

# CONSERVAR Y DISPONIBILIZAR TREINTA AÑOS DE OPINIÓN PÚBLICA: LECCIONES APRENDIDAS DEL CASO URUGUAYO

*PRESERVING AND MAKING PUBLIC THIRTY YEARS OF PUBLIC OPINION: LESSONS LEARNED FROM THE URUGUAYAN CASE*

*PRESERVAR E DISPONIBILIZAR TRINTA ANOS DE OPINIÃO PÚBLICA: LIÇÕES DO CASO DO URUGUAI*

**ELIANA ÁLVAREZ**  [eliana.alvarez@correo.ucu.edu.uy](mailto:eliana.alvarez@correo.ucu.edu.uy) <sup>1</sup>

**JUAN BOGLIACCINI**  [juan.bogliaccini@ucu.edu.uy](mailto:juan.bogliaccini@ucu.edu.uy) <sup>1</sup>

**MARTÍN OPERTTI**  [martin.opertti@cienciasociales.edu.uy](mailto:martin.opertti@cienciasociales.edu.uy) <sup>2</sup>

**ROSARIO QUEIROLO VELASCO**  [rosario.queirolo@ucu.edu.uy](mailto:rosario.queirolo@ucu.edu.uy) <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universidad Católica del Uruguay

<sup>2</sup> Universidad de la República

Submission: 2022-03-15

Accepted: 2022-05-21

First View: 2022-05-31

Publication: 2022-05-31

**Palabras clave:**  
*archivo histórico;*  
*opinión pública;*  
*datos públicos;*  
*encuestas;*  
*Uruguay*

## **Resumen**

América Latina tiene una larga trayectoria de estudios de opinión pública; las encuestas son una herramienta utilizada de forma frecuente para conocer las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos. Sin embargo, a menudo éstos se mantienen privados, siendo inaccesibles para investigadores y tomadores de decisiones. Asimismo, las consultoras responsables enfrentan desafíos particulares para hacer disponibles los datos. Esta nota muestra un posible camino. En él describimos la experiencia del Laboratorio de Opinión Pública y Redes Sociales (LOPreS) de Uruguay, un ejemplo de interseccionalidad entre academia, sector privado y financiamiento público, que permitió la liberación de más de 200 encuestas de opinión pública realizadas entre 1993 y 2020. Asimismo,

reflexionamos sobre tres importantes lecciones aprendidas a partir del proyecto: la relevancia de la construcción de vínculos de confianza, la generación de incentivos para la colaboración y la importancia del financiamiento. El caso sirve de ejemplo para analizar estrategias que permitan la apertura de información, con la participación de diversos actores trabajando de forma colaborativa y sus oportunidades para la investigación.

**Keywords:**

*historical archive; public opinion; public data; surveys; Uruguay*

**Abstract**

Latin America has a long history of public opinion studies, surveys are a frequently used tool to understand citizens' opinions, attitudes and behaviors. However, these are often private information, being inaccessible to researchers and policymakers. In addition, pollsters face particular challenges in making data available. This article shows a possible path by describing the experience of the Laboratory of Public Opinion and Social Networks (LOPReS) of Uruguay. The LOPReS is an example of collaboration between academia, the private sector and public financing, which allowed the dissemination of more than 200 public opinion surveys carried out among 1993 and 2020. We reflect on three important lessons learned from the project: the relevance of building trusting bonds, the generation of incentives for collaboration, and the importance of financing. The case serves as an example to analyze strategies that allow the openness of information, with the collaboration of various actors working together and the research opportunities that emerge from the results.

**Palavras-chave:**

*arquivo histórico; opinião pública; dados públicos; pesquisas; Uruguai*

**Resumo**

A América Latina tem uma longa história de estudos de opinião pública; as pesquisas são uma ferramenta frequentemente utilizada para conhecer as opiniões, atitudes e comportamentos dos cidadãos. No entanto, estes são muitas vezes mantidos em sigilo, sendo inacessíveis a pesquisadores e tomadores de decisão. Da mesma forma, as empresas responsáveis das pesquisas enfrentam desafios particulares na disponibilização de dados. Esta nota mostra um caminho possível. Nele, descrevemos a experiência do Laboratório de Opinião Pública e Redes Sociais (LOPReS) do Uruguai, exemplo de interseccionalidade entre academia, setor privado e financiamento público, que permitiu a divulgação de mais de 200 pesquisas de opinião pública realizadas entre 1993 e 2020. Da mesma forma, refletimos sobre três importantes lições aprendidas do projeto: a relevância de construir laços de confiança, a geração de incentivos à colaboração e a importância do financiamento. O caso serve de exemplo para analisar estratégias que permitem a abertura de informações, com a participação de diversos atores trabalhando de forma colaborativa e suas oportunidades de investigação.

## INTRODUCCIÓN

La medición de la opinión sobre asuntos políticos y sociales tiene una larga trayectoria en Uruguay, siendo líder en la región en producción de datos de calidad. Las primeras encuestas de opinión pública sobre temas políticos y electorales en Uruguay de las que existe registro datan de 1958 generando incluso una fuerte

presencia en los diarios de la época hacia fines de la década del 1950 y 1960 (Aguar, 2000). No obstante, la recolección sistemática de datos de opinión pública se consolidó en el país en la década de 1990 tras el retorno a la democracia, bajo el impulso de empresas de mercado de capital nacional. Estas empresas, con el paso de los años, fueron ganando renombre internacional, expandiendo incluso sus actividades a otros países de la región sur del continente como Argentina, Bolivia, Chile y Paraguay.

Sin embargo y como ha sido la constante en la región, dado que este proceso de afianzamiento de la investigación en opinión pública por consultoras privadas ha sido el *modus operandi* en América Latina, estos datos de opinión pública permanecieron como patrimonio exclusivo de las empresas encuestadoras, siendo prácticamente inaccesibles para académicos, periodistas y público en general (Bogliaccini, García Sánchez, y Queirolo, 2022). Por lo tanto, el único acceso a microdatos de opinión pública en América Latina suele ser a través de los datos provenientes de proyectos de opinión pública regionales e internacionales (Latinobarómetro, Barómetro de las Américas, Encuesta Mundial de Valores, etc.) o generando datos propios —opción que suele estar fuera del alcance de los investigadores—. Estos proyectos tienen un inmenso valor para la investigación en opinión pública latinoamericana y han permitido la producción académica en temas muy importantes como actitudes hacia la democracia, representación política y resultados electorales entre otros.

A pesar de las fortalezas de estos proyectos —por ej. la facilidad para realizar comparaciones entre países y sus altos estándares metodológicos—, los mismos también presentan algunas limitaciones: tienen un espacio limitado para incluir preguntas por lo que muchos temas relevantes para investigadores no son incluidos o lo son de forma esporádica; los datos son en —el mejor de los casos— anuales, por lo que limita los análisis temporales y el estudio de cambios en actitudes a raíz de fenómenos puntuales; tienen una escasa cobertura de temas locales (medidas o políticas públicas tomadas por el gobierno, desempeño de gobernantes claves, popularidad de líderes políticos locales, etc.), y su fecha de realización no siempre puede ajustarse a eventos políticos importantes como elecciones. Esto ha generado, en Uruguay y la región, que el desarrollo de la opinión pública como disciplina académica se viera rezagada respecto de los desarrollos que tuvo en Estados Unidos o Europa en el mismo período. No obstante, esta descripción general, existen algunas excepciones de estudios, por ejemplo tesis doctorales (Echegaray, 1996; Queirolo, 2013; Tagina et al., 2013), que utilizan datos de opinión pública proporcionados por consultoras locales. Este tipo de trabajos son en general esfuerzos aislados con bases de datos puntuales sobre las que otros investigadores no tienen acceso para replicar estudios o no se cuenta con series temporales de mayor alcance para observar tendencias de mediano plazo.

Las propias empresas generadoras de datos de opinión pública, en parte por las dinámicas de oferta y demanda de información generalmente asociada a la coyuntura político-electoral, presentan ciertos desafíos. Primero, no suele existir un trabajo de armonización de la información a nivel individual en bases de datos que permitan comparaciones a través de los años. En general se conservan datos históricos a nivel agregado de variables relevantes sobre comportamiento electoral, pero no tienen los microdatos armonizados en series de tiempo. Es bastante frecuente que, ante el pedido de acceso a datos que reciben de algún investigador nacional como extranjero, las empresas tengan que recurrir a revisar viejos informes para extraer estas frecuencias agregadas o consultar una por una las bases de datos, lo cual transforma la respuesta en un trabajo costoso para la empresa, por lo que muchas veces se termina negando la información. Segundo, temas como el apoyo a políticas públicas, posicionamientos ideológicos sobre asuntos sociales, o actitudes hacia partidos políticos, no se repiten lo suficiente en el tiempo como para observar ciclos o cambios en las opiniones, o se ha variado considerablemente en la forma de preguntar generando series que no pueden ser estrictamente comparables. Tercero, estas empresas no siempre han desarrollado prácticas de conservación de los datos consistentes a través del tiempo. Esto último ha generado que el acervo de datos de cada empresa esté almacenado en formatos y tecnologías muchas veces obsoletas, o falten datos o cuestionarios que permitan identificar correctamente lo que se ha almacenado.

Uruguay, al igual que el general de la región, no generó en estas décadas alianzas estratégicas entre universidades u otros centros académicos, y el estado para la creación de proyectos de recolección sistemática de datos. Esto ha significado que, a pesar de la existencia de diversos esfuerzos por parte de grupos de académicos en distintos lugares, no exista un acervo de datos público recolectados en forma sistemática.

Esta situación cambia a partir de la creación del Laboratorio de Opinión Pública y Redes Sociales (LOPReS<sup>1</sup>) del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Católica del Uruguay (UCU)<sup>2</sup>. El LOPReS parte de un cuidadoso proceso de acuerdos con dos empresas consultoras de larga trayectoria en el medio —CIFRA González, Raga & Asociados (en adelante CIFRA), y Opción Consultores (en adelante Opción)—, y la exitosa postulación conjunta a financiamiento por parte de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII)<sup>3</sup>. Esta asociación virtuosa ha permitido hacer público el primer acervo de datos de opinión pública en Uruguay.

---

1. LOPReS (2022). <https://www.laboratorio-opres.com/>

2. El LOPReS es co-dirigido por Juan Bogliaccini y Rosario Queirolo, y tiene como investigadores asociados a Eliana Álvarez y Martín Operti. La página web del laboratorio es: <https://www.laboratorio-opres.com>

3. Fondo Sectorial de Datos FSDA 1 2018 1 154765.

Clave en este proceso de construcción conjunta del acervo público ha sido también el ROPER Center de la Universidad de Cornell, centro que cura los datos y los pone a disposición de académicos de todo el mundo. El acervo cuenta con 27 años de opinión pública con datos mensuales, entre 1993 y 2020.

En esta nota de investigación presentamos el proceso de gestión y desarrollo del proyecto LOPReS, la construcción del acervo nacional de datos de opinión pública uruguaya, y una reflexión sobre las principales lecciones aprendidas en el mismo, esperando que sirva de inspiración y hoja de ruta para interesados en el acceso y conservación de datos históricos en la región y el mundo.

## CONSTRUYENDO UN ARCHIVO NACIONAL DE OPINIÓN PÚBLICA

El anhelo de contar con un archivo nacional de opinión pública ha sido compartido por académicos y encuestadores por al menos dos décadas. Sin embargo, las dificultades de coordinación, de fondos para llevar a cabo el proyecto y, sobre todo, la reticencia a hacer público los datos históricos de forma unilateral por estas empresas, había dificultado avanzar al respecto. En el marco del LOPReS se lograron avances decisivos en todos estos frentes. En materia de financiamiento se obtuvo un fondo de la ANII, al tiempo que se llegó a un acuerdo marco con el ROPER Center para curar los datos y ofrecerlos en forma gratuita a investigadores, tomadores de decisiones públicas, estudiantes, periodistas y cualquier interesado que desde Uruguay acceda a través del portal de la propia ANII. La participación del ROPER Center fue clave para el logro de acuerdos preliminares con CIFRA y Opción para poder postular conjuntamente al fondo ANII.

El LOPReS ofreció a cada empresa participante la devolución de una base de datos longitudinal con todos sus propios datos. Esta base longitudinal, armonizada, no está disponible para el público en el ROPER Center, aunque largas series históricas y armonizadas pueden ser extraídas a partir de los datos que sí están disponibles<sup>4</sup>. Este punto fue clave en el acuerdo preliminar dado que generaba un bien a las empresas a cambio de sus datos. Como adelantáramos en la introducción, el curado de los datos por parte de las propias empresas era rudimentario, por lo que en todos los casos el uso de los propios datos históricos era o bien altamente costoso en términos de procesamiento, o directamente no posible. Por esto, este *quid-pro-quo* con las empresas consultoras fue un hito fundamental para poder llegar al acuerdo final.

El trabajo con los datos de CIFRA y Opción duró un año, en el que dos investigadores del LOPReS estuvieron abocados de forma exclusiva al proyecto. Los

---

4. Roper Center (2022). <https://ropercenter.cornell.edu/public-opinion-polls-uruguay>

datos finalmente disponibles corresponden a 253 encuestas de opinión pública en Uruguay, entre 1993 y 2020. La liberación de los datos tiene un *moving wall* (período entre realización y liberación) de 5 años. Es decir, deben pasar 5 años desde la realización de la encuesta hasta su liberación al público. Las encuestas incluyen preguntas sobre política nacional, evaluaciones económicas y políticas, opiniones sobre políticas públicas, variables de comportamiento electoral, variables socio-demográficas, entre otras. Las bases de datos no contienen ponderadores.

El impacto del proyecto a nivel nacional en términos de generación de un bien público para la academia y la política pública es importante. Como modo de valorarlo, el lector puede considerar que antes de hacer disponibles las bases de datos en el marco del proyecto LOPReS, Uruguay disponía de alrededor de 35 encuestas de opinión pública para el período entre 1995 y 2020, todas ellas elaboradas en el marco de proyectos internacionales comparados, como por ejemplo el Latino-barómetro, el Barómetro de las Américas y la Encuesta Mundial de Valores. Todas las anteriores son encuestas que, aunque tienen la ventaja comparada de hacerse en la región, no permiten contar con mediciones mensuales (como máximo tienen una frecuencia anual) y por un problema de espacio, cuentan con una variedad menor de temas y preguntas.

El desafío pendiente una vez finalizado el proyecto sigue siendo para Uruguay (y América Latina en general) poder contar con una encuesta regular de opinión pública que indague en forma permanente sobre preferencias de política pública, actitudes hacia partidos políticos, percepciones sobre el funcionamiento del país, etc., y al mismo tiempo incluya cuestiones coyunturales de la política nacional. Es necesario, como este proyecto lo atestigua, financiamiento y coordinación. Existen varios caminos a seguir de encuestas regulares en países como Estados Unidos o Reino Unido, pero es necesaria una alianza permanente entre estado y la academia, para contar con los fondos y el *expertise* necesarios para que un proyecto así pueda alimentar la investigación en el largo plazo.

## LECCIONES APRENDIDAS

### *Acercamiento novedoso*

La mayoría de las empresas encuestadoras que miden la opinión pública en Uruguay, y seguramente podemos decir lo mismo de otros países de la región, consideran relevante hacer públicos sus datos, saben que tienen un valor histórico muy grande, que no es privativo de quien los recolectó, y que le deben a los ciudadanos devolver esa información para que sea utilizada para mejorar la toma de decisiones de política pública y la investigación científica. Como dice Mariana Pomiés, directora de CIFRA «es importante que los tomadores de decisiones de

política pública puedan tomar decisiones con la foto de hoy, pero mirando la foto del pasado» (LOPreS, 2021). Adriana Raga, directora de Cífra resalta la importancia que tiene «para entender el mundo, el mundo está cambiando muy rápido, y si tenemos datos sobre más países podemos ir viendo quiénes cambian más y quiénes menos, y porqué» (LOPreS, 2021). Rafael Porzecanski, director de Opción, plantea que sumarse al proyecto les permite «ponerse a tiro con otros proyectos internacionales que tienen disponibles los microdatos» (LOPreS, 2021).

Sin embargo, la creación de un acervo público de datos de opinión pública suele ser una tarea muy costosa para las encuestadoras, ya que armonizar los datos que actualmente tienen en distintos formatos, o generar un archivo donde sea sencillo la identificación de preguntas y variables a través de los años, es un trabajo para el que necesitan muchos recursos, principalmente con los datos históricos. El costo no es la única barrera, también la desconfianza inhibe las buenas intenciones. Por un lado, las empresas encuestadoras suelen tener desconfianza de las críticas que puedan recibir a sus datos, por otro lado, desconfianza de perder el control sobre los datos que ellos recolectaron. La confianza que se pueda generar entre las empresas y quienes desde la academia se dedican a la investigación en opinión pública para generar un acervo público nacional es fundamental. En el caso de nuestro proyecto, la confianza entre el equipo de investigación y las empresas existía desde antes, fruto de años de trabajo en conjunto, colaborando en distintos proyectos.

También es necesaria la maduración de equipos académicos dentro de las universidades que se planteen hacer sinergia con las empresas encuestadoras, buscando fondos para el financiamiento de la construcción del acervo. LOPReS se benefició de la agregación e intercambio de ideas de investigadores del Departamento de Ciencias Sociales de UCU. Los vínculos internacionales que los equipos académicos ofrecen son cruciales. Las redes internacionales con investigadores de otras partes del mundo han sido centrales, principalmente con el Roper Center.

La Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII) ha sido fundamental por el financiamiento al proceso de construcción del acervo público, ya que permitió destinar recursos a muchas horas de asistentes de investigación que trabajaron intensamente en la depuración, recuperación y armonización de las bases de datos para poder hacerlas públicas.

### *Generación de incentivos*

Las barreras para la construcción del acervo público por parte de las encuestadoras, ya sea el alto costo como la desconfianza, tienen que ser derribadas. En la sección anterior describimos cómo la barrera del costo se elimina con financiamiento, y la de la desconfianza construyendo una red de colaboración. Sin embargo,

también generamos algunos incentivos positivos para estimular la participación en el proyecto.

El principal incentivo es realizar un trabajo que las propias empresas generalmente no tienen hecho: se le devolvió a cada empresa sus datos armonizados, lo cual les permite generar series de tiempo con datos individuales. Agustín Bonino, director de Opción, describe este incentivo de la siguiente manera: «es un valor agregado para las empresas que participamos porque nos hizo trabajar en una mayor sistematización de las bases de datos que muchas veces se van acumulando en la operativa, y adaptarnos a un proyecto de este tipo genera mayor estandarización; también genera un beneficio para la empresa» (LOPreS, 2021).

En segundo lugar, es revalorizar el trabajo que las empresas realizan y darles visibilidad como generadores de esta memoria histórica. Como dice Peter Enns, director del Roper Center, «es bueno para quienes recogieron los datos, pusieron un gran esfuerzo y tiempo en ello, y ahora su trabajo está disponible, los nombres de las organizaciones están disponibles, y la voz de la gente se mantiene viva» (LOPreS, 2021). Desde la creación del acervo, las encuestas de Cifra y Opción podrán ser usadas y citadas por todos quienes las consulten.

## OPORTUNIDADES PARA LA INVESTIGACIÓN

La creación de un archivo nacional de opinión pública abre numerosas oportunidades para la producción académica en esta área. Describimos brevemente algunas de estas oportunidades para ilustrar el valor de la recuperación y el libre acceso a estos datos.

En primer lugar, los datos liberados por el proyecto permiten conocer actitudes y opiniones de los uruguayos respecto a una gran diversidad de temas de los que se contaba con nulos o casi nulos datos públicos. A modo de ejemplo, existen preguntas sobre distintos referéndums votados en el período, la política económica del gobierno, el desempeño de ministros, atributos de candidatos presidenciales y políticas públicas específicas.

Las preguntas sobre políticas públicas en concreto son una muestra del valor de estos datos. En la década de 1990 James Stimson creó el *Policy Mood*, una medida central en el estudio de la opinión pública estadounidense que sistematiza las preferencias por políticas públicas de los ciudadanos a lo largo de una dimensión (liberal-conservador o izquierda-derecha) y es fundamental para el estudio de la correspondencia entre las preferencias de los ciudadanos y las políticas públicas (Stimson, 2018). Esta medida se crea a partir de la opinión de los ciudadanos sobre distintas políticas públicas, y fue estimada casi exclusivamente para Estados Unidos y unos pocos países europeos debido a que necesita una importante cantidad de preguntas administradas de forma regular en el tiempo. Los datos liberados por



las consultoras Cífra y Opción fueron fundamentales para lograr una primera estimación del *Policy Mood* en Uruguay y una de las primeras en América Latina. Junto a los datos de proyectos de opinión pública regionales, se lograron encontrar 78 preguntas sobre preferencias por políticas públicas en Uruguay administradas 295 veces (Álvarez, Bogliaccini, Enns, Opertti, y Queirolo, 2021).

A su vez, estas preguntas están disponibles a nivel individual, lo que permite a los investigadores o interesados gran flexibilidad para desagregar las variables de interés por otras variables socio-demográficas o políticas, la creación de índices o la aplicación de técnicas estadísticas más sofisticadas.

En segundo lugar, la gran cantidad de encuestas y su asiduidad permiten construir series de tiempo de preguntas que fueron administradas regularmente. Algunos de los temas indagados de forma sistemática por las consultoras de opinión pública locales están presentes también en los proyectos de opinión pública internacionales, como percepciones sobre la economía, evaluación del desempeño del presidente o la intención de voto. En estos casos, los datos liberados permiten ampliar considerablemente estas series facilitando otros tipos de análisis. Por ejemplo, la serie de evaluación del presidente con acceso a microdatos disponible previo al proyecto —disponibles en Latinobarómetro y LAPOP— era de 29 encuestas, mientras que el archivo producto del proyecto agregó más de 200 mediciones.

Asimismo, algunas de las preguntas regulares de las encuestas del archivo nacional de opinión pública son de particular valor al no ser preguntadas por las encuestas disponibles anteriormente —o al menos no de forma regular— como la popularidad de los líderes políticos locales, la identificación partidaria o la aprobación de jefes de gobierno subnacionales. Al hacer disponible datos sobre temas de los que previamente no se contaban —o solo de forma puntual— se abren nuevas agendas de investigación sobre la opinión pública uruguaya y permiten compararla con otros países de la región y el mundo.

## REFLEXIONES FINALES

En esta nota hemos descrito el trabajo a partir del cual el LOPReS logró hacer disponible para investigadores, tomadores de decisiones de política pública y público en general datos de casi treinta años de opinión pública en Uruguay. La liberación de los microdatos de 235 encuestas fue producto de la conjunción entre el trabajo de académicos, empresas consultoras y el financiamiento público.

La experiencia del LOPReS muestra la relevancia de la coordinación entre los tres actores para conseguir el producto esperado. Primero, es importante contar con equipos académicos maduros, con trayectoria en el análisis de la opinión pública y con vínculos a nivel nacional e internacional que permitan la generación de acuerdos de trabajo. Segundo, la colaboración con el sector privado es posible en

la medida que se genere un vínculo explícito de confianza y se ofrezcan incentivos visibles. Los microdatos son el resultado de muchos años de trabajo por parte de las empresas consultoras, por lo que los equipos de investigación deben transmitir la gran responsabilidad que implica hacer pública esa información. El financiamiento es el tercer elemento central. El trabajo de curación de datos históricos es largo y técnicamente complejo. Las agencias nacionales dedicadas al impulso de la investigación tienen el rol de generar instrumentos de apoyos específicos para mejorar las oportunidades de hacer disponibles estos datos. Sin este apoyo, estos tipos de proyectos no son posibles.

Los resultados del LOPReS sugiere que la apertura de esta información es de enorme potencial para las agendas de investigación en ciencias sociales y otras áreas. Los datos incluyen una enorme cantidad de temas no explorados hasta el momento. La liberación de microdatos, y su gran asiduidad, permiten a los investigadores aplicar otras técnicas más demandantes en datos que dan paso a una investigación en opinión pública rigurosa y diversa.

El proyecto relatado en esta nota no es una excepcionalidad uruguaya. Por el contrario, en América Latina ya existen equipos académicos capaces de implementar este tipo de iniciativas, empresas encuestadoras con años de trayectorias e instituciones financiadoras. Las bases para la construcción de más acervos históricos de datos de opinión pública ya existen. De aquí en adelante, resta diseñar las estrategias para lograrlo. El caso uruguayo es prueba de esto.

## REFERENCIAS

- Aguiar, C. A. (2000). La historia y la historia: Opinión pública y opinión pública en el Uruguay. *Prisma*, 15, 7-45.
- Álvarez, E., Bogliaccini, J., Enns, P., Opertti, M., y Queirolo, R. (2021). Mapping policy preferences outside advanced democracies. *2021 APSA Meeting*, 30 de septiembre a 3 de octubre.
- Bogliaccini, J., García Sánchez, M., y Queirolo, R. (2022). El desarrollo dependiente: treinta años de opinión pública en América Latina. *Colombia Internacional*, 110, 3-19.
- Echegaray, F. A. (1996). *The determinants of electoral choice in Latin America, 1982-1995*. University of Connecticut.
- LOPReS. (2021). *30 años de opinión pública en Uruguay*. [https://www.youtube.com/watch?v=7kMtMmE\\_hJs](https://www.youtube.com/watch?v=7kMtMmE_hJs)
- Queirolo, R. (2013). *The success of the left in Latin America. Untainted parties, market reforms, and voting behavior*. University of Notre Dame Press.
- Stimson, J. A. (2018). *Public opinion in America: Moods, cycles, and swings*. Routledge.
- Tagina, M. L. (2013). *Los argentinos ante las urnas. un análisis del comportamiento electoral entre 1984 y 2007*. Tesis doctoral, Universidad de Salamanca.