

**PROGRAMA DE ASIGNATURA**  
**ANÁLISIS ESTADÍSTICO Y OPINIÓN PÚBLICA**

**A. Antecedentes Generales**

<b>1. Unidad académica</b>	Facultad de Comunicaciones						
<b>2. Carrera</b>	Periodismo						
<b>3. Código del ramo</b>	PEP 215						
<b>4. Ubicación en la malla</b>	Segundo Año / Primer Semestre						
<b>5. Créditos</b>	8						
<b>6. Tipo de asignatura</b>	Obligatorio	x	Electivo		Optativo		
<b>7. Duración</b>	Bimestral		Semestral	x	Anual		
<b>8. Módulos semanales</b>	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas	2	Ayudantía	0	
<b>9. Horas académicas</b>	Clases	68	Ayudantía				
<b>10. Pre-requisito</b>	No tiene						

**B. Aporte al Perfil de Egreso**

La asignatura de Análisis Estadístico y Opinión Pública contribuye a que los estudiantes desarrollen una mirada reflexiva sobre los actores y procesos sociales que contribuyen al debate público, como así también entregar a los alumnos las herramientas para comprender los instrumentos de opinión pública, a partir de diversas ópticas.

Se espera que los alumnos examinen el campo de estudios de la opinión pública y que aprendan a procesar e interpretar información para el levantamiento de temas de interés comunicativo.

Análisis Estadístico y Opinión Pública pertenece al primer ciclo de Bachillerato y se ubica entre las asignaturas de la línea de destrezas profesionales. Sirve de fundamento para los cursos Seminario de Investigación I y II y también aporta herramientas fundamentales para la asignatura de Metodología de la Investigación.

El curso contribuye a la formación de competencias genéricas de la universidad del Desarrollo: Visión Analítica y Ética y al desarrollo de competencias específicas de la carrera de Periodismo: Búsqueda, selección e integración de información y Dominio de Investigación Periodística y en Comunicaciones. Como se trata del ciclo de Bachillerato, el trabajo académico se orienta considerando el nivel formativo inicial de las competencias antes enunciadas, coherentes con el perfil de egreso, lo que se evidencia en los objetivos del curso y sus dimensiones.

### C. Competencias y Resultados de Aprendizaje que desarrolla la Asignatura

COMPETENCIAS GENÉRICAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE GENERALES
Visión analítica	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Recopila y organiza información desde diferentes fuentes y la procesa.</li> <li>● Analiza, mediante juicios críticos y fundamentados, la información que procesa, a través de ejercicios prácticos.</li> </ul>
Ética	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aplica las normas y principios éticos básicos que rigen la profesión.</li> </ul>
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	
Búsqueda, selección e integración de información	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Identifica conceptos teóricos básicos de la opinión pública.</li> <li>● Reflexiona críticamente sobre el poder de los medios de comunicación y su efecto en la sociedad.</li> <li>● Analiza la información, transfiriéndola a contenidos y casos de análisis simples.</li> </ul>
Domínio de la investigación periodística y en comunicaciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aplica conocimientos de estadística descriptiva en la organización y análisis de datos cuantitativos, a través de ejercicios prácticos.</li> <li>● Analiza datos y organiza información estadística.</li> </ul>

### D. Unidades de Contenido y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
<b>1. Conceptos básicos de la Opinión Pública:</b> 1.1. Definición y caracterización 1.2. Rol dentro del sistema democrático 1.3. Aspectos éticos	Búsqueda, selección e integración de información	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Identifica conceptos teóricos básicos de la opinión pública.</li> <li>● Analiza los aspectos éticos relacionados con la industria de encuestas de opinión pública desde el punto de vista periodístico.</li> </ul>
<b>2. Medios de Comunicación y Opinión Pública:</b> 2.1. El poder de la agenda mediática. 2.2. Medios digitales y su influencia	Búsqueda, selección e integración de información  Visión analítica	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Reflexionar críticamente sobre el poder de la agenda y los efectos en la sociedad.</li> <li>● Analizar los actores involucrados en los</li> </ul>

2.3. Movimientos sociales		procesos que construyen la opinión pública de la sociedad
<b>3. Análisis Estadístico de la Opinión Pública:</b> 3.1. Estadística descriptiva 3.2. Variables aleatorias y error muestral	Dominio de la investigación periodística y en comunicaciones.  Ética	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ordena y revisa datos obtenidos mediante técnicas estadísticas.</li> <li>● Analiza datos de manera exploratoria, interpretando estadígrafos de tendencia central y dispersión.</li> <li>● Aplica conocimientos de variables aleatorias al análisis de información pública.</li> </ul>
<b>4. Encuestas como instrumentos de sondeo de la Opinión Pública:</b> 4.1. Encuestas: estándares e interpretación. 4.2. Elaboración de productos periodísticos a partir de hallazgos detectados	Visión analítica  Búsqueda, selección e integración de información  Dominio de la investigación periodística y en comunicaciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Analiza críticamente los instrumentos de sondeo de opinión pública, para dimensionar alcances y limitaciones.</li> <li>● Elabora productos periodísticos a partir del análisis de la información cuantitativa.</li> </ul>

### E. Estrategias de Enseñanza

Durante el desarrollo de la asignatura se examinarán encuestas nacionales y sus bases de datos respectivas, como también el alumno analizará datos de plataformas de medios digitales más utilizadas por la población para entender las opiniones de los usuarios de redes sociales.

La asignatura contempla clases activas, que incluyen la exposición de contenidos por parte del profesor/a y la participación de los estudiantes. A través de ello se busca desarrollar el análisis crítico de documentos y la elaboración de notas informativas, con datos cuantitativos como: resultados de encuestas, censos, bases de datos, indicadores y gráficos entre otros.

### F. Estrategias de Evaluación

Las estrategias de evaluación del curso están estrechamente relacionadas con las metodologías de enseñanza descritas y los resultados de aprendizaje por unidad de contenido. Por lo anterior, se

contemplan evaluaciones formativas y sumativas que permitan recoger información relevante de los estudiantes durante el proceso de enseñanza- aprendizaje.

## **G. Recursos de Aprendizaje**

### **Bibliografía Obligatoria**

- Aruguete, N. (2010). Poder y Comunicación. Una vulneración al derecho a acceder a la agenda de los medios. *Diálogos de la Comunicación*, (82), 7.
- Arriagada, A., & Navia, P. (Eds.). (2013). *Intermedios: Medios de comunicación y democracia en Chile*. Ediciones Universidad Diego Portales.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación* (5ª ed.). México D.F., México: McGraw-Hill.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda*. Barcelona, España: Paidós.
- Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona, España: Paidós.
- Price, V. (1994). *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*. Barcelona, España: Paidós.
- Santander, P., Elórtégui, C., González, C., Allende-Cid, H., & Palma, W. (2017). Redes sociales, inteligencia computacional y predicción electoral: el caso de las primarias presidenciales de Chile 2017. *Cuadernos.Info*, 0(41), 41-56. doi:10.7764/cdi.41.1218

### **Bibliografía Complementaria**

- Briones, G. (2001) *Métodos y técnicas para la investigación en ciencias sociales*. México D.F., México.
- Trillas. Cordero, R. (2009). Dígallo con números: la industria de la opinión pública en Chile. En R. Cordero (Ed.), *La sociedad de la opinión. Reflexiones sobre encuestas y cambio político en democracia* (pp. 69-92). Santiago, Chile: Universidad Diego Portales.
- Debray, R. (1995). *El Estado Seductor. Las revoluciones mediológicas del poder*. Buenos Aires, Argentina: Manantial.
- Dewey, J. (2004). *La opinión pública y sus problemas*. Madrid, España: Morata.
- Habermas, J. (2009). *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*. Barcelona, España.
- Gustavo Gili. Iyengar, S. & Kinder, D. (1993). *Televisión y opinión pública*. México D.F., México: Gernika.
- Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid, España: Langre.
- Monzón, C. (1990). *La opinión pública. Teorías, concepto y métodos*. Madrid, España: Tecnos.
- Mora y Araujo, M. (2012). *El poder de la conversación. Tomo I: La opinión pública* (2ª ed.). Buenos Aires, Argentina: La Crujía.