favorable respecto a otras iniciativas.

En *Nações a Nacionalismo desde 1780: programa, mito e realidade*, Eric Hobsbawm (1991) explica que, entre guerras, el deporte se transformó en una expresión de lucha nacional, con los deportistas como una representación fundamental de sus comunidades. Tal es el caso del Tour de Francia, la Copa Mitropa, la introducción de la Copa del Mundo en el fútbol y, como demostró el año 1936, los Juegos Olímpicos se han convertido sin duda en ocasiones competitivas de autoafirmación nacional.

El fútbol se ha convertido en un activo cultural nacional y una tradición útil para la integración mediante símbolos y la creación de identidades. “La cultura y la identidad argentina están naturalmente ligadas al deporte nacional” (Estrader, 2023, p. 61), pero ¿es posible “exportar” dicha tradición y sentimiento? Se observa que existe una ventana estratégica para aprovechar la empatía y el aliento a la Selección nacional de un país ajeno, sin embargo, similares en tanto que pueden ser considerados ambos bajo la categoría de Estados pequeños. Las autopercepciones del pueblo bangladésí como “la mayor hinchada del mundo de Diego Armando Maradona” pueden significar una oportunidad para acercar a ambos países y potenciar áreas de cooperación tanto cultural como económica-comercial. La literatura académica argentina de las relaciones internacionales ha puesto hincapié en diversas temáticas, al tiempo que no ha profundizado en los elementos culturales-deportivos propios, siendo herramientas singulares de nuestro país y con gran potencial de proyección exterior. El estudio sobre los bienes culturales con fines económicos o políticos en el escenario internacional ha sido poco desarrollado en la literatura académica latinoamericana, aunque se trata de una condición que podría proyectar una política exterior de carácter estratégico. En este caso, se analizará la proyección del bien cultural fútbol y los efectos/potencialidades de la última Copa Mundial de la FIFA Qatar 2022 (la Copa Mundial), entendiéndose como condiciones espacio-temporales para la proyección de una política exterior con cierto grado de planificación.

En ese sentido, cabe preguntarse, siendo Argentina un Estado pequeño, si es competitivo en términos de *soft-power*. Asimismo, ¿es el fútbol un activo cultural para expandir su influencia en otros estados pequeños del Sur Global? El marco teórico pone en contexto la situación actual de Argentina en el escenario del relacionamiento con otros Estados pequeños (en términos de Long), analizando el margen de acción de nuestro país y el de Bangladesh

y los conceptos de *poder blando e influencia cultural*. La Copa Mundial fundamenta la existencia de una ventana estratégica para la proyección de una política exterior basada en el fútbol. Las áreas de cooperación estratégica sugieren algunas políticas de cooperación e intercambio bilateral que podrían integrar la agenda bilateral. Finalmente, serán planteadas a modo de conclusión posibles oportunidades de investigación hacia el futuro.

SOFT POWER E INFLUENCIA CULTURAL ENTRE ESTADOS PEQUEÑOS

Dentro de la literatura internacionalista contemporánea, el concepto de soft power resulta útil para comprender el accionar de los Estados débiles o pequeños. A diferencia del hard power, entendido como el poder de los Estados fuertes basado en la coerción militar o económica ejercida sobre los miembros menores de un sistema internacional, el concepto de soft power considera posible generar influencia y formación de preferencias a través de medios más sutiles, tales como la cultura, valores e ideología, la diplomacia pública y comunicación, la credibilidad, entre otras. El uso de dichas herramientas permitiría ganar aliados, influir en la opinión pública internacional y obtener resultados favorables en política exterior, dada la necesidad de todos los Estados de cooperar con otros actores e instituciones internacionales para enfrentarse a amenazas fuera de su control. El concepto fue acuñado por Joseph Nye en su libro *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power* (1990) y posteriormente popularizado en su obra *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (2004). El mismo supone una forma de influencia y poder basado en la atracción y persuasión, en lugar de la coerción o el uso de la fuerza, es decir, el *poder duro*.

Tanto China como Estados Unidos, considerados países grandes, ejercen, de diferente manera, el poder blando para influir en la percepción internacional, promover su cultura e intereses,

y mejorar sus relaciones exteriores. China ha trabajado activamente en el fortalecimiento de su poder blando en las últimas décadas. Con la llegada al poder de Hu Jintao y la denominada “tercera generación de dirigentes” en el año 2002, se introdujo de manera explícita la noción de poder blando en el discurso del gobierno chino y en su política exterior, principalmente a través de su diplomacia pública. El establecimiento de Institutos Confucio en numerosos países (en América Latina, existen más de 30), como centros culturales y educativos que ofrecen clases de idioma, cursos sobre cultura, y promueven intercambios culturales se ha multiplicado en los últimos años. China también promueve su cultura a través de eventos como pueden ser los Juegos Olímpicos o las exposiciones que permiten proyectar su imagen en el escenario internacional. A su vez, se busca expandir la presencia China en medios de comunicación internacionales como la agencia Xinhua o la cadena de televisión CGTN. Incluso la Iniciativa de la Franja y la Ruta, lanzada en 2013 por el presidente chino Xi Jinping, forma parte de la estrategia de construcción de una imagen positiva como socio en el crecimiento económico y la cooperación global (Villagrán y Estes, 2018). Estados Unidos, por su parte, ha ido desarrollando la estrategia de poder blando en tanto alternativa a las formas de dominación tradicionales en el ámbito internacional, contando con vastos recursos de *soft-power* dentro de denso aglomerado de la industria del entretenimiento, siendo Hollywood el ejemplo más icónico, con películas que se transmiten en todo el mundo. La atracción de estudiantes internacionales por parte de las instituciones educativas y de investigación estadounidenses también constituye un elemento clave, entre muchos otros.

Asimismo, los Estados pequeños también podrían obtener márgenes de acción por medios blandos, si es que deciden ponderar la obtención de beneficios en el escenario global, pudiendo utilizar tales recursos de forma eficiente. Tom Long (2022) define

a los Estados pequeños como aquellos que juegan el papel de “socio más pequeño” en las relaciones internacionales de forma recurrente. Las posiciones de estos Estados suelen constituirse a través de relaciones asimétricas que impactan en la dinámica de las relaciones bilaterales, basadas en divergencias materiales como pueden ser el PBI, la población, el territorio, las fuerzas militares, etc. Sin embargo, a pesar de ser importantes, los recursos no son el único determinante a la hora de diferenciar un Estado con mucho o poco poder, la clave está en lograr los resultados previstos, y que otros factores superen la debilidad material. Según el autor, el poder de dichos estados se origina en tres categorías: derivado, colectivo y particular-intrínseco. El primero refiere a la relación con un gran poder; el segundo implica la creación de coaliciones con otros estados que lo apoyen, a menudo a través de instituciones y el tercero refiere al poder particular-intrínseco el cual depende de los activos que posea un país. Como resultado de los cambios y tensiones en las relaciones bilaterales entre grandes estados, actualmente los patrones de las relaciones internacionales están experimentando cambios rápidos. Los lazos bilaterales se ven afectados por la red más amplia de relaciones, esa red proporciona seguridad y oportunidades de voz y representación política para muchos pequeños estados. Efectivamente, los Estados pequeños poca influencia tienen a través del uso coercitivo o de sanciones de tipo económico sobre otros países. Sin embargo, cuentan con recursos, por ejemplo, aquellos de tipo cultural, de los cuales pueden obtenerse beneficios en el exterior, si son utilizados de forma correcta.

El caso de estudio propuesto (surgiendo del fenómeno de la Copa Mundial y su impacto en las relaciones bilaterales entre Argentina y Bangladesh), no responde a las características tradicionales de *soft-power* planteado en la literatura, principalmente debido a que no se trata de un fenómeno deliberado. El pueblo

bangladesí se vio interpelado por los goles de Maradona a Inglaterra en 1986 y desde ese momento y hasta la actualidad, la selección argentina de fútbol se convirtió en una pasión compartida. Se trata de dos países del Sur Global, que carecen en primera instancia de una estrategia de política de *soft-power* planteada y sostenida en el tiempo. Sin embargo, cuentan con los recursos culturales y afinidades en tanto Estados pequeños que denotan potencialidades que no deben ser dejadas al azar o en manos exclusivamente del interés del sector privado.

En este sentido, el objeto de estudio podría ser entendido como el de Estados pequeños entre los cuales existe una ventana estratégica para la cooperación económica y comercial, a partir de las condiciones espacio-temporales y los bienes culturales compartidos que refuerzan los vínculos. Según datos del Banco Mundial, en 2022, el PIB en US\$ a precios actuales en Argentina alcanzó los 632.770 millones, el de Bangladesh 460.201 millones. La población de Argentina fue de 46 millones y la de Bangladesh 171 millones. La superficie de Bangladesh es de 148.000 km² y la de Argentina 2.000.000 km². El gasto militar como porcentaje del PIB fue del 0,4% en 2022 para la Argentina y 1,1%, para Bangladesh. En 2022, las exportaciones de Bangladesh al mundo totalizaron los US\$ 67.497 millones, los principales destinos fueron Estados Unidos, Alemania, Francia, Reino Unido y España, las importaciones fueron de US\$ 88.160 millones (principalmente de los capítulos de combustibles, algodón, maquinaria y sus partes, hierro y acero) (International Trade Centre [ITC], s. f.). Argentina, por su parte, exportó US\$ 88.268 millones (principalmente a Brasil, China, Estados Unidos, Chile e India) e importó US\$ 76.162 millones (combustibles, maquinaria y sus partes, vehículos y sus partes y productos químicos orgánicos) (ITC, s. f.).

Bangladesh es un país beneficiario del Sistema Generalizado de Preferencias de la UE, posee un acuerdo comercial con Bután, y se encuentra pronto a firmar un Acuerdo de Asociación Económica con Japón y acuerdos con la India y Sri Lanka, entre otros. A su vez, Bangladesh participa de los foros de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN) y la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático más China, Japón y Corea (ASEAN+3). Bangladesh formuló una política exportadora 2021-2024, y busca una nueva política de exportación a largo plazo, teniendo en cuenta su salida del estatus de “país menos desarrollado” de Naciones Unidas en 2026 (Takahashi y Nitta, 2023). La primera ministra Sheikh Hasina afirmó que muchos países han mostrado su interés en importar alimentos de Bangladesh. En esa línea, se busca encontrar nuevos mercados en todo el mundo y diversificar la cadena exportadora.

Tanto Bangladesh como Argentina son miembros de las Naciones Unidas, desde septiembre de 1974 y octubre de 1945, respectivamente (United Nations, s. f.). También son miembros de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), la Organización Mundial del Comercio (OMC), la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y del Grupo del Banco Mundial. Las organizaciones internacionales, acuerdos simbólicos y leyes son una herramienta de influencia importante para los Estados pequeños en sus relaciones asimétricas de poder con otros países.

Respecto de su política exterior, la Constitución de Bangladesh basa sus relaciones internacionales en los principios de respeto a la soberanía nacional y la igualdad, no injerencia en los asuntos internos de otros países, la resolución pacífica de controversias internacionales y respeto por el derecho internacional y

los principios enunciados en la Carta de Naciones Unidas (The Constitution of the People's Republic of Bangladesh, 1972, Artículo 25). En ese sentido, se busca luchar por la renuncia al uso de la fuerza en los asuntos internacionales y por el desarme general y completo; defender el derecho de todo pueblo a determinar y construir libremente su propio sistema social, económico y político mediante formas y medios de su libre elección; y apoyar a los pueblos oprimidos en todo el mundo que libran una lucha justa contra el imperialismo, el colonialismo o el racismo (Ministry of Foreign Affairs of Bangladesh, 2018).

FÚTBOL ARGENTINO Y SU EFECTO EN BANGLADESH

La consagración de la Selección argentina como campeona de la Copa Mundial de Qatar el 18 de diciembre de 2022 fue el origen de festejos masivos espontáneos en Bangladesh. “Bangladesh también es campeón del mundo” anunciaban los títulos de algunos diarios. En ese contexto, Sheikh Hasina, la primera ministra, felicitó al pueblo argentino en una carta enviada al presidente argentino Alberto Fernández:

I have pleasantly observed that the affection and love for football, particularly the Argentine football team, profoundly connects our two people. The people of Bangladesh have demonstrated their admiration and love through the spontaneous celebration of winning the World Cup Football Championship of your national football team.

This unprecedented love and affection between our two peoples have paved the way for solid bilateral relations. To this end, I hope to further consolidate our relations by opening Missions in each other's capital in the coming days. (Hasina, 2022, como se citó en Bhattacharjee, 2022, párr. 2-3)

En 2021, durante el desarrollo de la Copa América y el posterior triunfo de Argentina, los medios se sorprendían por la intensidad del fanatismo en Bangladesh, así los títulos eran: “Los increíbles festejos en India y Bangladesh por el título de la Selección Argentina” (TyC Sports, 2021), “Argentina campeón de la Copa América: los asombrosos y conmovedores festejos en India y Bangladesh” (Clarín, 2021), “Locura por la Copa América en Bangladesh: la policía, en alerta ante posibles disturbios por Argentina-Brasil” (La Nación, 2021). Consecuentemente con el fanatismo por la selección argentina y empatía ante la consagración, Bangladesh se convirtió para algunos en “el país que más ama a Messi en Asia” (Rivas Molina, 2023).

Aproximadamente dos meses después de la consagración, el lunes 27 de febrero de 2023 se realizó la reapertura de la embajada argentina en Bangladesh, con la presencia del canciller argentino Santiago Cafiero y de una comitiva de empresas argentinas¹ que integraron una misión comercial, con objetivos de promoción de exportaciones y de inversiones. La Embajada había sido cerrada hace más de 40 años, durante la dictadura militar (1976-1983), y las conversaciones sobre su reapertura comenzaron en agosto de 2022. Como se observó con el caso del fanatismo por el fútbol argentino o por Messi y Maradona en China, el deporte puede ser una herramienta poderosa de *soft-power* en la región asiática debido a su capacidad para unir a las personas, generar identificación e intercambio cultural y promover valores compartidos. Los eventos deportivos internacionales como los Juegos Olímpicos y la Copa Mundial reúnen a personas de diferentes países en torno a una competición común. A su vez, el deporte promueve valores compartidos por muchas

1 Viajaron directivos de Marolio, Ecofactory, Vetanco, Lipotech, Luna de los Andes Sabias Semillas, Letis, Santo Pipó, Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM), The Halal Catering Argentina HCB, Havanna, Arcor, Baltazar-Alfa Pampa, Suplefeed, Ronalb, Club Atlético River Plate y Cargill.

culturas asiáticas como la disciplina, el trabajo en equipo, la perseverancia, etc.

Además, el 1° de marzo se firmó un *Memorandum de Entendimiento sobre Cooperación e Intercambio Comercial* (2023). En el contexto de su visita a Bangladesh junto a empresarios argentinos, el canciller acordó con el ministro de Comercio de la nación asiática, los instrumentos necesarios para simplificar el ingreso de productos argentinos a ese mercado, a través de dicho Memorandum.

El aprovechamiento de eventos deportivos y la popularidad de los atletas puede ser una buena herramienta para influir positivamente en la imagen de un país y sus relaciones internacionales. En el caso de Bangladesh, el interés por el fútbol argentino no es reciente, Bangladesh adoptó a la selección de Argentina hace años. Dada la historia de opresión, hambruna y sufrimiento del país, los goles de Maradona de junio de 1986 en el partido Argentina-Inglaterra fueron festejados como un símbolo de rebeldía y revancha. Bangladesh incluso reivindica la soberanía argentina sobre las Islas Malvinas. Dicha pasión continúa con la selección actual y se vio renovada durante el último mundial, profundizada con la figura de Messi.

Bangladesh se conmocionó con la muerte de Maradona, dedicándole incluso un minuto de silencio previo a los partidos de cricket, uno de los deportes más populares en el país. La Cámara de Comercio de Argentina-Bangladesh (ABCCI) envió al pueblo argentino una carta el 26 de noviembre de 2020 para expresar sus condolencias:

Nuestro más sentido pésame en nombre de los cerca de 164 millones de paisanos de Bangladesh que formamos la mayor hinchada del mundo por el astro del fútbol que se nos acaba de ir para ingresar

a la inmortalidad. Bangladesh tiene la hinchada más grande de la Selección Argentina gracias a los hechizos de Maradona.

Estos 17 mil kilómetros de distancia no han podido separar a la Argentina de Bangladesh, porque Maradona, como Messi, nos unen en la pasión por el fútbol; y la historia común de luchas contra el mismo enemigo imperial británico; el que nos colonizó por largo tiempo, y el que hoy se adueña de las Islas Malvinas que son argentinas. (ABCCI, 2020, párr. 1, 3)

Bangladesh se independizó en 1971, siendo Argentina uno de los primeros países en reconocer su independencia. En 1972, se establecieron relaciones diplomáticas entre los países mediante un comunicado conjunto firmado en Jakarta. Luego, un año más tarde, el Gobierno argentino dispuso la creación de la Embajada de la República en Bangladesh, con sede en Dacca. En 1974, “por razones de austeridad y restricciones de carácter presupuestario, el Gobierno argentino dispuso el cierre de nuestra representación diplomática en Bangladesh” (Archivo Histórico de Cancillería como se citó en Dandan, 2022).

Introducido en el siglo XX por los colonizadores británicos, el fútbol forma parte de la vida cotidiana en Bangladesh. El primer partido registrado en Dhaka fue en 1902, entre el ejército británico y un equipo local. En 1978, se creó la Federación de Fútbol de Bangladesh. Al igual que los orígenes y el rol del fútbol en Argentina, independientemente del origen social o económico, el fútbol actúa en Bangladesh como una fuerza unificadora entre los que juegan descalzos en la calle hasta los jugadores profesionales, incluso convirtiéndose en una forma de salir de la pobreza. Diversas organizaciones no gubernamentales y otro tipo de instituciones utilizan el fútbol en Bangladesh como herramienta de promoción de educación, salud y cuestiones sociales y como forma de interactuar con los jóvenes (Montes, 2023).

La falta de infraestructura, financiamiento, exposición internacional y escasez de jugadores de calidad e incluso entrenadores son algunos de los desafíos a los cuales se enfrenta el fútbol en Bangladesh y su selección nacional. Sin embargo, dado el rol de este deporte en la sociedad, la Federación de Fútbol de Bangladesh ha anunciado y puesto en marcha iniciativas para abordarlos (como construcción de estadios y centros de entrenamiento, desarrollo de academias y programas de entrenamiento, promoción del deporte, etc). La Liga Premier de Bangladesh también trabaja en la misma línea, introduciendo por ejemplo una liga de fútbol femenino y atrayendo patrocinadores de empresas locales e internacionales.

En los orígenes del fútbol en Bangladesh y en Argentina y en los diversos problemas que posee se encuentra la ventana de oportunidad de cooperación bilateral. Como dos Estados pequeños, el enfoque relacional entre ambos países debería combinar sus recursos únicos (en este caso, el fútbol) con las estrategias más adecuadas para lograr influencia en las relaciones. Podrían encontrarse sinergias en el intercambio de conocimientos y experiencias en materia de tradición futbolística, proporcionar formación de entrenadores y jugadores, programas de desarrollo juvenil entre academias, cooperación en gestión deportiva, coorganización de eventos deportivos, entre tantas otras.

La consagración de la Selección argentina como campeona del Mundial de Qatar puede ser entendida como una *condición espacio-temporal* específica que facilita un accionar específico al tiempo que habilita, en tanto ventaja comparativa relativa, las capacidades argentinas de poder blando. El evento operó como fuerza catalizadora hacia la reapertura de la Embajada argentina en Bangladesh que ya se encontraba en tratativas, profundizando la relación bilateral. A su vez, plantea preguntas acerca de las formas en las que ambos países podrían aprovechar tal contexto,

potenciando vectores de vinculación e incrementando sus capacidades relacionales, en tanto Estados pequeños.

OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS PARA ARGENTINA: ÁREAS DE COOPERACIÓN ESTRATÉGICA

Bangladesh cuenta con un PIB de USD 416.264,94 millones, con un crecimiento anual de 6,9% en el 2021, y una población estimada de 169 millones de habitantes. A través de un modelo de crecimiento tradicional (fabricando y vendiendo una gran cantidad de productos textiles), Bangladesh llegó a superar a India y Pakistán en PIB per cápita. Asimismo, cabe destacar que, en términos de paridad de poder adquisitivo, India continúa por delante, pero la diferencia se está acortando.

Una de las principales potencialidades de la relación bilateral es la posibilidad de diversificar la canasta exportadora argentina con destino a Bangladesh. A pesar de no ser uno de los principales destinos de las exportaciones argentinas al mundo², la balanza comercial es tradicionalmente superavitaria para la Argentina en términos de intercambio comercial de bienes con Bangladesh (ver Figura 1). En 2022, el saldo comercial de Argentina con Bangladesh fue de USD 720,76 millones. Se trata de un decrecimiento del 16% con respecto al 2021 (USD 861,62 millones). En agosto de 2022, el canciller Cafiero, junto con su par bangladesí, Abul Kalam Abdul Momen, discutieron acerca del potencial en materia comercial entre los países. A su vez, en el último tiempo han desembarcado en Bangladesh empresas argentinas relevantes como Marolio, en línea con la potencialidad que representa este mercado. En lo que va del 2023, el saldo es de 207,36 millones de USD.

2 En 2022, Bangladesh se ubicó en 28° lugar respecto a las exportaciones argentinas al mundo y significó un 0,8% de las exportaciones argentinas al mundo en FOB (ITC, s. f.).

Figura 1: Evolución del superávit comercial de la Argentina con Bangladesh



Nota. Elaboración propia a partir de los datos del sistema de consulta de comercio exterior de bienes del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC).

La evolución de las exportaciones argentinas con destino a Bangladesh presenta una tendencia creciente durante el periodo 1994-2022 (las importaciones también presentan una tendencia similar). Sin embargo, se encuentran sumamente concentradas en pocos productos. En 2022, las exportaciones se concentraron en el aceite de soja en bruto (70% del valor exportado) y harina de la extracción del aceite de soja (22%). En menor valor, también se exportaron cereales, algodón sin cardar ni peinar, cueros y pieles curtidos de bovino, boratos, entre otros (INDEC, s. f.).

La profundización de la presencia de Argentina en Bangladesh y Asia puede enfrentar varios desafíos entre los cuales se encuentran el idioma y la comunicación, la distancia geográfica y el posible limitado conocimiento de Argentina y el continente asiático. Sin embargo, se manifiestan diversas oportunidades

como la promoción y fortalecimiento de la Marca País Argentina³ como política de Estado para posicionar al país a través de sus productos y factores diferenciales (Gobierno de Argentina, 2021). A través de esta política, Argentina podría introducir una amplia gama de productos, desde agrícolas hasta manufacturas y servicios, promover productos de alta calidad como vinos, carnes y aceites, profundizar la promoción de eventos culturales, intercambios artísticos y otros aspectos de la cultura argentina e incluso facilitar la creación de marcas conjuntas, entre otras oportunidades.

El continente asiático cuenta con gran potencial en el sector de comercio electrónico, por lo cual el mercado *e-commerce* también constituye una herramienta a profundizar. A nivel mundial, este tipo de comercio está experimentando un crecimiento continuo y permite superar limitaciones geográficas, facilitando el acceso a los mercados. Tanto Argentina como Bangladesh cuentan con plataformas de comercio electrónico establecidas, lo que proporciona una infraestructura lista para ser utilizada, como una vía adicional para diversificar las relaciones comerciales. A su vez, ambos países producen bienes específicos que pueden ser de interés mutuo en el mercado global.

Se manifiesta la oportunidad de ampliar acuerdos bilaterales en áreas como economía del conocimiento (mediante el establecimiento de acuerdos de transferencia de tecnología programas de formación y capacitación, investigación conjunta y espacios de innovación), turismo (implementando nuevas políticas de visas, incentivando la promoción turística conjunta, desarrollando paquetes turísticos combinados), minería (exploración de oportunidades de inversión, transferencia de reconocimientos

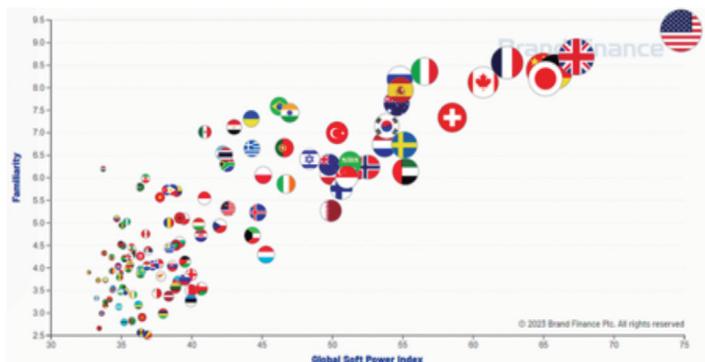
3 Se trata de un logo -constituye una política de Estado-, que tiene como objetivo posicionar a la Argentina en áreas claves como el turismo, la cultura y las exportaciones; así como también fortalecer el sentido de pertenencia nacional.

en minería sostenible) y agronegocios (mediante el fomento de la exportación de productos agrícolas, el intercambio de tecnologías y el desarrollo de proyectos agro industriales).

CASO CHINO. EL FÚTBOL COMO HERRAMIENTA DE *SOFT-POWER*

El *Global Soft Power Index*, elaborado por Brand Finance, está basado en encuestas a personas en más de 100 países e incorpora medidas como familiaridad (marcas nacionales reconocidas por la gente), influencia, reputación, percepciones (a través de los 8 pilares del *soft-power*: empresas y comercio, gobernanza, relaciones internacionales, cultura, medios y comunicación, ciencia y educación, valores y futuro sostenible). En 2023, el índice otorgó un puntaje de 74.8 a Estados Unidos, 65 a China, 42.2 a Argentina y 35.1 a Bangladesh, como se puede observar en la Figura 2.

Figura 2: *Global Soft Power Index 2023*



Nota. Reproducido de *Global Soft Power Index 2023*, de Brand Finance, 2023, (<https://brandirectory.com/softpower/chart?region=1&x=1&y=2&z=9999>). Todos los derechos reservados 2023 por Brand Finance Plc.

China cuenta con las condiciones materiales como para diseñar sus estrategias de *soft-power* y las vienen aplicando hace años. El deporte en general, y el fútbol en particular, puede ser una herramienta muy útil en el ejercicio del *soft-power* y China lo utiliza incluso como estrategia de política exterior. El gigante asiático considera que el fútbol es el motor del crecimiento de la industria deportiva del país, convertir al país en una potencia del fútbol mundial, desde el punto de vista chino, sería una forma de contribuir al desarrollo de la economía, la sociedad y la cultura (Leite Júnior y Rodrigues, 2017, p. 116).

La selección masculina de fútbol de China participó en una sola Copa Mundial de la FIFA, en 2002, que se llevó a cabo en Corea del Sur y Japón, perdiendo tres partidos de tres jugados⁴. Sin embargo, China busca convertirse en una potencia mundial en este campo e incluso convertirse en Campeón del Mundo hacia 2050. En esta línea, en abril de 2016, la Comisión Nacional de Desarrollo y Reforma, una agencia dependiente del Consejo de Estado de la República Popular China, anunció el *Plan de desarrollo a mediano y largo plazo del fútbol chino (2016-2050)* (Gobierno de China, 2016).

La estrategia china para el desarrollo del fútbol forma parte de un esfuerzo a largo plazo para transformar a China en una potencia futbolística y diversificar su éxito deportivo más allá de los deportes olímpicos tradicionales. El Plan de Desarrollo y otras iniciativas relacionadas al sector, han sido respaldadas a nivel gubernamental y se ha traducido en una serie de políticas y planes específicos. Por un lado, se ha fomentado la inclusión

4 Sin embargo, la selección femenina de fútbol de China ha participado en varias ediciones. La primera edición de la Copa Mundial femenina fue en 1991, en China. A su vez, el país participó del mundial 1995, jugando una semifinal, fue subcampeón en 1999, participó en 2003, en 2007, en 2015 y en 2019. En 2023 no pasó la fase de grupos.

del fútbol en el currículo de educación física en escuelas y se han establecido programas para entrenar a profesores de educación física en técnicas de fútbol, se ha invertido en infraestructura, se han implementado programas de formación y desarrollo de talento, se ha invertido en el fomento de la competición de alto nivel, se han firmado acuerdos con clubes y asociaciones de fútbol y se han llevado a cabo campañas de promoción para fomentar el interés y la pasión por el fútbol entre la población china (Gündogan, s. f.). El desarrollo del deporte nacional en China es relativamente reciente, en el cual se destacan en algunas disciplinas como el tenis de mesa, baloncesto y el voleibol, y luego el fútbol en particular. La reforma en la gobernanza del fútbol chino también estimuló su internacionalización y la cooperación con instituciones extranjeras, particularmente con aquellos países con un mayor grado de desarrollo de esta disciplina (Peng et al., 2018).

Actualmente, en el marco de la estrategia para el desarrollo del fútbol en China, se han convocado a muchos entrenadores argentinos para ir a enseñar al país asiático. Tal es el caso de Atilio Oyola (delantero del equipo Racing Club de la provincia de Córdoba) y su hijo Nahuel quienes en el 2015 recibieron la propuesta de ir a China (Barraza, 2021). El primero de ellos fue un destacado delantero zurdo de la época dorada de Racing (que obtuvo el subcampeonato del Nacional de 1980 bajo la conducción del legendario Coco Basile), mientras que Nahuel, su hijo, también tuvo un paso por el equipo cordobés. Oyola ya contaba con la experiencia previa de haber trabajado en Tokio, Japón, en la Escuela de fútbol del Club argentino Boca Juniors. Padre e hijo dejaron Argentina con un contrato por un año y en el transcurso del primer mes ya les querían ofrecer quedarse más tiempo: “nos adaptamos rápido y estuvimos cinco años trabajando para la ciudad de Weinan, donde logramos el objetivo que nos habían planteado y el que nos habíamos planteado

nosotros mismos para terminar un ciclo en esa ciudad” (Oyola, 2021, como se citó en Barraza, 2021, párr. 3), contaba Atilio en una entrevista del canal deportivo argentino TyC Sports.

El 29 de marzo de 2023, el embajador chino en Argentina, Zou Xiaoli, se reunió con entrenadores argentinos de fútbol que trabajarán en China (News ArgenChina, 2023). Los entrenadores participarán en la enseñanza del fútbol en escuelas primarias y secundarias de la provincia de Shaanxi, con el objetivo de mejorar el nivel de formación del fútbol juvenil.

CONCLUSIONES

Los vínculos asimétricos de los Estados pequeños con otros estados son los que ejercen presiones sobre las identidades internacionales de los mismos, definiendo sus intereses y el posible alcance de sus objetivos (Long, 2022). Los formuladores de políticas de estos Estados deben identificar y hacer un uso adecuado de los recursos disponibles para lograr influencia en sus relaciones asimétricas, dado que carecen de formas más tradicionales de poder. Los Estados pequeños pueden relacionarse e incluso obtener apoyo diplomático de otros Estados pequeños para promover causas particulares. Dentro de las tres categorías de poder antes mencionadas (derivado, colectivo y particular-intrínseco), consideramos que para la Argentina el fútbol califica como poder particular-intrínseco, es un activo potenciado actualmente por el éxito futbolístico de la selección nacional pero sumamente relevante desde hace ya varios años. En palabras de Hobsbawn (1991): la comunidad imaginaria de millones parece más real en la forma de un equipo de once personas con un nombre. Además, agrega que el individuo, incluso el que simplemente aplaude, se convierte en el símbolo de su nación.

El fútbol, una pasión compartida por muchas personas y un bien fundamental de la cultura popular argentina, desempeña un papel relevante en la representación de Argentina a nivel global. En este marco, consideramos menester que la Argentina procure capitalizar el éxito futbolístico en términos de diplomacia y política exterior de mediano plazo. El caso chino explorado permite dar luz sobre la necesidad de trazar caminos y planes de política pública, interior y exterior, para aprovechar las condiciones materiales bilaterales dadas. Si bien China es un Estado grande, asimismo, su agenda de política interior y exterior está enmarcada dentro del Sur Global. El gobierno chino ha mostrado un particular interés en el desarrollo del fútbol en todos sus niveles, fundamentalmente acoplado a las ideas nacionales del PCCh, por parte de la quinta generación de líderes chinos.

Asia quizás sea la región más fanática de la Selección argentina fuera del país. La dirigencia de la Asociación Argentina de Fútbol (AFA) trabaja desde hace años con nuevos auspiciantes asiáticos (de India, Dubai y China, por ejemplo), incluso antes de la victoria en el último Mundial de Qatar, luego de observar el potencial mercado que estaba siendo desaprovechado. Las empresas chinas se destacan entre la lista de sponsors: Pan Pan Foods, GAC Mitsubishi, Linxi Games y Tencent, entre otros. La AFA también inició negociaciones con una empresa fintech de Bangladesh luego de los festejos en el país (Sainz, 2023).

En el marco de la inauguración de la Embajada argentina en Bangladesh -con el decreto 67/2023- al que asistió el canciller Santiago Cafiero, también se aprovechó el evento para que el capitán de la selección de fútbol bangladesí, Jamal Bhuyan, firmará un contrato por un año con un club del ascenso: Sol de Mayo (Viedma) (Infobae, 2023). Además, en el mes de mayo del corriente año, la AFA y la empresa Bkash, la compañía de servicios financieros móviles más grande del país asiático,

firmaron un acuerdo de patrocinio regional (Asociación del Fútbol Argentino, 2023).

La capitalización del éxito futbolístico como condición espacio-temporal también podría ramificarse en la profundización de las redes comerciales con Bangladesh. Si bien la balanza comercial es superavitaria para la Argentina, la concentración de las exportaciones en pocos productos presenta un gran desafío que debe ser potenciado como política interior y exterior. El avance hacia la diversificación de la oferta y la incorporación de productos con mayor agregado de valor son pasos necesarios para el crecimiento del comercio entre ambos países. Cabe destacar que la economía de Bangladesh ha crecido aproximadamente un 6% anual desde 2005; y que en los últimos años ha registrado un índice de crecimiento de aproximadamente un 8%, tratándose de cifras por encima del promedio asiático.

En 2022, la suma de los saldos comerciales con Vietnam, Indonesia, Malasia, Bangladesh, India y Pakistán (todos grandes socios de Argentina en Asia) fue de aproximadamente USD 8.300 millones. En el mismo año, el saldo comercial con China fue deficitario por aproximadamente USD -9.600 millones. Entonces, el superávit comercial con dichos socios asiáticos va camino a compensar el déficit argentino con China. Esta constituye una de las razones por las cuales la política exterior argentina debe enfocarse en expandir la vinculación comercial con otros países de Asia, más allá de los intensos vínculos con China. Además, para el periodo 2002-2022, se observa una tendencia creciente de la balanza comercial de dichos países, contrario al comportamiento de la balanza comercial con China.

Estos datos resaltan la necesidad de profundizar la presencia diplomática, económica y comercial argentina en otros países de Asia, que actualmente no concitan tanta energía diplomática

como el gigante asiático. Sin embargo, consideramos que, en línea con la reapertura de la embajada, es necesaria la creación de más redes interpersonales, sin considerar exclusivamente el entrelazamiento comercial. Argentina y Bangladesh podrían tener resultados beneficiosos que potencien aún más la relación bilateral. La proyección de una política exterior basada en el deporte debe aprovechar las condiciones espacio-temporales emergentes de forma estratégica y sostenida en el tiempo.

Si bien es cierto que las relaciones inter-gubernamentales han sido el eje sobre la cual se vienen vinculando los países, es importante destacar que también se han sumado nuevos actores como grupos parlamentarios de amistad y cámaras empresarias, configurándose una densa y promisorio red. Además del fanatismo por la Selección argentina, existe un fuerte acercamiento y solidaridad histórica entre las naciones, una visión compartida sobre la cooperación y el orden internacional, y un creciente comercio. En ese sentido, entendemos que los países débiles pueden tener un margen de maniobra común en áreas específicas donde gozan de ventajas comparativas respecto a los países centrales.

Dentro del marco de oportunidades en la relación bilateral entre Argentina y Bangladesh, el fútbol, entonces, emerge como una herramienta clave para fomentar la cooperación y la comprensión mutua. La pasión compartida por este deporte en ambos países puede actuar como un vínculo cultural que promueva la organización de partidos amistosos a nivel nacional e internacional, así como también facilitar la creación de programas de intercambio de jugadores. Asimismo, el fomento del intercambio cultural implicaría una variedad de manifestaciones artísticas, que abarcan desde expresiones visuales y escénicas hasta música, baile y gastronomía. Esto no sólo estimularía un mayor conocimiento de las tradiciones y valores de cada país, sino que también podría generar nuevas perspectivas en

términos comerciales y turísticos. La colaboración en el ámbito educativo puede adoptar diversas formas, desde la implementación de programas de intercambio estudiantil y académico hasta la facilitación de proyectos de investigación conjuntos, a alto nivel educativo institucional. Asimismo, la cooperación en tecnología y desarrollo ofrece un espacio vital para abordar desafíos comunes, como la seguridad alimentaria.

Dentro de los principales desafíos se destaca la barrera lingüística, y obstáculos regulatorios y/o comerciales. En torno al último, se deberá trabajar en tratados y acuerdos que busquen facilitar y fortalecer las políticas regulatorias para aumentar el comercio entre ambos países.

Como mencionamos anteriormente, el fútbol entendido como recurso singular tanto de Argentina como de Bangladesh en este caso de estudio, debería ser abordado estratégicamente con el fin de potenciar los relacionamientos y la generación de redes sociales, culturales, políticas y económicas entre ambos países. Se trata de dos países “pequeños” que poseen en común varias características, pudiendo profundizar la cooperación Sur-Sur. El caso de estudio entre ambos países puede ser referencial para analizar la influencia del acontecimiento espacio-temporal específico (Copa Mundial) como catalizador del afianzamiento de un vínculo, y lo mismo podría analizarse para otros casos del continente asiático.

REFERENCIAS

Asociación del Fútbol Argentino. (08 de mayo de 2023). *La Asociación del Fútbol Argentino presenta su primer acuerdo de patrocinio regional en Bangladesh, con la compañía bKash*. <https://www.afa.com.ar/seleccion/posts/la-asocia->

- cion-del-futbol-argentino-presenta-su-primer-acuerdo-de-patrocinio-regional-en-bangladesh-con-la-compania-bkash Banco Mundial. Datos de libre acceso del Banco Mundial (2022). <https://datos.bancomundial.org/>
- Barraza, L. (31 de diciembre de 2021). *Los dos argentinos que buscan formar al crack del futuro en China*. TyC Sports. <https://www.tycsports.com/al-angulo/atilio-oyola-nahuel-oyola-china-futbol-formativo-id401214.html>
- Bhattacharjee, K. (19 de diciembre de 2022). Football World Cup effect: Bangladesh PM calls for direct diplomatic relation with Argentina. *The Hindu*. <https://www.thehindu.com/news/international/football-world-cup-effect-bangladesh-pm-calls-for-direct-diplomatic-relation-with-argentina/article66282903.ece>
- Brand Finance. (2023). *Global Soft Power Index 2023*. <https://brandirectory.com/softpower/chart?region=1&x=1&y=2&z=9999>
- Cámara de Comercio Argentina-Bangladesh. (26 de noviembre de 2020). *Mensaje de Condolencia de ABCCI por el Fallecimiento del Astro del Fútbol Diego Armando Maradona*. <https://abcci.com.ar/mensaje-de-condolencia-de-abcci-por-el-fallecimiento-del-astro-del-futbol-diego-armando-maradona/>
- Clarín. (11 de julio de 2021). Argentina campeón de la Copa América: Los asombrosos y conmovedores festejos en India y Bangladesh. *Clarín*. https://www.clarin.com/deportes/argentina-campeon-copa-america-asombrosos-conmovedores-festejos-india-bangladesh_0_0Tk1txdiI.html
- CNN Radio Argentina. (01 de agosto de 2023). *El fenómeno Messi y la revolución en el fútbol de Estados Unidos*. CNN. <https://cnnespanol.cnn.com/radio/2023/08/01/el-fenomeno-messi-y-la-revolucion-en-el-futbol-de-estados-unidos/>
- Dandan, A. (18 de diciembre 2022). El día que Perón abrió la embajada argentina en Bangladesh. <https://www.pagina12.com.ar/2022/12/18/peron-abrio-la-embajada-argentina-en-bangladesh>

- com.ar/508805-el-dia-que-peron-abrio-la-embajada-argentina-en-bangladesh
- Decreto 67 de 2023. Dispónese la reapertura de la Embajada de la República en la República Popular de Bangladesh. 09 de febrero de 2023. Boletín Oficial N° 35.108
- Estrader, J. (2023). Cultura, fútbol y soft power: Ventana estratégica para los intercambios deportivos con la República Popular China. *Revista de Investigación En Política Exterior Argentina (RIPEA)*, 3(5), 60–75.
- Gobierno de Argentina. (04 de enero de 2021). Marca País Argentina. <https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes/marca-pais>
- Gobierno de China. (2016). *Plan de desarrollo a mediano y largo plazo del fútbol chino (2016-2050)*. <https://www.gov.cn/xinwen/2016-04/11/5062954/files/0ab32775346240aa-9d66eea0600a8c65.pdf>
- Gündogan, I. (s. f.). The Medium and Long-Term Development Plan of Chinese Football (2016-2050). *China Football* 8. Recuperado el 31 de octubre de 2023 de <http://china-football-8.com/reform-programme-2016/>
- Hobsbawn, E. J. (1991). *Nações e Nacionalismo Desde 1780: Programa, mito e realidade*. Paz e Terra.
- Infobae. (27 de febrero de 2023). *Impacto en fútbol argentino: El capitán de la selección de Bangladesh Jamal Bhuyan firmó en un club del ascenso*. <https://www.infobae.com/deportes/2023/02/27/impacto-en-futbol-argentino-el-capitan-de-la-seleccion-de-bangladesh-jamal-bhuyan-firmo-en-un-club-del-ascenso/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina. (s. f.). Sistema de consulta de comercio exterior de bienes del INDEC. Recuperado el 31 de octubre de 2023 de https://comex.indec.gob.ar/?_ga=2.159711421.1800328230.1699971179-1719011176.1681837430#/worldMap
- International Trade Centre. (s. f.). *Trade Map*. Recuperado el 31 de octubre de 2023 de <https://www.trademap.org/>

Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c050%7c%-
7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c2%7c2%
7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1, https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c032%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

- La Nación. (09 de julio de 2021). Locura por la Copa América en Bangladesh: La policía, en alerta ante posibles disturbios por Argentina-Brasil. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/deportes/locura-por-la-copa-america-en-bangladesh-la-policia-en-alerta-ante-posibles-disturbios-por-argentina-nid08072021/>
- Leite Júnior, E.F. y Rodrigues, C. (2017). The Chinese football development plan: Soft power and national identity. *HOLOS*, 5, 114–124. <https://doi.org/10.15628/holos.2017.5750>
- Long, T. (2022). *A small state's guide to influence in world politics* (1ª ed.). Oxford University Press.
- Memorándum de Entendimiento entre el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto de la República Argentina y el Ministerio de Comercio de la República Popular de Bangladesh sobre Cooperación e Intercambio Comercial. 01 de marzo de 2023.
- Ministry of Foreign Affairs of Bangladesh. (19 de agosto de 2018). *Foreign Policy of Bangladesh*. <https://mofa.gov.bd/site/page/0498e3d1-9bb7-45f0-988c-cb360e9949e2/Foreign-Policy-of-Bangladesh>
- Montes, S. (12 de mayo de 2023). Exploring the Thriving Football Culture in Bangladesh. *Scholarly Open Access*. <https://scholarlyoa.com/thriving-football-culture-in-bangladesh/>
- News ArgenChina. (29 de marzo de 2023). *El embajador Zou Xiaoli se reunió con entrenadores argentinos de fútbol que trabajarán en China*. <https://newsargenchina.ar/contenido/4420/el-embajador-zou-xiaoli-se-reunio-con-entrenadores-argentinos-de-futbol-que-trab>

- Nye, J. S. (1990). *Bound to lead: The changing nature of American power* (1a ed.). Basic Books.
- Nye, J. S. (2004). Soft power: The means to success in world politics (1a ed.). *Public Affairs*.
- Peng et al. (2018). An analysis of the Chinese Football Reform of 2015: why then and not earlier? *International Journal of Sport Policy and Politics*, 11. pp. 1-18. ISSN 1940-6940
- Rivas Molina, F. (28 de febrero de 2023). Argentina reabre su embajada en Bangladesh, el país que más ama a Messi en Asia. *El País*. <https://elpais.com/argentina/2023-02-28/argentina-reabre-su-embajada-en-bangladesh-el-pais-que-mas-ama-a-messi-en-asia.html>
- Sainz, A. (02 de enero 2023). Marca de exportación. La AFA suma sponsors chinos e indios. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/economia/negocios/marca-de-exportacion-la-afa-suma-sponsors-chinos-e-indios-nid31122022/>
- Takahashi, T. y Nitta, Y. (20 de abril de 2023). Bangladesh holding free trade talks with 11 countries: PM Hasina. *Nikkei Asia*. <https://asia.nikkei.com/Editor-s-Picks/Interview/Bangladesh-holding-free-trade-talks-with-11-countries-PM-Hasina>
- The Constitution of the People 's Republic of Bangladesh [Const]. 04 de noviembre de 1972 (Bangladesh).
- TyC Sports. (11 de julio de 2021). *Así fueron los increíbles festejos en India y Bangladesh por el título de la Selección Argentina*. <https://www.tycsports.com/seleccion-argentina/seleccion-argentina-campeon-copa-america-brasil-india-y-bangladesh-id356043.html>
- United Nations. (s. f.). *Member States*. Recuperado el 31 de octubre de 2023 de <https://www.un.org/about-us/member-states>
- Villagrán, I. y Esteso, D. (2018). Dimensiones de la cooperación académica y cultural con la República Popular China. En Universidad de la Defensa Nacional, China, *Rusia e India en América Latina: Un enfoque multidimensional* (1a ed., pp. 57-75). UNDEF Libros.

Villena Fiengo, S. (2003). Gol-balización, identidades nacionales y fútbol. En P. Alabarces (Ed.), *Futbologías: Fútbol, identidad y violencia en América Latina* (1a ed., pp. 257–271). Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.