



Datos generales

- Periodo de Examen Extraordinario: **Del 21 al 28 de junio de 2025**
- Fechas de aplicación: **Entrega del 21 al 23 de junio 2025**
- Nombre del profesor(a): Xochitl Andrea Sen Santos
- Correo electrónico del profesor (a): xass07@comunidad.unam.mx
- Clave de la materia: 2014 Grupo EK 21
- Nombre de la materia: Comunicación Política y Deporte
- Licenciatura: Ciencias de la Comunicación
- Semestre al que pertenece: 8
- Carácter de la materia (obligatoria u optativa): optativa
- Número de créditos: 8

Características del examen

- Temario
 1. Historia social del deporte
 - 1.1. El deporte en la sociedad preindustrial
 - 1.2. El desarrollo del deporte en Europa
 - 1.3. El deporte en la modernidad
 2. Socialización del deporte
 - 2.1. Los valores del deporte
 - 2.2. El concepto de nacionalismo y el deporte
 - 2.2. Globalización del deporte (Posguerra)
 3. El mercado del deporte y las marcas
 - 3.1. El espectáculo deportivo
 - 3.2. Las marcas más importantes de publicidad en el deporte
 - 3.3. El salario deportivo
 4. Política y deporte
 - 4.1. El deporte en la economía de la sociedad
 - 4.2. El deporte como herramienta política
 - 4.3. Organizaciones internacionales del deporte
 5. El deporte en los medios de comunicación
 - 5.1. Medios impresos
 - 5.2. Medios electrónicos (Radio, TV abierta)
 - 5.3. Canales deportivos en TV de paga (ESPN, FOX, TDN, Planeta futbol)



- Contenidos a evaluar
Se pedirá alumno que, con visión crítica y con base en las lecturas sugeridas, analice los distintos puntos del temario.
- Bibliografía básica
TEMA 1.
 - Brohm, J. M. (1982). Sociología política del deporte. Fondo de Cultura Económica. México.
 - Cayuela Maldonado, M. José (1997): Los efectos sociales del deporte: ocio, integración, socialización, violencia y educación [artículo en línea]. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB. [Consultado el: 13/05/20] https://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/5400/WP060_spa.pdf
 - Elias, N., Dunning, E., (1992). Deporte y ocio en el proceso de la civilización. Fondo de Cultura Económica. Madrid.
 - Rodríguez Teijeiro, D. (2004). "Sobre deporte y sociedad en el mundo contemporáneo". Minius: Revista do Departamento de Historia, Arte e Xeografía, 155-170. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2553536>TEMA 2.
 - Alabarces Pablo. (2008) Héroes, machos y patriotas. Argentina. Editorial: Aguilar.
 - Alabarces Pablo. (2013). "Fútbol, leonas, rugbiers y patria. El nacionalismo deportivo y las mercancías". Nueva Sociedad No. 248, noviembre-diciembre de 2013, ISSN: 0251-3552, <www.nuso.org>.
 - Alabarcés, P., (2018). De Maradona a Messi: viejos y nuevos argumentos sobre el héroe deportivo y la patria. Imago, a journal of the Social Imaginary, número II, pp. 26-43 doi: 10.7413/22818138###
 - Brohm, J. M. (1982). Sociología política del deporte. Fondo de Cultura Económica. México.
 - Elias, N., Dunning, E., (1992). Deporte y ocio en el proceso de la civilización. Fondo de Cultura Económica. Madrid.
 - Medina Pérez, Gonzalo. (2013). Deporte y comunicación política: ¿camino o atajos para propiciar su encuentro? Estudios Políticos, 42, Instituto de Estudios Políticos, Universidad de Antioquia, pp.157-179.
 - Pulleiro, C. (2015). El comportamiento estatal en los Juegos Olímpicos durante la Guerra Fría y Posguerra Fría: Una análisis desde el realismo neoclásico de Relaciones Internacionales (Tesis doctoral). Universidad Euskal Herriko de País Vasco Unibertsitatea, Lejona, España, pp 113-184.
 - Rodríguez Díaz Álvaro. (2008). El deporte en la construcción del espacio social (Paperback jun 30, 2008). Editorial: CIS.TEMA 3.
 - Desbordes, Michele. (2001). Estrategias del marketing deportivo. Editorial: Paidotribo.
 - Galgo, Rubén. (2012) Adidas y Puma, la historia de dos marcas hermanas. Tomado de: www.brandemia.org/adidas-y-puma-la-historia-de-dos-marcas-hermanas/



- Olaizola, Borja. (2016) La increíble historia de los fundadores de Adidas y Puma: hermanos que se odiaban. Tomado de: <https://www.ideal.es/sociedad/201605/25/increible-historia-fundadores-adidas-20160524095604.html>
- EmmaHavokOscuro (2013) "Las Zapatillas que hacían VOLAR a Michael Jordan" Tomado de: <https://www.youtube.com/watch?v=NSbl3Ff7zSA&feature=youtu.be>
- Lieberman, Al. (2008). La revolución del marketing del entretenimiento: acercando los magnates, los medios y la magia al mundo. Nobuko.
- El deporte espectáculo como base de actitudes interculturales [Ponencia] Romero Granados, Santiago (Región de Murcia. Consejería de Educación, Formación y Empleo, 2010). Tomado de: <https://idus.us.es/handle/11441/32324>
- Sanchez Edgar 1-02-2019 Ingresos 5 eventos deportivos más caros del mundo revista Merca 2.0 (Artículo). Tomado de: <https://www.merca20.com/eventos-deportivos-impacto-economico/>

Tema 4.

- Badenhausen, K. (2020) Highest-paid Athletes in the World 2020. Forbes. Recuperado de <https://www.forbes.com/athletes/#4a9520c555ae>
- García, M. (2016) El 'Black Power' de México'68. [www.marca.com](http://www.marca.com/olimpismo/2016/04/23/571a5a35e5fdea4a018b45c3.html) rescatado de <http://www.marca.com/olimpismo/2016/04/23/571a5a35e5fdea4a018b45c3.html>
- Knoblauch, A. (2018) NFL owners approve national anthem policy for 2018. www.nfl.com, recuperada de <http://www.nfl.com/news/story/0ap300000933971/article/nfl-owners-approve-national-anthem-policy-for-2018>
- López, Z. (2020) Estas son las tendencias en publicidad que marca el Super Bowl 2020, Expansión. Recuperado de <https://expansion.mx/mercadotecnia/2020/01/31/estas-son-las-tendencias-de-mercadotecnia-que-marca-el-super-bowl-2020>.
- Macchiavello, C. (2009) A parar el match: política, deporte y arte, Revista de Estudios Sociales, pp 146-157. Recuperado de <https://biblat.unam.mx/hevila/RevistadeestudiossocialesBogota/2009/no32/10.pdf>
- Magro, M. (2014) Reyes sin corona: Checoslovaquia 1934. Vavel. Recuperado de <https://www.vavel.com/es/futbol-internacional/2014/06/07/357730.html>
- Murillo, J. (1991). La Copa del Mundo. México, Memoria Gráfica S.C. Servicios Editoriales.
- Reuters, (2020) ¿Cuánto cuesta un boleto para el Super Bowl LIV? Marca. Recuperado de <https://www.marca.com/claro-mx/otros-deportes/futbol-americano/super-bowl/2020/01/28/5e308b4922601dda6d8b45e3.html>.
- Rodríguez, A. (2015) Geopolítica de la raza. Sudáfrica, Estados Unidos y boicot en los juegos olímpicos de 1968, Estudios de Historia Moderna y Contemporánea en México pp.45-62 recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26202015000200045&lng=es&nrm=iso&tlng=es



- United States Holocaust Memorial Museum. (s/f) The nazi Olympics Berlin 1936. Recuperado de <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/the-nazi-olympics-berlin-1936>
- Villalobos, C. (2013) Fútbol y fascismo: los mundiales de Mussolini y Hitler. JotDown Magazine. Recuperado de <http://www.jotdown.es/2013/08/futbol-y-fascismo-los-mundiales-de-mussolini-y-hitler/>

TEMA 5.

- As.com. (2019) Se oficializa la unión de Televisa y Univision para dar paso a TUDN, en As.com. Recuperado de https://mexico.as.com/mexico/2019/05/10/tikitakas/1557453351_326870.html
- Corona, A. (2019) TUDN, el primer canal bi-nacional de la historia, Story Baker. Recuperado de <https://storybaker.co/2019/07/22/tudn-el-primer-canal-bi-nacional-de-la-historia/>
- Expansión. (2019) TV Azteca vende el equipo de futbol Atlas. Expansión. Recuperado de <https://expansion.mx/empresas/2019/05/20/tv-azteca-vende-parte-del-equipo-de-futbol-atlas>
- Futbol Sapiens. (2020) La apresurada muerte de Fox Sports en América Latina, Futbol Sapiens. Recuperado de <https://www.futbolsapiens.com/mas-sapiens/la-apresurada-muerte-de-fox-sports-en-america-latina/>
- Gómez, R. y Sosa, G. (2010) La concentración en el mercado de la televisión restringida en México, Comunicación y Sociedad. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2010000200005&lng=es&nrm=iso&tlng=es#notas
- Moragas, M. (1994) Televisión, deporte y Movimiento Olímpico: las próximas etapas de una sinergia, Centre d'Estudis Olímpics UAB. Recuperado de http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp027_spa.pdf
- Moragas, M. (2000) Olimpismo, comunicación y cultura, Centre d'Estudis Olímpics UAB. Recuperado de http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp095_spa.pdf
- Moragas, M. (2007) Comunicación y deporte en la era digital, Centre d'Estudis Olímpics UAB. Recuperado de http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp107_spa.pdf
- Ochoa, R. y Pereyra, B. (2020) Monarcas, el chantaje por el dinero público. Proceso. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/632620/monarcas-el-chantaje-por-el-dinero-publico>
- Santiago, F. (2001) El nacimiento del periodismo deportivo en México (1882-1897), Tesis de licenciatura, UNAM. Recuperado de <http://132.248.9.195/pd2001/289480/Index.html>
- Sen, X. (2011) A la sombra del fuego olímpico. Los estereotipos manejados por la prensa especializada para las mujeres deportistas durante los Juegos de México 68. México, FCPyS-UNAM, pp. 58-74. Recuperado de <http://132.248.9.195/ptb2011/junio/0670027/Index.html>



- **Recurso de evaluación**
El examen consiste en la entrega de un trabajo escrito —mínimo 15, máximo 20 cuartillas (Arial 12 a espacio y medio y márgenes normales)—, en el que se realice un ensayo (debe incluir introducción, desarrollo del temario y conclusión) sobre los distintos puntos manejados en el temario de la materia, agregando la bibliografía consultada para su realización (mínimo incluir 10 materiales y por lo menos cinco de ellos deben estar en la bibliografía señalada). Además, deben incluirse al menos dos organizadores gráficos (mapa conceptual, cuadro sinóptico, línea de tiempo, infografía o esquema).
- Fecha en la que se entregará el dictamen académico para que los alumnos conozcan su calificación: Del 21 al 23 de junio 2025.

Examen

No hay examen.

Criterios de acreditación

RÚBRICA DE EVALUACIÓN

| Valoración | 2 puntos | 1 punto | 0 puntos |
|-------------------------------|---|---|--|
| Introducción | La introducción es atractiva, plantea el tema principal y anticipa la estructura del trabajo. | La introducción plantea el tema principal, pero no anticipa adecuadamente la estructura del trabajo o no es particularmente atrayente para el lector. | No hay una introducción clara del tema principal o la estructura del trabajo. |
| Desarrollo | Se sigue el orden y desarrollo puntual de los distintos temas y subtemas. | Algunos puntos no están en orden o no siguen el desarrollo puntual de los distintos temas y subtemas. | Muchos puntos no están en orden o no siguen el desarrollo puntual de los distintos temas y subtemas. |
| Conclusión | La conclusión es fuerte y deja la sensación de que se comprendió el tema general de la materia. | La conclusión es reconocible, pero no ata varios de los cabos sueltos. | No hay conclusión clara, sólo termina. |
| Gramática y ortografía | El escritor no comete errores de gramática u ortografía que distraigan al lector del contenido. | El escritor comete de cinco a diez errores de gramática u ortografía que distraen al lector del contenido. | El escritor comete más de diez errores de gramática u ortografía que distraen al lector del contenido. |