

Novo relatório da GPAHE revela que a desinformação sobre terapia de conversão permanece amplamente disponível online, especialmente em idiomas que não são o inglês

23 de janeiro de 2024

Os grupos anti-LGBTQ+ continuam a aproveitar da Internet para espalhar desinformação prejudicial sobre "terapia de conversão", especialmente em regiões não-aglofones, enquanto plataformas de mídia social ficam para trás na implementação de moderação de conteúdo robusta e na melhoria de seus algoritmos.

O Projeto Global Contra Ódio e Extremismo ([The Global Project Against Hate and Extremism](#) o GPAHE) lançou hoje um relatório especial intitulado "[Terapia de Conversão Online: O Ecossistema em 2023](#)", um acompanhamento abrangente de sua pesquisa de 2022 que encontrou desinformação prejudicial sobre terapia de conversão prosperando online.

A terapia de conversão é a prática de tentar mudar a identidade ou orientação de alguém, uma prática que foi descrita como "semelhante à tortura" pelas Nações Unidas, condenada pela maioria das associações médicas de renome e proibida em pelo menos 26 países. Este relatório inovador sublinha o desafio contínuo da proliferação online de material de terapia de conversão anti-LGBTQ+, particularmente em mídias sociais e motores de busca, com um foco particular em idiomas não ingleses e regiões globais.

Baseando-se nos achados de seu [estudo de ecossistema online de 2022](#) e seu [relatório de provedores de terapia de conversão de 2022](#), a GPAHE ampliou sua pesquisa sobre desinformação de terapia de conversão para o Brasil, México, quatro países da África Ocidental (Benin, Burkina Faso, Mali e Costa do Marfim, e África do Sul), revelando uma disparidade na moderação de conteúdo e a prevalência de materiais prejudiciais em contextos não ingleses, especialmente na África. A GPAHE também revisou os resultados dos EUA em inglês e espanhol. Os países de 2022 foram Austrália, Irlanda, Alemanha, Quênia, Colômbia e EUA.



GLOBAL PROJECT AGAINST
HATE AND EXTREMISM

Embora as empresas de pesquisa (como o Google e o Bing) e as redes sociais como o Bing e o TikTok tenham tomado medidas relativamente ao material da terapia de conversão após a investigação inicial do GPAHE, as principais conclusões do relatório sublinham que permanecem desafios consideráveis. Pouco progresso foi feito em outros idiomas além do inglês, permitindo o crescimento e a disseminação da desinformação. Plataformas como o YouTube têm sido bastante recalcitrantes na sua recusa em abordar a propagação deste conteúdo anti-LGBTQ+.

Uma descoberta importante é que, embora as empresas de tecnologia tenham incorporado adequadamente o termo “terapia de conversão” em seus algoritmos, embora principalmente em inglês ou em idiomas de massa, todas elas falharam em abordar o termo mais comum usado pelos provedores de terapia de conversão em todo o mundo, “atração indesejada pelo mesmo sexo”, para evitar a moderação de conteúdo e as conotações negativas agora associadas à terapia de conversão. Esta descoberta também foi destacada especificamente em 2022.

Esta pesquisa inclui uma [análise](#) detalhada país por país, enfatizando as nuances e desafios específicos enfrentados em cada região. Os achados servem como um lembrete crítico do contexto global da terapia de conversão, incluindo seu status legal e os efeitos devastadores desta prática, e a força do movimento global anti-LGBTQ+. O relatório pede maior responsabilidade e ação de plataformas de mídia social e motores de busca no combate à propagação de desinformação prejudicial sobre terapia de conversão.

"A persistência de material de terapia de conversão online, especialmente em idiomas além do inglês, é um lembrete contundente do trabalho ainda necessário para proteger pessoas LGBTQ+ globalmente, especialmente à medida que tentativas legislativas para desumanizar e reverter direitos para a comunidade LGBTQ+ disparam," disse Wendy Via, co-fundadora e CEO da GPAHE. "Nosso relatório não apenas chama a atenção sobre esta questão, mas também fornece recomendações facilmente acionáveis para que as plataformas criem um ambiente online mais seguro e inclusivo."

Atualizações Principais das Plataformas

Melhores resultados - TikTok: O TikTok proibiu a promoção de terapia de conversão em sua plataforma após esforços de advocacia liderados pela GLAAD empregando a



GLOBAL PROJECT AGAINST
HATE AND EXTREMISM

pesquisa de 2022 da GPAHE. Esta proibição parece ser eficaz, pois buscas por termos relacionados à terapia de conversão, incluindo "terapia ex-gay" e "terapia de conversão", retornaram uma página indicando que esses termos podem estar relacionados a material odioso. Isso indica um investimento significativo do TikTok em fazer cumprir sua proibição de termos de terapia de conversão.

Está ficando melhor - Bing: O Bing fez melhorias notáveis em seus algoritmos de busca em inglês. Para o termo “atração pelo mesmo sexo”, os resultados de pesquisa do Bing foram tão problemáticos quanto os do Google, se não piores, com as duas primeiras páginas promovendo principalmente opiniões anti-LGBTQ+. Porém, para o termo “terapia de conversão”, o Bing apresentou resultados de esforço surpreendentemente maior, diferentemente do que foi pesquisado em 2022, incluindo fontes oficiais e reportagens condenando a prática. Um aviso gerado pelo Bing no topo da página confirmou a autoridade desses resultados. Apesar destas melhorias, uma “caixa de conhecimento” (“knowledge box”) na terceira página de resultados continha informações que apoiavam a terapia de conversão.

Precisa de mais trabalho - YouTube: O tratamento de conteúdo de terapia de conversão pelo YouTube é o menos eficaz entre as principais plataformas. Apesar das afirmações do YouTube de rotular conteúdo de terapia de conversão com um banner e proibir conteúdo que menospreza indivíduos com base na orientação sexual, a aplicação dessas medidas é inconsistente, se feita de todo. A pesquisa da GPAHE encontrou o rótulo de informação apenas em buscas específicas e geralmente apenas em inglês, indicando uma falta de aplicação abrangente das políticas de conteúdo do YouTube em relação à terapia de conversão e uma falta de compromisso com a segurança da comunidade LGBTQ+. Muitos vídeos que promovem a eficácia da terapia de conversão ainda são monetizados no site.

"Nossas descobertas de pesquisa mostram que plataformas de tecnologia e mídia social têm um longo caminho a percorrer para proteger seus usuários de desinformação médica prejudicial sobre terapia de conversão, mas o exemplo do TikTok e as melhorias no Bing mostram que pode ser feito com vontade," disse Heidi Beirich, co-fundadora e diretora de estratégia da GPAHE. "É imperativo que os usuários encontrem informações autoritativas sobre esta prática perigosa e que os formuladores de políticas estejam cientes de por que a terapia de conversão é prejudicial. O espaço online poderia fornecer esses resultados precisos."



GLOBAL PROJECT AGAINST
HATE AND EXTREMISM

Informações e exemplos específicos de material prejudicial em todas as principais plataformas e até que ponto a terapia de conversão prospera online podem ser encontrados no [relatório](#).

Recomendações

- Todas as empresas devem usar o bom senso ao avaliar se o conteúdo viola as regras sobre terapia de conversão e lembrar que é perigoso, e às vezes mortal, permitir que material a favor da terapia de conversão apareça.
- Todas as empresas devem investir em recursos culturais e linguísticos para além do contexto inglês e estadunidense, uma vez que a disparidade nas descobertas para utilizadores que não falam inglês é gritante.
- Todas as empresas devem incorporar “atração pelo mesmo sexo” e “atração indesejada pelo mesmo sexo” em seu algoritmo que modera o conteúdo da terapia de conversão e prestar mais atenção ao conteúdo confiável.
- Todas as empresas devem elevar recursos autoritativos no idioma usado para os termos encontrados no apêndice.
- Todas as empresas devem criar ou expandir o uso de caixas de informação autoritativas sobre terapia de conversão, preferencialmente no idioma usado.
- Todos os sistemas online devem se manter atualizados com a constante rebranding e uso de novos termos, em todos os idiomas, que a indústria de terapia de conversão usa.
- Todas as empresas devem se abster de recorrer por padrão a conteúdo em inglês em países de língua não inglesa onde seja possível, e se este for o único conteúdo disponível, deve ser autoritativo e traduzível.
- Todas as empresas devem consultar a sociedade civil e especialistas no assunto para manter seus sistemas atualizados.
- [Recomendações](#) adicionais de pesquisas anteriores da GPAHE.

Para mais informações sobre este relatório, ou para marcar uma entrevista com Wendy ou Heidi, as autoras do relatório da GPAHE, entre em contato com Kindred Motes em kindred@globalextremism.org.

Pesquisa 2022 da GPAHE

[Conversion Therapy Online: The Ecosystem](#)

[Conversion Therapy Online: The Players](#)