

### IDENTIFICACIÓN

CURSO	:	ENCUESTAS Y OPINIÓN PÚBLICA
TRADUCCIÓN	:	SURVEYS AND PUBLIC OPINION
SIGLA	:	ICP5193
CRÉDITOS	:	10
MÓDULOS	:	1
REQUISITOS	:	NO TIENE
RESTRICCIONES	:	NO TIENE
CONECTOR	:	NO APLICA
CARÁCTER	:	OPTATIVO
TIPO	:	CÁTEDRA
CALIFICACIÓN	:	ESTÁNDAR
PALABRAS CLAVE	:	ENCUESTAS, OPINIÓN PÚBLICA, CUESTIONARIOS, MUESTREO
NIVEL FORMATIVO	:	POSTGRADO

### I. DESCRIPCIÓN DEL CURSO

En este curso los estudiantes realizarán procesos de diseño, medición y análisis de encuestas con enfoque en opinión pública en sociedades contemporáneas democráticas. Mediante cátedras y estudio de casos públicos se abordarán los aprendizajes en dos partes: la primera es una revisión sobre la principal literatura de metodología de medición de encuestas, identificando las fortalezas y debilidades de los distintos métodos utilizados en la actualidad. En segundo lugar, se abordará el debate teórico sobre el significado del concepto de opinión pública y su medición. Las evaluaciones consideran ensayos, elaboración de cuestionarios y diseño de propuesta de aplicación.

### II. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Distinguir y comprender las principales discusiones teóricas sobre el estudio de las encuestas, su aplicación y las distintas metodologías de encuestas, identificando sus ventajas y limitaciones.
2. Diseñar cuestionarios para las distintas modalidades de encuestas de opinión considerando los procesos de operacionalización, problematización, indicadores, formulaciones de preguntas, sesgos y métodos de muestreo.
3. Caracterizar los distintos tipos de diseños muestrales probabilísticos y no probabilísticos, aprendiendo a seleccionar la mejor metodología para sus estudios de opinión, tales como estudios web (CAWI), telefónicos (CATI) o presencial (CAPI), comprendiendo sus ventajas y desventajas.
4. Evaluar y analizar críticamente los problemas metodológicos y analíticos en el estudio de la opinión pública disponible en el país.

### III. CONTENIDOS

1. ¿Por qué usar encuestas para investigar la política?
  - 1.1 Encuestas como método de recolección de información.
  - 1.2 Aplicaciones y limitaciones de las encuestas.
  - 1.3 Tipos de encuesta y metodologías asociadas.
2. Diseño y aplicación de encuestas
  - 2.1 Problematización y operacionalización para la formulación de preguntas.
  - 2.2 Identificación de sesgos y efectos no deseados en la elaboración de preguntas.
  - 2.3 Diseños de aplicación de encuestas y métodos de muestreo.

## MODELO DE PROGRAMA DE CURSO UC ESTRUCTURA Y CONTENIDO

### 3. Opinión pública: ¿cómo estudiar y medirla hoy?

3.1 Comprender y diferenciar el estudio de la opinión pública de otros tipos de estudios.

3.2 Opinión pública en el estudio de la política: generador e impulsador de agenda.

3.3 Principales efectos de la opinión pública en fenómenos políticos (migración, confianza política, elecciones, etc.).

### 4. La Opinión pública en Chile

4.1 Boom de los estudios de opinión pública.

4.2 Opinión pública y elecciones: ¿predicciones o control de agenda?

## IV. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- Cátedras
- Aprendizaje basado en problemas
- Informes de lectura
- Estudios de casos
- Generación de instrumentos
- Trabajo de aplicación

## V. ESTRATEGIAS EVALUATIVAS

- Ensayos : 50%
- Propuesta (Elaboración de cuestionario) : 20%
- Diseño de aplicación de encuesta : 30%

### 1. Ensayos (50%)

Los ensayos (dos en total) tienen por objetivo evaluar el contenido de la materia vista en clases como la bibliografía respectiva mediante el método ensayístico.

### 2. Elaboración de cuestionario (20%)

La elaboración del cuestionario tiene como objetivo aplicar los contenidos de clases y literatura en el diseño del cuestionario de una encuesta. Se evaluarán las distintas etapas de la construcción de un cuestionario: operacionalización, diseño y construcción del cuestionario

### 3. Diseño de aplicación (30%)

Se evaluará la propuesta de diseño muestral (tamaño de muestra, marcos muestrales, unidades de muestreo, etc.), junto a los distintos protocolos de aplicación. El propósito es que lo/as estudiantes realicen un proyecto de diseño de encuestas que contemple los distintos pasos para que el proyecto pueda ser ejecutable. Corresponde a un ejercicio ficticio donde se evaluará la viabilidad de dicho proyecto.

### **Respecto del plagio**

Se espera que los estudiantes citen las fuentes utilizadas correctamente en sus trabajos, exposiciones y diferentes actividades. En caso de necesitar ayuda con el modo de citar, acercarse al profesor. En este curso no habrá tolerancia alguna con el plagio y, en caso de detectarse una práctica de este tipo, la irregularidad se elevará a las instancias correspondientes de la universidad.

### VI. INTEGRIDAD ACADÉMICA

Este curso reconoce la Integridad Académica como un pilar fundamental del proceso formativo de estudiantes, al centro de la construcción de una cultura de respeto e integridad en la UC. Los valores de la Integridad Académica son la honestidad, veracidad, confianza, justicia, respeto y responsabilidad. La copia, el plagio (hacer pasar el trabajo y las ideas de otros(as) como propias, o no citar o hacer referencia adecuada a las fuentes usadas) y el auto-plagio (entregar un trabajo propio, o partes de él, que ya ha sido presentado en otro curso o instancia) no son tolerables bajo ninguna circunstancia, así como tampoco otras faltas a la integridad académica, según se expresa en el Código de Honor UC (<https://www.uc.cl/codigo-de-honor/>).

Las faltas a la integridad académica serán calificadas con la nota mínima (1,0) e informadas a la subdirección de la unidad académica del curso y del/a estudiante, las que serán evaluadas por el Comité de Integridad Académica de la Facultad correspondiente. Para mayor información sobre Integridad Académica UC y el proceso de gestión de faltas: <https://integridadacademica.uc.cl/>

Las normas para citar todo tipo de fuentes, incluyendo páginas de internet, se encuentran claramente explicadas en la página web: <http://guiastematicas.bibliotecas.uc.cl/normasapa>. Se recomienda además revisar la siguiente página para entender qué es el plagio y como evitarlo: <http://guiastematicas.bibliotecas.uc.cl/plagio>

### VII. BIBLIOGRAFÍA

#### Unidad 1. ¿Por qué usar encuestas para investigar la política?

- Albaum, G., & Smith, S. (2012). Why People Agree to Participate in Surveys. En L. Guideon, Handbook of Survey Methodology for the Social Sciences (págs. 179-194). New York: Springer.
- Bautista, R. (2012). An Overlooked Approach in Survey Research: Total Survey Error. En L. Guideon, Handbook of Survey Methodology for the Social Sciences (págs. 37-52). New York: Springer.
- Cea D'Ancona, Ma. Angeles (2010). Capítulo 1: La Encuesta como Estrategia de Investigación Social. En Métodos De Encuesta: Teoría Y Práctica, Errores Y Mejora. Madrid: Síntesis, 2010.
- Simmons, A., & Bobo, L. (2015). Can Non-Full-Probability Internet Surveys Yield Useful Data? A Comparison with Full-Probability Face-To-Face Surveys in the Domain of Race and Social Inequality Attitudes. Sociological Methodology, 357-387.
- Stoop, I., & Harrison, E. (2012). Classification of Surveys. En L. Guideon, Handbook of Survey Methodology for the Social Sciences (págs. 7-22). New York: Springer.

#### Unidad 2. Diseño y aplicación de encuestas

- Bastian, Mauresa; Eggett, Dennis L; Jefferies, Laura K (2015). Questionnaire Design: Carry-Over Effects of Overall Acceptance Question Placement and Pre-evaluation Instructions on Overall Acceptance Scores in Central Location Tests. Journal of Food Science, Feb 2015, Vol.80(2), pp S435-S443
- Cea D'Ancona, Ma. Angeles (2010). Capítulo 4: El Diseño del Cuestionario. En Métodos De Encuesta: Teoría Y Práctica, Errores Y Mejora. Madrid: Síntesis, 2010.
- Saris, W., & Gallhofer, I. (2007). Introduction: Designing a Survey in Design, evaluation, and analysis of questionnaires for survey research (págs. 1-12).. Hoboken: Wiley-Interscience.
- Saris, W., & Gallhofer, I. (2007). Cap 1: Concepts by Postulation and Concepts by Intuition in Design, evaluation, and analysis of questionnaires for survey research (págs. 13-28).. Hoboken: Wiley-Interscience.

## MODELO DE PROGRAMA DE CURSO UC ESTRUCTURA Y CONTENIDO

- Saris, W., & Gallhofer, I. (2007). Cap 2: From Social Science Concepts by Intuition to Assertions in Design, evaluation, and analysis of questionnaires for survey research (págs. 30-57).. Hoboken: Wiley-Interscience.
- Saris, W., & Gallhofer, I. (2007). Cap 3: The Formulation of Request for an Answer in Design, evaluation, and analysis of questionnaires for survey research (págs. 60-75). Hoboken: Wiley-Interscience.
- Saris, W., & Revilla, M. (2016). Correction for Measurement Errors in Survey Research: Necessary and Possible. *Social Indicators Research*, 127(3), 1005-1020.

### Unidad 3. Opinión pública: ¿cómo estudiar y medirla hoy?

- Berinsky, A. J. (2017). Measuring public opinion with surveys. *Annual Review of Political Science*, 20, 309-329.
- Baldassarri, D., & Gelman, A. (2008). Partisans without constraint: Political polarization and trends in American public opinion. *American Journal of Sociology*, 114(2), 408-446.
- Converse, P. E. (1987). Changing conceptions of public opinion in the political process. *Public Opinion Quarterly*, 51, S12-S24.
- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing public opinion in competitive democracies. *American Political Science Review*, 101(4), 637-655.
- DiMaggio, P. et al. (2018). Culture out of attitudes: Relationality, population heterogeneity and attitudes toward science and religion in the US. *Poetics*, 68, 31-51.
- Murphy, J. et al. (2014). Social media in public opinion research: Executive summary of the AAPOR task force on emerging technologies in public opinion research. *Public Opinion Quarterly*, 78(4), 788-794.
- Zaller, J. R. (1992). *The nature and origins of mass opinion*. Cambridge university press.
- Zaller, J., & Feldman, S. (1992). A simple theory of the survey response: Answering questions versus revealing preferences. *American Journal of Political Science*, 579-616.

### Unidad 4. La Opinión pública en Chile

- Aguilera, C., & Fuentes, C. (2009). *Gobernar por encuestas: desafíos para una democracia contemporánea*. Sociedad de la Opinión. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Diego Portales.
- Cordero, R. (2009). *La sociedad de la opinión: Reflexiones sobre encuestas y cambio político en democracia*. Universidad Diego Portales.
- Cordero, Rodrigo, y Tapia, Gonzalo 2007 “Sumando opiniones: Antecedentes históricos y desarrollo metodológicos de la industria de la opinión pública en Chile”. Documentos de Trabajo No. 15, Instituto de Investigación en Ciencias Sociales, Universidad Diego Portales, Santiago.
- Del Tronco, J., Flores, G., & Madrigal, A. (2016). La Utilidad de las Encuestas en la Predicción del Voto. La Segunda Vuelta de Argentina 2015. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 73-92.
- López, M. Á., Figueroa, P., & Cordero, R. (2009). *Predecir elecciones: los estudios de opinión y la conducta electoral de los chilenos*. La sociedad de la opinión. Reflexiones sobre encuestas y cambio político en democracia, Santiago de Chile, Universidad Diego Portales.
- Jara, M. (2019). Las encuestas del Centro de Estudios Públicos en la coyuntura plebiscitaria, 1987-1988: surgimiento, crítica y valoración de un insumo político. *Revista de historia (Concepción)*, 26(2), 149-182.
- Sniderman, P. M., & Bullock, J. (2004). A consistency theory of public opinion and political choice: The hypothesis of menu dependence. *Studies in public opinion: Attitudes, nonattitudes, measurement error, and change*. Princeton University Press, 337-357.