

VIII Conferencia de Estudios Estratégicos

Panel no. 4.

Comunicación y política en el siglo XX: tendencias y desafíos

Participación corporativa en investigaciones científicas sobre redes sociales. El caso de Meta y la influencia de Facebook en el comportamiento electoral de los Estados Unidos

Lic. Javier Gómez Sánchez

Centro de Estudios de Política Internacional

CIPI

2023

Introducción

Teniendo en cuenta que 240 millones de estadounidenses son usuarios de Facebook (Statista,2023), no cabe duda de que esta red social se ha convertido, como mismo ocurre en gran parte del mundo, en una de las principales vías para el consumo de contenidos, tendencias, publicidad y productos comunicativos en ese país, y lógicamente, en objeto de estudio de la comunidad académica de los Estados Unidos. Y a su vez, el interés de las compañías en tener un rol preponderante en la capacidad de la comunidad académica estadounidenses de disponer de datos para las investigaciones, establecer objetos de estudios y desarrollar líneas de investigación, así como establecer lazos financieros con una extensa red de centros de investigación y universidades en todo el país, es algo que se hace cada vez más evidente.

El objetivo de este trabajo es exponer la manera en que Meta, como compañía propietaria de Facebook, ha creado mecanismos para vincularse de manera dominante con las investigaciones académicas que se realizan sobre el funcionamiento de esa red social.

Meta fue creada en 2021 para, según su CEO Mark Zuckerberg: “Reunir nuestras aplicaciones y tecnologías bajo una nueva marca empresarial” (Meta,2021). Estas son Facebook, Messenger, Instagram y WhatsApp

Aunque Facebook existe desde el 2004 (Meta, 2023), es desde 2016 con las elecciones presidenciales de ese año, en el que se utilizó Facebook para dirigir publicidad electoral a sectores poblacionales específicos en los estados pendulares (Wagner,2023), y más aún desde 2018, con el escándalo asociado a la empresa Cambridge Analytica, la cual obtuvo los datos personales de unos 87 millones de usuarios de Facebook a través de un tercero (Financial Times, 2021), que se está teniendo una mirada más escrutadora hacia el funcionamiento de las redes, y actualmente están dando frutos investigaciones de larga duración que iniciaron en los

últimos años. Una muestra de esto es que la Revista Science, en uno de sus números de julio de 2023, estuvo dedicada al estudio de las redes sociales digitales y su efecto en la política estadounidense.

En la introducción editorial a ese número, bajo el título Democracy Intercepted, el Editor Asociado de la revista para Ciencias del Comportamiento Social Ekeoma E. Uzogara se pregunta: “¿Puede un modelo de negocio que priorice los “algoritmos de participación” representar una amenaza para la democracia? Los algoritmos recopilan información sobre los intereses de los usuarios para brindarles más de aquello que quieren ver. Esto podría conducir a una polarización cuando los algoritmos seleccionan contenido emocionalmente evocador que presenta un lenguaje divisivo o incendiario. Sigue siendo muy discutido si este proceso tiene consecuencias en las urnas. En una democracia que funcione correctamente, la gente debe formar creencias políticas a partir de noticias precisas, pero la arquitectura de las redes sociales puede dejar a los partidarios aislados en fuentes de noticias sesgadas, expuestos a información errónea y rodeados de personas con ideas afines que refuerzan sus actitudes. (...) Las empresas de tecnología tienen la responsabilidad pública de comprender cómo las características de diseño de las plataformas pueden afectar a los usuarios y, en última instancia, a la democracia. Ahora es el momento de motivar cambios y reformas sustanciales” (2023).

Las citaciones a declarar ante comisiones de investigación del Congreso de los Estados Unidos, a las que han sido llamados los CEO de estas compañías, como el de Meta, Mark Zuckerberg (Washington Post, 2018; CNN, 2023) , como también Elon Musk, de Twitter- actualmente llamada X-, y Bill Gates, de Google (CNN, 2023), así como los sucesivos escándalos que involucran el funcionamiento de las plataformas, a lo que se agrega más recientemente la masificación del uso personal de la Inteligencia Artificial desarrollada por estas mismas corporaciones, han hecho que las propias

compañías, como Meta, se interesen por la realización de estudios sobre el impacto social, psicológico y político de las mismas.

En los últimos años han aparecido en los Estados Unidos una creciente cantidad de artículos, libros y textos académicos que abordan el tema, creándose una comunidad de investigadores especializados, como son Shoshana Zuboff, con su libro *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power* (2019), Jaron Lanier con *You Are Not a Gadget: A Manifesto* (2010) y *Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now* (2018), o Cathy O'Neil con *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy* (2016). La mayoría de estas obras resultan negativas para Meta. Iguales efectos tuvieron documentales estrenados en 2019 y 2020, *The great hack* y *The social dilemma*, este último cuestionado y descalificado por la compañía (Facebook, 2020)

El 9 de abril de 2018, Facebook anunció el lanzamiento de una nueva iniciativa para ayudar a proporcionar investigaciones independientes y creíbles sobre el papel de las redes sociales en las elecciones, así como en la democracia en general. Entre los fundadores de la iniciativa se mencionaron la Laura and John Arnold Foundation, Democracy Fund, la William and Flora Hewlett Foundation, la John S. and James L. Knight Foundation, la Charles Koch Foundation, la Omidyar Network, y la Alfred P. Sloan Foundation. El anuncio estaba firmado por Elliot Schrage, Vice presidente de Comunicación y Política Pública y David Ginsberg, Director de Investigación Científica de la compañía (Meta,2018).

El 10 de abril de 2018, Mark Zuckerberg declaró como CEO de Facebook ante las Comisiones de Poder Judicial y Comercio, Ciencia y Transporte del Senado de los Estados Unidos para discutir acerca de la privacidad en esa red social, la desinformación de origen ruso dirigida al público estadounidense, y el uso y abuso de datos. (Washington Post, 2018) Durante la sesión se produjo el siguiente diálogo entre el empresario y el senador demócrata por New México, Tom Udall (Congress,2023):

“UDALL (A Zuckerberg): Ahora Facebook está creando un grupo independiente para estudiar el abuso de las redes sociales en las elecciones. Usted ha hablado de eso. ¿Se comprometerá a que todos los hallazgos de este grupo se hagan públicos sin importar lo que digan sobre Facebook o su modelo de negocio? Es una respuesta de Sí o no.

ZUCKERBERG: Senador, ese es el propósito de este grupo, que Facebook no pueda controlar lo que publican estas personas. Serán académicos independientes y Facebook no tiene control de publicación previo. Podrán realizar los estudios que están haciendo y publicar los resultados.

UDALL: ¿Y le parece bien que sean públicos? ¿Cuál será el momento para sacarlos?

ZUCKERBERG: Senador, estamos iniciando la investigación ahora. Nuestro objetivo es centrarnos en proporcionar ideas para prevenir la interferencia en 2018 y más allá, y también en hacernos responsables de garantizar que las medidas que implementamos tengan éxito en lograrlo. Así que espero que comencemos a ver los primeros resultados a finales de este año” (Washington Post,2018).

Desde ese momento, Meta ha desarrollado cada vez mayores acciones para atraer y promover investigaciones académicas que se realicen con el apoyo de la empresa. En 2021, la compañía creó el Facebook Open Research and Transparency Team (FORT), para servir a la comunidad académica proporcionando conjuntos de datos protegidos por la privacidad, desarrollando herramientas y procesos de análisis para garantizar que los investigadores obtengan acceso a la información y capacidades analíticas adecuadas para respaldar su trabajo. También se asocia con académicos en colaboraciones a largo plazo en áreas de investigación clave donde el público está más preocupado por el impacto de Facebook. (Meta,2023). Esta entidad provee apoyo para investigaciones de más de 100 instituciones en Estados Unidos (Engadget,2021).

Pero si bien se ha presentado a FORT como un paso más de la compañía para brindar un apoyo transparente e incondicional a la investigación científica, quienes lo han utilizado han citado deficiencias ya que Facebook exige que las instituciones de investigación firmen un contrato antes de acceder a sus datos. Este establece que los resultados de la investigación no pueden revelar ninguna información confidencial ni ningún dato personal y le da a Facebook la oportunidad de revisar los borradores de las publicaciones para identificar cualquier información confidencial o cualquier dato personal que pueda incluirse o revelarse en esos materiales y que deban eliminarse antes de su publicación o divulgación. Según el contrato, la Información Confidencial incluye información relacionada con los productos y la tecnología de Facebook, sus sistemas de procesamiento de datos, políticas y plataformas, además de información personal relacionada con sus usuarios o socios comerciales (Digiday,2021)

En 2021 un grupo de investigadores de la Princeton University que planeaban estudiar las características de la publicidad electoral en la red social, finalmente retiró el proyecto, citando los términos restrictivos de Facebook. Dijeron que se les impuso un acuerdo “estrictamente no negociable” que les exigía enviar su investigación a Facebook para su revisión antes de publicarla (Engadget,2021). A los investigadores de Princeton les preocupaba que, si los resultados de la investigación revelaban cómo funcionaban la tecnología y las herramientas de orientación publicitaria de Facebook o cómo el sistema de la empresa determinaba los precios de los anuncios, el contrato le daría a la empresa el derecho de eliminar esos resultados de la investigación antes de su publicación. Facebook respondió que más de 100 investigadores no habían tenido problemas con firmarlo y realizar sus investigaciones bajo esas condiciones. (Digiday,2021)

Ese mismo año la empresa bloqueó el acceso a sus herramientas a un grupo de investigadores de la New York University, que laboraban en el NYU's Ad Observatory Project, alegando que “los investigadores recopilaron datos creando una extensión de

navegador que fue programada para evadir nuestros sistemas de detección y extraer datos como nombres de usuario, anuncios, enlaces a perfiles de usuario y "¿Por qué veo este anuncio?". Esta información no es visible públicamente en Facebook. La extensión también recopiló datos sobre los usuarios de Facebook, los cuales no la instalaron ni dieron su consentimiento para la recopilación. Los investigadores archivaron esta información en una base de datos disponible públicamente." (Meta,2023)

La profesora Laura Edelson, investigadora principal proyecto Cybersecurity for Democracy de la misma universidad (NYU,2023) respondió en un comunicado. "Facebook nos silencia porque nuestro trabajo a menudo llama la atención sobre problemas en su plataforma" (Protocol, 2021)

Estudios recientes realizados sobre Facebook en los Estados Unidos con apoyo de Meta.

Uno de los trabajos de investigación sobre el impacto de las redes sociales digitales y específicamente Facebook sobre la población estadounidenses en relación con su comportamiento político y electoral, que contó con el apoyo de Meta, fue publicado con el título *Asymmetric ideological segregation in exposure to political news on Facebook* (Science, 2023).

El estudio fue realizado entre 2021 y 2020, por un equipo de académicos liderado por Sandra González-Bailón, quien es profesora de Comunicación de la University of Pennsylvania y Directora del Center for Information Networks and Democracy, perteneciente a la Annenberg School of Communication de esa universidad (Upenn,2023). El grupo estuvo integrado por 27 investigadores provenientes de 21 universidades en Estados Unidos, entre las que se incluyen, además de la University of Pennsylvania, la Stanford University, la Syracuse University, Wahisngton University,

University of Texas at Austin, University of California y la New York University, entre otras. También incluyó profesores de la University of Amsterdam, en Holanda. Varias de estas universidades incluyeron investigadores provenientes de distintos departamentos, como Ciencias Políticas, Sociología, Psicología y Ciencias de la Comunicación (Science, 2023).

La pregunta de investigación planteada fue la siguiente: ¿Permite Facebook la segregación ideológica en el consumo de noticias políticas? (González-Bailón et al, 2023), y el proceso fue descrito por sus autores de esta manera: “Analizamos la exposición a las noticias durante las elecciones estadounidenses de 2020 utilizando datos agregados de 208 millones de usuarios de Facebook en Estados Unidos. Comparamos el inventario de todas las noticias políticas que los usuarios podrían haber visto en sus feeds con la información que vieron (después de la curación algorítmica) y la información con la que interactuaron. Mostramos que la segregación ideológica es alta y aumenta a medida que pasamos de una exposición potencial a una exposición real al compromiso; existe una asimetría entre las audiencias conservadoras y liberales, con una parte sustancial del ecosistema de noticias consumida exclusivamente por conservadores; y la mayor parte de la información errónea, identificada por el Programa de verificación de datos de terceros de Meta, existe dentro de este rincón homogéneamente conservador, que no tiene equivalente en el lado liberal. Las fuentes preferidas por las audiencias conservadoras prevalecieron más en el ecosistema de noticias de Facebook que las favorecidas por los liberales” (González-Bailón et al, 2023).

El acceso a los datos de los usuarios estudiados estuvo facilitado por Meta, y forman parte de un estudio iniciado en 2020 por la propia empresa, a partir de las elecciones presidenciales de ese año. El Facebook Open Research and Transparency Team (FORT) brindó el acceso a estos (González-Bailón et al, 2023).

Como conclusión de la investigación los autores platearon: “Nuestros análisis destacan que Facebook, como entorno social e informativo, está sustancialmente

segregado ideológicamente, mucho más de lo que han encontrado investigaciones anteriores sobre el consumo de noticias en Internet basadas en el comportamiento de navegación. Pero nuestros análisis también muestran que las preferencias individuales y las posibilidades de las plataformas se entrelazan de manera compleja. La segregación ideológica se manifiesta mucho más en el contenido publicado por páginas y grupos que en el contenido publicado por amigos. El hecho de que las páginas y los grupos estén asociados con niveles más altos de segregación ideológica sugiere que la elección de qué páginas seguir y a qué grupos unirse está impulsada mucho más por la congruencia ideológica que por la elección de con quién ser amigos, como se analizó anteriormente. Una dirección importante para futuras investigaciones es comprender cómo las personas descubren y deciden seguir páginas y unirse a grupos. (...) Nuestros resultados revelan la naturaleza claramente asimétrica de la segregación de noticias políticas en Facebook: el lado derecho de las distribuciones para audiencias potenciales, reales y comprometidas parece rotundamente diferente del lado izquierdo. Por lo tanto, aunque hay dominios y URL homogéneamente liberales y conservadores, hay dominios y URL mucho más homogéneamente conservadores que circulan. En Facebook esta asimetría es consistente con lo que se ha encontrado en otras plataformas de redes sociales (González-Bailón et al, 2023).

Meta pagó los costos asociados con la investigación. Parte del apoyo vino de la Democracy Fund, el Hopewell Fund, la Guggenheim Foundation, la John S. and James L. Knight Foundation, la Charles Koch Foundation, la Hewlett Foundation, y la Alfred P. Sloan Foundation. Los autores aclaran que ninguno de los investigadores académicos ni sus instituciones recibió compensación financiera o de otro tipo de Meta por su participación en el proyecto. (González-Bailón et al, 2023).

La investigación publicada por González- Bailón en 2023 es parte de los resultados de un proyecto mayor apoyado por Meta está dedicado a estudiar el impacto de Facebook e Instagram en actitudes y comportamientos políticos clave durante las

elecciones estadounidenses de 2020. El proyecto está dirigido por los profesores Talia Jomini Stroud, fundadora y directora del Center for Media Engagement de la University of Texas at Austin, y el profesor Joshua A. Tucker, co-fundador y co-director del Center for Social Media and Politics de la New York University y director del NYU Jordan Center for the Advanced Study of Russia (2020 Election Research Project, 2023) El equipo incluye a otros 15 investigadores provenientes de 14 universidades, 3 investigadores independientes, por parte de Facebook interviene un grupo de 9 investigadores y 12 especialistas en ingeniería y funcionamiento de redes. El proyecto cuenta con un observador independiente (Meta,2020).

Como reglas para el proyecto se estableció:

-Facebook no tendrá ningún derecho de aprobación previa a la publicación, y sólo tendrá derecho a comprobar que los artículos no violan obligaciones legales o de privacidad.

-Facebook no selecciona los miembros del equipo académico.

-Todos los trabajos propuestos por los equipos académicos tendrán como autores principales a académicos, con la última palabra sobre el texto de los trabajos.

-Aunque Facebook cubre los costos asociados con la ejecución del estudio en sí (por ejemplo, pagar al proveedor de la encuesta), ningún miembro del equipo académico recibirá compensación financiera por su participación en el proyecto.

-Para cumplir con las obligaciones de privacidad, sólo los empleados de Facebook podrán "tocar" los datos sin procesar, pero ambos equipos trabajarán juntos para diseñar sistemas de monitoreo apropiados para garantizar la integridad científica de la investigación. (Stroud,Tucker, Franco, Jonge, 2020)

Los resultados de la investigación se planificaron para 2021 (Meta,2020). Debido al volumen del proyecto fue necesario posponer los resultados hasta 2023. (2020 Election Research Project [2020ERP], 2022).

En julio de 2023 fueron publicados los primeros cuatro textos producidos por el proyecto (2020ERP, 2022): el mencionado de Gonzalez-Bailón apareció junto con los textos *Reshares on Social Media Amplify Political News but Do Not Detectably Affect Beliefs or Opinions*, y *How Do Social Media Feed Algorithms Affect Attitudes and Behavior in an Election Campaign?* Ambos publicados por los profesores Andrew Guess de Princeton University, y Neil Malhotra y Jennifer Pan de Stanford University, también publicados en la revista Science.

El cuarto texto fue *Like-minded Sources on Facebook Are Prevalent but Not Polarizing* study, por Brendan Nyhan Dartmouth University, Jaime Settle de William & Mary University, Emily Thorson de Syracuse University and Magdalena Wojcieszak de University of California, Davis, publicado en la revista Nature (2020ERP, 2022).

Los líderes del proyecto declararon: “Los científicos sociales se han visto limitados en el estudio del impacto de las redes sociales en la democracia estadounidense. Ahora sabemos cuán influyente es el algoritmo en la configuración de las experiencias de las personas en la plataforma, pero también sabemos que cambiar el algoritmo, aunque sea por unos pocos meses probablemente no cambie las actitudes políticas de las personas. Lo que no sabemos es por qué. Podría deberse a que el tiempo durante el cual se cambiaron los algoritmos no fue suficiente, o que estas plataformas ya existen desde hace décadas, o que, si bien Facebook e Instagram son fuentes influyentes de información, no son las únicas fuentes de las personas.”

Al mismo tiempo validaron la relación entre los investigadores y Meta: “El equipo académico propuso y seleccionó preguntas de investigación específicas y diseños de estudio con el acuerdo explícito de que las únicas razones por las que Meta podría

rechazar tales diseños serían razones legales, de privacidad o logísticas (es decir, inviabilidad). Meta no podía restringir ni censurar los hallazgos, y los autores académicos principales tenían la última palabra sobre las decisiones de redacción e investigación” (2020ERP ,2023).

En el artículo que acompañó las publicaciones de los textos en la revista Science, Michael W. Wagner, profesor de la School of Journalism and Mass Communication de la University of Wisconsin-Madison (Wisconsin-Madison,2023), quien fungió como observador independiente durante la investigación (Facebook,2020), estableció: “Concluyo que el equipo realizó estudios rigurosos, cuidadosamente verificados, transparentes, éticos e innovadores. Pero al mismo tiempo señaló: Aunque el trabajo es digno de confianza, sostengo que el proyecto no es un modelo para futuras colaboraciones entre la industria y la academia. La colaboración resultó en una investigación independiente, pero fue independencia con permiso de Meta” (Wagner, 2023).

Conclusiones

Existe un interés por parte de compañías como Meta por involucrarse en la investigación científica dedicada al estudio de las redes sociales. Este interés ha tenido un aumento significativo a partir de episodios de resonancia mundial que han puesto la mirada internacional sobre la corporación y sus redes sociales.

El vínculo con los equipos académicos se establece en forma de financiamiento y acceso a datos para la investigación. Un importante grupo de investigadores, con una probada trayectoria y provenientes de prestigiosas universidades estadounidenses tiene un interés en participar y aprovechar las potencialidades que ofrece un proyecto sostenido por Meta.

Por otro lado, estas investigaciones serían muy difíciles o imposibles sin contar con el acceso a los datos de millones de usuarios, que solo puede ser proporcionados por Meta.

Al mismo tiempo, estos profesionales realizan un esfuerzo por lograr una independencia, transparencia, y establecer una relación con Meta que no comprometa el resultado de la investigación. Sin embargo, el observador participante en la investigación señaló que aun así la investigación académica no se puede asumir como modelo al estar sujeta a este tipo de relación, pues como quiera que sea, se trata de un tipo de investigación y resultados, aceptados por Meta.

Existe una creciente comunidad de investigadores cuyo trabajo resulta crítico y cuestionador hacia la compañía. Al mismo tiempo hay una creciente preocupación de los investigadores ante las políticas a adoptar por parte de compañías como Meta en cuanto al acceso de la comunidad científica a los datos generados por los usuarios. La evolución de esta relación entre el sector corporativo y el académico definirá el futuro de las investigaciones sobre redes sociales y muchos procesos dentro de las sociedades ligados a estas.

Bibliografía

- Statista (2023) *Número de usuarios de Facebook en Estados Unidos de 2018 a 2027*
<https://es.statista.com/estadisticas/599554/numero-de-usuarios-de-facebook-entre-y-2020/>
- Meta (2021) *Introducing Meta: A Social Technology Company*. 28 de octubre de 2021.
<https://about.fb.com/news/2021/10/facebook-company-is-now-meta/>
- Wagner, Michael W (2023) *Independence by permission. Industry-academy collaboration explores the 2020 US election*. Science, 27 Jul 2023, Vol 381, Issue 6656, pp. 388-39. <https://www.science.org/doi/10.1126/science.adi2430>
- Financial Times (2021) *Investigating Facebook: a fractious relationship with academia*.
<https://www.ft.com/content/1f409239-9e4a-4988-b6fa-cad4dbe7c344>
- Uzogara, Ekeoma E. (2023) *Democracy Intercepted*. Science 27 Jul 2023 Vol 381, Issue 6656 pp. 386-387 <https://www.science.org/doi/10.1126/science.adj7023>
- Washington Post (2018) *Transcript of Mark Zuckerberg's Senate hearing*. 10 de abril de 2018.
<https://www.washingtonpost.com/news/theswitch/wp/2018/04/10/transcript-of-mark-zuckerbergs-senate-hearing/>
- CNN Business (2023) *Bill Gates, Elon Musk and Mark Zuckerberg meeting in Washington to discuss future AI regulations*. 13 de septiembre de 2023
<https://edition.cnn.com/2023/09/13/tech/schumer-tech-companiesairegulations/index.html>
- Facebook (2023) *What 'The Social Dilemma' Gets Wrong* <https://about.fb.com/wp-content/uploads/2020/10/What-The-Social-Dilemma-Gets-Wrong.pdf>
- Meta (2018) *Facebook Launches New Initiative to Help Scholars Assess Social Media's Impact on Elections*. 9 de abril de 2018.

<https://about.fb.com/news/2018/04/new-elections-initiative/>

-Congress.gov (2023) *Members/Senator Tom Udall*. Library of Congress.

<https://www.congress.gov/member/tomodall/U000039?q=%7B%22subject%22%3A%22Families%22%7D>

-Digiday (2021) Princeton researchers ditch Facebook political ad project after the platform used a debunked FTC privacy defense. Agosto 12, 2021

<https://www.google.com/search?client=firefox-b&q=sangria+bibliografia+normas+APA+7ma>

- Meta (2021) *Research Cannot Be the Justification for Compromising People's Privacy*

.Agosto 3,2021 <https://about.fb.com/news/2021/08/research-cannot-be-the-justification-for-compromising-peoples-privacy/>

-Protocol (2021) *NYU researchers speak out after Facebook disables their accounts*.

Agosto 4, 2021 <https://www.protocol.com/nyu-researchers-facebook-disables-accounts>

-University of Pennsylvania (2023) *Sandra González-Bailón, Ph.D.*

<https://www.asc.upenn.edu/people/faculty/sandra-gonzalez-bailon-phd>

-González-Bailón, Sandra et al (2023) *Asymmetric ideological segregation in exposure to political news on Facebook*. Science 27 Jul 2023 Vol 381, Issue 6656 pp. 392–

398. <https://www.science.org/doi/10.1126/science.ade7138>

-Engadget (2021) *The fight to study what happens on Facebook*

<https://www.engadget.com/facebook-data-transparency-researchers-170021370.html>

-Stroud, Talia; Tucker, Joshua A.; Franco, Annie; Kiewiet de Jonge, Chad P. (2020) *A Proposal for Understanding Social Media's Impact on Elections: Rigorous, Peer-*

Reviewed Scientific Research. 31 de agosto de 2020. 2020 Election Research Project. Medium.

https://medium.com/@2020_election_research_project/a-proposal-for-understanding-social-medias-impact-on-elections-4ca5b7aae10

-2020 Election Research Project (2022) *Updated Timeline*. 24 de octubre de 2022. Medium.

https://medium.com/@2020_election_research_project/updated-timeline-362af8f3b0a5

-2020 Election Research Project (2023) *First Four Papers from US 2020 Facebook & Instagram Research Election Study Published in Science and Nature*. 27 de julio de 2023. Medium.

https://medium.com/@2020_election_research_project/first-four-papers-from-us-2020-facebook-instagram-research-election-study-published-in-science-c099c235fc6c

-University of Wisconsin-Madison (2023) *People/Michael Wagner*. School of Journalism and Mass Communication.

<https://journalism.wisc.edu/news/staff/michael-wagner/>