



Nuevo informe de la GPAHE revela que la desinformación sobre la terapia de conversión sigue estando ampliamente disponible en línea, particularmente en idiomas que no son el inglés

23 de enero del 2024

Grupos anti-LGBTQ+ continúan aprovechándose del internet para diseminar desinformación sobre la "terapia de conversión", sobre todo en regiones no angloparlantes, mientras que las plataformas de redes sociales se quedan atrás en la implementación de una moderación de contenido robusta y en la mejora de sus algoritmos.

El Proyecto Global Contra el Odio y el Extremismo ([The Global Project Against Hate and Extremism](#) o GPAHE) lanzó hoy un informe especial titulado "[Terapia de Conversión en Línea: El Ecosistema en 2023](#)", un seguimiento integral a su investigación de 2022 que encontró desinformación sobre la terapia de conversión prosperando en línea.

La terapia de conversión es la práctica de intentar cambiar la identidad u orientación de una persona, una práctica que ha sido descrita como "similar a la tortura" por las Naciones Unidas, y condenada por la mayoría de las asociaciones médicas de renombre y prohibida en al menos 26 países. Este informe pionero subraya el desafío continuo de la proliferación en línea de material de terapia de conversión anti-LGBTQ+, particularmente en redes sociales y buscadores, con un enfoque particular en idiomas que no son el inglés y regiones globales.

Basándose en los hallazgos de su [estudio de ecosistema en línea de 2022](#) y su [informe de proveedores de terapia de conversión de 2022](#), la GPAHE amplió su investigación sobre la desinformación de terapia de conversión a Brasil, México, cuatro países de África Occidental (Benín, Burkina Faso, Malí y Costa de Marfil, y Sudáfrica), revelando una disparidad en la moderación de contenido y la prevalencia de materiales dañinos en contextos no ingleses, especialmente en África. La GPAHE también revisó los



resultados de EE.UU. en inglés y español. Los países de 2022 fueron Australia, Irlanda, Alemania, Kenia, Colombia y EE.UU.

A pesar de que compañías de búsqueda (como Google y Bing) y redes sociales como Bing y TikTok tomaron medidas sobre material de terapia de conversión después de la investigación inicial de la GPAHE, los hallazgos claves del informe resaltan que quedan desafíos considerables. Se ha hecho poco progreso en idiomas que no son el inglés, permitiendo el crecimiento y la difusión de desinformación. Plataformas como YouTube han sido en gran parte recalcitrantes en su negativa a abordar la difusión de este contenido anti-LGBTQ+.

Un hallazgo importante es que, mientras las empresas tecnológicas han incorporado adecuadamente el término "terapia de conversión" en sus algoritmos, aunque principalmente en inglés o idiomas masivos, todas han fallado en abordar el término más común utilizado por los proveedores de terapia de conversión a nivel mundial, a saber, "atracción no deseada hacia el mismo sexo," para evitar la moderación de contenido y las connotaciones negativas ahora asociadas con la terapia de conversión. Este hallazgo también fue destacado específicamente en 2022.

Esta investigación incluye un [análisis](#) detallado país por país, enfatizando las sutilezas y desafíos específicos enfrentados en cada región. Los hallazgos sirven como un recordatorio crítico del contexto global de la terapia de conversión, incluyendo su estatus legal y los devastadores efectos de esta práctica, y cómo así también la fortaleza del movimiento global anti-LGBTQ+. El informe demanda una mayor responsabilidad y acción por parte de las plataformas de redes sociales y buscadores en la lucha contra la difusión de desinformación sobre la terapia de conversión.

"La persistencia del material de terapia de conversión en línea, especialmente en otros idiomas que el inglés, es un recordatorio impactante del trabajo que aún se necesita para proteger a las personas LGBTQ+ a nivel mundial, especialmente cuando los intentos legislativos para deshumanizar y retroceder los derechos de la comunidad LGBTQ+ se disparan", dijo Wendy Via, cofundadora y CEO de la GPAHE. "Nuestro informe no solo trae atención a este tema, sino que también proporciona recomendaciones fácilmente accionables para que las plataformas creen un entorno en línea más seguro e inclusivo".

Actualizaciones Claves de las Plataformas

Mejores resultados - TikTok: TikTok prohibió la promoción de la terapia de conversión en su plataforma tras esfuerzos liderados por GLAAD utilizando la investigación de 2022 de la GPAHE. Esta prohibición parece ser efectiva, ya que las búsquedas de términos relacionados con la terapia de conversión, incluidos "terapia ex-gay" y "terapia de conversión", dan como resultado una página indicando que estos términos pueden estar relacionados con material odioso. Esto demuestra una inversión significativa por parte de TikTok en hacer cumplir su prohibición de términos de terapia de conversión.

Va mejorando - Bing: Bing ha realizado mejoras notables en sus algoritmos de búsqueda en inglés. Para el término "atracción hacia el mismo sexo", los resultados de búsqueda de Bing fueron tan problemáticos como los de Google, si no peores, con las primeras dos páginas promoviendo principalmente puntos de vista anti-LGBTQ+. Sin embargo, para el término "terapia de conversión", Bing mostró resultados sorprendentemente de un mayor esfuerzo, a diferencia de lo investigado en 2022, incluyendo fuentes oficiales y artículos de noticias condenando la práctica. Una advertencia generada por Bing en la parte superior de la página confirmó la autoridad de estos resultados. A pesar de estas mejoras, una "caja de conocimiento" ("knowledge box") en la tercera página de resultados contenía información que apoya la terapia de conversión.

Hay problemas - YouTube: El manejo de contenido de terapia de conversión por parte de YouTube es el menos efectivo entre las principales plataformas. A pesar de las afirmaciones de YouTube de etiquetar contenido de terapia de conversión con un banner y prohibir contenido que denigre a individuos basándose en la orientación sexual, la aplicación de estas medidas es inconsistente, si es que se hace en absoluto. La investigación de la GPAHE encontró la etiqueta de información solo en búsquedas específicas y generalmente solo en inglés, lo que indica una falta de aplicación exhaustiva de las políticas de contenido de YouTube con respecto a la terapia de conversión y una falta de compromiso con la seguridad de la comunidad LGBTQ+. Muchos videos que promueven la efectividad de la terapia de conversión aún se monetizan en el sitio.

"Nuestros hallazgos de investigación muestran que las plataformas tecnológicas y de redes sociales tienen un largo camino por recorrer para proteger a sus usuarios de la



GLOBAL PROJECT AGAINST
HATE AND EXTREMISM

desinformación médica de la terapia de conversión, pero el ejemplo de TikTok y las mejoras en Bing muestran que se puede hacer si hay voluntad", dijo Heidi Beirich, cofundadora y directora de estrategia de la GPAHE. "Es imperativo que los usuarios encuentren información autorizada sobre esta práctica peligrosa y que los formuladores de políticas sean conscientes de por qué la terapia de conversión es dañina. El espacio en línea podría proporcionar esos resultados precisos".

Información y ejemplos específicos de material peligroso en todas las principales plataformas y hasta qué punto prospera la terapia de conversión en línea se pueden encontrar en [el informe](#).

Recomendaciones

- Todas las empresas deben usar el sentido común al evaluar si el contenido viola las reglas sobre la terapia de conversión y recordar que es peligroso, y a veces mortal, permitir que el material a favor de la terapia de conversión aparezca el material.
- Todas las empresas deben invertir en recursos culturales y lingüísticos más allá del inglés y del contexto estadounidense, ya que la disparidad en los hallazgos para usuarios no ingleses es marcada.
- Todas las empresas deben incorporar "atracción hacia el mismo sexo" y "atracción no deseada hacia el mismo sexo" en su algoritmo que modera el contenido de terapia de conversión y prestar mayor atención al contenido confiable.
- Todas las empresas deben elevar los recursos autorizados en el idioma que se esté utilizando para los términos encontrados en el apéndice.
- Todas las empresas deben crear o expandir el uso de cajas de información autorizadas sobre la terapia de conversión, preferentemente en el idioma que se esté utilizando.
- Todos los sistemas en línea deben mantenerse al día con el constante cambio de marca y uso de nuevos términos en todos los idiomas que utiliza la industria de la terapia de conversión.
- Todas las empresas deben abstenerse de recurrir por defecto a contenido en inglés en países de habla no inglesa donde sea posible, y si este es el único contenido disponible, debe ser autorizado y traducible.



GLOBAL PROJECT AGAINST
HATE AND EXTREMISM

- Todas las empresas deben consultar a la sociedad civil y los expertos en la materia para mantener sus sistemas actualizados.
- <https://globalextrémism.org/post/new-gpahe-reports-reveal-harmful-conversion-therapy-disinformation-thriving-online-especially-in-non-english-languages/> de investigaciones previas de la GPAHE.

Para obtener más información sobre este informe, o para concertar una entrevista con Wendy o Heidi, las autoras del informe de la GPAHE, comuníquese con Kindred Motes en kindred@globalextrémism.org.

Investigaciones de la GPAHE del 2022

[*Conversion Therapy Online: The Ecosystem*](#)

[*Conversion Therapy Online: The Players*](#)