

Os dilemas do algoritmo: silenciamentos e restrições impostos aos palestinos pelo instagram no Brasil

MARIA ALICE TALLEMBERG SOARES

Universidade Federal Fluminense, Gragoatá, Niterói – Rio de Janeiro, Brasil.
<https://orcid.org/0009-0003-7255-5638>
tallemberg@gmail.com

A trajetória das indústrias de tecnologia originárias do Vale do Silício não apenas tem resistido às crises do capitalismo neoliberal, mas tem sido impulsionada por elas. Como apontou Morozov (2018, p. 138), foi a partir da crise secundária, pós-11 de setembro de 2001, que se sedimentou na Web 2.0¹ o capitalismo de vigilância: uma nova ordem econômica que considera a experiência humana como material gratuito para práticas comerciais de extração, predição² e venda. Da crise financeira de 2008 se enraizou o modelo de plataforma característico da Web 3.0, em que as plataformas digitais (Google, Facebook e Instagram, por exemplo) são capazes de reorganizar práticas e imaginações culturais em torno de si.

Embora o foco desta análise não esteja no tipo de poder e política implicado nas relações da indústria *tech*, nos é interessante refletir sobre como essas relações afetam os grupos palestinos no Brasil. O presente artigo busca examinar como as restrições impostas pelo Instagram, afetaram a representação e visibilidade dos palestinos no Brasil, entre os anos de 2021 e 2022, oferecendo uma análise crítica das dinâmicas de controle de conteúdo pela rede social.

1 A Web é dividida em três fases: a Web 1.0 corresponde ao período em que a internet surgiu através dela era possível enviar e-mails, receber arquivos e entrar em sites mas permitia pouca interatividade com (e entre) os usuários. A Web 2.0 também chamada de internet colaborativa surgiu a partir da expansão dos blogs e chats, mas principalmente com as mídias sociais e plataformas. A web 3.0 é a internet mais próxima a inteligência artificial, onde robôs e programas direcionam as experiências dos usuários.

2 No contexto da internet, o termo “predição” refere-se ao uso de modelos estatísticos e algoritmos para analisar dados com o intuito de antecipar comportamentos e resultados.

Plataformização e sistemas não humanos

Na elaboração desta análise é importante ter como premissa a recusa por uma leitura que posiciona o aplicativo Instagram como uma superfície plana onde as relações off-line se inscrevem mas sim a compreensão de que ele é constitutivo dessas e de outras relações. É necessário esclarecermos que embora sejam frequentemente usados como sinônimos, “plataforma” e “aplicativo” não o são. Enquanto aplicativo designa o software instalado em dispositivos móveis, o conceito de plataforma sintetiza um arranjo que ultrapassa o aplicativo em si. Explico: para que o aplicativo seja operacional ele depende de uma arquitetura tecnológica que engloba torres telefônicas, satélites, servidores, processadores e microchips. Dessa forma, a plataforma Instagram vai além do aplicativo instalado individualmente no celular de seus usuários.

Além dessa dimensão infraestrutural, as plataformas se constituem como agentes políticos e econômicos inseridos em relações sociais e culturais, e atravessados pela apropriação de suas potencialidades por usuários diversos. Como apontou Van Dijck (2013, 2020), as plataformas não são unidades acabadas, mas sim, conjuntos de relações que precisam ser constantemente performadas pelos usuários.

Segundo Cesarino (2022) os ambientes digitais divergem do paradigma normativo da modernidade liberal ao considerar o usuário não como agente primordial, mas como parte integrante de um ambiente propício à atuação de sistemas não humanos. Conforme destacado por Van Dijck (2013), a geração de conteúdos pelos usuários se converte em dados comportamentais que impulsionam estratégias publicitárias. Essa dinâmica não apenas molda as arquiteturas cibernéticas das plataformas, mas também configura a própria lógica econômica que permeia o *mainstream* da indústria *tech*.

Na indústria *tech*, saberes interdisciplinares são mobilizados para constituir arquiteturas de dados capazes de capturar e colocar a consciência reflexiva dos usuários em um estado de fluxo (*flow*) controlado por sistemas algorítmicos, visando sobretudo a maximização do tempo de tela e a extração ininterrupta de dados (Cesarino, 2022, p. 103). Saberes outrora característicos da opinião pública, como a economia comportamental, marketing de influência, modelos de comportamento animal, individual e coletivo produzem efeitos cognitivos de sugestibilidade típica das multidões³, sob a forma de métricas e feedbacks.

Progressivamente, as inovações acima mencionadas foram implementadas nas redes sociais, sendo uma delas introduzida pelo Facebook em 2006 e posteriormente adotada por outras redes sociais: a algoritmização do *feed* de notícias. Em contraste com o modelo pré-2006, que exibia todas as postagens dos contatos em ordem cronológica, o conteúdo do *feed* passou a ser selecionado por algoritmos, levando em consideração os interesses de busca e interações dos usuários com perfis específicos. Associada a essa nova abordagem na organização das informações, surgiu a barra de rolagem infinita (*infinite roll*), na qual um algoritmo agrupa postagens na mesma página, transformando a experiência de navegação na plataforma⁴.

3 Conforme analisa Letícia Cesarino (2022), a sugestibilidade típica das multidões refere-se à predisposição dos indivíduos, especialmente em contextos digitais, a responderem coletivamente a estímulos algorítmicos de forma emocional e automática. Nas plataformas digitais, essa dinâmica é potencializada por mecanismos que mantêm os usuários em estado contínuo de atenção e engajamento, promovendo ações homogêneas e pouco críticas — como curtidas, compartilhamentos e reações impulsivas — em um ambiente de comportamento coletivo automatizado.

4 *Infinite roll* é um formato de apresentação de conteúdo adotado por plataformas como o Instagram e o Facebook, no qual novas postagens são carregadas continuamente conforme o usuário rola a tela, sem a necessidade de clicar para mudar de página. Esse modelo substitui o formato anterior, baseado em páginas organizadas cronologicamente e com nú-

A ideia por trás dessas atualizações na plataforma é prolongar consistentemente o tempo de engajamento dos usuários e o tempo despendido na plataforma para obter uma quantidade substancial de dados comportamentais. Além das modificações no ambiente “interno” de cada plataforma, é notável observar que muitas estão interligadas e compartilham dados e recursos computacionais entre si. Isso se manifesta na capacidade dos usuários de, por exemplo, acessar uma conta no Facebook por meio de suas credenciais no Instagram, ambos produtos da empresa Meta. Essa interconexão entre plataformas não apenas reflete uma tendência à padronização para garantir interoperabilidade, mas também fortalece determinadas plataformas em detrimento de outras.

Algoritmos e a entrega de conteúdo no instagram

Conforme ressaltado por Castor Ruiz (2021), o Instagram, assim como outras plataformas, opera por meio de duas facetas de governamentalização algorítmica. A primeira, que o autor denomina como “individualizar para melhor governar”, ocorre quando os algoritmos extraem dados comportamentais dos usuários. Isso permite a criação de perfis de preferências mais precisos para cada indivíduo, com o objetivo de otimizar a permanência do usuário na plataforma.

Embora os critérios específicos desses algoritmos não sejam detalhados pelas empresas, é sabido que eles favorecem postagens mais recentes, conexões e comportamentos semelhantes, sem depender de critérios pré definidos, como relações de parentesco, trabalho ou amizades. Esses critérios são, em vez disso, recursivos e emergentes a partir dos próprios dados. Ou seja, a construção do laço social sofre uma inversão: em vez de os sujeitos serem socializados dentro de uma estrutura preexistente, como escolas, movimentos sociais, igrejas e instituições religiosas, os grupos emergem das relações algorítmicas mediadas entre os próprios sujeitos.

Nesse modelo de algoritmização da vida, os usuários vão perdendo controle daquilo que aparece para si e como eles mesmos aparecem para outras pessoas. Essas decisões vão sendo impostas pelos algoritmos e os usuários tendem a ocupar uma posição cada vez mais passiva sobre a escolha do que consomem. Como afirma Cesarino (2022, p. 105), o grande paradoxo – e fonte de eficácia – do capitalismo de vigilância é que, do ponto de vista dos usuários, poucos entendem a própria experiência nas plataformas como sendo de passividade. Assim, as redes sociais e sua economia liberal dos *likes*, suas fórmulas de sucesso, tendem a homogeneizar o que é produzido e o que vemos. Padroniza ângulos, enquadramentos, cenas e estilos. O que está por trás disso são os critérios de organização de dados para que sejam mais rapidamente encontrados e os modos como o algoritmos contextualizam os conteúdos. Nesse sentido, pode-se dizer que os algoritmos são o aparato disciplinar de nossa época e ganham mais eficiência quanto mais as pessoas procuram responder às suas regras para tornarem-se visíveis (Beigelman, 2021, p. 40).

Ao automatizar procedimentos, os algoritmos desempenham um papel crucial na modelagem de comportamentos e no impacto em processos políticos, como evidenciado nos escândalos da Cambridge Analytica e dos disparos de robôs do WhatsApp associados às eleições de Donald Trump nos Estados

mero limitado de postagens por tela. A rolagem infinita visa manter o usuário por mais tempo na plataforma, favorecendo a coleta constante de dados e o engajamento contínuo, guiado por algoritmos que priorizam conteúdos com maior potencial de retenção.

Unidos e de Jair Bolsonaro no Brasil. A influência dos algoritmos em processos políticos se desdobram no que Castor Ruiz (2019, p. 12–13) caracteriza como o “governo massificado das condutas”. Conforme observado pelo autor, essa abordagem possibilita o desenvolvimento de estratégias globais para a governamentalização de comportamentos em larga escala, ampliando ainda mais o alcance e a influência dos algoritmos na esfera política e social. Cabe ressaltar que essa influência não é inerente aos algoritmos em si, que se consistem de conjuntos de regras matemáticas que resultam em dados estatísticos/probabilísticos, mas sim resultado de um arranjo específico dos mesmos para orientar ações.

A algoritmização da vida, como aponta Ruiz (2019, p. 10–11), pressupõe que as tecnologias, assim como os saberes, estão imbricadas nas formas de existência dos sujeitos, sem se colocarem como algo exterior a eles. Nesse sentido, as tecnologias se articulam aos modos de vida de maneira situada e contingente, e seus efeitos variam conforme os contextos sociais em que são apropriadas. Em determinados cenários, essas tecnologias passam a exercer influência relevante na conformação das subjetividades, e, nesse arranjo, os influenciadores atuam como agentes mediadores dessas dinâmicas.

Um influenciador é, antes de tudo, uma figura pública cujo surgimento está intrinsecamente ligado à cultura de massa, conforme analisado por Edgard Morin (1989, p. 77). Impulsionados pelos meios de comunicação, a notoriedade, que outrora era alcançada por meio de jornais e programas televisivos, agora é meticulosamente construída nas plataformas digitais. Como destacou Paula Sibilia (2008), as plataformas digitais não apenas democratizaram os canais de mídia, mas também abriram espaço para a expressão da criatividade dos usuários. Esse novo ecossistema possibilita que uma pessoa comum alcance popularidade, desafiando as barreiras dos meios de comunicação tradicionais e proporcionando oportunidades outras para a expressão individual.

Em geral, os influenciadores no Instagram iniciam suas trajetórias fazendo postagens sobre suas vidas e, conseqüentemente, mostrando um pouco do seu mundo e dos seus pontos de vista para seus seguidores. Nesse processo de “espetacularização do eu”, por vezes esses influenciadores se tornam celebridades e são convidados por marcas e empresas para realizar publicidades de produtos e marcas diversos – ou *publis*, nos termos nativos. Um exemplo é a influenciadora brasileira Camilla de Lucas, que ganhou notoriedade durante o *reality show* Big Brother Brasil 21 (BBB 21) e, entre 2021 e 2022, consolidou sua presença digital ao compartilhar conteúdos sobre beleza, comportamento e cotidiano. Sua trajetória evidencia como a visibilidade conquistada nas redes pode ser convertida em capital simbólico e econômico por meio de parcerias com grandes marcas e da consolidação de uma imagem pública cuidadosamente gerida. Hyatt, brasileira de origem palestina, e Mariam, brasileira, casada com um palestino, foram convidadas para fazer anúncios publicitários para uma agência de turismo de Foz do Iguaçu. Carima, brasileira de origem palestina, também faz anúncios de marcas diversas de produtos de beleza e agências de turismo. Segundo analisado por Sibilia:

É preciso espetacularizar a própria personalidade com estratégias performáticas e adereços técnicos, recorrendo a métodos compatíveis aos de uma grife pessoal que deve ser bem posicionada no mercado. Pois a imagem de cada um é a sua própria marca, um capital tão valioso que é necessário cuidá-lo e cultivá-lo a fim de encarnar um personagem atraente no competitivo mercado dos olhares. (Sibilia, 2008, p. 255)

No entanto, mesmo diante desse cenário de “espetacularização do eu” que caracteriza a atuação dos influenciadores, é crucial destacar que, ao iniciar minha pesquisa, percebi um descompasso significativo no universo dos influenciadores palestinos no Brasil. Apesar de produzirem conteúdos alinhados às práticas típicas de consumo e estilo de vida – tal como ocorre com influenciadores de outras origens étnicas e culturais –, suas publicações pareciam enfrentar barreiras específicas dentro da plataforma. Ao acompanhar seus perfis, notei que seus conteúdos não eram entregues com a mesma fluidez que os de influenciadores com temáticas similares, o que me levou a investigar os possíveis mecanismos de restrição algorítmica voltados a esse grupo em particular.

Ao me aprofundar no campo etnográfico, optei por fazê-lo através de meu perfil pessoal no Instagram, que até então era pouco utilizado. Iniciei seguindo os principais perfis palestinos no Brasil, como a Juventude Sanaud, Hyatt e Mariam. Logo percebi que, apesar de acompanhar uma quantidade considerável de perfis palestinos e com um número expressivo de seguidores, esses não eram imediatamente apresentados em meus *feeds* e *stories* – o que presumia que aconteceria, uma vez que é o padrão do sistema entregar mais daquilo que consumimos (o que está relacionado com a formação das chamadas “bolhas”). Em contrapartida, ao buscar por outros temas, como marketing digital, inúmeros perfis eram prontamente exibidos e sugeridos pelo Instagram. Esses indícios, embora possam parecer sutis, soaram para mim como claras para restrições da plataforma aos conteúdos palestinos. Mesmo os perfis que eu havia marcado como prioritários (recurso do Instagram que deveria permitir ao usuário indicar os perfis cujos conteúdos gostaria de acompanhar, como o próprio nome diz, prioritariamente) não eram selecionados como tal pelo algoritmo, não figurando entre os primeiros perfis nos *stories*⁵ e *feed*⁶. A falta de priorização dos conteúdos escolhidos não era exclusiva do meu perfil, mas uma experiência compartilhada por diversos outros usuários do Instagram que acompanhavam influenciadores palestinos. Esse fenômeno, entre os interessados em conteúdos sobre a Palestina no Brasil, tornou-se, ao longo de minha pesquisa, cada vez mais evidente, especialmente quando relacionado a eventos na Palestina com repercussão internacional.

Para contornar a limitação observada, optei por ativar as notificações dos perfis palestinos que desejava acompanhar como pesquisadora. Assim, sempre que uma nova postagem era publicada, eu recebia um alerta direto da plataforma. A dificuldade em acessar regularmente os conteúdos desses influenciadores – uma dinâmica bastante distinta daquela vivenciada com outros perfis de temáticas semelhantes – levou-me a refletir sobre os critérios utilizados pelo Instagram para determinar a entrega dos conteúdos produzidos por seus usuários.

5 *Stories* são um recurso do Instagram criado em 2016 que permite aos usuários compartilhar fotos, vídeos e textos de forma temporária, com duração de 24 horas. Apresentados em formato vertical e acessados por meio de uma barra no topo do aplicativo, os *stories* são exibidos de maneira sequencial e efêmera, promovendo um consumo rápido e contínuo de conteúdo. Esse formato tornou-se um dos principais canais de engajamento na plataforma, permitindo interações diretas com o público por meio de enquetes, reações, mensagens e outros elementos interativos.

6 O *feed* do Instagram é a interface principal da plataforma onde são exibidas as postagens permanentes – como fotos, vídeos e carrosséis – feitas pelos perfis seguidos pelo usuário. Diferente dos *stories*, o conteúdo publicado no *feed* permanece visível no perfil até que seja excluído.

A entrega dos conteúdos e as restrições impostas pelo instagram

A entrega de conteúdos pelo Instagram ocorre por meio de um algoritmo que opera em camadas, e o alcance de cada postagem é diretamente influenciado pela interação dos seguidores com ela ou com seu autor ou autora. Ao contrário da crença comum de que uma publicação atinge todos os seguidores de forma horizontal e imediata, na prática, ela é inicialmente exibida para um grupo reduzido de pessoas. A partir da interação desse pequeno grupo, o conteúdo é então expandido para uma segunda camada de seguidores e, posteriormente, para um número limitado de não seguidores que possam demonstrar interesse. Esse processo se desenvolve em etapas sucessivas, conforme o engajamento do público, o que pode ampliar consideravelmente o alcance da publicação.

Com isso, percebe-se que a visibilidade de uma postagem não depende apenas da relação entre influenciador e seguidor, mas também das dinâmicas algorítmicas que atuam tanto “de cima para baixo” (no nível global dos clusters) quanto “de baixo para cima” (nos comportamentos individuais dos usuários). Nesse processo, a interação inicial com a publicação desempenha um papel fundamental na definição de seu sucesso e visibilidade contínua. Assim, quando uma postagem – mesmo priorizada pelo usuário – não é exibida como primeira opção, ou sequer aparece, toda a cadeia de visualização é comprometida. Esse rompimento no ciclo de entrega prejudica o alcance do conteúdo, impedindo que ele atinja o público-alvo ou mesmo um público mais amplo.

Os Termos de Uso do Instagram preveem que certos conteúdos podem ser limitados por infringirem as normas da plataforma. Essas diretrizes, que devem ser aceitas por todos os usuários e são frequentemente atualizadas, são notavelmente genéricas quanto ao que configura uma violação. Como observa Beiguelman (2021, p. 223), o conceito de racismo algorítmico é fundamental para compreender esse fenômeno. Não se trata de algoritmos preconceituosos em si, mas do fato de que eles operam sobre bases de dados que refletem desigualdades e preconceitos estruturais presentes na sociedade e na própria indústria tecnológica. Assim, a violência social assume uma forma datificada, integrada à arquitetura da plataforma.

Nesse cenário, observei que o racismo algorítmico se manifesta de modo particular contra influenciadores palestinos no Brasil, a partir de dois fatores principais. O primeiro é a geolocalização, que se torna um elemento determinante na entrega do conteúdo. A plataforma consegue identificar a localização de onde uma postagem foi feita, ainda que essa informação não seja explicitada ao público. Em um contexto geopolítico sensível como o da Palestina, esse critério torna-se especialmente vulnerável ao controle algorítmico.

O segundo fator é a detecção automatizada de palavras e termos considerados sensíveis ou violadores das diretrizes da plataforma. O sistema de filtragem de conteúdo do Instagram baseia-se em palavras-chave, de forma que, ao empregar determinadas expressões, o conteúdo pode ser imediatamente restringido. Essa lógica automatizada, no entanto, tende a invisibilizar discursos legítimos e experiências complexas, limitando a pluralidade de narrativas em nome de uma suposta neutralidade. Isso evidencia não apenas a dificuldade dos algoritmos em lidar com contextos ambíguos e culturais, mas também a reprodução de estigmas e desigualdades que persistem tanto na sociedade quanto nas tecnologias que ela produz.

A geolocalização como fator de restrição dos conteúdos no instagram

A viagem dos influenciadores Mariam e Mahmmud à Palestina, realizada nos meses de abril e maio de 2022, ilustra de maneira marcante como a geolocalização desempenha um papel crucial na entrega e recepção de conteúdos no Instagram. Ao documentar sua visita à Palestina para seus seguidores, o casal procurou capturar não apenas registros familiares, mas também detalhes do comércio local, resgatar históricos e explorar as riquezas gastronômicas das cidades de Ramallah, Nablus e Jerusalém.

As publicações do casal concentraram-se especialmente em retratar a vida na Palestina durante o mês do Ramadan, proporcionando aos seguidores uma visão das tradições culturais que permeiam a celebração em um país de maioria muçulmana. Durante sua viagem, o casal passou alguns dias na Turquia antes de chegar à Palestina, e, em seguida, seguiu para a Jordânia, sempre produzindo conteúdo focado em passeios históricos e gastronômicos.

Ao chegar à Palestina, o casal precisou comprar um chip de celular local para ter acesso à rede de internet local, situação comum para muitos viajantes. No entanto, após a troca do chip telefônico, ambos notaram que seus conteúdos começaram a alcançar um número significativamente menor de pessoas no Instagram. Além da troca do chip, que os localizava automaticamente na Palestina, o casal optou por usar o recurso de geolocalização em suas postagens, sinalizando para seu público que estavam, de fato, naquele território.

A divulgação da geolocalização, especialmente em contextos de viagens internacionais, é vista como benéfica para os influenciadores, uma vez que confere autenticidade às suas postagens e possibilita que pessoas interessadas no local visitado tenham acesso ao conteúdo. Em viagens internacionais, observa-se frequentemente que influenciadores que adotam essa prática experimentam um aumento expressivo no número de seguidores e nas visualizações de suas publicações (Silva & Mendes-Filho, 2023). No entanto, Mariam e Mahmmud notaram que as visualizações de suas postagens caíram drasticamente em comparação com os períodos em que estavam em outros países.

Geralmente, a queda no alcance é interpretada no Instagram como resultado de um conteúdo de baixa qualidade, que não agrada os usuários da plataforma. Contudo, no caso do casal, muitos seguidores relataram que não estavam recebendo seus conteúdos, mesmo após sinalizarem interesse prioritário nas postagens, como evidenciado por uma mensagem de uma seguidora publicada por Mariam.

Conforme analisou a antropóloga Rochelle Davis (2011), a ocupação israelense, como parte de seu processo de apartheid, busca apagar os nomes originais das cidades palestinas, substituindo-os por nomes hebraicos. Hyatt, por exemplo, ao viajar à Palestina, ora usava o termo Hebron, ora Al-Khalil, para se referir à cidade de seus familiares. O uso da localização com o nome Hebron, em vez de Al-Khalil, foi uma estratégia utilizada para aumentar o alcance da postagem e evitar que seu conteúdo fosse censurado ou mesmo retido pela rede social.

Como podemos observar em ambos os casos, a preferência pelo uso de nomes árabes na localização foi automaticamente interpretada pelo algoritmo do Instagram como uma violação do princípio de neutralidade, conforme os termos de uso da plataforma, o que resultou no *shadowban* do perfil do influenciador — uma forma de restrição de conteúdo na qual as postagens não são entregues aos seguidores por um período de até 30 dias.

A resposta de Mariam e Mahmud à restrição do Instagram foi uma denúncia pública sobre o que consideravam uma medida arbitrária e racista da plataforma. Em uma de suas postagens, Mahmud fez uma montagem com uma foto de seu passeio e o muro da Cisjordânia, construído por Israel, apontando para seu público que estavam sofrendo um boicote simplesmente por estarem na Palestina, convidando-os a refletir sobre a censura ainda maior que sofreriam caso abordassem questões políticas em suas postagens.

Além disso, Mahmud e Mariam publicaram os gráficos do Instagram Insights, uma ferramenta disponível para perfis comerciais e de influenciadores, que oferece acesso a dados de interações e visualizações de página, corroborando a percepção de que seus conteúdos não estavam sendo entregues. A queda no engajamento das contas impactou diretamente seus contratos comerciais, uma vez que, como aponta Sibilia (2008), é através da “expressão do eu” que os influenciadores constroem suas marcas.

Diante das restrições impostas pela plataforma, o casal adotou uma estratégia proativa para aumentar o engajamento com seu conteúdo sobre a Palestina e superar o *shadowban*. Eles incentivaram ativamente seus seguidores a repostarem suas publicações e a interagir com elas de forma intensiva, a fim de potencializar o desempenho de suas postagens. Esse caso evidencia a presença de racismo e preconceito étnico nas estruturas dos algoritmos do Instagram, que associam localidades específicas a estereótipos prejudiciais, comprometendo a representatividade on-line.

A violação do princípio da neutralidade do instagram

Como já mencionado, além das restrições associadas à geolocalização, o Instagram também impõe limitações ao uso de determinadas palavras que podem violar os termos de uso da plataforma. É de conhecimento comum entre os usuários que o algoritmo do Instagram opera a partir do reconhecimento de palavras-chave. Assim, quando um usuário utiliza termos considerados “sensíveis” ou “perigosos”, que possam ferir as diretrizes da comunidade, a plataforma tende a restringir a entrega daquele conteúdo.

Palavras como “abuso”, “violência” e “sexo” são exemplos de termos que o Instagram classifica como passíveis de restrição. Embora esse mecanismo tenha sido concebido para garantir uma convivência harmônica entre os usuários, o discurso de neutralidade que supostamente orienta o funcionamento da plataforma entra em contradição com a possibilidade de expressar perspectivas legítimas e compartilhar informações relevantes sobre temas políticos complexos.

Segundo os próprios Termos de Uso do Instagram:

O Instagram é um reflexo da nossa comunidade de culturas, idades e crenças diversificadas. Nós passamos muito tempo pensando sobre os diferentes pontos de vista para criar um ambiente aberto e seguro para todos. Criamos as Diretrizes da Comunidade para que você nos ajude a promover e a proteger essa comunidade incrível. [...] Quando os limites são ultrapassados, o resultado pode ser a exclusão de conteúdo, a desativação de contas ou outras restrições. (Instagram, n.d.)

De acordo com a análise de Issaaf Karhawi e Renata Sé (2021), os termos de uso do Instagram constroem um discurso que posiciona o usuário como parte ativa de um espaço de interação, colaboração e construção de comunidades. Esse discurso prioriza a preservação da qualidade do ambiente

digital em detrimento dos interesses individuais dos usuários. Entre as diretrizes destacam-se a necessidade de publicar conteúdos visualmente apropriados para um público diverso, promover interações autênticas e significativas, seguir a legislação vigente e respeitar os demais membros da comunidade.

O Instagram também recomenda evitar a glorificação da automutilação e ter cautela ao compartilhar eventos considerados sensíveis. Sobre esses “eventos interessantes”, os Termos de Uso afirmam:

Sabemos que muitas pessoas usam o Instagram para compartilhar eventos importantes e interessantes. Alguns desses temas podem envolver imagens explícitas. Muitas pessoas diferentes e com idades variadas usam o Instagram. Por isso, podemos remover vídeos de violência explícita e intensa para garantir que o Instagram continue sendo um local apropriado para todos. Compreendemos que, em alguns casos, as pessoas compartilham esse tipo de conteúdo para condenar, gerar conscientização ou educar. Se você compartilhar um conteúdo por esses motivos, escreva uma legenda avisando sobre a presença de imagens explícitas de violência. Não é permitido compartilhar imagens explícitas [...] para glorificar a violência (Instagram, n.d.)

Eventos como os de Sheikh Jarrah⁷ (2021) e o assassinato da jornalista Shireen Abu Akleh (2022), por exemplo, foram enquadrados nesse conceito de “eventos interessantes” e removidos tanto dos stories quanto dos feeds de influenciadores palestinos no Brasil. Alguns perfis chegaram a ser suspensos, impedidos de publicar novos conteúdos, e muitos sofreram com o chamado *shadowban*. Como relatou Mariam em entrevista ao jornal *Le Monde Diplomatique*:

Eles estão apagando meus stories por discurso de ódio, sendo que não estou fazendo isso. Tudo começou depois que passei a me posicionar sobre a Palestina. Acho que meus vídeos podem ter sido denunciados, talvez. Eles foram apagados, inclusive vídeos em que eu nem estava falando da Palestina, mas sobre reposições do jejum do Ramadã. Depois, na busca do Instagram, pessoas que não me seguem não conseguem me achar, a não ser que escrevam ‘*mariamchami_*’ na busca – antes, bastava escrever ‘*Mariam*’ e meu perfil era dos primeiros a aparecer. Meu conteúdo parou de ser entregue no feed de muitos seguidores, e eles relatam ter parado de me seguir sem querer. Também estou proibida de fazer lives. (Sé, 2021).

A censura tornou-se ainda mais evidente quando influenciadoras como Mariam, Hyatt e Carima se posicionaram sobre questões políticas envolvendo a Palestina, especialmente durante os episódios em Sheikh Jarrah. Essas restrições, justificadas pela alegada “neutralidade” da plataforma, revelam uma forma de silenciamento político.

Além das influenciadoras palestinas no Brasil, produtores de conteúdo nos Estados Unidos e na Inglaterra também denunciaram retaliações semelhantes ao tratarem de temas relacionados à Palestina (Karhawi & Sé, 2021, p. 12).

Diante dessas restrições, os influenciadores palestinos no Brasil recorreram a diversas estratégias para lidar com a censura. Uma delas foi incentivar seus seguidores a compartilhar e interagir com as postagens, como forma de aumentar o alcance orgânico do conteúdo. Outra estratégia foi o uso de

⁷ As investidas no bairro de Sheikh Jarrah, em Jerusalém Oriental, intensificaram-se em maio de 2021, quando famílias palestinas passaram a enfrentar ordens de despejo impostas por colonos israelenses, respaldadas por decisões judiciais do Estado de Israel. O caso tornou-se um símbolo da resistência palestina contra o processo de judaização de Jerusalém Oriental, ganhando ampla repercussão nas redes sociais e na mídia internacional.

palavras codificadas, com o intuito de burlar os filtros automáticos do Instagram e garantir que seus conteúdos chegassem ao público-alvo sem sofrer penalizações.

A substituição de letras por números e símbolos – como em “4bus0” (abuso), “v1ol3nci@” (violência) e “s3x0” (sexo) – tornou-se prática comum entre usuários que abordam temas sociais sensíveis. Palavras relacionadas à política, como “Palestina”, “Coreia do Norte”, “Cuba”, “comunismo”, “genocídio” e “extermínio”, também são frequentemente associadas à não entrega de conteúdo, o que leva os usuários a adotar a codificação como alternativa.

O uso de emojis é outra ferramenta recorrente para driblar os filtros da plataforma. Isso ocorre por dois motivos principais: o primeiro é técnico – os emojis são lidos pelo sistema como códigos UNICODE (por exemplo, a bandeira da Palestina é lida como PS [U+1F1F5 U+1F1F8]) e não como palavras diretamente associadas ao conteúdo; o segundo é comunicacional – os emojis integram a linguagem coloquial das redes sociais e são menos propensos à moderação automática, já que sua interpretação pode ser subjetiva.

Esse tipo de codificação é bastante explorado em outras plataformas, como o TikTok, no qual emojis como berinjela, pêssego ou taco mexicano são usados como metáforas visuais para conteúdos eróticos. No caso da Palestina, como apontaram Laura Cervi e Tom Divon (2023), usuários passaram a utilizar emojis como os de sangue e da bandeira palestina para se referir, indiretamente, à campanha *Palestine Lives Matter*, evitando assim bloqueios e sanções automáticas.

Haters e humor: violência e resistência nas redes sociais

Os ambientes digitais sujeitam seus usuários a sistemas não-humanos que, no caso dos influenciadores palestinos no Brasil, são capazes de restringir o alcance de suas produções no Instagram. Para além da agência do algoritmo, esses produtores de conteúdo também estão sujeitos a sanções e violências oriundas de outros usuários humanos da plataforma: os chamados *haters*.

Um ponto importante nas dinâmicas de publicação de conteúdos informativos sobre a Palestina nas redes sociais é o potencial de tais postagens atingirem um grande número de pessoas, ou, na linguagem das redes, viralizarem. Contudo, esse fenômeno expõe os produtores de conteúdo a ataques, críticas e discursos de ódio – os *hates* –, proferidos por usuários que frequentemente utilizam perfis anônimos ou falsos. Esses ataques, muitas vezes de cunho pessoal, não se limitam ao conteúdo publicado, mas se estendem à identidade dos influenciadores.

Uma simples postagem, considerada polêmica por apresentar uma visão divergente da narrativa dominante, é capaz de mobilizar um número significativo de pessoas que passam a discutir e a expor seus pontos de vista, muitas vezes por meio de discursos carregados de ódio. Em geral, tais interações são feitas por indivíduos com perfis falsos (*fakes*), recurso utilizado como forma de proteção para que o sujeito se sinta livre para expressar-se, inclusive com ameaças e ataques. Como observam Amaral e Coimbra (2015, p. 225), trata-se de um sentimento de “proteção física”, que confere uma falsa sensação de impunidade ao agressor.

Durante os eventos em Sheikh Jarrah, por exemplo, influenciadores palestinos no Brasil passaram a receber uma série de mensagens de ódio em função de seus posicionamentos. Segundo Hyatt, em seu *story* do Instagram, do dia 10 de maio de 2021:

Quando comecei a postar sobre a causa palestina no Instagram, eu não pensava muito sobre como as pessoas, com uma visão diferente da minha, poderiam vir e comentar meus posts – o que é super tranquilo. Mas logo no início percebi que era muito mais difícil porque eram mais ataques pessoais do que necessariamente críticas ou um debate onde existe respeito...

A violência discursiva é amplamente disseminada nas redes sociais. Os *haters* são conhecidos por adotarem discursos ofensivos e pejorativos com o intuito de atrair a atenção de suas audiências, promovendo o ódio em troca de curtidas, comentários e visibilidade. Para Byung-Chul Han (2017), existe, nas redes, um “vírus digital da violência”, sustentado pela possibilidade de anonimato e pela propagação de mensagens negativas. Essa violência da negatividade constitui uma dualidade entre vítima e agressor, amigo e inimigo, e se desloca do plano físico para o psicológico, interiorizando-se nos sujeitos como conflito psíquico. Como relatou Hyatt em sua comunicação pessoal no *story* do Instagram de 10 de maio de 2021:

Era difícil e eu não sabia lidar. Ficava muito triste, chorava e tinha vontade de bloquear as contas ou deletar os comentários. Aí, minha irmã mais velha conversou muito comigo e falou que tenho que abrir espaço pra isso. Nunca vou ir em uma página pró-Israel para xingar a pessoa, falar que ela tá colocando fake news... cada um fala sua verdade. E quando as pessoas forem se educar, vão ver o que está acontecendo de verdade. Só que não é porque vemos as pessoas através de uma tela que elas não têm sentimentos.

Como se observa nesse relato, a violência perpetrada pelos *haters* deixa marcas profundas, afetando o bem-estar emocional dos alvos. Diante desse cenário, uma das estratégias utilizadas para mitigar os efeitos da violência digital é o uso do humor como forma de resistência. Ao transformar palavras hostis em piadas, os sujeitos não apenas desarmam a violência simbólica, mas também demonstram resiliência diante da adversidade.

Nesse contexto, os *memes* emergem como um recurso central de enfrentamento e resposta. O termo foi inicialmente cunhado pelo biólogo Richard Dawkins em *O gene egoísta* (1976), em que descreve o *meme* como uma unidade replicadora de informação cultural, que se alastra por imitação, mutação e adaptação. Para o autor, os *memes* possuem um potencial de resistência crítica, funcionando como “instrumentos de rebelião contra os replicadores egoístas” (Dawkins, 1979, pp. 215–218).

Nos anos 2000, com a ascensão das redes sociais, os *memes* adquiriram novos contornos, tornando-se peças centrais da comunicação digital contemporânea. Eles passaram a ocupar um espaço relevante não apenas no entretenimento, mas também no jornalismo, na publicidade e, sobretudo, na política. Como observam Beiguelman (2021) e Chagas (2016), os *memes* são, hoje, formas visuais de comunicação efêmera, criadas para serem compartilhadas. Expressam, com ironia e sarcasmo, temas da atualidade e são muitas vezes estruturados como *image-macro*: imagens com textos curtos em letras garrafais.

Jacques Rancière (2021, pp. 56-57) define esse fenômeno como “frase-imagem”, um formato em que texto e imagem não se complementam, mas se fundem para criar um novo sentido. Dessa forma, os *memes* funcionam como uma espécie de noticiário visual alternativo, que circula amplamente pelas redes e produz ressignificações por meio do humor. No caso brasileiro, o uso de *memes* atingiu um nível sofisticado, com produções que comentam desde banalidades cotidianas até os reveses políticos mais complexos.

No cenário dos influenciadores palestinos no Brasil, o uso de *memes* representa uma ferramenta de enfrentamento simbólico diante da violência dos *haters*. Por meio do humor, essas figuras públicas não apenas expõem e ironizam os discursos de ódio, mas também ampliam o alcance das discussões políticas sobre a Palestina. O humor, nesse sentido, torna-se um instrumento de visibilidade e resistência. A capacidade de responder aos ataques com criatividade e inteligência não só neutraliza a toxicidade dos discursos hostis, como também fortalece uma cultura digital voltada à solidariedade e à informação crítica.

Conclusão: a denúncia como arma contra o algoritmo e os haters

O primeiro ponto que nos chama a atenção entre os influenciadores palestinos no Brasil é a repressão de seus conteúdos por agentes não humanos – como algoritmos, arquiteturas de dados e softwares –, os quais são fundamentais para a análise desse fenômeno. Isso porque a lógica de influência que fundamenta a atual economia digital pressupõe, justamente, que os usuários individuais se sintam livres e soberanos. A censura aos conteúdos palestinos, mesmo quando não envolvem imagens explícitas de violência ou discursos de ódio, ocorre extensivamente no Instagram. Observa-se, no entanto, que essa censura não tem sido suficiente para impedir a expansão dos perfis de influenciadores palestinos no Brasil. Pelo contrário: a partir da denúncia das sanções impostas pela plataforma, é possível observar aumentos substanciais no número de seguidores desses perfis.

A denúncia da supressão arbitrária de conteúdos no Instagram e das mensagens de ódio direcionadas aos palestinos constitui elemento fundamental para a articulação desses influenciadores na plataforma, uma vez que funciona como evidência das violações de direitos a que estão submetidos – seja nas redes sociais, seja na Palestina.

Na denúncia pública dos silenciamentos impostos pela plataforma às suas postagens, observamos, no caso de Mariam, o uso de uma performance de protesto. Ao aparecer com o véu e a boca tapada, ela mobiliza também o imaginário – tanto pessoal quanto algorítmico – que associa mulheres muçulmanas à opressão e ao silenciamento. Em sua legenda, Mariam escreve: “Se eu, que sou brasileira, morando no Brasil, um país democrático, estou sendo censurada e tentam me calar, imaginem o que não estão fazendo com o povo palestino” (Chami, 2021).

Em sentido semelhante, Carima Orra, brasileira com ascendência palestina, também denunciou os silenciamentos arbitrários que vinha sofrendo por parte do Instagram. Em uma de suas postagens, escreveu:

Talvez o engajamento caia mesmo. Talvez perca alguns contratos de publicidade. Talvez algumas agências me tirem do *mailing*. Mas o que é perder isso quando outras pessoas perdem pais, filhos, casa, dignidade e direitos humanos. Se não eu, quem vai denunciar o genocídio que ocorre todos os dias na Palestina? Se não você, quem vai falar sobre as crianças órfãs sem direito ao mínimo estabelecido pelos direitos humanos?

FALEM SOBRE A PALESTINA

COMPARTILHEM POSTS

DENUNCIEM A INJUSTIÇA (Orra, 2022).

No caso dos acontecimentos em Sheikh Jarrah, a denúncia da remoção de inúmeros *stories* e postagens – sobretudo no Brasil e nos Estados Unidos – levou o Instagram a emitir uma nota afirmando desconhecer os motivos para o desaparecimento do conteúdo. No discurso da plataforma, todos os usuários são trata-

dos de maneira igualitária. E é aqui que entra uma dimensão fundamental da plataformização do trabalho (Grohmann, 2020): ainda que trabalhem na e para a plataforma, os influenciadores não têm acesso a garantias. Não há canais de negociação direta com a empresa, e a exclusão de postagens é tratada apenas como uma violação da liberdade de expressão, e não como uma questão trabalhista — ainda que a fonte de renda de boa parte desses influenciadores dependa diretamente da promoção de publicidades em seus perfis.

A censura exercida pelo Instagram, como vimos, não necessariamente proíbe diretamente. Ela define, algoritmicamente, o que se pode ver e de que maneira. De suas regras de operação emergem parâmetros de interdição que consolidam aquilo que Beiguelman (2021, p. 53) define como uma nova forma de colonialidade, incorporada aos *datasets* e manifestada no plano do imaginário. No caso da Palestina, a censura aos conteúdos relacionados ao país serve como exemplo de que o apagamento colonial sofrido no território pela ocupação israelense se reproduz tanto na realidade local quanto nas dinâmicas vividas nas plataformas digitais. Isso pode ser observado, por exemplo, na denúncia da queda de engajamento feita por Mahmmud ao abordar o assassinato da jornalista Shireen Abu Akleh.

A análise de Karhawi e Sé (2021) aponta que, na nota oficial do Instagram sobre os silenciamentos e a remoção de postagens, destaca-se a aparente incompreensão da própria plataforma quanto ao papel do algoritmo e da automatização na tomada dessas decisões. Conforme analisado por Mohlmann e Zalmanson (2020), no contexto da uberização, há uma completa transferência do gerenciamento, da organização e da avaliação do trabalho para os algoritmos, sem que os parâmetros utilizados sejam transparentes aos usuários.

A vinculação a esses parâmetros nebulosos, que determinam a exclusão e o banimento de conteúdos e perfis, está fundamentada no princípio da suposta neutralidade da plataforma. Contudo, é amplamente reconhecido que a tecnologia não é intrinsecamente neutra, e que as redes sociais não escapam à influência de valores e preconceitos embutidos na arquitetura de seus algoritmos. Conforme destacado por Silveira, Machado e Santos (2018), isso cria um ambiente poderoso para a expressão de causas internacionais, mas também impõe complexidades à sua atuação.

A censura, a vigilância nas redes sociais e os discursos de ódio direcionados aos palestinos transformam o Instagram em um espaço subjuntivo, onde as experiências passadas de expulsão e expropriação se entrelaçam com o presente da diáspora, por meio de contornos algorítmicos. Da mesma forma que a resistência contra os movimentos coloniais se manifesta no cotidiano da Palestina, ela também se expressa nas redes sociais, por meio da denúncia das arbitrariedades da própria plataforma. Assim, da mesma forma que as pedras arremessadas contra o muro que separa o território ocupado por Israel se tornaram símbolo de resistência física durante a Primeira Intifada, no ambiente digital, a luta contra a censura e os impedimentos impostos pelo Instagram constitui uma forma de resistência possível para a diáspora frente à dominação israelense.

Maria Alice Tallemberg Soares é doutora em Antropologia Social pela Universidade Federal Fluminense e membro do Núcleo de Estudos do Oriente Médio (NEOM/UFF).

REFERÊNCIAS

- Amaral, A., & Coimbra, M. (2015). Expressões de ódio nos sites de redes sociais: o universo dos haters no caso #eunãomereçoserestuprada. *Contemporânea*, 13(2), 294–310.
- Beiguelman, G. (2021). *A estética da informação: arte, tecnologia e política*. Ubu.
- Ruiz, C. (2021). Algoritmização da vida: a nova governamentalização das condutas. *Revista Brasileira de Filosofia*, 19(314), 167–189. ISSN 1679-0316 (impresso). ISSN 2448-0304 (online).
- Cesarino, L. (2022). *Sobre os poderes digitais: crítica à razão cibernética*. Ubu.
- Chagas, V. (2018). A febre dos memes de política. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, 25(1), 1-26.
- Chami, M. (@mariamchami_). 2021. *Se eu, que sou brasileira, morando no Brasil, um país democrático*. Instagram, 18 de maio de 2021. https://www.instagram.com/p/CO_bZpjHb_D/?igsh=OGNjd-3JtcTkcyjdz
- Davis, R. (2011). *Palestinian village histories: geographies of the displaced*. Stanford University Press.
- Dawkins, R. (1979). *O gene egoísta*. Trad. Geraldo H. M. Florsheim. Itatiaia/EDUSP.
- Grohmann, R. (2020). Plataformização do trabalho: entre a dataficação, a financeirização e a racionalidade neoliberal. *Informe*, 22(1), 106–122. <https://informe.ensp.fiocruz.br/assets/anexos/f7a-335720964ca1ef9ead6eb4e8dfaf8.PDF>
- Han, B.-C. (2017). *Topologia da violência*. Vozes.
- Instagram. (n.d.). *Termos de uso*. Meta Platforms, Inc. https://help.instagram.com/581066165581870/?locale=pt_BR
- Karhawi, I., & Sé, L. (2021). Censura ou problema técnico? A opacidade algorítmica do Instagram e o caso de Sheikh Jarrah. *Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 44. <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt5-cd/issaaf-karhawi.pdf>
- Mohlmann, M., & Zalmanson, L. (2018). Hands on the wheel: navigating algorithmic management and Uber drivers' autonomy. *ICIS 2017: Transforming Society with Digital Innovation*, 38. <https://cris.tau.ac.il/en/publications/hands-on-the-wheel-navigating-algorithmic-management-and-uber-dri-3>
- Morin, E. (1989). *O método – Volume 4: As ideias*. Sulina.
- Morozov, E. (2018). *Big tech: a ascensão dos dados e a morte da política*. Ubu.

- Orra, C. [@carimaorra]. (2022). *Talvez o engajamento caia mesmo. Talvez perca alguns contratos de publicidade*. Instagram, 11 de maio de 2022. https://www.instagram.com/p/CdbBPltOQKI/?igsh=dTlINzVlbDAyaG5u&img_index=1
- Rancière, J. (2021). *Les mots et les torts: dialogue avec Javier Bassas*. La Fabrique éditions. ISBN 978-2-35872-208-7.
- Sibilia, P. (2008). *O espetáculo do eu: a criação da personalidade na era da mídia digital*. Contraponto.
- Silva, A., & Mendes-Filho, L. (2023). Credibilidade do *travel influencer* no Instagram afetando a intenção do viajante na escolha de destinos. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 17, e2669. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v17.2669>
- Silveira, S. A., de Souza, J. A., Machado, D. F., & Santos, C. O. (2018). Análise das plataformas de compartilhamento online e de suas práticas colaborativas. *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura*, 20(2), 7–23. <https://ufs.emnuvens.com.br/eptic/article/view/9610>
- Sé, L. (2021, 1 de junho). *Criadoras de conteúdo em defesa da Palestina reclamam de censura do Instagram*. Le Monde Diplomatique Brasil. [https://diplomatie.org.br/criadoras-de-conteudo-em-defesa-da-palestina-reclamam-de-censura-do-instagram/Le Monde Diplomatique+1Le Monde Diplomatique+1](https://diplomatie.org.br/criadoras-de-conteudo-em-defesa-da-palestina-reclamam-de-censura-do-instagram/Le%20Monde%20Diplomatique+1Le%20Monde%20Diplomatique+1)
- Van Dijck, J. (2020). *Plataformas da comunicação: entre a corporação e o comum*. Editora Unisinos.
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: a critical history of social media*. Oxford University Press.
- Zuboff, S. (2019). *A era do capitalismo de vigilância: a luta por um fronteiro humano na nova fronteira do poder*. Intrínseca.

OS DILEMAS DO ALGORITMO: SILENCIAMENTOS E RESTRIÇÕES IMPOSTOS AOS PALESTINOS PELO INSTAGRAM NO BRASIL

Resumo: Este artigo analisa as formas de silenciamento enfrentadas por influenciadores digitais palestinos no Brasil no contexto do Instagram, com ênfase nos mecanismos algorítmicos e na violência simbólica promovida por outros usuários da plataforma. A partir do estudo de caso de influenciadores como Mariam, Mahmud e Hyatt, a pesquisa investiga como práticas como o *shadowban*, a restrição por geolocalização e a censura automatizada de palavras-chave impactam negativamente a visibilidade de conteúdos relacionados à Palestina. Destaca-se que a simples localização dos usuários em território palestino já é suficiente para gerar queda no alcance de postagens, contrariando a lógica habitual de engajamento de viagens internacionais. Além disso, o artigo evidencia como o uso de determinados termos ou expressões políticas pode resultar em remoção de conteúdo ou suspensão de perfis, revelando contradições no discurso de neutralidade da plataforma. Frente a essas restrições, os influenciadores adotam estratégias de resistência como o uso de palavras codificadas, emojis, denúncias públicas e a criação de memes – estes últimos como formas de humor político que confrontam tanto os algoritmos quanto o discurso de ódio disseminado por *haters*. A análise conclui que, diante da violência algorítmica e simbólica, a denúncia e a criatividade digital se tornam armas centrais na luta por visibilidade, reconhecimento e justiça nas redes sociais.

Palavras-chave: Palestina; influenciadores digitais; Instagram; algoritmo; shadowban.

THE DILEMMAS OF THE ALGORITHM: SILENCING AND RESTRICTIONS IMPOSED ON PALESTINIANS BY INSTAGRAM IN BRAZIL

Abstract: This article analyzes the silencing strategies faced by Palestinian digital influencers in Brazil on Instagram, focusing on algorithmic mechanisms and symbolic violence enacted by other users. Based on the case studies of influencers such as Mariam, Mahmud, and Hyatt, the research investigates how practices like shadowbanning, geolocation-based restriction, and automated keyword censorship negatively impact the visibility of content related to Palestine. It highlights how merely being located in Palestinian territory is enough to trigger a decrease in post reach, defying the usual engagement logic linked to international travel. Furthermore, the article reveals how the use of certain terms or political expressions can lead to content removal or account suspension, exposing contradictions in the platform's narrative of algorithmic neutrality. In response to these restrictions, influencers adopt resistance strategies such as using coded language, emojis, public denunciations, and memes – these latter functioning as political humor tools that challenge both the algorithms and the hate speech propagated by haters. The analysis concludes that, in the face of algorithmic and symbolic violence, digital denunciation and creativity become key tools in the struggle for visibility, recognition, and justice on social media.

Keywords: Palestine. Digital influencers. Instagram. Algorithm.. Shadowban.

LOS DILEMAS DEL ALGORITMO: SILENCIAMIENTOS Y RESTRICCIONES IM- PUESTAS A LOS PALESTINOS POR INSTAGRAM EN BRASIL

Resumen: Este artículo analiza las formas de silenciamiento que enfrentan los influenciadores digitales palestinos en Brasil en el contexto de Instagram, con énfasis en los mecanismos algorítmicos y la violencia simbólica promovida por otros usuarios de la plataforma. A partir del estudio de caso de influenciadores como Mariam, Mahmud y Hyatt, la investigación explora cómo prácticas como el shadowban, la restricción por geolocalización y la censura automatizada de palabras clave afectan negativamente la visibilidad de contenidos relacionados con Palestina. Se destaca que la simple ubicación de los usuarios en territorio palestino ya es suficiente para generar una disminución en el alcance de las publicaciones, lo que contradice la lógica habitual de participación en viajes internacionales. Además, el artículo evidencia cómo el uso de ciertos términos o expresiones políticas puede resultar en la eliminación de contenido o la suspensión de perfiles, revelando contradicciones en el discurso de neutralidad de la plataforma. Frente a estas restricciones, los influenciadores adoptan estrategias de resistencia como el uso de palabras codificadas, emojis, denuncias públicas y la creación de memes, estos últimos como formas de humor político que confrontan tanto los algoritmos como el discurso de odio difundido por los haters. El análisis concluye que, frente a la violencia algorítmica y simbólica, la denuncia y la creatividad digital se convierten en armas clave en la lucha por visibilidad, reconocimiento y justicia en las redes sociales.

Palabras clave: Palestina; influenciadores digitales; Instagram; algoritmo; shadowban.

SUBMETIDO: 01/07/2024

APROVADO: 25/04/2025

PUBLICADO: 31/07/2025



Este é um material publicado em aces-
so aberto sob a licença *Creative Commons*
BY-NC