

Artículo

El valor estratégico del deportista de élite como personalidad de marca política

Ciria Salazar C.^{1*}, Jorge Ricardo Vásquez Sánchez ², Claudia Velázquez García ³ y Emilio Gerzaín Manzo Lozano⁴

¹ Universidad de Colima, Facultad de Ciencias de la Educación; ciria6@ucol.mx

² Universidad de Colima, Escuela de Mercadotecnia; ricardo_vasquez@ucol.mx

³ Universidad de Colima, Facultad de Economía claudia_velazquez@ucol.mx

⁴ Universidad de Colima, Facultad de Ciencias de la Educación; manzolozano@ucol.mx

* Correspondencia: ciria6@ucol.mx

Resumen: El presente abordaje de carácter exploratorio documental busca dar cuenta de los valores personales que resultan estratégicos en la participación política de deportistas de élite, olímpicos o profesionales de México. La población de tipo intencionada fue integrada por 8 deportistas, entre los criterios de selección estuvo haber alcanzado una hazaña deportiva y registrar participación política en las últimas 3 elecciones federales al momento de realizar el estudio (2006, 2012 y 2018). La búsqueda de información fue teórica en un primer momento, posterior, se efectuó una revisión documental y hemerográfica en periódicos y repositorios deportivos online sobre deportistas mexicanos y casos relevantes del ámbito internacional; se utilizaron cuadros comparativos para concentrar la información recogida en las fuentes documentales; la técnica de análisis fue el benchmarking que permitió comparar los perfiles deportivos y construir valoraciones sobre el resultado obtenido en las contiendas y en el ejercicio de la representación popular. Este tipo de análisis permite inferir la fortaleza del perfil deportivo y la personalidad de marca en la participación política.

Citación: Salazar, C.; Vásquez-Sánchez, J.; Velázquez, C.; Manzo, G. El valor estratégico del deportista de élite como personalidad de marca política: revisión nacional e internacional. *Latin American Journal of Sports Management* **2021**, 5(2)

Palabras Clave: Participación política; perfil deportivo; benchmarking; personalidad de marca, branding personal y marketing político.

1. Introducción

1.1 De Representación y construcciones sociales: del mito al modelo deportivo

Cuenta la mitología griega que Rea, titánide hija de Urano y Gea, se encontraba sola en el universo. Cuando se percató de esta situación decidió tener un compañero. Para lograrlo tuvo que recostarse sobre sí misma, abrazarse y exhalar. Su vaho se expandió sobre el gran cuerpo titánide y penetró en ella. Tiempo después daba a luz a Cronos, con quien después habría de unirse para reinar sobre todos los dioses del Olimpo (Grimal, 1979).

El mito ayuda a comprender el desarrollo de las distintas personalidades, provienen del ecosistema humano, del conjunto de acciones que cada miembro de una comunidad genera. La persona refleja su sociedad. El ser individual resulta de la comunidad, ningún rasgo resulta espontáneo desde el origen porque habrá una agrupación que se une a partir de intereses comunes, códigos conductuales regulados desde sí mismo pero que sufren la intervención.

En el sentido de bien común obtenemos la construcción persona-ciudadano, según Aristóteles (2005) reunirá dos naturalezas: el ser racional y la segunda, la de animal político. De la visión aristotélica podemos observar



Copyright: © 2021 por los autores. Presentado para su posible publicación en acceso abierto.

elementos que dan sentido a las distintas posiciones que cada individuo ocupa en el mundo, desde dos posiciones; primero, dirigido a los haceres que le atañen desde originario de la idea y las cosas que de ella derivan, es decir la poiesis, unida a la segunda postura que permite ejercer la praxis o dominio de los quehaceres.

El proceso humano para construir un conjunto de valores, códigos, conductas, símbolos, lleva a la manifestación de culturas que pueden vivir encuentros y desencuentros para finalmente dibujar el perfil del ciudadano que cada población necesita (Campaña, 2014).

Los términos 'persona' y 'ciudadano' hablan de representación, construcción ideal a partir de rasgos particulares de una sociedad particular, entidades que se desenvuelven de acuerdo con códigos sobreentendidos de comportamiento entre iguales. La comunicación, resulta esencial para establecer nexos que fortalecen o debilitan rasgos para unir o separar, clasificar e identificar lo perteneciente y lo ajeno a la cultura, una manera peculiar de regulación para poder vivir y construir el ecosistema humano para el desarrollo de una sociedad (Rodríguez, 2007). Los diferentes ámbitos surgidos desde la convivencia generan redes de relación que permiten el desplazamiento de los seres humanos en direcciones diversas. En estas trayectorias sociales aparecen personajes que suelen encabezar acciones, proyectar cualidades, desde su configuración individual, que no son compartidas por el resto de su comunidad pero que también constituyen un anhelo, provoca el deseo de poseer, ser de una manera determinada.

Ello, provoca el surgimiento de modelos, prototipos, esquemas de relación y construcción de personalidades, puesto que alguien propone un desempeño desde sus propias formas de crear-accionar (poiesis-praxis en Aristóteles), por lo tanto, quienes no poseen esas características propondrá desde su persona la manera de seguir a quien propone, constituyen una manera de entender el Yo desde la creación del otro, son ideales que, desde la realidad o la fantasía, mueven hacia la abstracción del mundo (Ricoeur, 2006). La persona resulta entonces un texto que puede ser interpretado, en el caso del modelo o prototipo, desde su accionar a través de elementos de uso cotidiano.

Ejemplo de lo anterior, son los liderazgos que encabezan las luchas sociales, asimismo pueden citarse las personalidades ligadas al espectáculo y el deporte que encarnan, de acuerdo con las propuestas de los medios de comunicación y las estrategias contemporáneas utilizadas por el marketing para la creación de imagen pública (Rein, Kotler & Stoller, 2006), ideales que pueden mover multitudes (Aveledo, 2008) y que coadyuvan en la construcción del branding personal (Ketrin, 2020).

Mohammed Ali fue un boxeador ensalzado por sus atributos sobre el ring, pertenecer a una cultura racial que históricamente ha sido minimizada e invisibilizada, le permitió desplazar su personaje, ese pugilista que triunfa contra la adversidad, hombre en el que se centran los medios de comunicación para fijar su sonrisa, sus frases, sus movimientos. El público, la masa queda a la espera de vivir cada triunfo desde él. Ali decidió ser transgresor, romper reglas, dejar el canon y convertirse en una paradoja cuando su vida personal no cuadraba con el perfil que pugnaba por la perfección en su actuar público, pero al final ídolo, ser divinizado, la bondad cubría cualquier acto para la búsqueda de la felicidad que él mismo deseaba alcanzar (Owens, 2011). Entra en un grado de abstracción porque su condición humana se supedita a la forma en que es interpretado por el espectador, así se ubica en los grados de la iconicidad (Ricoeur, 2006). La mayoría ve lo que subjetivamente crea. El ser que existe en tanto idea.

El ideal del yo, a manera de fotografía en el actuar focalizado de la persona-icón conduce también a la formulación del ídolo (Fernández, 2020) al abandonar los derroteros del sino humano, su condición propia de la abstracción, resulta de una producción diferenciada del sujeto que así lo determina: modelo porque impone pautas de comportamiento –en el caso de Ali, su determinación para actuar en lo social, sus hazañas en el ring, su carisma ante los medios de comunicación, el afán que provoca en la prensa– da una serie de rasgos que bien puede compararse con la iconografía religiosa. El acercamiento a un líder deportista puede ocasionar rituales como es el caso de la distribución de sus imágenes, la venta de afiches con su referencia onomástica o su perfil, considerar objetos valiosos sus efectos cotidianos, entre otros. Incluso puede marcar tendencia en el uso de determinada prenda de vestir (Chacán, 2018; Umaña, 2020).

La persona idealizada en la figura de ídolo se enviste personaje. La situación implica retorno a la constitución primigenia. Su función ahora es ser guía con la reunión de varios saberes: un saber determinado en un área específica, la demarcación de su territorialidad para la demostración de su fortaleza y liderazgo al compartir tareas que manifiestan su deseo por el bien común, así como el retrato de su historia interna combinada con la comunidad. El líder demuestra que puede involucrarse con sus iguales, pero su carácter divinizado otorga la facultad para desplazarse a niveles superiores y establecer ayudas para quienes viven siguiendo su trayectoria en la espera de beneficios (Fernández, 2020).

La constitución idealizada del deportista como encarnación del bien por la ponderación que obtiene el logro deportivo ofrece múltiples posibilidades para que, llegado el momento, pueda emerger como guía y líder, siempre y cuando las ideologías converjan desde las posibilidades infinitas de las tecnologías de información.

1.2 El marketing, el branding y la personalidad de marca

Esa idealización que tiene como origen al mito tiene la cualidad de ejercer un poder profundo en las emociones de los individuos; Rein, Kotler & Stoller (2006) autores del legendario libro de la Gran Visibilidad, hacen notar que el uso de la imagen no ha sido una empresa nueva, desde 1920, comenzó a destacarse y producirse a personas que se distinguieran con alguna habilidad o talento, para construir una imagen de marca, celebridad o historia lo suficientemente inspiracional para atraer multitudes.

Esos años, pasaron y la industria de la llamada gran visibilidad (Basco, Beliz, Coat & Garner, 2018) ahora hace uso de técnicas más sofisticadas para la comercialización y estrategias para consumo de un producto o servicio. Hoy en día es el marketing, la disciplina que contiene las técnicas para desarrollar estrategias e incrementar la efectividad en diversos sectores, ya no solo, la comercial-productiva, incluso el marketing tiene un gran mercado ya en el ámbito político (Uribe, Buzeta & Reyes, 2017).

Una de esas técnicas sofisticadas usadas por el marketing y la comunicación en la proyección de un modelo, personalidad o celebridad, es el branding cuyo objetivo es la administración de una imagen positiva y diferenciada de los otros, buscando que ello actúe como motor de preferencia (Newman, 1999).

Ahmad y Thyagaraj (2015), consideran que el branding tiene como elemento central a la personalidad de marca, noción que plantea que las personas atribuimos un conjunto de características humanas a las marcas, las que actúan como base de la relación simbólica que establecemos con ellas. En palabras de Keller (2003), una marca se define por su diferenciador; por tanto, la marca es un activo que debe ser gestionado de modo tal que se perciba dicha diferenciación y que esta genere en los usuarios recuerdo, apego emocional y conducta de compra.

En el ámbito de la política, el marketing político como área de estudio es relativamente nuevo. Su desarrollo como disciplina se inició en la década de los setenta, buscando aplicar las estrategias desarrolladas en contextos comerciales a la acción política (O' Cass, 1996; Wring, 2010), sobre todo tratando de incrementar la efectividad de las campañas en el electorado (O'Shaughnessy, 1990 en Uribe, Buzeta & Reyes, 2017).

Aaker (1997) fue el primer estudioso en sistematizar el concepto de personalidad de marca y planteó un modelo de cinco dimensiones clave: sinceridad, emoción, competencia, sofisticación y rudeza; mismos que han sido retomados en diversas investigaciones aplicadas al deporte que han servido de principios básicos para teorizar en el tema (Yao, Chen & Xu, 2015; Gomes, Pereira & Fortunato, 2020); posterior, Schneider (2004) y Smith (2009) retomando a Aaker, analizaron la personalidad de marca en la política, resultando una estructura con 6 dimensiones: sinceridad, energético, imagen, liderazgo, rudeza y singularidad, elementos vitales para conectar con el electorado.

1.3 Los valores y rasgos del deporte como elementos ideales

Sin lugar a duda, los deportistas destacados, olímpicos o profesionales son merecedores de gran visibilidad y reconocimiento social; esto los hace formar parte, de los nueve sectores (espectáculos y entretenimiento, deportes, política, cultura, negocios, religión, ciencia, profesiones y academia) que tiene mayor desarrollo de branding, y en el tema que nos atañe, personalidad de marca para la contienda política (Rein, Kotler & Stoller, 2006).

El impacto que ejerce un deportista de élite en la sociedad actual es aprovechado por la comunicación y el marketing para utilizar los valores, aptitudes y hazañas como elementos de marcar en la venta y publicidad de servicios y productos (Marín, 2010); el ámbito político no ha sido la excepción, siendo ya un camino de continuo profesional entre los más destacados.

Siendo el liderazgo una de las habilidades más definidas de los atletas. El Comité Olímpico Internacional desarrolló el Programa de Seguimiento de Carrera de los Atletas Olímpicos (COI, 2018) con la intención de ayudar a los atletas a transitar de la gloria deportiva a un liderazgo social a partir de rasgos aprendidos muy particularmente en los altos estándares del deporte. Dichos rasgos característicos en los deportistas de élite son: adaptable, competitivo/a, experiencia intercultural, decidido/a, disciplinado/a, único/a, sigue instrucciones, centrado/a en objetivos, sabe perder, humilde, independiente, soporta la presión, motivado/a, apasionado/a, paciente, planificación y estrategia, resuelve problemas, perfeccionista, reconoce sus puntos fuertes, respetuoso/a, conscientes de sí mismo/a, centrado/a en el equipo y habilidades de gestión de tiempo (pág. 9).

2. Materiales y Metodología

El presente estudio corresponde al tipo exploratorio, al ser una aproximación a un tema común en el ámbito comercial, pero poco estudiado desde la academia (Hernández, Collado y Baptista, 2008); ello, nos permitirá descubrir las relaciones teóricas y antecedentes del tema, así como las aplicaciones en la vida cotidiana de los conceptos que se abordan.

El trabajo tiene su antecedente en la gran presencia de deportistas en el proceso electoral de 2018; vimos desfilar en medios de comunicación y plataformas partidistas a muchos deportistas de alta elite en busca de puestos de elección popular para senadurías, diputaciones federales, locales y presidencias municipales; ello, marca una oportunidad para analizar la personalidad de marca política con los valores y rasgos definidos por el deporte. Anteriormente, se registraban esporádicamente deportistas a las campañas políticas, y pocos de ellos, lograban el cometido, sin embargo, en los dos últimos procesos electorales vimos una creciente llegada a los partidos y contiendas políticas.

Para realizar el trabajo, se utilizó como metodología central la documental (Rodríguez Campos, 2005), en la primera fase se revisaron estudios de investigación básica y aplicada relativa al marketing, marketing deportivo y política, así como, conceptos como el branding y la personalidad de marca; en la segunda, parte, se realizó una revisión hemerográfica en periódicos online, que nos permitió realizar una búsqueda a nivel regional, nacional e internacional de lo escrito sobre la participación política de los deportistas; al menos los de mayor visibilidad en México (Ana Gabriela Guevara, Cuauhtémoc Blanco, Fernando Platas, Víctor Estrada, Iridia Salazar, Carlos Hermosillo, Jacky Nava, Adolfo Ríos y Nelly Miranda), y los casos, más representativos a nivel internacional (Manny Pacquiao, Arnold Schwarzenegger, Vitali Klitschko, Alexis Argüello, Jack Kemp, Romário y George Weah). En total, una población por conveniencia de 8 de México y 7 de otros países, requiriendo como elemento de selección, que tuvieron una hazaña deportiva y registraran participación política en las últimas tres elecciones federales de México.

Procedimiento

Para organizar la información se utilizaron cuadros comparativos tanto para deportistas de México como de extranjeros con los ítems: deportista, disciplina/deporte, características/cualidades, cargos públicos, partido político postulante, ideas fuerza de campaña y valores del partido.

Posterior, para el análisis de los perfiles deportivos de México, se aplicó la técnica de benchmarking que no es otra cosa, más que la comparación referencial de las características de los perfiles y las buenas prácticas de éstos (Boxwell, Rubiera, McShane & Zaratiegui, 1995). De igual forma, se valoraron los siguientes elementos: los casos similares de mayor éxito en el país, examinar las prácticas partidistas, comparar los rasgos o valores y conocer casos de campañas exitosas en otros países.

3. Resultados

3.1. Análisis a partir del benchmarking de deportistas de México

Para realizar el análisis de los perfiles deportivos, se organizó primeramente la revisión de los atletas mexicanos (Ver Tabla 1.1, 1.2, 1.3, 1.4). Se utilizaron los indicadores de: deportista, disciplina deportiva, características o cualidades, cargos públicos, partido político, ideales e ideales del partido.

La velocista **Ana Gabriela Guevara**, comenzó en el ámbito político y gubernamental con la dirección de una dependencia enfocada en el deporte, debido a su estrecha relación con aquellas instituciones que intervienen y regulan el deporte en México, supo de las deficiencias del sistema, principalmente, la falta de apoyo y promoción a los deportes menos populares. La afiliación al Partido del Trabajo en su natal Sonora le permitió llegar al senado por la vía plurinominal con una clara intención de hacer propuestas para el mejoramiento de la estructura y la promoción deportiva. Tres años después, bajo la posición de crítica contra el sistema (ad hoc a los ideales de partido filial), el empoderamiento que le dio el cargo y, la experiencia y popularidad que obtuvo como medallista olímpica, ganó la diputación federal por elección popular. Ahora, el presidente electo en 2018 le ha asignado el cargo de la dirección nacional de la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (CONADE), asignación que se deduce debido a su experiencia en el área y por caracterizarse como una mujer de carácter y lucha, como lo demostró en el deporte.

Jacky Nava, boxeadora, fue diputada local por elección popular por el mismo partido, quien se enfocó en apoyar al deporte, siendo ella una clara muestra de una persona que viene desde abajo y logró ser una de las boxeadoras mexicanas más reconocidas en la actualidad.

Tabla 1.1 Benchmarking de competencias de deportistas de México que incursionaron en procesos políticos.

Deportista	Disciplina/Deporte	Características /Cualidades	Cargos públicos	Partido Político	Idea Fuerza de campaña	Valores del partido
Ana Guevara	Velocista	Atleta fuerte, valiente, franca, con espíritu de lucha, combatiente, sacrifica por los demás, por la patria. Veloz, disciplinada, representante de atletas, una mujer disruptiva, una mujer empoderada. Una mujer con crítica y severa en argumentos contra el sistema. Fue la esperanza y dignidad de nuestro pueblo. Una mujer que practicaba atletismo, deporte con arraigo mítico. Primera mujer en ganar por tres ocasiones seguidas un campeonato continental, la serie mundial y medalla de plata en JO. Como deportista, conoció los principales problemas que albergan las instituciones del deporte en México.	1.- Titular de la Coordinación de Cultura Deportiva, Física y de Salud del Distrito Federal (2008) 2.- Senadora plurinominal por el estado de Sonora (2012 – 2018). 3.- Diputada federal electa 2018 – 2021 4.- Dirigencia del Partido del Trabajo en Sonora (2018 -) 5.- Titular de la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (12/2018 -)	Afiliación actual: Partido del Trabajo (PT) Senaduría: PRD Diputación Federal: Coalición "Juntos haremos historia" (MORENA, PES y PT)	"No me gusta mezclar la política y el deporte. Mi proyecto es deportivo" "No quedarse siempre con los mismos resultados" "Innovar en el deporte nacional, hacer cosas positivas y alcanzables, sobre todo en materia educativa y la activación física en el ámbito escolar"	PT: partido de izquierda, anti-imperialista, socialista y nacionalista. Coalición "Juntos haremos historia: se creó con ánimos de cambio y con creencia de que es la única oportunidad que tiene el país de un verdadero cambio.
Jacky Nava	Boxeadora	Aguerrida, mujer que viene de abajo, defensora de su género y de otros más débiles. Una mujer leal a sí misma, disruptiva.	1.- Diputada local (2015 – 2018)	Diputación: Partido Acción Nacional (PAN)	"Mi trabajo (como diputada) ha sido enaltecer el deporte y fomentar su práctica"	PAN: partido de centroderecha, humanista cristiano: liberal en lo económico y conservador en lo social.

Víctor Estrada, el taekwondoín más popular de México, logró que este deporte tuviera más presencia en el país, además de ser medallista olímpico. Su preparación académica y la experiencia en el deporte, lo llevó a ser cofundador de un partido político: el Partido Nuevo Alianza (PANAL), enfocándose puntualmente en el deporte, considerándose como uno de los casos más emblemáticos de deportistas que han incursionado en la política. Ha sido candidato a senador y diputado federal, no logrando ganar las candidaturas, sino hasta el 2016, gracias a la experiencia y sus cualidades de perseverancia y preparación, logró ser alcalde de Cuautitlán Izcalli por el mismo partido que ha fundado. ~~Adolfo Ríos, exfutbolista, ha incursionado en el mundo de la política, siendo delegado estatal del Partido Encuentro Solidario (PES), un partido con influencia religiosa que va conforme a las creencias de Ríos, quien se ha caracterizado como un hombre religioso.~~

Fernando Platas e Iridia Salazar, ambos medallistas olímpicos en diferentes deportes que se caracterizan por la necesidad de concentración, control corporal y disciplina. Platas, quien ha ocupado cargos en instituciones del deporte, al igual que Ana Gabriela, ha conocido a fondo de la problemáticas que se albergan en dichas instituciones, y como candidato a la diputación, logró posicionarse en el segundo lugar, posición que se le atribuye a la popularidad como deportista y del partido al que

representó, el PRI, el cual, en la actualidad se encuentra en una crisis seria; Salazar, fue diputada federal suplente por la vía plurinominal, quien se enfocó en propuestas para el bien del deporte.

Tabla 1.2 Benchmarking de competencias de deportistas mexicanos que incursionaron en procesos políticos.

Deportista	Disciplina/Deporte	Características /Cualidades	Cargos públicos	Partido Político	Idea Fuerza de campaña	Valores del partido
Víctor Estrada	Taekwondoín	Disciplinado, fuerte, colaborativo, amistoso, rudo; un hombre de pelea, dueño de un gran temple, control de emociones, preparado académicamente, hombre de familia. Un ejemplo de un atleta que rompió con los esquemas y puso muy en alto el nombre del taekwondo (TKD) mexicano en una etapa donde los medios de comunicación masiva no hacían caso a este deporte, pero gracias a los fabulosos resultados competitivos de una generación de los 90 se logró una mayor difusión del TKD en México hasta conseguir que hoy en día sea el 2do deporte más practicado en México.	1.- Cofundador del Partido Nueva Alianza (2006) 2.- Candidato a Senador (2006) 3.- Candidato a diputado local en el Estado de México (2012) 4.- Alcalde de Cuautitlán Izcalli (2016 – 2018)	Afiliación actual: Partido Nueva Alianza (PANAL) Alcaldía: Coalición “De la mano con la gente” (PRI, PVEM y PANAL)	“El deporte y la educación son la mejor herramienta para lograr un verdadero cambio, pues a través de ellos se adquieren valores como la disciplina, el trabajo y esfuerzo, que nos convierten en mejores ciudadanos y nos brindarán herramientas para combatir los problemas que aquejan a nuestra sociedad”.	PANAL: partido de centroderecha, socioliberal y liberal en lo económico.
Iridia Salazar	Taekwondoína	Exigente, crítica, disciplinada, organizada, con una actitud echada para adelante. proviene de un deporte de auto control y defensa personal, no es una disciplina deportiva de acceso para todos, es medianamente accesible. Campeona mundial y medallista olímpica de taekwondo	1.- Diputada federal suplente (2011 – 2012)	Diputación: Partido Acción Nacional (PAN)	Promover el deporte mexicano.	PAN: partido de centroderecha, humanista cristiano: liberal en lo económico y conservador en lo social

Cuauhtémoc Blanco es un exfutbolista de gran popularidad en el país debido a su excelencia deportiva, carácter, logros y por haber pertenecido a uno de los equipos de fútbol más populares en México. En la actualidad, ha logrado una sólida carrera política, primero, como alcalde de Cuernavaca con el Partido Social Demócrata, el cual dejó por intereses propios y económicos para afiliarse al Partido Encuentro Social, ambos partidos de ideologías diferentes, pero con el fin de cambiar

radicalmente la situación de país. En el año 2018, ganó la gubernatura del estado de Morelos a causa de su popularidad como alcalde de la capital y como deportista, por el efecto cascada de votos por la coalición “juntos haremos historia” y la mala fama de sus contrincantes.

Tabla 1.3 Benchmarking de competencias de deportistas mexicanos que incursionaron en procesos políticos.

Deportista	Disciplina/Deporte	Características /Cualidades	Cargos públicos	Partido Político	Idea Fuerza de campaña	Valores del partido
Cuauhtémoc Blanco	Futbolista	Uno de abajo, de a pie, un jugador que soñó y llegó a ser el mejor jugador mexicano, esperanza de un país, aguerrido, las pelea todas, nada conformista, creativo, colaborativo, idealista, un hombre con carácter, crítico, altanero, leal a su gente, a su equipo y a su pueblo. Su deporte, el fútbol, es considerado una de las prioridades en espectáculo y ocio que tienen los mexicanos; por tanto, al ser el mejor jugador en una copa del mundo y en la liga mexicana, lo convierte en una inspiración y un hombre que se gana el respeto de sus pares.	1.-Alcalde de Cuernavaca, Morelos (2015-2018) 2.- Gobernador del estado de Morelos (2018-2024)	Afiliación actual: Partido Encuentro Social (PES) Alcaldía: Partido Social Demócrata (PSD) Gubernatura: Coalición “Juntos haremos historia” (MORENA, PES y PT)	“Así como defendí la camiseta de México voy a defenderlos a ustedes (Pueblo morelense)” “Hacerle justicia a la gente para que estos políticos no se vuelvan a pasar de listos”	PES: partido centroderecha, liberal con influencia cristiana. Coalición “Juntos haremos historia: se creó con ánimos de cambio y con creencia de que es la única oportunidad que tiene el país de un verdadero cambio. PSD: tenía una ideología de izquierda en el ámbito social y social democrático
Fernando Platas	Clavadista	Disciplinado, concentrado, con mente organizada. Ganador olímpico de la medalla de plata.	1.- Director de Deporte del Estado de México (2013 – 2018) 2.- Candidato a diputado federal (2018)	Afiliación actual: Revolucionario Institucional (PRI)	“Ser cercano a la gente” “Incursionar en temas como la activación física, es un derecho y debemos buscar la participación”	PRI: partido de centro y centro derecha, corporativista y liberal económica.

Carlos Hermosillo, exfutbolista, después de retirarse del deporte, el PAN le dio cargos en la CONADE como subdirector y después como director, en la cual tuvo una larga permanencia. Después de dichos cargos, se postuló como candidato a diputado federal por el mismo partido político, quien no logró ganar la elección a consecuencia de los escándalos por la administración de la CONADE.

Nelly Miranda, una mujer deportista con discapacidad, medallista paraolímpica y quien ha llenado de orgullo al país por sus logros, se caracteriza como una mujer disciplinada, perseverante, tenaz y luchadora, ganando así, mucha popularidad entre los mexicanos. En el 2009 ganó una diputación federal por el PVEM, un partido que nació por la búsqueda del cuidado de la ecología, un tema que casi no es tomado en cuenta, así como a ella y muchas otras personas con discapacidades, quienes la sociedad olvida frecuentemente.

Tabla 1.4 Benchmarking de competencias de deportistas mexicanos que incursionaron en procesos políticos.

Deportista	Disciplina/Deporte	Características /Cualidades	Cargos públicos	Partido Político	Idea Fuerza de campaña	Valores del partido
Carlos Hermosillo	Futbolista	Colaborativo, disciplinado, creativo, suertudo.	1.- Subdirector del deporte de la CONADE (2003 – 2006) 2.- Director de la CONADE (2006 – 2009) 3.- Candidato a diputado federal (2009)	Afiliación actual: Partido Acción Nacional (PAN)	"Dirigí mis esfuerzos en construir el legado deportivo de nuestro país que tanto necesita, a través de programas e infraestructura más grande de la historia de México, y que motivará la transformación de nuestra sociedad"	PAN: partido de centroderecha, humanista cristiano: liberal en lo económico y conservador en lo social.
Nelly Miranda	Nadadora	Mujer altamente capaz, luchadora, representante de la lucha para vencer la discapacidad como una limitante. Ganadora paraolímpica y mundial.	1.- Diputada federal (2009 – 2012)	Diputación: Coalición "Primero México" (PRI-PEVM)	"Demostrar a las personas que todo es posible con fuerza de voluntad"	PVEM: partido de derecha, defensor del ecologismo y conservador en lo social.

Fuente: Tablas 1.1, 1.2, 1.3 y 1.4, son de Elaboración propia a partir de la consulta de: Agencia EFE (2017), Cancha y glamur (2016), Cultura colectiva (2018), El Sol de Puebla (2018) El Universal Querétaro (2017), El Universal Querétaro (2017b), Excelsior (2011), La silla rota (2018) y Mundo de taekwondo (2015).

3.2 Análisis del perfil deportivo y el uso para la participación política de atletas extranjeros

En cuanto, a los deportistas extranjeros que entraron a la política en sus respectivos países y ciudades de origen, se detectaron las siguientes competencias, valores y rasgos (ver Tabla 2.1, 2.2, 2.3, 2.4).

El boxeador filipino, **Manny Pacquiao**, considerado como uno de los mejores boxeadores de la historia, se retiró del deporte para inmediatamente comenzar en la política. Gracias al box, un deporte popular en Filipinas ganó la candidatura a senador. Pacquiao se ha caracterizado por ser rotundamente claro con sus ideas conservadoras y por la búsqueda de la igualdad social entre clases, ya que él ha sido una persona que surgió de la pobreza al éxito deportivo.

El austriaco, nacionalizado estadounidense, **Arnold Schwarzenegger**. Ha sido un hombre sumamente perseverante y constante, siendo varias veces ganador mundial en fisiculturismo. Incursionó en el cine, ganando gran popularidad entre la población por sus reconocidas películas. Se postuló como gobernador de California por un partido socialmente conservador, ganando con gran porcentaje, y después fue reelegido en el cargo. El estadounidense y exfutbolista, Jack Kemp, después de su retiro incursionó en la política en el partido democrático al igual Schwarzenegger, y después de una estable carrera interna política, buscó ser candidato a la presidencia de Los Estados Unidos, no logrando serlo, obtuvo un puesto dentro del gabinete de George Bush.

Tabla 2.1 Benchmarking de competencias de deportistas internacionales

Deportista	Nacionalidad	Disciplina/Deporte	Características /Cualidades	Cargos públicos	Partido Político	Ideales Personales	Ideales del partido afiliado
Manny Pacquiao	Filipino	Boxeador	Líder, aguerrido, disciplinado, uno del pueblo que sueña con ser grande y lo logra. Proviene	1.- Senador (2016 - 2022)	Partido Democrático filipino (PDP)	"la única forma de que mi país avance es acabar con la corrupción para sacarlos	PDP: nacionalista y socialista democrática.

			de un deporte con arraigo popular.			de la pobreza” y se alista para postularse a las elecciones para presidente en el 2022.	
Arnold Schwarzeneger	Austriaco Nacionalizado estadounidense	Fisiculturista	Hombre que ha trabajado duro, paciente, con alta resistencia a las críticas. Comenzó desde abajo para posicionarse como un exitoso atleta y actor.	Gobernador de California (2003 – 2011)	Partido Republicano (GOP)	Llegué aquí con los bolsillos vacíos pero lleno de sueños, lleno de deseo, lleno de voluntad para tener éxito, pero con las oportunidades que tuve, pude hacerlo. Esta es la razón por la que gobernaré California”	GOP: conservador laico, liberalismo económico y progresista.

El exfutbolista brasileño, **Romário**, ha sido un luchador social de la oposición, representado a un partido con ideología de izquierda – socialista, su carrera política ha sido exitosa, siendo diputado y senador.

Tabla 2.2 Benchmarking de competencias de deportistas internacionales

Deportista	Nacionalidad	Disciplina/Deporte	Características /Cualidades	Cargos públicos	Partido Político	Ideales Personales	Ideales del partido afiliado
Romário	Brasileño	Futbolista	Rebelde con causa, activista, luchador por la inclusión social de personas con discapacidad, tenaz, aferrado.	1.- Diputado de Río de Janeiro (2010 – 2013) 2.- Senador (2014 – 2018) 3.- Candidato a gobernador de Río de Janeiro (2018).	Partido Socialista Brasileño (PSB)	“Volver a darle esperanza al pueblo de Río, usando todas las fuerzas para mejorar la seguridad y darle a la Policía todas las mejores condiciones”	PSB: partido político de centroizquierda enfocado en la ideología socialista.

El caso más relevante y exitoso es para **George Weah**, un hombre de gran popularidad en su país, exfutbolista considerado el mejor del continente africano del siglo XX, ganador del balón de oro. Ha sido un gran líder en su país, liderando un partido político y logrando ganar en el 2018 la presidencia de Liberia.

Tabla 2.3 Benchmarking de competencias de deportistas internacionales

Deportista	Nacionalidad	Disciplina/Deporte	Características /Cualidades	Cargos públicos	Partido Político	Ideales Personales	Ideales del partido afiliado
George Weah	Liberiano	Futbolista	Luchador, tenaz, talentoso, constante, perseverante, ha venido desde abajo, un exitoso ejemplo de superación para su país. Asistido por una presencia pública establecida y, tal vez, por la ambición y el impulso que los ayudó a tener éxito en el ámbito deportivo, decidió incursionar en la política.	1.- Senador (2014 – 2018) 2.- presidente de la República de Liberia (2018 -)	Congreso para el cambio democrático (CDC)	Mejorar las condiciones de su país.	CDC: partido de oposición.

Vitali Klitschko, exboxeador ucraniano, ha sido considerado como un gran líder de la oposición, siendo líder del partido, y sin obtener ningún cargo de representación popular es una imagen en su país como luchador por los derechos de los ciudadanos.

Alexis Argüello, fue otro líder converso a la oposición de país, quien sí logró un cargo como alcalde de Managua.

Tabla 2.4 Benchmarking de competencias de deportistas internacionales

Deportista	Nacionalidad	Disciplina/Deporte	Características /Cualidades	Cargos públicos	Partido Político	Ideales personales	Ideales del partido afiliado
Vitali Klitschko	Ucraniano	Boxeador	Líder, perseverante, idealista, fiel en luchar contra la oposición, estrategia, es una opinión intelectual.	n/a	Partido Alianza Democrática (UDAR)	Demostrar que no es solo una cara nueva, sino una figura creíble en la política y la oposición ucraniana.	UDAR: liberar el poder del estado y proporcionar condiciones para el bienestar.
Alexis Argüello	Nicaragüense	Boxeador	Visionario y líder.	1.- Alcalde de Managua, Nicaragua (2005 – 2008)	Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN)	Posicionar la izquierda en Nicaragua	FSLN: organización política-militar de izquierda
Jack Kemp	Estadounidense	Fútbol americano	Conservador, perseverante, buen planificador. Aunque no logró la candidatura a la presidencia, siempre fue fiel a su Partido.	1.- Secretario de vivienda y desarrollo humano (2000 – 2008)	Partido Demócrata	Contribuir a la revolución de (Ronald) Reagan y dar firmeza a los principios conservadores	GOP: conservador laico, liberalismo económico y progresista.

Fuente: Elaboración propia a partir de la consulta de: Agencia EFE (2018), BBC (2017), BBC (2018), El mundo es (2009), Notiamérica (2017), On the issues (2001) y Político (2016), Los Ángeles Time (2021).

4. Discusión

Este acercamiento exploratorio deja notar que los deportistas conversos a la política, además de contar con características que un deportista debe poseer como el compromiso, la perseverancia, lealtad, amabilidad, inteligencia y eficacia tal como lo mencionaban Schneider (2004) y Smith (2009) retomando a Aaker (1997), también cumplen con los componentes de un producto político según Schröder (2000): perfil (características), personas (el tipo para la estrategia), programa (ideario y programa electoral), idoneidad (congruencia) y rendimiento (capital social y político).

Entre los hallazgos que podemos mencionar en el caso de los deportistas mexicanos, son similitudes deportivas y características sociales coincidentes en la mayoría de los perfiles:

1) En sus cargos políticos, han buscado apoyar al deporte, más que nadie, conocen las amenazas y debilidades que presentan en virtud de la relación Gobierno – deporte, así como la baja promoción, estructuración y financiación. Siendo el mensaje político en sus entrevistas y declaraciones en campaña o en curul: ser una voz autorizada y una fuente de decisión para el bien del deporte (Chácan, 2018), niñez y juventudes.

2) Los deportistas presentan características que de acuerdo con la disciplina deportiva que hayan practicado, la hazaña alcanzada y la historia de vida, gloria y sacrificio, se volvieron en los diferenciadores de su branding personal que atraen a votantes que se sienten emocionalmente apegados a ellos. En este sentido Yao, Chen & Xu (2015) afirman que los atributos de la marca que coinciden con la personalidad de los votantes son una infalible combinación emocional o reflejan similitudes o inspiraciones ineludibles para los votantes. En otras palabras, alguien inspirador con el poder de su presencia.

3) Son personas relacionadas con deportes de alta popularidad en su país o estado (fútbol, box y atletismo), de clase social baja, situación económica complicada, o bien, deportistas con historias de superación extraordinarias que les permite establecer simpatía con las personas que luchan y buscan también la igualdad y la justicia social. En psicología social la carencia del deportista que triunfa y el ciudadano que busca un modelo de éxito exhiben la pertenencia a una categoría social en particular al asociarse con una marca personal, creando de esta forma identidad social (Scheidt, Gelhard & Henseler (2020) y activo intangible para la marca personal.

4) La popularidad obtenida como grandes deportistas, medallistas olímpicos y/o campeones del mundo proviene de la idolatría del pueblo (Fernández, 2020). La legitimación social le permite transitar bajo la capa de la divinidad del héroe justiciero, aquel que no se da por vencido, que es disciplinado, que es persona sana, de espíritu inquebrantable y con alto liderazgo. Sin embargo, en los cuadros comparativos, se observa, que las carreras de los políticos deportistas también han sido cortas en México (una elección y desaparecen del escenario político), Hughes (2007) menciona que este tipo de situaciones se dan ante la ausencia de credibilidad de la fuente, que no es otra cosa, que la ausencia de congruencia entre la marca personal como deportista y el ideal de su actuación en el campo político. Las dimensiones más importantes para la credibilidad son la experiencia, confiabilidad y atractivo (Rossiter y Percy, 1987), que juega en contra del branding personal del deportista converso cuando este carece de los elementos.

5) En el caso de los deportistas estadounidenses que han participado en política, se han inclinado por partidos conservadores, esto coincide con la noción de héroe que tienen los norteamericanos de sus atletas y su culto al respeto por los valores de la nación; en México, el perfil deportivo y personal, no ha marcado una preferencia por una corriente política, más bien, ha sido, por oportunidad o ante la necesidad de perfiles limpios, nuevos y con ventaja de marca personal para algunos partidos, por ello, se observa una participación partidaria muy diversa.

Estas similitudes ubicadas en los deportistas conversos a la política, reafirman el incremento de valor y fortaleza social del deporte mediante la capitalización de los éxitos que acumula un deportista de elite (Ginestas, Gómez Serrat, 2011); Sánchez Hunt (2013) en su tesis afirma luego de revisar la historia del deporte moderno y la política que el deporte tiene un potencial social capaz de contrastar una mala imagen de un país, un partido político o un candidato usando los recursos del marketing social; y de esta forma, desarrollar una personalidad de marca (Aaker, 1997) para enaltecer

sentimientos de orgullo, superación, liderazgo, promoviendo emociones de odio/bondad y en ocasiones exacerbando la fuerza del títan político (contendiente deportista) (Thacker, 2010).

5. Conclusión

En conclusión, el deportista de elite socialmente aceptado, con hazañas nacionalistas o logros épicos, visibilidad social y mediática, que reúna elementos para el desarrollo de personalidad de marca y que aparte, coincida con los ideales de un partido político, tendrá amplias posibilidades de integrarse al mundo de la política partidista, aumentando la oportunidad por sus rasgos y valores de conseguir el triunfo electoral.

La construcción del branding personal en deportistas que deseen incursionar en la política, deberá estar estrechamente relacionado con el trabajo comunitario y social que les permita desarrollar una imagen sólida con la ciudadanía en las contiendas electorales, a fin de perfilar una marca personal política consistente, congruente y que de resultados palpables con quienes confiaron con su voto y les otorgaron el cargo popular.

Es importante mencionar, que, al ser un trabajo exploratorio, se presenta una visión general del tema; quedando abierta la posibilidad de ampliar y profundizar en los estudios en materia, usando otras metodologías que permitan ampliar las discusiones y conclusiones.

Finalmente, el artículo abona al aumento de literatura especializada en el tema, dado que, el objeto de estudio en el idioma español no se ha desarrollado abundantemente.

Contribuciones de los Autores: Conceptualización, EGML, CMCS, JRVS; metodología, JRVS, CAVG; validación, JRVS, CAVG; análisis formal, CMCS, JRVS; investigación interna, CMCS, JRVS, CAVG, EGML; redacción-borrador original, CMSC, JRVS; redacción-revisión y edición, EGML, CMSC. Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito. Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito. La autoría debe limitarse a quienes hayan contribuido sustancialmente al trabajo comunicado.

Financiación: Esta investigación no recibió financiación externa.

Conflictos de Interés: Los autores declaran no tener ningún conflicto de interés.

Referencias Bibliográficas

- Aristóteles. (2005). *Política*. (P. López Barja de Quiroga, Ed.) Madrid, España: Istmo.
- Aaker, J. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347-356. <https://doi.org/10.2307/3151897>
- Ahmad, A. & Thyagaraj, K. (2015). Understanding the influence of brand personality on consumer behavior. *Journal of Advanced Management Science*, 3(1), 38-43.
- Basco, A. I., Beliz, G., Coatz, D., & Garnero, P. (2018). *Industria 4.0: fabricando el futuro* (Vol. 647). Inter-American Development Bank: Argentina.
- Blanco Labra, V. (2014). *Elvis en el bosque. Psicografía de Elvis Presley*. España, España: Punto de lectura.
- Bellón, M. (2003). *The Beatles: la historia*. España, España: Intermedio editores.
- Boxwell, J., Rubiera, I., McShane, B., y Zaratiegui, J. (1995). *Benchmarking para competir con ventaja*. McGraw-Hill.
- Chacán, Á. (2018). Marketing deportivo para la fidelización de clientes caso: Club Social Deportivo Macará (*Bachelor's thesis*), Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Campaña, M. (2014). *Linaje de malditos*. De Sade a Jim Morrison. España: Debate.
- COI (2018). *Programa de Seguimiento de Carrera de los Atletas. Cuaderno de ejercicios*. The Adecco Group: Lausanne, Suiza.
- Fernández, M. L. F. (2020). La creación de un ídolo deportivo mediático en la prensa especializada en España: Una comparativa de género. In *Libro de Actas del X Congreso Universitario Internacional*

- sobre Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia:(CUICID 2020) (p. 989). Fórum Internacional de Comunicación y Relaciones Públicas (Fórum XXI).
- Grimal, P. (1979). *Diccionario de mitología griega y romana*. Barcelona, España: Paidós.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Hughes, A. (2007). Marcas personales: un análisis exploratorio de las marcas personales en el marketing político australiano. En *la Conferencia de la Academia de Marketing de Australia y Nueva Zelanda*, Universidad de Otago, Dunedin, diciembre (págs. 3-5).
- Ketrin, S.-N. (2020). Personal Branding in Team Sports Marketing. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 29, 416–424.
- O'Cass, A. (1996). Political marketing and the marketing concept. *European Journal of Marketing*, vol. 30 núm. 10/11, págs. 37-53. <https://doi.org/10.1108/03090569610149782>
- Owens, T. S. (2011). Muhammad Ali. *Boxing champ & role model*. North Mankato, Minnesota, United States of America: ABDO Publishing Company.
- Newman, B. I. (1999). *The Mass Marketing of Politics: Democracy in an Age of Manufactured Images*. London: Sage Publications.
- Rein, J., Kotler, P. y Stoller, M. (2006). *Alta visibilidad: la creación y comercialización de profesionales en celebridades*. NTV Pub. Grupo.
- Ricoeur, P. (2006). *Teoría de la interpretación. Discurso y excedente de sentido*. México, México: siglo veintiuno editores. Universidad Iberoamericana.
- Rodríguez Campos, I. (2005). *Técnicas de investigación Documental*. Trillas.
- Rodríguez Salazar, T. (2007). *Representaciones sociales. Teoría e investigación*. Guadalajara, Jalisco, México: Universidad de Guadalajara.
- Rossiter, J. & Percy, L. (1987). *Advertising Communications and Promotion Management*. Mc-Graw Hill: New York
- Sadoul, G. (2004). *Historia del cine mundial desde los orígenes*. México, México: siglo XII editores.
- Sareli, J. (1992). *El tango a través del tiempo*. México, México: Diana.
- Sánchez Hunt, M. (2013). Fútbol como estrategia política: el estudio de un caso: Joan Laporta en las elecciones catalanas de 2010. *Trabajo Fin de Máster en Comunicación Institucional y Política de la Universidad de Sevilla*.
- Scheidt, S., Gelhard, C. y Henseler, J. (2020). Práctica antigua, pero campo de investigación joven: una revisión bibliográfica sistemática de la marca personal. *Fronteras en psicología*, 1809.
- Smith, G. (2009). Conceptualizing and testing brand personality in British politics. *Journal of Political Marketing*, 8(3), 209-232. <https://doi.org/10.1080/15377850903044858>
- Schneider, H. (2004). Branding in politics-manifestations, relevance and identity-oriented management. *Journal of Political Marketing*, 3(3), 41-67. https://doi.org/10.1300/J199v03n03_03
- Thacker, T. (2010) *Joshep Goebbels. Vida y muerte* (1ª ed.). Barcelona: Editorial Planeta.
- Uribe, Rodrigo, Buzeta, Cristian, & Reyes, Javiera. (2017). Personalidade de marca dos partidos políticos no Chile: um olhar desde os cidadãos mais jovens. *Cuadernos.info*, (41), 89-104. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.41.1252>
- Umaña, I. (2020). *Idolos de papel: el retiro de los futbolistas profesionales en Colombia (Doctoral dissertation)*. Universidad del Rosario.

Wring, D. (1997). Reconciling marketing with political science: theories of political marketing. *Journal of marketing management*, 13(7), 651-663.

Yao, Q., Chen, R., & Xu, X. (2015). Consistency between consumer personality and brand personality influences brand attachment. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 43(9), 1419-1427.

Referencias Hemerográficas de sitios online

Agencia EFE (2017). La mexicana Jackie Nava, una boxeadora que combate en la arena política. Disponible en: <https://www.efe.com/efe/america/mexico/la-mexicana-jackie-nava-una-boxeadora-que-combate-en-arena-politica/50000545-3168186>

Agencia EFE (2018). El exfutbolista Romario anuncia su precandidatura a la Gobernación de Río. Disponible en: <https://www.efe.com/efe/america/politica/el-exfutbolista-romario-anuncia-su-precandidatura-a-la-gobernacion-de-rio/20000035-3556529>

BBC (2017). When sports stars make a run at politics. Disponible en: <https://www.bbc.com/news/world-42502890>

BBC (2018). George Weah: From footballer to Liberia's president. Disponible en: <https://www.bbc.com/news/world-africa-41824586>

Cancha y Glamour (2016). Nelly Miranda: la historia de una heroína. Disponible en: <http://www.canchayglamour.com/nelly-miranda-la-historia-detras-de-la-heroína/>

Cultura colectiva (2018). Ana Gabriela Guevara será la primera mujer en dirigir la Conade. Disponible en: <https://news.culturacolectiva.com/deportes/ana-gabriela-guevara-sera-la-primer-mujer-en-dirigir-la-conade/>

El mundo es (2009). Jack Kemp, político con aspiraciones y estrella del fútbol americano. Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2009/05/03/obituarios/1241360628.html>

El Sol de Puebla (2018). Ana Gabriela Guevara asume la dirigencia del PT en Sonora. Disponible en: <https://www.elsoldepuebla.com.mx/republica/sociedad/ana-gabriela-guevara-asume-la-dirigencia-del-pt-en-sonora-1965753.html>

El Universal Querétaro (2017). Adolfo Ríos: "agradezco que mis hijos no hayan seguido mis pasos en el fútbol". Disponible en: <http://www.eluniversalqueretaro.mx/bote-pronto/24-06-2017/adolfo-rios-agradezco-dios-que-mis-hijos-no-hayan-seguido-mis-pasos-en-el>

El Universal Querétaro (2017b). Fernando Platas: el deporte nos abre muchas puertas. Disponible en: <http://www.eluniversalqueretaro.mx/entrevistas/07-04-2018/fernando-platas-el-deporte-nos-abre-muchas-puertas>

Excelsior (2011). La ex taekwondoísta Iridia Salazar es diputada. Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/2011/09/07/adrenalina/766706>

Hernández A. y Watson P. (05 febrero 2018). Deportistas políticos y politizados. Razón Pública. Recuperado de su sitio web el 20 de septiembre de 2018 en: <https://www.razonpublica.com/index.php/cultura/10848-deportistas-pol%C3%ADticos-y-politizados.html>

La silla rota (2018). Conoce el perfil de Cuauhtémoc Blanco. Disponible en: <https://lasillarota.com/cuauhtemoc-blanco-quien-es-perfil-politico-carrera/232583>

Los Ángeles Time (2021). Manny Pacquiao es un político cuya vida es un caos sin fin. ¿Por qué vuelve a boxear?. Disponible en: <https://www.latimes.com/espanol/deportes/articulo/2021-08-17/manny-pacquiao-politico-boxear>

Mundo de taekwondo (2015). Taekwondoin mexicano Víctor Estrada tomó posesión de presidencia municipal. Disponible en: <https://mundotaekwondo.com/taekwondoin-mexicano-victor-estrada-tomo-posesion-de-presidencia-municipal/>

Notiamérica (2017). Ocho años sin Argüello, el boxeador y alcalde más querido de Nicaragua. Disponible en: <http://www.notimerica.com/cultura/noticia-ocho-anos-alexis-arguello-boxeador-alcalde-mas-querido-nicaragua-20170701085237.html>

On the issues (2001). Arnold Schwarzenegger on Principles & Values. Disponible en: http://www.ontheissues.org/Celeb/Arnold_Schwarzenegger_Principles+_Values.htm

Político (2016). Vitaly Klitschko – Political heavyweight? Disponible en: <https://www.politico.eu/article/political-heavyweight/>