

## **Opinión pública y encuestas: conceptos y herramientas**

Salvador Vázquez del Mercado

salvador.vazquez@cide.edu

Ofna: LNPP, 2o piso

Horas de oficina: por cita

Este curso está diseñado para proveer herramientas metodológicas y conceptuales para el estudio de la opinión pública usando encuestas de opinión. Para ello, combinará la lectura y discusión de conceptos con la aplicación en el diseño y análisis de encuestas y experimentos. La secuencia del curso tendrá dos partes principales. En la primera, revisaremos la literatura sobre metodología de encuestas, psicología política y de la opinión; esta sección busca desarrollar los cimientos conceptuales de una investigación de opinión pública. En la segunda sección revisaremos literatura sobre diseño de encuestas, siguiendo el arco del proyecto, desde su concepción, pasando por la construcción del cuestionario, muestreo, entrevistas y análisis; esta sección nos permitirá diseñar, levantar y analizar una encuesta, que será el proyecto final de la clase.

### **Requisitos y tareas**

La evaluación de la primera sección del curso será un examen escrito. La evaluación de la segunda sección del curso estará basada en entregas parciales dedicadas al diseño del proyecto final, así como en la calificación del proyecto final.

Este es un proyecto grupal: será una encuesta diseñada, levantada y analizada por el grupo entero. El proyecto será construido con las contribuciones de todos los alumnos. Por ejemplo, el cuestionario contendrá preguntas escogidas por todos los alumnos en formato *ómnibus* y en la entrega del trabajo final analizarán sus propias preguntas. El objetivo de este proyecto es familiarizar a los estudiantes con los aspectos más importantes de la metodología de encuestas. Las entregas parciales de la segunda parte del curso serán las propuestas de los estudiantes para el proyecto.

### **Calificación**

La calificación final tendrá los siguientes componentes:

Examen parcial:	30%
Entregas parciales:	30%
Trabajo final:	30%
Participación:	10%

## Calendario de sesiones

Las sesiones están programadas de la siguiente forma:

Semana	Fecha	Proyecto	Entregas	Clase
1	Feb 4	Intro		intro: opinión pública y encuestas
2	Feb 11			experimentos en encuestas y causalidad
3	Feb 18			opiniones, heurísticos, satisficing
4	Feb 25	Diseño		información, razonamiento motivado y encuadres
5	Mar 3			identidad, voto, turnout
6	Mar 10			corrupción, aprobación, legitimidad
7	Mar 17		Parcial 1	emociones, ideología
8	Mar 24			<i>examen parcial</i>
9	Mar 31	Cuestionario		diseño de cuestionarios
10	Abr 13		Parcial 2	psicología de la respuesta
11	Abr 20	Modo y muestra		diseño de cuestionarios y pruebas
12	Abr 27	Levantamiento	Parcial 3	poblaciones y modo
13	May 12			muestreo y R
14	May 19		Parcial 4	proceso de entrevista
15	May 26	Análisis		análisis de encuestas con R
16	Jun 2			<i>presentación de resultados preliminares y revisión general</i>
17	Jun 9		Entrega final	<i>entrega de trabajo final</i>

El calendario contiene las fechas en las que, esperablemente, deberá progresar el proyecto. Las entregas parciales serán las propuestas que cada alumno hará para el proyecto, cuyo contenido deberá reflejar los intereses de investigación de cada alumno (funciona?) con el contenido de las lecturas y la discusión en clase. Cada entrega parcial tendrá una extensión máxima de 2 páginas. El tema de cada entrega parcial será:

1. *Propuesta de investigación:* ¿cuál es tu pregunta de investigación? ¿qué conceptos quieres explorar en la encuesta? ¿por qué? ¿qué esperas observar en los resultados?
2. *Propuesta de preguntas:* ¿cómo vas a preguntar los conceptos que te interesan? ¿por qué? ¿esperas alguna dificultad con estas preguntas?
3. *Propuesta de muestreo:* idealmente, ¿cuál población esperas estudiar? en el levantamiento que haremos, ¿lograrás alcanzarlos? ¿qué problemas esperarías?
4. *Reporte de levantamiento:* ¿cómo ha sido la experiencia de levantar el cuestionario? ¿qué podrías mejorar? ¿qué efectos esperas que tenga en los resultados?

El trabajo final contendrá el análisis de los resultados de la encuesta. El trabajo final deberá:

- responder las preguntas de investigación establecidas en la *entrega parcial 1*, haciendo un análisis descriptivo (como mínimo) de los resultados

- discutir estos resultados desde una perspectiva metodológica, esto es, desde la perspectiva de las propuestas 2 y 3, así como del levantamientos, ¿los resultados son los esperados? ¿por qué?

El trabajo final deberá tener una extensión de entre 10 y 15 páginas.

## **Estructura de la clase**

En clase, las actividades alternarán entre un seminario de discusión de las lecturas y, cuando sea apropiado, un taller en el que compartiremos las propuestas y las discutiremos en grupo. Espero que los alumnos lean el material asignado y participen activamente en la discusión.

Sugiero, al leer los textos, poner atención tanto la estructura de la investigación (pregunta, variables, análisis, etc.) como en los métodos que fueron usados para abordarla.

## **Calendario de lecturas**

Las lecturas en *cursivas* son optativas.

### **1. Febrero 4. intro: opinión pública y encuestas.**

*¿qué es la opinión pública? ¿cómo la medimos y qué aprendemos al hacerlo? ¿por qué es importante entenderla -en una democracia?*

Herbst, Susan (2016), "The History and Meaning of Public Opinion", en Berinski, Adam, *New Directions in Public Opinion*, Routledge.

Hillygus, Sunshine (2016), "The Practice of Survey Research: Changes and Challenges", en Berinski, Adam, *New Directions in Public Opinion*, Routledge.

*Brady, Henry E. (2000), "Contributions of Survey Research to Political Science", en PS: Political Science and Politics, vol. 33, n. 1.*

### **2. Febrero 11. experimentos en encuestas y causalidad.**

*¿cómo sabemos que algo causa otra cosa? ¿cómo pueden ayudarnos las encuestas? ¿cómo funcionan los experimentos en encuestas?*

Mutz, Diana C. (2011), *Population-based survey experiments*, Princeton University Press, ch. 1-4 (son cortos).

Gaines, Brian J, James H. Kuklinski y Paul J. Quirk (2007), "The Logic of the Survey Experiment Reexamined", *Political Analysis*, vol. 15, n. 1.

*Morgan, Stephen L., y Christopher Winship (2014), Counterfactuals and Causal Inference: Methods and Principles For Social Research, Cambridge University Press, ch. 1.*

### **3. Febrero 18. opiniones, heurísticos, satisficing.**

*¿qué son y de dónde vienen las opiniones? ¿cómo cambian? ¿qué efectos tienen en el comportamiento?*

Druckman, James N. y Arthur Lupia (2016), "Preference Change in Competitive Political Environments", *Annual Review of Political Science*.

Krosnick, Jon A., "Response Strategies for Coping with the Cognitive Demands of Attitude Measures in Surveys", *Applied Cognitive Psychology*, vol. 5.

Lau, Richard R. y David P. Redlawsk (2001), "Advantages and Disadvantages of Cognitive Heuristics in Political Decision Making", *American Journal of Political Science*, vol, 45, n. 5.

*Ansolabahere, Stephen, Jonathan Rodden y James M. Snyder, Jr. (2008), "The Strength of Issues: Using Multiple Measures to Gauge Preference Stability, Ideological Constraint, and Issue Voting", American Political Science Review, vol, 102, n. 2.*

### **4. Febrero 25. información, razonamiento motivado y encuadres.**

*¿cómo responden las opiniones a la información? ¿qué consecuencias tiene esta respuesta? ¿qué sucede cuando la información varía entre fuentes?*

Redlawsk, David P., Andrew J.W. Civettiny y Karen M. Emerson (2010), "The Affective Tipping Point: Do Motivated Reasoners ever "Get It"?", *Political Psychology*, vol. 31, n. 4.

Chong, Dennis y James N. Druckman (2007), "Framing Public Opinion in Competitive Democracies", *American Political Science Review*, vol. 101, n. 4.

Gilens, Martin (2001), "Political Ignorance and Collective Policy Preferences", *American Political Science Review*, vol. 95, n.2.

*Luskin, Robert C., John G. Bullock (2011), "'Dont know' Means 'Don't know': DK Responses and the Public's Level of Political Knowledge", The Journal of Politics, vol. 73, n. 2.*

### **5. Marzo 3. identidad, voto, turnout**

*¿cómo medir identidad y voto? ¿qué consecuencias tiene?*

Castro, Rodrigo (2019); "Partisanship and Question-wording Effects; Experimental Evidence from Latin America", *Public Opinion Quarterly*, vol. 83, n. 1.

Burden, Barry C. (2000), "Voter Turnout and the National Election Studies", *Political Analysis*, vol. 8, n. 4.

*Achen, Christopher y Larry Bartels (2017), Democracy for Realists, Princeton University Press, ch. 2.*

*Holbrook, Allyson y Jon Krosnick (2013), "A New Question Sequence to Measure Voter Turnout in Telephone Surveys; Result of an Experiment in the 2006 ANES Pilot Study", Public Opinion Quarterly, vol. 77.*

## **6. Marzo 10. corrupción, aprobación, legitimidad.**

*¿cómo medir corrupción, aprobación y legitimidad?*

Redlawsk, David P., James McCann (2005), "Popular Interpretations of 'Corruption' and their Partisan Consequences", *Political Behavior*, vol. 27, n. 3.

Donovan, Kathleen, Paul M. Kellstedt, Ellen M. Key y Matthew J. Lebo (2019), "Motivated Reasoning, Public Opinion, and Presidential Approval", *Political Behavior*.

Weatherford, M. Stephen (1992), "Measuring Political Legitimacy", *American Political Science Review*, vol. 86, n. 1 .

*Harbridge, Laurel, Jon A. Krosnick , and Jeffrey M. Wooldridge (2017), "Presidential Approval and Gas Prices", en Krosnick, Jon A., I-Chant A. Chiang and Tobias H. Stark, eds., Political Psychology; New Explorations, Routledge.*

## **7. Marzo 17. emociones, ideología.**

*¿cómo afectan las emociones a la formación de opiniones? ¿qué es la ideología?*

Marcus, George E., Russell Newman y Michael Mackuen (2000), *Affective Intelligence and Political Judgement*, Chicago University Press, ch. 1, 4 y 6.

Mason, Lilliana (2018), "Ideologues without Issues; the Polarizing Consequences of Ideological Identities", *Public Opinion Quarterly*, vol. 82.

*Federico, Christopher (2016), "The Structure, Foundations, and Expression of Ideology", en Berinski, Adam, New Directions in Public Opinion, Routledge.*

## **8. Marzo 24. EXAMEN PARCIAL.**

## **9. Marzo 31. diseño de cuestionarios.**

*¿cómo diseñar las preguntas para mejorar la calidad de las respuestas?*

Groves, Robert M., et al (2009), *Survey Methodology*, 2a ed., John Wiley and Sons., ch. 7.

Revilla, Melanie A., Willem E. Saris y Jon A. Krosnick (2014), "Choosing the Number of Categories in Agree-Disagree Scales", *Social Methods & Research*, vol. 43, n. 1.

DeBell, Matthew (2013), "Harder than it Looks: Coding Political Knowledge in the ANES", *Political Analysis*, vol. 21, n. 4.

*Schuman, Howard y Stanley Presser (1979), "The Open and Closed Question", American Sociological Review, vol. 44, n. 5.*

*Schaeffer, Nora Cate y Stanley Presser (2003), "The Science of Asking Questions", Annual Review of Sociology, vol. 29.*

*Roberts, Caroline, et al. (2019), "Research Synthesis; Satisficing in Surveys: A Systematic Review of the Literature", Public Opinion Quarterly, vol. 83, n. 3.*

#### **10. Abril 13. psicología de la respuesta.**

*¿cómo responden los encuestados?*

Tourangeau, Roger, et al., (2000), *The Psychology of Survey Response*, Cambridge University Press, ch. 2.

Tourangeau, Roger and Tom W. Smith (1996), "Asking Sensitive Questions; the Impact of Data Collection, Mode, Question Format, and Question Context", *Public Opinion Quarterly*, vol. 60.

*Bishop, George F., Alfred J. Tuchfarber, and Robert W. Oldendick (1986), "Opinions on Fictitious Issues: The Pressure to Answer Survey Questions", Public Opinion Quarterly, vol. 50, n. 2.*

*Nadeau, Richard y Richard G. Niemi (1995), "Educated Guesses: the Process of Answering Factual Knowledge Questions in Surveys," Public Opinion Quarterly, vol. 59.*

#### **11. Abril 20. diseño de cuestionarios y pruebas.**

*¿cómo diseñar y probar un cuestionario?*

Groves, Robert M., et al (2009), "Survey Methodology", 2a ed., John Wiley and Sons., ch. 8-9.

Presser, Stanley et al. (2004), "Methods for Testing and Evaluating Survey Questions", *Public Opinion Quarterly*, vol. 68.

*Galesic, Mirta y Michael Bosnjak (2009), "Effects of Questionnaire Length on Participation and Indicators of Response Quality in a Web Survey", Public Opinion Quarterly, vol. 73, n. 2.*

*Krosnick, Jon A. et al (2002), "The Impact of 'No opinion' response options on data quality; non-attitude reduction or an invitation to satisfice?", Public Opinion Quarterly, vol. 66.*

## **12. Abril 27. poblaciones y modo.**

*¿por qué importa la selección de los participantes?*

Groves, Robert M., et al (2009), "Survey Methodology", 2a ed., John Wiley and Sons., ch. 3.

Heckathorn, Douglas D. (1997), "Respondent-Driven Sampling: A New Approach to the Study of Hidden Populations", *Social Problems*, vol. 44, n. 2.

*Baker, Reg et al. (2010), "Research Synthesis: AAPORT Report on Online Panels", Public Opinion Quarterly, vol. 74.*

*Yaeger, David S, et al (2011), "Comparing the Accuracy of RDD Telephone Surveys and Internet Surveys Conducted with Probability and Non-probability Samples", Public Opinion Quarterly, vol. 75.*

*Chang, Linchiat y Jon A. Krosnick (2009), "National Surveys via RDD Telephone interviewing versus the Internet; comparing sample representativeness and response quality", Public Opinion Quarterly, vol. 73.*

## **13. Mayo 12. muestreo y R.**

*¿cómo seleccionar a los participantes?*

Groves, Robert M., et al (2009), "Survey Methodology", 2a ed., John Wiley and Sons., ch. 4.

Valiant, Richard, Jill A. Dever y Frauke Kreuter (2018), *Practical Tools for Designing and Weighting Survey Samples*, Springer, ch. 3.

Groves, Robert M. (2006), "Nonresponse Rates and Nonresponse Bias in Household Surveys," *Public Opinion Quarterly, vol. 70.*

*Miratrix, Luke W., Jasjeet S. Sehon, et al. (2018), "Worth Weighting? How to Think About and Use Weights in Survey Experiments", Political Analysis, vol. 26.*

*Baruch, Yehuda and Brooks C. Holtom (2008), "Survey Response rate levels and trends in organizational research", Human Relations, vol. 61.*

*Borgers, Natacha, Edith de Leeuw y Joop Hox (2000), "Children as Respondents in Survey Research; Cognitive Development and Response Quality", Bulletin de Méthodologie Sociologique, n. 66.*

#### **14. Mayo 19. proceso de entrevista.**

*¿cómo mejorar el proceso de entrevista?*

Groves, Robert M., et al (2009), "Survey Methodology", 2a ed., John Wiley and Sons., ch. 9.

Davis, Darren W. (1997), "The Direction of Race of Interviewer Effects among African-Americans: Donning the Black Mask", *American Journal of Political Science*", vol. 41, n. 1.

*Conrad, Frederick G. y Michael F. Schober (2000), "Clarifying Question Meaning in A Household Telephone Survey", Public Opinion Quarterly, vol. 64.*

*Dutwin, David et al (2015), "Current Knowledge and Considerations Regarding Survey Refusals: Executive Summary of the AAPOR Task Force Report on Survey Refusals", Public Opinion Quarterly, vol. 79, n. 2.*

*Gaziano, Cecilie (2005), "Comparative Analysis of Within-Household respondent selection techniques", Public Opinion Quarterly, vol. 69.*

#### **15. Mayo 26. análisis de encuestas con R.**

*¿cómo analizar los resultados de una encuesta?*

Lumley, Thomas (2010), *Complex Surveys: A Guide to Analysis Using R*, Robert Wiley and Sons, ch. 1-2.

#### **16. Junio 2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS PRELIMINARES Y REVISIÓN GENERAL.**

#### **17. Junio 9. ENTREGA DE TRABAJO FINAL.**