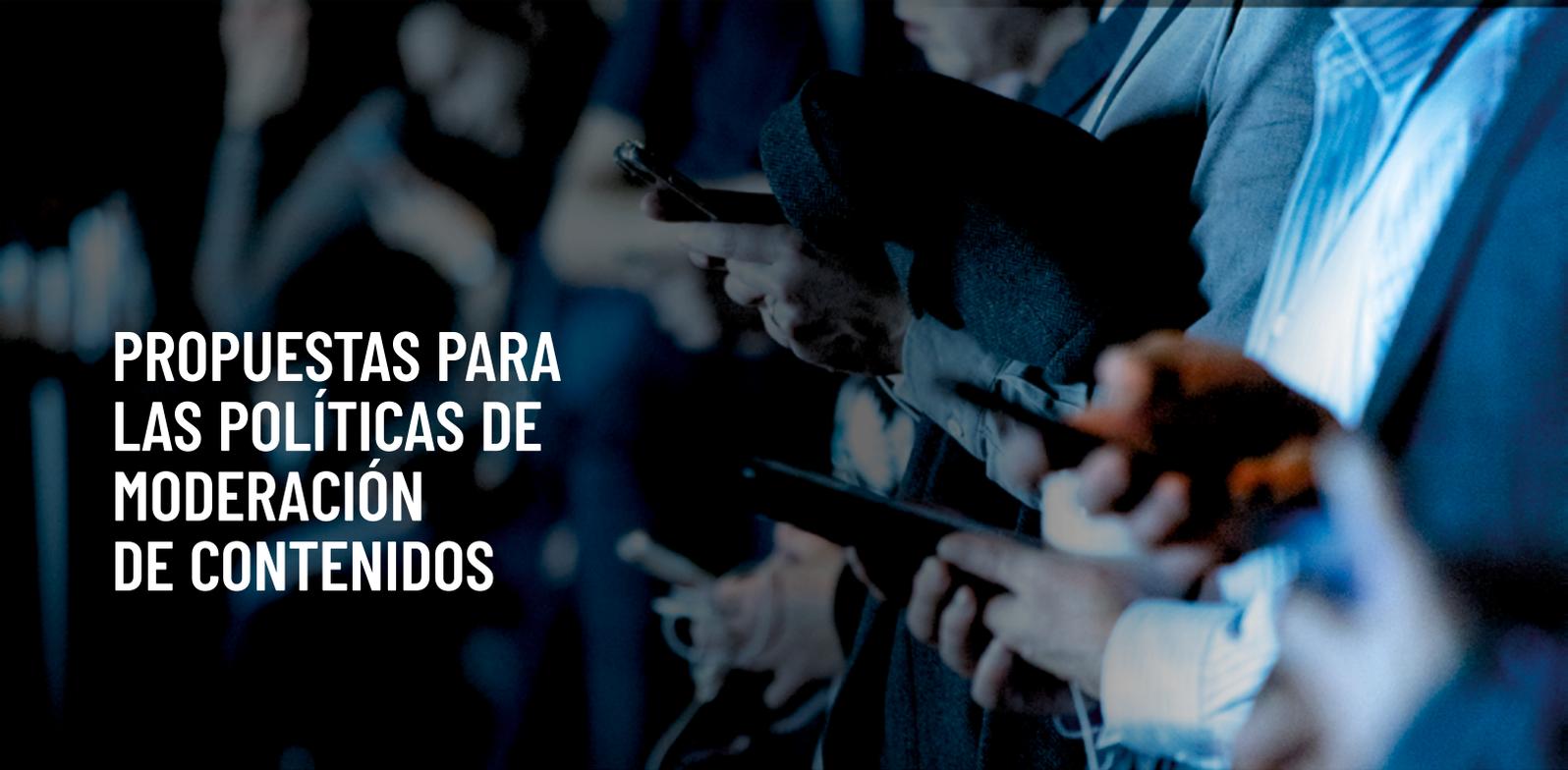


The background of the image is a dark, blurred crowd of people, likely at a public event or election. Overlaid on the right side of the image is a white, glowing digital network or constellation of points connected by thin lines, symbolizing technology and digital communication.

**EL ROL DE LAS  
PLATAFORMAS  
DIGITALES EN LA  
PROTECCIÓN DE  
LA INTEGRIDAD  
ELECTORAL EN  
BRASIL EN 2022**



# PROPUESTAS PARA LAS POLÍTICAS DE MODERACIÓN DE CONTENIDOS

Se espera que las elecciones de 2022 en Brasil se celebren en un ambiente de debate público acalorado y polarizado. Este contexto aumenta el riesgo de que la desinformación alcance volúmenes importantes y afecte negativamente al proceso democrático. Si bien en el pasado los esfuerzos de desinformación se gastaban con intenciones electorales, el hecho de que la velocidad de difusión haya aumentado significativamente, así como la posibilidad de focalización específica, han traído nuevos y relevantes desafíos a los procesos electorales.

La información falsa o engañosa afecta a la dimensión colectiva de la libertad de expresión, reconocida por el Sistema Interamericano de Derechos Humanos, que se fundamenta en la expectativa de que la sociedad pueda estar bien informada.

Al afectar a la dimensión colectiva de la libertad de expresión, es probable que también afecte a otros derechos: en el caso de la pandemia de Covid-19, por ejemplo, la desinformación afectó al derecho a la salud. Este impacto ha llevado a las plataformas a crear normas de moderación de contenidos para tratar de evitar la difusión de contenidos falsos o engañosos con potencial para afectar a la salud, individual o colectivamente. Sin embargo, estas normas no han sido suficientes ni se han aplicado de forma coherente para evitar la circulación de desinformación, lo que ha repercutido en el número de muertes y en la disminución de personas vacunadas.

En el caso de los procesos electorales, la desinformación también tiene un enorme impacto, con el potencial de afectar al orden democrático. En este sentido, se espera que las plataformas hagan sus mejores esfuerzos para proteger, al mismo tiempo, las dimensiones individual y colectiva de la libertad de expresión, así como el necesario equilibrio entre ésta y otros derechos constitucionales. La actuación de las plataformas debe garantizar la protección de los derechos fundamentales previstos en la Constitución Federal, teniendo en cuenta que los derechos humanos son indivisibles, interdependientes e interrelacionados. La aparición sistemática de casos de racismo y violencia virtual contra las mujeres y la población LGBTQIA+, por ejemplo, revela que las medidas adoptadas por las plataformas han sido insuficientes para proteger a los grupos vulnerables.

Además, deben ofrecerse mecanismos para que las personas cuya libertad de expresión se ha visto injustamente afectada puedan, lo antes posible, recuperar su capacidad de contribuir al proceso democrático. No son pocos los registros de errores en la moderación de los contenidos y el mayor rigor en la aplicación de los criterios debe ir acompañado de esfuerzos para ofrecer

la revisión y el análisis de los recursos y el derecho de contradicción. La ausencia de datos específicos sobre el contexto brasileño y el impedimento de un acceso más amplio de los investigadores afecta a la posibilidad de monitorear, por parte de la sociedad, los esfuerzos de moderación.

Evaluamos que las políticas implementadas hasta ahora por las plataformas digitales son insuficientes para proteger la salud e integridad del proceso electoral. Aunque hay diferencias entre ellas, ninguna de las plataformas de redes sociales tiene políticas totalmente adecuadas para los retos que ya se plantean en este proceso electoral en curso.

Además, las políticas deben permitir la construcción de un entorno seguro y pacífico para que todos los candidatos se manifiesten, evitando la práctica de la violencia política, especialmente contra las mujeres, las personas negras, los indígenas, las poblaciones tradicionales, los *quilombolas* y la población LGBTQIA+.

Es en este marco que presentamos un conjunto de recomendaciones que creemos que deben ser adoptadas por las plataformas para proteger los derechos individuales y colectivos, en particular para proteger la integridad del proceso electoral. Estas se dividen en:

- I. Directrices generales sobre la integridad electoral**
- II. Normas transparentes e independientes en más países para las bibliotecas de anuncios**
- III. Políticas para combatir la violencia política contra las mujeres, las personas negras, los indígenas, las poblaciones tradicionales, los *quilombolas* y la comunidad LGBTQIA+**
- IV. Políticas para combatir la desinformación que afecta a la Amazonía, la agenda climática y los pueblos indígenas y *quilombolas***
- V. Normas para garantizar los derechos de los usuarios y mitigar los daños derivados de los errores de actuación de las plataformas**





## I. DIRECTRICES GENERALES SOBRE LA INTEGRIDAD ELECTORAL

1. Las plataformas deben tener la protección de la integridad electoral como un valor reflejado en sus políticas de moderación de contenidos y en sus condiciones de uso. Esta protección no sólo debe aplicarse al momento de la votación y el recuento, sino a todo el proceso electoral, de manera que se garantice su integridad.
2. Las plataformas deben garantizar la adecuación de las políticas al contexto brasileño y deben establecer protocolos de gestión de posibles crisis institucionales de gran magnitud, señalando los contactos responsables directamente ante el Ministerio Público Electoral y la Justicia Electoral.
3. Las plataformas deben asegurar la transparencia y el derecho de recurso sobre los contenidos que han sufrido medidas restrictivas, en particular en el caso de la remoción y el bloqueo de usuarios, así como una reversión ágil en caso de errores en la aplicación de las políticas por parte de las plataformas.
4. Las plataformas no deben permitir la difusión de contenidos con acusaciones infundadas de fraude electoral o ataques directos a la integridad del sistema electoral, dada su capacidad de socavar la confianza en el sistema electoral y el proceso democrático<sup>1</sup>.
5. Del mismo modo, no deben permitirse las manifestaciones infundadas que cuestionen el resultado electoral (o la incitación a dichas manifestaciones) tras el anuncio de los resultados definitivos por parte del Tribunal Superior Electoral.
6. Los contenidos que siembran la desconfianza sobre el sistema electoral mediante ataques indirectos (insinuaciones, inferencias y manipulaciones de los hechos, etc.), incluso sin acusaciones de fraude, no deberían ser susceptibles de ser potenciados o monetizados, ni deberían ser recomendados por las plataformas.
7. Deben establecerse términos de búsqueda que puedan ser redirigidos a páginas específicas con información verificada (según lo previsto en el acuerdo firmado por las plataformas con el Tribunal Superior Electoral).  
En el caso de la venta de palabras clave en los sistemas de búsqueda, las plataformas deben desactivar las que se utilizan mayoritariamente para la promoción de noticias falsas o engañosas.
8. En caso de publicación de contenidos idénticos a los que ya han sido removidos por determinación de la Justicia Electoral, se procederá a la aplicación de medidas de moderación análogas, siempre que se trate del mismo contexto<sup>2</sup>. Hay que crear un canal específico para la notificación, por parte de los usuarios, de estas situaciones.

<sup>1</sup> Se pueden crear colaboraciones con agencias de verificación y/o el Tribunal Superior Electoral (TSE) de Brasil para poder identificar las noticias comprobadamente falsas sobre este tema y ayudar a acelerar su retirada.

<sup>2</sup> Se admiten excepciones cuando el contenido es objeto de un comentario periodístico o se encuentra en un contexto crítico.

9. Respecto a las excepciones en las políticas de las plataformas sobre desinformación:
  - a) Las plataformas no deben dar un trato de excepción a las publicaciones realizadas por actores políticos.
  - b) Las excepciones en materia de contenido periodístico no deben incluir artículos o columnas de opinión que incluyan alegaciones notoriamente falsas o no veraces.
10. Sobre plazos y temporalidad de las medidas:
  - a) Especificar plazos claros sobre la rapidez con la que la plataforma se compromete a actuar en los casos de notificaciones enviadas por el Tribunal Superior Electoral y los órganos de la Justicia Electoral, tanto para la remoción de contenido como para la reversión de errores.
  - b) Los ajustes en las condiciones de servicio y las normas comunitarias que se realicen durante el período electoral para preservar la integridad electoral y democrática no deben estar sujetos a un período de gracia para su aplicación, sino que deben ser divulgados inmediatamente y notificados a la Justicia Electoral y a los partidos políticos.
  - c) Las políticas y el esfuerzo operativo propios del periodo electoral deben mantenerse hasta la toma de posesión de los elegidos.
11. Las políticas deben estar redactadas de forma precisa, que no sea genérica, y que contenga ejemplos que cubran las diferentes situaciones de aplicación. La información debe reunirse en un único documento, de fácil acceso, y presentarse de forma clara e inteligible.
12. Las plataformas deben ser transparentes y hacer pública la información sobre **a)** cuántas personas tienen dedicadas a la protección de la integridad electoral que hablen portugués y entiendan el contexto local; **b)** cuáles son los mecanismos internos de moderación externa, incluidas las asociaciones con agencias de verificación.
13. Las redes abiertas y las aplicaciones de mensajería deben tener mecanismos claros y efectivos de cumplimiento (*enforcement*) de sus políticas contra la desinformación.
14. Las plataformas deben poner los datos a disposición, vía API, de investigadores independientes y organizaciones civiles que quieran realizar investigaciones relacionadas con la aplicación de las condiciones de uso, las normas de comunidad, así como establecer posibles colaboraciones entre las plataformas y la investigación en general, prestando atención a la protección de los datos de las y los usuarios.
15. Las plataformas deben prohibir los anuncios y el impulso de la propaganda electoral que no sean realizados por quienes están legitimados por la legislación electoral.



## II. NORMAS TRANSPARENTES E INDEPENDIENTES EN MÁS PAÍSES PARA LAS BIBLIOTECAS DE ANUNCIOS

1. Inclusión de todos los contenidos pagados/promovidos que citen a un candidato, partido o coalición (incluso mediante imágenes) y, como contenido sensible (para que aparezcan en la biblioteca), los anuncios que traten temas de agenda política, que también serán discutidos por los candidatos en las elecciones de 2022:
  - derechos civiles y sociales
  - crimen
  - economía
  - educación
  - agenda climática, medio ambiente, pueblos tradicionales y nativos
  - armas
  - salud
  - valores políticos y gobernanza
  - seguridad y política exterior
  - integridad cívica y electoral
  - cuestionamiento del proceso electoral
  - derechos sexuales y reproductivos
2. Asegurar que todos los anuncios con contenido sensible y político sean clasificados como tales y estén disponibles en el repositorio de la biblioteca de anuncios.
3. Garantizar que toda la información sobre los anuncios sensibles esté completa y disponible en la biblioteca, tanto en informes consolidados como individualmente por anuncio para el acceso a través de la API.
4. Ofrecer un canal de referencia para los anuncios políticos que no aparezcan en las bibliotecas (que no han sido clasificados como políticos, aunque lo sean).
5. Específicamente para Google: inclusión en el informe de transparencia de la publicidad política en Brasil, en las esferas municipal, estatal y federal, considerando como anuncios electorales aquellos que se refieran a un partido político, a un titular de un mandato electivo o a un candidato a la Presidencia, a la Vicepresidencia, al Senado Federal, a la Cámara de Diputados, al Gobierno estatal y a la Asamblea Legislativa.
6. Específicamente para Facebook: Incluir a los investigadores brasileños en la plataforma [Facebook Open Research and Transparency](#), lanzada en mayo de 2022 en los Estados Unidos y el Reino Unido, para que puedan acceder a información más detallada sobre cómo se orientaron los anuncios políticos en su plataforma, proporcionando información sobre las formas en que los políticos, los agentes de campaña y los estrategas políticos compran y utilizan los anuncios durante la campaña electoral.
7. Específicamente para Facebook: Incluir resúmenes de la información de segmentación de los anuncios en Brasil en su Biblioteca de anuncios y hacer que esta información sea visible públicamente, como [se implementará en la versión de la Biblioteca de países como Estados Unidos a partir de julio de 2022](#).
8. Incluir, entre las posibles medidas a tomar en caso de crisis institucional, la interdicción de la publicidad política en los días posteriores a las fechas de votación.



### III. POLÍTICAS PARA COMBATIR LA VIOLENCIA POLÍTICA CONTRA LAS MUJERES, LAS PERSONAS NEGRAS, LOS INDÍGENAS, LAS POBLACIONES TRADICIONALES, LOS *QUILOMBOLAS* Y LA COMUNIDAD LGBTQIA+

La Organización de los Estados Americanos (OEA) caracteriza la violencia política como una acción, conducta u omisión realizada de forma directa o por medio de terceros, que puede materializarse a través de agresiones físicas, psicológicas, morales, sexuales, virtuales, institucionales, raciales, de género, LGBTQI+fóbicas, entre otras, y que pueden ser cometidas contra candidatos, funcionarios electos, designados o en cargos públicos. En Brasil, la Ley 14.192/2021, aprobada en agosto de 2021, define la violencia política contra las mujeres como *“toda acción, conducta u omisión con el propósito de impedir, obstaculizar o restringir los derechos políticos de las mujeres”*.

Trabajamos con la categoría de violencia política de género y raza para destacar la importancia de poner en primer plano las experiencias de las mujeres negras, indígenas, *quilombolas*, cis, transexuales, travestis, intersexuales y otras identidades femeninas invisibles y marginadas. Demarcar la dimensión de la raza también es importante, debido a la forma en que el racismo se presenta en la operacionalización de la violencia política.

El fenómeno de la violencia política de género y racial en Brasil es histórico y estructura las bases de la formación del país. Sin embargo, en los últimos tiempos ha aumentado la participación de las mujeres negras en la política institucional. En consonancia con esta coyuntura brasileña, hay un recrudecimiento de la violencia política contra las mujeres negras e indígenas, cuyos mandatos y ejercicio de derechos políticos se encuentran en riesgo. Entendemos que la desinformación contra las mujeres negras, cis, trans y travestis, políticas y defensoras de los derechos humanos, es, así, una de las formas de violencia política de género y raza. En este sentido, proponemos:

1. Actualizar las condiciones de uso de las plataformas, incluyendo entre sus políticas de combate al discurso de odio, el fenómeno social de la violencia política, observando la Ley de Violencia Política (Ley 14.192/21) y la Ley de Delitos contra el Estado Democrático de Derecho (14.197/21). La violencia política, especialmente, cuando se dirige a grupos históricamente marginados, como las mujeres, las personas negras, los indígenas, los *quilombolas* y personas LGBTQIA+, perjudica la integridad electoral, ya que los ataques dirigidos a las candidatas en el período electoral tienden a silenciarlas, negándoles espacio en el ecosistema digital.

2. Garantizar que las políticas de moderación de contenidos se actualicen para abordar los casos de violencia política con el fin de considerar los contextos brasileños, con especial atención a las y los candidatos que provienen de grupos históricamente marginados (mujeres, negros, indígenas, *quilombolas* y LGBTQIA+, defensoras/es de los derechos humanos), asegurando:
  - **Rápida remoción de publicaciones que amenacen** a los candidatos con violencia física, sexual o con la muerte, y que glorifiquen, inciten o exalten la violencia contra las mujeres, los negros, los indígenas, los *quilombolas* y los LGBTQIA+;
  - **Eliminación de los discursos de odio** malintencionados dirigidos a las mujeres, a los negros, a los indígenas, a los *quilombolas* y a los LGBTQIA+, incluidos los discursos violentos, cosificadores o deshumanizadores, las declaraciones de inferioridad y términos sexuales despectivos;
  - **Remoción de cuentas que violan sistemáticamente las condiciones de uso** amenazando, asediando, exponiendo datos personales (doxing) y atacando mujeres, personas negras, indígenas, *quilombolas* y LGBTQIA+ que son candidatas o líderes públicos;
  - **Retirada de imágenes o vídeos manipulados que hagan uso del discurso de odio o de la violencia** política para tergiversar a personajes públicos mujeres, negros, indígenas, *quilombolas* y LGBTQIA+.
3. Ofrecer formación a las y los candidatos y a sus equipos sobre cómo denunciar los casos en los que son víctimas de la violencia política.
4. Crear fuerzas de tarea que garanticen una respuesta rápida a los casos de violencia política dirigidos a las candidaturas de personas pertenecientes a grupos históricamente marginados, garantizando así que los daños a las candidaturas sean mínimos.
5. Comprometerse con la formación de sus equipos de moderación de contenidos y desarrollo de productos para optimizar, reducir o no la visibilidad y organización de la información para el contexto brasileño y la lengua portuguesa, entendiendo cuáles son los principales grupos que son objetivo de la violencia política de género y raza, prestando atención a cómo la desinformación puede ser instrumentalizada para alimentar narrativas de violencia política.
6. Establecer un comité consultivo compuesto por investigadores y miembros de la sociedad civil para evaluar los casos y las acciones y orientar las actualizaciones de la plataforma en relación con la dinámica de la violencia política contra los grupos históricamente marginados.
7. Realizar campañas publicitarias dirigidas a diferentes tipos de usuarios, teniendo en cuenta los grupos etarios, la identidad de género y la sexualidad, para combatir la violencia política contra las mujeres, los indígenas, los *quilombolas*, los negros y las personas LGBTQIA+.





## IV. POLÍTICAS PARA COMBATIR LA DESINFORMACIÓN QUE AFECTA A LA AMAZONÍA, LA AGENDA CLIMÁTICA Y AMBIENTAL Y LOS PUEBLOS INDÍGENAS Y QUILOMBOLAS

No son nada nuevo el grave problema de la deforestación y la existencia de grupos sectoriales que amplían la desinformación sobre la principal causa de los incendios forestales, la pseudociencia climática, así como el discurso de odio y la difamación de quienes protegen la selva amazónica y otros biomas brasileños. Sin embargo, el asesinato del activista indígena Bruno Pereira y del periodista británico Dom Phillips ha dejado a la sociedad civil y a todo el país en alerta sobre el escenario de violencia en la Amazonia y el desprecio por los pueblos indígenas. Una política contra la desinformación que afecta a la Amazonía y a las personas que defienden la selva en pie es necesaria para evitar que las plataformas de redes sociales sean utilizadas por actores malintencionados como máquinas de amplificación del discurso de odio y de la desinformación en períodos de crisis política y social, como la que provocó el genocidio étnico en el año 2018 en Myanmar<sup>3</sup>.

La situación de la Amazonía y el impacto de la desinformación en los territorios de la Amazonía Legal implican violencia física, difamación de líderes locales y un ambiente de inseguridad para la libertad de expresión de la sociedad civil y la prensa. En las elecciones, la Amazonia y la deforestación serán temas centrales en la disputa entre los candidatos a la presidencia y a otros cargos como gobernador, senador y diputado.

De acuerdo con datos publicados recientemente por *Global Forest Watch*, la mayor plataforma de vigilancia forestal del planeta, Brasil lideró la tala de bosques primarios en los trópicos en 2021. Otro estudio, realizado por el *INPE* (Instituto Nacional de Investigaciones Espaciales), vinculado al Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovaciones, muestra que entre agosto de 2020 y julio de 2021 la deforestación en la Amazonia alcanzó los 13 mil km<sup>2</sup>, lo que equivale al área de 9 ciudades de São Paulo. Fue la tasa más alta en 15 años, con un aumento del 76% en comparación con 2018. Actualmente, la Amazonia emite más gases de efecto invernadero al año que el Reino Unido y España juntos.

La protección de la Amazonia es fundamental y urgente para combatir la crisis climática, dijo el Secretario General de las Naciones Unidas (ONU), *António Guterres*. Con todo, en el *discurso gubernamental* y en los canales de Youtube la realidad presentada es otra, la de un Brasil que preserva y defiende la Amazonia.

Investigación realizada por la empresa de datos Novelo y analizada por los equipos de *InfoAmazonia* y *FALA* para el proyecto *“Amazonas: mentira tem preço”* logró mapear, entre 2019 y 2021, más de un centenar de videos que compartían información negacionista como si fuera verdad.

<sup>3</sup> Marzuki Darusman, presidente de la Misión Internacional Independiente de Investigación de la ONU en Myanmar argumenta que las plataformas de mídias sociales han cumplido un rol determinante en el país: <https://www.aljazeera.com/news/2018/3/13/un-facebook-had-a-role-in-rohingya-genocide>.

En vista de la extrema gravedad de los hechos y de los riesgos para los implicados, sugerimos:

**1. Crear un consejo socioambiental dentro de las plataformas.**

Establecer un consejo dedicado a la agenda climática, socioambiental y de los guardianes de los bosques, con la inclusión de entidades actuantes en la sociedad civil brasileña para la consulta de datos, contenidos valiosos e información responsable. La adopción de un consejo con actores de la sociedad civil centrados en cuestiones socioambientales podría fomentar nuevas estrategias para combatir la desinformación socioambiental.

**2. No monetizar los contenidos negacionistas respecto a la crisis climática y a la deforestación.**

Google, propietario de YouTube, anunció en 2021 que no monetizaría los contenidos, anunciantes, influencers y editores que nieguen la emergencia climática. En Brasil, la Amazonia, la mayor selva tropical del planeta, cumple un papel fundamental en la lucha contra el cambio climático en todo el mundo. A pesar de ello, es posible encontrar vídeos que desinforman sobre la protección y defensa del bosque, y sobre la deforestación. Todas las empresas deben adoptar políticas que impidan la monetización de contenidos negacionistas sobre la crisis climática y la deforestación en sus plataformas, asegurando de que estas políticas se apliquen efectivamente.

**3. No permitir la promoción de los canales que desinforman sobre la Amazonía y las cuestiones socioambientales.**

En los canales de YouTube, uno de los vídeos más vistos trae una serie de informaciones falsas o engañosas sobre la Amazonia, mostró un análisis del proyecto *“Amazonas: mentira tem preço”*, que ha mapeado, monitoreado e investigado las redes de desinformación con un enfoque socioambiental. El mismo vídeo, que sugiere falsamente que Brasil defiende y preserva actualmente la Amazonia, aparece como el más visto en Telegram. Una de las formas de reducir el alcance es no permitir que estos canales impulsen contenidos negacionistas sobre la crisis climática. Este requisito también se aplica a los perfiles y páginas en Instagram y Facebook que aportan contenido desinformativo en torno al tema de la Amazonía y sus defensores/as.

**4. Exponer advertencias y sanciones a los canales relacionados con la desinformación socioambiental.**

La política de Youtube, a día de hoy, no permite reconocer los canales penalizados por desinformar sobre el medio ambiente y los pueblos guardianes de la selva y bosques. Los canales que ofrecen cursos y venden libros desinforman sobre el medio ambiente, como se muestra arriba. Sugerimos que la plataforma adopte una política de transparencia, informando a los usuarios los canales ya sancionados por difundir contenidos que desinforman sobre cuestiones socioambientales.

**5. Garantizar la transparencia y recopilar datos sobre las inversiones de las campañas de clima y medio ambiente en la biblioteca de anuncios** (como ya explícito en el punto II.1).

En la actualidad, estos datos no están disponibles en Brasil, pero son una realidad en otros países. Para combatir la desinformación socioambiental, que sin duda será frecuente en las elecciones, es esencial ver la imagen completa de los anuncios dentro de estas categorías, con datos sobre quién invirtió, la fecha, el montante movilizad y la campaña en cuestión. También es necesario implementar un protocolo de transparencia en medios programáticos sobre el clima, las políticas medioambientales, el uso de la tierra y los derechos de los pueblos indígenas y *quilombolas* en sus bibliotecas de anuncios.





## **V. NORMAS PARA GARANTIZAR LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS Y MITIGAR LOS DAÑOS DERIVADOS DE LOS ERRORES DE ACTUACIÓN DE LAS PLATAFORMAS**

- 1.** Desde el inicio del período de la campaña electoral, se debe monitorear el tiempo promedio de análisis de las apelaciones a la moderación de contenido, el etiquetado en el contenido, la reducción del alcance y el bloqueo de la promoción y de la cuenta de los usuarios brasileños. Estas no deben superar las 72 horas.
- 2.** Notificar a los usuarios sobre cualquier interferencia con sus actividades en los medios sociales, las razones y los mecanismos de recurso con el enlace para lo mismo.
- 3.** Hacer que sus decisiones sean revisadas por personas físicas que hablen portugués y estén familiarizadas con el contexto brasileño.

# ORGANIZACIONES SIGNATARIAS



# Lista completa de ORGANIZACIONES SIGNATARIAS

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