

Programa de Asignatura
Opinión Pública y Análisis de Stakeholders

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE GOBIERNO					
2. Carrera	CIENCIA POLÍTICA Y POLÍTICAS PÚBLICAS					
3. Código del ramo	LCP418					
4. Ubicación en la malla	IV año, VII semestre					
5. Créditos	8					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	X	Electivo		Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas		Ayudantía	
9. Horas académicas	Clases	68	Ayudantía			
10. Pre-requisito	No tiene					

B. Aporte al Perfil de Egreso

Esta asignatura se relaciona directamente con el plan de estudios, pues se espera por parte de los alumnos que sean capaces de analizar la interacción de los actores públicos y privados en la formación de la opinión pública.

Este curso tiene por objetivo desarrollar una mirada analítica y entrenar a los estudiantes en estrategias y técnicas que les permitan producir análisis político de calidad, mediante teorías clave sobre opinión pública, encuestas y análisis de Stakeholders, así como entregar habilidades prácticas para hacer análisis de opinión pública.

Esta asignatura se ubica en los ciclos formativos denominados Licenciatura y Habilitación Profesional. Además, está inserta en la línea formativa de Análisis Político y Electoral y, se relaciona directamente con el curso Estrategias de Campaña y Marketing Político.

Opinión Pública y Análisis de Stakeholders, tributando al desarrollo de las Competencias Genéricas de la UDD Futuro: Emprendimiento y Liderazgo, Eficiencia y Visión Global, y a la Competencia Específica de la carrera: Analizar en forma integrada e interdependiente fenómenos políticos de la sociedad.

C. Competencias y Resultados de Aprendizaje generales que desarrolla la asignatura

Competencias Genéricas	Resultados de Aprendizaje Generales
Emprendimiento y Liderazgo	Valora la importancia de la opinión pública para los procesos políticos a partir de talleres prácticos.
Eficiencia	
Visión Global	
Competencias Específicas	<p>Examina el impacto social de los medios de comunicación y cómo la percepción con respecto a su alcance e influencia, ha ido evolucionando a partir de trabajos grupales.</p> <p>Comprende los factores psicosociales que impactan la opinión pública y las preferencias políticas mediante análisis de lecturas.</p> <p>Incorpora el análisis de Stakeholders en el análisis político a partir de trabajos prácticos grupales.</p> <p>Produce documentos de análisis político en base al análisis de opinión pública, medios de comunicación y actores claves.</p>
Analizar en forma integrada e interdependiente fenómenos políticos de la sociedad.	

D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencias	Resultados de Aprendizaje
<p>Unidad I: Opinión Pública, Medios de Comunicación y Democracia.</p> <p>1. ¿Qué es la opinión pública? Formación, desarrollo y evolución.</p> <p>2. Rol de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública.</p>	<p><i>Emprendimiento y Liderazgo</i></p> <p><i>Eficiencia</i></p> <p><i>Visión Global</i></p> <p><i>Analizar en forma integrada e interdependiente fenómenos políticos de la sociedad</i></p>	<p>Analiza el concepto de opinión pública, sus enfoques y su evaluación a lo largo de la historia por medio de talleres prácticos.</p>
<p>Unidad II: Opinión Pública, Democracia y Elecciones.</p> <p>1. Opinión pública y democracia.</p> <p>2. Comportamiento electoral y encuestas de opinión.</p> <p>3. Limitaciones de las encuestas: elecciones presidenciales en Chile 2017 [Invitado especial]</p>	<p><i>Visión Global</i></p> <p><i>Analizar en forma integrada e interdependiente fenómenos políticos de la sociedad</i></p>	<p>Analiza la relación entre medios de comunicación y opinión pública a través de conversatorios.</p> <p>Analiza a los líderes de opinión y el actual contexto social de “apatía política” y desconfianza institucional a partir de su descripción.</p>

<p>Unidad III. La psicología política de la Opinión Pública.</p> <ol style="list-style-type: none"> Factores psicológicos en la formación y tendencias de la opinión pública. Impacto de la posverdad y noticias falsas en la opinión pública. 	<p><i>Visión Global</i></p> <p><i>Analizar en forma integrada e interdependiente fenómenos políticos de la sociedad</i></p>	<p>Distingue encuestas de opinión y los efectos de la agenda pública mediante trabajos grupales.</p> <p>Lee e interpreta encuestas de opinión pública a través de talleres grupales.</p> <p>Identifica el impacto y limitaciones de las encuestas de opinión por medio análisis de lecturas.</p>
<p>Unidad IV. Análisis de Stakeholders</p> <ol style="list-style-type: none"> Identificación y priorización de Stakeholders. Herramientas para el mapeo y análisis de Stakeholders. 	<p><i>Emprendimiento y Liderazgo</i></p> <p><i>Eficiencia</i></p> <p><i>Visión Global</i></p> <p><i>Analizar en forma integrada e interdependiente fenómenos políticos de la sociedad</i></p>	<p>Identifica el origen e importancia de los Stakeholders, entregando herramientas de jerarquización y gestión a partir de trabajos prácticos.</p> <p>Produce documentos de análisis político en base al análisis de opinión pública, medios de comunicación y actores clave a partir de talleres.</p>

E. Estrategias de Enseñanza

Cada sesión de clases estará dividida en dos bloques: teórico y práctico.

En el **bloque teórico** se revisarán y discutirán críticamente las lecturas de cada unidad, a través de una metodología participativa. La revisión de las lecturas será hecha por los mismos estudiantes, en un diálogo facilitado por la profesora. La calidad de la conversación, y por lo tanto del aprendizaje, tendrá directa relación con la capacidad de analizar los textos, por lo que se espera que todos los estudiantes hayan hecho una revisión crítica de las lecturas antes de presentarse a cada clase.

En el **bloque práctico**, los estudiantes revisarán metodologías de análisis político, análisis de encuestas y de Stakeholders y las aplicarán en ejercicios y documentos que se harán durante la clase. Los ejercicios de análisis se harán de manera individual o grupalmente, por escrito o de manera oral.

F. Estrategias de Evaluación

- **Controles rápidos.**

Se harán controles rápidos todas las clases sobre temas de actualidad, resultados de encuestas de opinión o contenidos de las lecturas.

- **Minutas de análisis.**

Los estudiantes deberán producir minutas de análisis político y recomendaciones en base al análisis de las encuestas de opinión contingentes para diferentes tipos de requerimientos (sector público, sector privado, sociedad civil)

- **Trabajo Final: Análisis Político en profundidad.**

Los estudiantes deberán elaborar un análisis en profundidad de un tema que les será asignado en base a encuestas de opinión, información de los medios de comunicación, estadísticas y otros.

El trabajo se hará en dos etapas: en la primera se trabajará en grupos, donde se espera que los estudiantes desarrollen el marco conceptual y metodológico para su trabajo. En el trabajo en grupos los estudiantes deberán plantear las preguntas clave a ser respondida, su justificación y las fuentes de información que serán utilizadas.

- **Parte 1: Análisis Político en profundidad: Presentación Oral.**

Como resultado del trabajo grupal, los estudiantes deberán presentar su diseño de investigación de manera oral.

- **Parte 2: Análisis Político en profundidad. Examen Final.**

En base al diseño metodológico definido en grupos, cada estudiante deberá desarrollar su análisis de manera individual, eligiendo aspectos o ángulos de la temática que más le interesen.

La estructura desarrollada en conjunto permite a los estudiantes tener una base común para el análisis; el trabajo individual requiere procesar la información desde la mirada analítica de cada uno, produciendo análisis originales, con miradas diferentes y sello propio, que ayuden a fortalecer sus habilidades como analistas.

G. Recursos de Aprendizaje

Bibliografía Obligatoria:

Unidad 1: Opinión Pública y Medios de Comunicación

- Bourdieu, Pierre “La Opinión pública no existe”. En: Martín Criado, Enrique (2000) Cuestiones de Sociología, Istmo, España, 2000, pp. 220-232, Col. Fundamentos, no. 166.
- Rubio Ferreres, José María. “Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la *agenda setting*” *Gazeta de Antropología*, 2009, 25 (1). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10481/6843>.
- Centro de Estudios de Opinión (CEO). Compilación: Las Características De Los Sondeos De Opinión Pública. Universidad de Antioquia.

Unidad 2: Opinión Pública, Democracia y Elecciones

- Sampedro, Víctor y Jorge Resina (2010) “Opinión pública y democracia deliberativa en la sociedad red”, En: Gonzalo Capellán de Miguel, ed. (2010). “Historia, Política y Opinión Pública”. *Revista de Historia Contemporánea*. Ayer 80/2010. Pp. 139-162. Recuperado de: https://www.academia.edu/27554866/Opini%C3%B3n_P%C3%BAblica_y_Democracia_Deliberativa_en_la_Sociedad_Red

- James N. Druckman. Pathologies of studying public opinion, political communication, and democratic responsiveness. *Political Communication*, 31(3):467–492, August 2014.
- Gálvez Muñoz, Luis A. “Las encuestas electorales y el debate sobre su influencia en las elecciones”, *Revista Mexicana de Opinión Pública*, octubre 2011 Pp. 25-43.
- Recuperado de:
<http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/viewFile/41334/37585>
- Oliva, Miguel y Carlos F. De Angelis (2013) *Investigación social para el análisis de la opinión pública y el comportamiento electoral*, Editorial Antigua, 2013. Pp. 5-44. Recuperado de:
https://www.researchgate.net/publication/265202791_Investigacion_social_para_el_analisis_de_la_opinion_publica_y_el_comportamiento_electoral_Miguel_Oliva_y_Carlos_De_Angelis
- Elecciones en Chile: "Este es un verdadero punto de inflexión, porque el país podría ir en ambas direcciones: consolidar la democracia o erosionarla"
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-59342787>

Unidad 3: La psicología política de la Opinión Pública

- Pautz, Michelle C. (2015) Films can have a major influence on how people view government. US Center Blog. London School of Economics and Political Science. Recuperado de:
<http://blogs.lse.ac.uk/usappblog/2015/03/12/films-can-have-a-major-influence-on-how-people-view-government/>
- Robert Cialdini (2007), “The Science of Persuasion,” in *Scientific American Mind*.
- Robert Cialdini (2016), “Pre-Suasion: An Introduction,” in *Pre-suasion: A Revolutionary Way to Influence and Persuade*.
- Jonah Berger (2013), "Introduction: Why Things Catch On," in *Contagious: Why Things Catch On*. Simon and Schuster. Pp. 8-20. Recuperado de:
<https://3dpapa.ru/wp-content/uploads/2016/08/contagious-why-things-catch-on-jonah-berger.pdf>
- Llorente y Cuenca (2017) “La era de la posverdad: realidad vs. percepción”. *Revista Uno*, n°27. Recuperado de:
http://www.revista-uno.com/wp-content/uploads/2017/03/UNO_27.pdf
- Rodríguez, César Augusto (2017) “Opinión pública, mediación algorítmica y posverdad”, *Revista Mexicana de Comunicación*, 19 de junio. Recuperado de:
<http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2017/06/19/opinion-publica-mediacion-algoritmica-y-posverdad/>

Unidad 4: Análisis de Stakeholders

- World Bank (s.f) “What is stakeholder analysis”.
- Bernal-Pedraza, Andrea y Luis Arturo Rivas (2012). “Modelos para la identificación de stakeholders y su aplicación a la gestión de los pequeños abastecimientos comunitarios de agua”. *Revista LEBRET, Bucaramanga (Colombia)* (4): 251-273 • enero - diciembre de 2012. Pp. 251-265