



**O PAPEL DAS
PLATAFORMAS
DIGITAIS NA
PROTEÇÃO DA
INTEGRIDADE
ELEITORAL
EM 2022**



PROPOSTAS PARA AS POLÍTICAS DE MODERAÇÃO DE CONTEÚDO

As eleições de 2022 no Brasil devem se realizar em um ambiente de debate público acirrado e polarizado. Esse contexto aumenta o risco de que a desinformação alcance volume relevante e afete negativamente o processo democrático. Ainda que no passado esforços de desinformação fossem despendidos com intenções eleitorais, o fato de a velocidade de disseminação ter aumentado significativamente, bem como a possibilidade de direcionamento específico, trouxeram novos e relevantes desafios para os processos eleitorais.

Informações falsas ou enganosas afetam a dimensão coletiva da liberdade de expressão, reconhecida pelo Sistema Interamericano de Direitos Humanos, que está baseada na expectativa de que a sociedade possa estar bem informada.

Ao afetar a dimensão coletiva da liberdade de expressão, é provável que se afetem também outros direitos – no caso da pandemia de Covid-19, por exemplo, a desinformação afetou o direito à saúde. Esse impacto fez com que as plataformas criassem regras de moderação de conteúdo para tentar impedir a disseminação de conteúdo falso ou enganoso com potencial de impactar a saúde, individual ou coletivamente. Tais regras, porém, não foram suficientes e consistentemente aplicadas para impedir a circulação da desinformação, com impacto no número de mortes e na diminuição de pessoas vacinadas.

No caso dos processos eleitorais, a desinformação também tem enorme impacto, com o potencial de afetar a ordem democrática. É nesse sentido que se espera que as plataformas envidem seus melhores esforços para proteger, ao mesmo tempo, as dimensões individuais e coletivas da liberdade de expressão, bem como o necessário equilíbrio entre este e os demais direitos constitucionais. A ação das plataformas deve garantir a proteção dos direitos fundamentais previstos na Constituição Federal, levando em conta que os direitos humanos são indivisíveis, interdependentes e inter-relacionados. A ocorrência sistemática de casos de racismo e violência *on-line* contra mulheres e população LGBTQIA+, por exemplo, revela que as medidas tomadas pelas plataformas têm sido insuficientes para proteger grupos vulneráveis.

Adicionalmente, é preciso que se ofereçam mecanismos para que as pessoas cuja liberdade de expressão tenha sido impactada injustamente possam, em prazo exíguo, retomar sua capacidade de contribuição ao processo democrático. Não são poucos os registros de erros na moderação de conteúdo e a elevação do rigor de aplicação dos critérios deve ser acompanhada

por esforços de oferta de revisão e análise de apelação e direito ao contraditório. A ausência de dados específicos sobre o contexto brasileiro e o impedimento de acesso mais amplo de pesquisadores afeta a possibilidade de monitoramento, pela sociedade, dos esforços de moderação.

Avaliamos que as políticas implementadas até o momento pelas plataformas digitais são insuficientes para proteger a higidez e a integridade do processo eleitoral. Ainda que haja diferenças entre elas, nenhuma das plataformas de redes sociais têm políticas totalmente adequadas para os desafios que já estão postos neste processo eleitoral em curso.

Além disso, as políticas devem viabilizar a construção de um ambiente seguro e pacífico para a manifestação de todos os candidatos e candidatas, impedindo prática de violência política, em especial, contra mulheres, negras e negros, indígenas, populações tradicionais, quilombolas e população LGBTQIA+.

É nesse sentido que vimos apresentar um conjunto de recomendações que entendemos que devem ser adotadas pelas plataformas para proteção de direitos individuais e coletivos, em especial para proteção da integridade do processo eleitoral. Elas se dividem em:

- I. Diretrizes gerais sobre integridade eleitoral**
- II. Regras transparentes e isonômicas a outros países para bibliotecas de anúncios**
- III. Políticas para combater a violência política contra mulheres, pessoas negras, indígenas, populações tradicionais, quilombolas e LGBTQIA+**
- IV. Políticas para combater a desinformação que afeta a Amazônia, a agenda climática, do meio ambiente, e dos povos originários e tradicionais**
- V. Regras para garantia dos direitos dos usuários e mitigação dos danos decorrentes de erros de ação das plataformas**





I. DIRETRIZES GERAIS SOBRE INTEGRIDADE ELEITORAL

1. As plataformas devem ter a proteção da integridade eleitoral como valor refletido em suas políticas de moderação de conteúdo e em seus termos de uso. Essa proteção não deve se dar apenas sobre o momento do voto e apuração, mas sobre todo o processo eleitoral, de forma a garantir sua higidez.
2. As plataformas devem garantir a adequação das políticas ao contexto brasileiro, e devem estabelecer protocolos de gerenciamento de eventuais crises institucionais de grande porte com indicação de contatos responsáveis diretamente ao Ministério Público Eleitoral e à Justiça Eleitoral.
3. As plataformas devem garantir transparência e direito de apelação sobre conteúdos que tenham sofrido medidas restritivas, em especial no caso de remoção e bloqueio de usuário, bem como reversão ágil no caso de erros na aplicação das políticas pelas plataformas.
4. As plataformas não devem permitir a veiculação de conteúdos com alegação infundada de fraude eleitoral ou ataque direto à integridade do sistema eleitoral, dada sua capacidade de minar a confiança no sistema eleitoral e no processo democrático¹.
5. Também não devem ser permitidas manifestações infundadas de questionamento ao resultado eleitoral (ou incitação a tais manifestações) após a divulgação dos resultados finais pelo Tribunal Superior Eleitoral.
6. Conteúdo que semeia desconfiança no sistema eleitoral por ataques indiretos (insinuações, ilações e manipulações sobre fatos etc.), ainda que sem alegação de fraude, não devem ser passíveis de impulsionamento nem de monetização, nem devem ser recomendados pelas plataformas.
7. Devem ser estabelecidos termos de buscas que podem ser redirecionados para páginas específicas com informações verificadas (como prevê o acordo assinado pelas plataformas com o TSE).
No caso da venda de palavras-chave em sistemas de busca, as plataformas devem indisponibilizar aquelas utilizadas majoritariamente para a promoção de notícias falsas ou enganosas.
8. Quando houver publicação de conteúdos idênticos àqueles que já tiverem sido removidos por determinação da Justiça Eleitoral, deve haver a aplicação de medidas análogas de moderação, sempre que se tratar do mesmo contexto². Deve ser criado canal específico para a notificação, pelos usuários, dessas situações.

¹ Podem ser criadas parcerias com agências de checagem e/ou TSE para que notícias comprovadamente falsas sobre esse assunto sejam identificadas e ajudem remoções mais céleres.

² Exceções são cabíveis quando o conteúdo for objeto de comentário jornalístico ou estiverem em um contexto de crítica.

9. Sobre exceções em relação às políticas das plataformas sobre desinformação:
 - a) As plataformas não deverão dar tratamento de exceção a postagens realizadas por atores políticos.
 - b) Exceções dadas a conteúdos jornalísticos não devem contemplar artigos ou colunas de opinião que envolvam alegações sabidamente falsas ou inverídicas.
10. Sobre prazos e temporalidade das medidas:
 - a) Especificar marcos temporais claros a respeito da celeridade com a qual a plataforma promete atuar nos casos de notificações enviadas pelo TSE e órgãos da Justiça Eleitoral, tanto para remoção quanto para reversão de erros.
 - b) Ajustes nos termos de serviço e nos padrões de comunidade feitos durante o período eleitoral para preservar a integridade eleitoral e democrática não devem passar por período de carência para sua aplicação, mas devem ser divulgadas imediatamente e notificadas à Justiça Eleitoral e aos partidos políticos.
 - c) As políticas e o esforço operacional específicos do período eleitoral devem ser mantidos até a posse dos eleitos.
11. As políticas devem ser redigidas de forma precisa, que não seja genérica, e que contenha exemplos que abranjam as diferentes situações de aplicação. As informações devem estar reunidas em um único documento, de fácil acesso, e apresentadas de forma clara e inteligível.
12. As plataformas devem ser transparentes e tornar públicas as informações de: **a)** quantas pessoas têm dedicadas à proteção da integridade eleitoral que falam português e compreendem o contexto local; **b)** quais os mecanismos internos externos de moderação, inclusive parcerias com agências de checagem.
13. Redes abertas e aplicativos de mensagens devem ter mecanismos claros e efetivos de aplicação (*enforcement*) de suas políticas contra a desinformação.
14. As plataformas devem disponibilizar dados, via API, para pesquisadoras(es) independentes e organizações civis que queiram realizar pesquisas relacionadas à aplicação dos termos de uso, as normas de comunidade, assim como estabelecer possíveis parcerias entre plataformas e pesquisas, no geral, atentando-se à proteção de dados das(os) usuárias(os).
15. As plataformas devem vedar anúncios e impulsionamentos de propaganda eleitoral que não sejam realizadas pelos legitimados pela legislação eleitoral.



II. REGRAS TRANSPARENTES E ISONÔMICAS A OUTROS PAÍSES PARA BIBLIOTECAS DE ANÚNCIOS

- Inclusão de todo conteúdo pago/impulsionado que cite candidato, partido ou coligação (incluindo por imagens) e, como conteúdo sensível (para que constem na biblioteca), de anúncios que tratem de pautas políticas, que serão também pauta dos candidatos no pleito de 2022:
 - direitos civis e sociais
 - crime
 - economia
 - educação
 - Agenda climática, meio ambiente, povos tradicionais e originários
 - armas
 - saúde
 - valores políticos e governança
 - segurança e política externa
 - integridade cívica e eleitoral
 - questionamento do processo eleitoral
 - direitos sexuais e reprodutivos
- Garantir que todos os anúncios com conteúdo sensível e políticos sejam classificados como tal e estejam disponíveis no repositório da biblioteca de anúncios.
- Garantir que todas as informações sobre os anúncios sensíveis estejam completas e disponíveis na biblioteca, tanto nos relatórios consolidados como individualmente por anúncio para acesso via API.
- Prover canal de indicação de anúncios políticos que não constam nas bibliotecas (que não tenham sido classificados como políticos, embora o sejam).
- Específica para o Google: inclusão no relatório de transparência de publicidade política do Brasil, as esferas municipais, estaduais e federais, considerando como anúncios eleitorais aqueles que se referem a um partido político, um titular de mandato eletivo ou um candidato à Presidência, à vice-presidência, ao Senado Federal, à Câmara dos Deputados, ao Governo Estadual e à Assembleia Legislativa.
- Específica para o Facebook: Incluir os pesquisadores brasileiros na plataforma [Facebook Open Research and Transparency](#), lançada no mês de maio de 2022 nos EUA e no Reino Unido, para que possam acessar informações mais detalhadas sobre como os anúncios políticos foram direcionados em sua plataforma, fornecendo informações sobre as maneiras pelas quais políticos, agentes de campanha e estrategistas políticos compram e usam anúncios durante a campanha eleitoral.
- Específica para o Facebook: Incluir resumos de informações de segmentação dos anúncios no Brasil em sua Biblioteca de Anúncios e tornar essas informações publicamente visíveis, conforme [será implementado na versão da Biblioteca de países como EUA a partir de julho de 2022](#).
- Incluir, entre possíveis medidas a serem tomadas em caso de crise institucional, o banimento da publicidade política nos dias seguintes aos dias de votação.



III. POLÍTICAS PARA COMBATER A VIOLÊNCIA POLÍTICA CONTRA MULHERES, PESSOAS NEGRAS, INDÍGENAS, QUILOMBOLAS E LGBTQIA+

A Organização dos Estados Americanos (OEA) caracteriza violência política como uma ação, conduta ou omissão realizada de forma direta ou por meio de terceiros, podendo se materializar por meio de agressões físicas, psicológicas, morais, sexuais, virtuais, institucionais, raciais, de gênero, LGBTQI+fóbicas, entre outras, e podendo ser cometidas contra candidatas/os, eleitas/os, nomeadas/os ou na atividade da função pública. No Brasil, a Lei nº 14.192/2021, aprovada em agosto de 2021, define a violência política contra a mulher como *“toda ação, conduta ou omissão com a finalidade de impedir, obstaculizar ou restringir os direitos políticos da mulher”*.

Trabalhamos com a categoria de violência política de gênero e raça para destacar a importância da observação em primeiro plano de vivências de mulheres negras, indígenas, quilombolas, mulheres cis, transexuais, travestis, pessoas intersexo e de outras identidades de mulheres invisibilizadas e negligenciadas. Demarcar a dimensão de raça também faz-se importante, em decorrência da forma pela qual o racismo se apresenta na operacionalização da violência política.

O fenômeno da violência política de gênero e raça no Brasil é histórico e estrutura as bases de formação do país. Não obstante, nos últimos tempos, há um avanço da participação de mulheres negras na política institucional. Em consonância com tal conjuntura brasileira, verifica-se o recrudescimento da violência política contra mulheres negras e indígenas, cujos mandatos e exercícios de direitos políticos se encontram em risco. Entendemos que a desinformação contra mulheres negras, cis, trans e travestis, políticas e defensoras de direitos humanos, é, assim, uma das formas de violência política de gênero e raça. Nesse sentido, propomos:

1. Atualizar os termos de uso das plataformas, incluindo entre suas políticas de combate ao discurso de ódio, o fenômeno social da violência política, observando a Lei de violência política (Lei nº 14.192/21) e a Lei dos crimes contra o Estado democrático de direito (Lei nº 14.197/21). A violência política, especialmente, quando direcionada aos grupos historicamente marginalizados, como mulheres, pessoas negras, indígenas, quilombolas e LGBTQIA+ fere a integridade eleitoral, visto que os ataques direcionados às candidatas no período eleitoral tendem a silenciá-las, negando-lhes espaço no ecossistema digital.

2. Garantir que as políticas de moderação de conteúdo estejam atualizadas para lidar com os casos de violência política de modo a considerar contextos brasileiros, com especial atenção para candidatas e candidatos que sejam oriundos de grupos historicamente marginalizados (mulheres, pessoas negras, indígenas, quilombolas e LGBTQIA+, defensoras/es de direitos humanos). Garantir:
 - **Remoção célere de postagens que ameacem** candidatas e candidatos com violência física, violência sexual ou morte, e que glorifiquem, incitem ou elogiem a violência contra as mulheres, pessoas negras, indígenas, quilombolas e LGBTQIA+;
 - **Eliminação de discurso de ódio** malicioso direcionado às mulheres, pessoas negras, indígenas, quilombolas e LGBTQIA+, incluindo discurso violento, objetificador ou desumanizante, declarações de inferioridade e termos sexuais depreciativos;
 - **Remoção de contas que violam repetidamente os termos de serviço** ameaçando, assediando, fazendo exposição de dados pessoais (*doxing*) e atacando mulheres, pessoas negras, indígenas, quilombolas e LGBTQIA+ que sejam candidatas ou lideranças públicas;
 - **Remoção de imagens ou vídeos manipulados que façam uso de discurso de ódio ou violência** política para deturpar figuras públicas mulheres, pessoas negras, indígenas, quilombolas e LGBTQIA+.
3. Oferecer formações direcionadas a candidatas/os e suas equipes que as orientem em como fazer denúncias de casos em que são vítimas de violência política.
4. Criar forças-tarefa para garantir que haverá celeridade nas respostas aos casos de violência política direcionada às candidaturas de pessoas pertencentes a grupos historicamente marginalizados, fazendo assim com que os danos às candidaturas sejam os mínimos possíveis.
5. Comprometer-se com formações para suas equipes de moderação de conteúdo e desenvolvimento de produtos de otimização, redução ou não de visibilidade e organização da informação para o contexto brasileiro e idioma português, compreendendo quais são os principais grupos que são alvo de violência política de gênero e raça, atentando-se para como a desinformação pode ser instrumentalizada para alimentar narrativas de violência política.
6. Criação de comitê consultivo que seja composto por pesquisadores(as) e membros da sociedade civil para avaliar casos e ações e orientar as atualizações das plataformas com relação às dinâmicas de violência política contra grupos historicamente marginalizados.
7. Realizar campanhas publicitárias orientadas para diferentes tipos de usuários, considerando faixas etárias, identidade de gênero e sexualidade, para combater a violência política contra mulheres, indígenas, quilombolas, pessoas negras e LGBTQIA+.





IV. POLÍTICAS PARA COMBATER A DESINFORMAÇÃO QUE AFETA A AMAZÔNIA, A AGENDA CLIMÁTICA, DO MEIO AMBIENTE, POVOS INDÍGENAS E QUILOMBOLAS

Não é novidade o grave problema do desmatamento e a existência de grupos setoriais que amplificam a desinformação sobre a principal causa dos incêndios florestais, pseudociência climática, além de discursos de ódio e a difamação daqueles que protegem a floresta amazônica e outros biomas brasileiros. Entretanto, o assassinato do indigenista Bruno Pereira e do jornalista britânico Dom Phillips deixou a sociedade civil e todo o país em alerta sobre o cenário de violência na Amazônia e descaso com os povos indígenas. Uma política de combate à desinformação que afeta a Amazônia e as pessoas que defendem a floresta em pé é necessária para evitar que as plataformas de redes sociais sejam utilizadas por atores maliciosos como máquinas de amplificação de discursos de ódio e desinformação em períodos de crises políticas e sociais, como a que ocasionou o genocídio étnico no ano de 2018 em Mianmar³.

A situação da Amazônia e o impacto da desinformação nos territórios da Amazônia Legal implica em violência física, difamação de lideranças locais e um ambiente de insegurança para a liberdade de expressão da sociedade civil e da imprensa. Nas eleições, a Amazônia e o desmatamento serão temas centrais na disputa dos candidatos à presidência e demais postos, como governador, senador e deputado.

Segundo dados recém-publicados pelo *Global Forest Watch*, maior plataforma de monitoramento de florestas no planeta, o Brasil liderou a derrubada de florestas primárias nos trópicos em 2021. Outro levantamento, do *INPE* (Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais), ligado ao Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações, mostra que entre agosto de 2020 e julho de 2021 o desmatamento na Amazônia atingiu 13 mil km², o equivalente à área de 9 cidades de São Paulo. Foi a maior taxa em 15 anos, com aumento de 76% em relação a 2018. Hoje, a Amazônia emite por ano mais gases de efeito estufa do que Reino Unido e Espanha somados.

A proteção da Amazônia é fundamental e urgente para o combate à crise do clima, disse o secretário-geral das Nações Unidas (ONU) *António Guterres*. No entanto, no *discurso do governo* e em canais do YouTube a realidade é outra, de um Brasil que preserva e defende a Amazônia.

Levantamento realizado pela empresa de dados Novelo e analisado pelas equipes do *InfoAmazonia* e da *FALA* para o projeto *Amazonas: mentira tem preço* mapeou, entre 2019 e 2021, mais de uma centena de vídeos que compartilham informações negacionistas como se fossem verdade.

³ Marzuki Darusman, presidente da Missão Internacional Independente de Apuração de Fatos da ONU em Mianmar argumentou que as plataformas de mídias sociais desempenharam um “papel determinante” em Mianmar. Acesse: <<https://www.aljazeera.com/news/2018/3/13/un-facebook-had-arole-in-rohingya-genocide>>

Em razão dos eventos de extrema gravidade e dos riscos para os envolvidos, sugerimos:

1. Criar um conselho socioambiental dentro das plataformas.

Criar um conselho dedicado à agenda climática, socioambiental e aos guardiões da floresta, com a inclusão de entidades atuantes na sociedade civil brasileira para consulta de dados, conteúdo valioso e informação responsável. A adoção de um conselho com atores da sociedade civil focado em questões socioambientais poderia fomentar novas estratégias de combate à desinformação socioambiental.

2. Não monetizar conteúdos negacionistas da crise climática e do desmatamento.

O Google, proprietário do YouTube, anunciou em 2021 que não monetizaria conteúdos, anunciantes, influenciadores e editores que neguem a crise climática. No Brasil, a Amazônia, maior floresta tropical do planeta, tem um papel fundamental no combate às mudanças climáticas no mundo. Apesar disso, estão disponíveis vídeos que desinformam sobre a proteção e defesa da floresta, e sobre o desmatamento. Todas as empresas devem adotar políticas que impeçam monetizar conteúdos negacionistas sobre crise climática e desmatamento em suas plataformas e que todas elas garantam a efetiva aplicação dessas políticas.

3. Não permitir impulsionamento de canais que desinformam sobre a Amazônia e questões socioambientais.

Em canais do YouTube, um dos vídeos mais assistidos traz uma série de informações falsas ou enganosas sobre a Amazônia, mostrou análise do projeto *Amazonas: mentira tem preço*, que mapeou, monitorou e investigou redes de desinformação com recorte socioambiental. O mesmo vídeo, que sugere falsamente que atualmente o Brasil defende e preserva a Amazônia, aparece como o mais assistido no Telegram. Uma das maneiras de reduzir o alcance é não permitindo que esses canais façam impulsionamento de conteúdos negacionistas da crise climática. Essa exigência cabe também a perfis e páginas no Instagram e Facebook que trazem conteúdo desinformativo com a temática da Amazônia e de seus defensores.

4. Mostrar advertências e punições a canais relacionados a desinformação socioambiental.

A política do YouTube, hoje, não permite ao usuário que ele reconheça canais punidos por desinformar sobre o meio ambiente e os povos da floresta. Canais esses que oferecem cursos e vendem livros desinformando sobre o meio ambiente, como mostrado anteriormente. Sugerimos que a plataforma adote uma política de transparência, informando ao usuário canais punidos por espalhar conteúdo que desinforma sobre questões socioambientais.

5. Dar transparência e reunir dados dos investimentos de campanhas relacionadas ao clima e ao meio ambiente na biblioteca de anúncios (como já explícito no item II-1).

Hoje, esses dados não estão disponíveis no Brasil, mas são realidade em outros países. Para combater a desinformação socioambiental, que certamente será frequente nas eleições, é fundamental enxergar o panorama completo de anúncios dentro dessas categorias, com dados de quem investiu, data, valor e a campanha em questão. É preciso também implementar um protocolo de transparência sobre mídia programática sobre clima, políticas de meio ambiente, uso da terra e direitos dos povos indígenas e quilombolas em suas bibliotecas de anúncios.





V. REGRAS PARA GARANTIA DOS DIREITOS DOS USUÁRIOS E MITIGAÇÃO DOS DANOS DECORRENTES DE ERROS DE AÇÃO DAS PLATAFORMAS

1. A partir do início do período de campanha eleitoral, deve ser monitorado o tempo médio para análise de recursos à moderação de conteúdo, marcação em conteúdo, redução de alcance e bloqueio de impulsionamento e de conta dos usuários brasileiros. Estes não devem superar 72h.
2. Notificar os usuários acerca de qualquer interferência em suas atividades nas redes sociais, as razões e os mecanismos para recurso com o *link* para o mesmo.
3. Realizar revisão de suas decisões por meio de pessoas naturais que falem português e conheçam o contexto brasileiro.

ORGANIZAÇÕES SIGNATÁRIAS



Lista completa de ORGANIZAÇÕES SIGNATÁRIAS

4daddy	Coalizão Negra por Direitos	Instituto de Direitos Humanos, Econômicos e Sociais – IDhES	Núcleo de Pesquisa Mídia, Conhecimento e Meio Ambiente da UFRR
Abaré Jornalismo	COESUS Coalizão Não Fracking Brasil	Instituto de Referência Negra Peregum	Observatório da Política nacional de Resíduos Sólidos
Abong	Conectas Direitos Humanos	Instituto de Governo Aberto	Observatório do Clima
ABRAJI	Cooperação da Juventude Amazônica para o Desenvolvimento Sustentável	Instituto E se fosse você?	Observatório para qualidade da Lei – UFMG
Ação Educativa	CTI – Centro de Trabalho Indigenista	Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social	Observatório Político e Eleitoral (OPEL)
Agência Ambiental Pick-upau	Diálogo Brasil	Instituto Hori Educação e Cultura	OCM – Observatório do Carvão Mineral
Agência de Jornalismo UEPG (Programa de Extensão)	Digital Const UFMG	Instituto Marielle Franco	OPG – Observatório do Petróleo e Gás
Agência Diadorim	FALA	Instituto Novos Paradigmas	Oxfam Brasil
Aláfia Lab	Frente Favela Brasil	Instituto Piracicabano de Estudos e Defesa da Democracia - IPEDD	Plan International Brasil
Aliança Nacional LGBTI+	Fundación Avina	Instituto Physis – Cultura & Ambiente	ponteAponte
Aprec Ecossistemas Costeiros	GESTOS	Instituto Talanoa	Projeto Hospitais Saudáveis
Apremavi	Grupo Ambientalista da Bahia	Instituto Terra, Trabalho e Cidadania	Projeto Mentira tem Preço
Arayara.org	Grupo de Pesquisa Cnpq Narrativas Tecnológicas	Instituto Update	Projeto Saúde e Alegria
Articulação dos Povos Indígenas do Brasil	Grupo de Pesquisa em Mídia e estudos do imaginário	Instituto Vamos Juntas	Purpose Campaigns
ABRAFH – Associação Brasileira de Famílias Homotransafetivas	IEB – Instituto Internacional de Educação do Brasil	Instituto Vladimir Herzog	Rede Conhecimento Social
Associação de Moradores da Vila Mariana	lepé-RCA	Intervozes	Rede GTA
Associação roraimense pela diversidade sexual – Grupo Diversidade	Im.pulsa	IPAD SEJA DEMOCRACIA	Rede Nacional de Combate à Desinformação
A Tenda	Instituto 5 Elementos	ISPN	Site Avoador da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
Casa Galileia	Instituto Alziras	Kurytiba Metropole	Sleeping Giants Brasil
Centro de Defesa dos Direitos Humanos de Petrópolis	Instituto Arueras	Mater Natura	Think Olga
Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé	Instituto Clima de Eleição	Movimento Político pela Unidade – MPpU	Uma Gota no Oceano
Centro Popular de Direitos Humanos – CPDH	Instituto Cultura e Democracia – Desinformante	Mulheres Negras Decidem	UniBrasil
Coalizão Direitos na Rede	Instituto de Desenvolvimento Sustentável Baiano IDSB	Netlab – UFRJ	Via Goietê
		NOSSAS	Washington Brazil Office
		Novelo Data	WWF Brasil