

## **Israel e Hamas: Um Estudo do Impacto do G1 e do TikTok na Opinião Pública<sup>1</sup>**

Clara Meneses de MOURA<sup>2</sup>  
Dinarte Varela BEZERRA<sup>3</sup>  
Jessica Larissa de Lima FARIAS<sup>4</sup>  
Kananda Vitória Arão de SOUZA<sup>5</sup>

Universidade Federal da Paraíba

João Pessoa, PB

### **RESUMO**

O presente trabalho tem como objetivo comparar a forma que o G1, mídia tradicional, e o Tik Tok, plataforma de conteúdos, noticiam os acontecimentos da guerra entre Israel e Hamas. Desde 1948, quando iniciou a invasão do povo de Israel à Palestina, a maneira de fazer Jornalismo mudou, em 2024, após 76 anos, o foco saiu do impresso e agora apresenta um novo formato: o consumo rápido de notícias através das redes sociais. Neste artigo, faremos um estudo bibliográfico e quantitativo sobre como a maneira de noticiar os acontecimentos dessa guerra podem moldar as opiniões no Brasil.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo; Guerra; Tik Tok; G1.

### **CORPO DO TEXTO**

No dia dois de novembro de 1917, Arthur Balfour, então ministro da Grã-Bretanha, assinou o documento conhecido como “Declaração de Balfour”, que incentivava os judeus a tomarem sua “Terra Histórica” ou “Terra Prometida” no Oriente Médio, território da Palestina. Essa Declaração deu início a uma guerra que viria a durar mais de 100 anos, perdurando até os dias atuais.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, cultura e internet, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

<sup>2</sup> Estudante de graduação 6º semestre do Curso de Jornalismo da UFPB, e-mail: clara.meneses2@academico.ufpb.br

<sup>3</sup> Docente do Curso de Jornalismo da UFPB, e-mail: [dinarteb@gmail.com](mailto:dinarteb@gmail.com)

<sup>4</sup> Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Jornalismo da UFPB, e-mail: [jessica.farias@academico.ufpb.br](mailto:jessica.farias@academico.ufpb.br)

<sup>5</sup> Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Jornalismo da UFPB, e-mail: [kananda.arao@academico.ufpb.br](mailto:kananda.arao@academico.ufpb.br)

Em 7 de outubro de 2023, o mundo testemunhou o início de uma escalada de violência após o bombardeio do território de Israel por um grupo de militantes rebeldes conhecido como Hamas, que resultou no conflito conhecido como a Guerra Israel-Hamas. Esta ação provocou uma série de conflitos que, até fevereiro de 2024, deixou mais de 28.700 vítimas fatais e 67.000 feridos. Os motivos por trás dessa Guerra, envolvem questões políticas, territoriais e religiosas. O ataque de outubro e os conflitos que se seguiram representam um dos episódios mais marcantes do século XXI, evidenciando a persistência das tensões na região do Oriente Médio.

No Brasil, o site do G1, pertencente ao Grupo Globo, ocupa uma posição de destaque como o maior portal de notícias, tanto em âmbito de cobertura nacional quanto internacional. Desde sua criação, o G1 tem sido uma força pioneira no cenário do jornalismo digital brasileiro, estabelecendo-se como uma das primeiras empresas a investir no consumo de notícias pela internet desde 2006.

Em 2018, o G1 alcançou 3,1 bilhões de acessos, se firmando como potência no jornalismo digital. Essa conquista é reflexo do compromisso do Grupo Globo em fornecer conteúdo jornalístico de relevância para seu público, adaptando-se às tendências do consumo de notícias na era digital.

De 07/10/2023 até 10/10/2023, o G1 publicou um total de 610 matérias abordando o conflito em questão. Dentre essas, 609 mencionaram "Israel", enquanto apenas 447 mencionaram "Hamas" e uma quantidade ainda menor mencionou "Palestina". Além disso, dentre as matérias que mencionaram o Hamas, 88 estavam relacionadas às palavras "terrorista" ou "terrorismo". Essa disparidade na quantidade de menções tem sido criticada pelo jornal independente Intercept Brasil, que aponta para um possível viés na cobertura jornalística.

O Intercept Brasil destacou o duplo padrão de moralidade na mídia, pedindo responsabilidade e imparcialidade na cobertura do conflito. Eles enfatizaram a importância de a imprensa agir em nome da vida e da dignidade humana, deixando de lado lealdades políticas e exigindo o fim imediato da violência:

“O duplo padrão de moralidade nos jornais é evidente (...) Pedimos à mídia brasileira que seja responsável e acabe com essa loucura. Assim como durante a crise da Covid-19, este momento excepcional de calamidade exige que a imprensa se levante em nome da vida e da dignidade humana. É hora de deixar de lado as lealdades políticas, cessar o apoio acrítico ao assassinato em massa de civis e exigir o fim imediato da violência. (...)”

O processo de adaptação do fazer jornalismo ocorre sempre devido às mudanças de consumo da sociedade, Canavilhas *et al* (2019) diz que o jornalismo está ligado diretamente à mobilidade:

“Mobilidade e jornalismo são dois conceitos cujos caminhos se cruzam ao longo da história. E a razão é simples: os produtos do jornalismo - notícias, entrevistas, reportagens, etc - são feitos para serem lidos. Quanto mais portátil e móvel for o suporte de distribuição, mais fácil será levar os conteúdos aos seus destinatários finais: os cidadãos.” (CANAVILHAS; RODRIGUES; GIACOMELLI, 2019, p.9).

O foco no digital, em sites e plataformas, se tornou maior, tanto com o objetivo de conseguir manter a audiência quanto para atingir novos públicos. O Digital News Report diz que “as gerações mais novas costumam dar mais atenção a influenciadores ou celebridades do que a jornalistas, mesmo quando se trata de notícias.”

O Tik Tok, aplicativo de compartilhamento de vídeos no qual os usuários podem criar e postar vídeos de diversos conteúdos, ganhou popularidade em 2020, segundo o site WebCompany, em 2022 a plataforma contava com 74,1 milhões de usuários ativos. No Brasil, os dados do mesmo site indicam que o principal consumidor do Tik Tok, são jovens da Geração Z<sup>6</sup> - 16 a 24 anos. Neste sentido, para os jovens as redes sociais têm substituído os sites de notícias tradicionais, tornando-as a sua principal fonte de informação.

Entretanto, de acordo com o Metrôpoles, há um crescimento no público da plataforma, pesquisas mostram aumento de 24% entre adultos de 35 a 55 anos e 14% de pessoas com mais de 55 anos. Ou seja, as informações propagadas pelo Tik Tok estão atingindo cada vez mais públicos de diferentes faixa etária.

A criação de conteúdo jornalístico no Tik Tok está sujeita a qualquer pessoa, sem necessariamente possuir uma formação na área de comunicação. Tanto que o vídeo mais conhecido sobre a Guerra de Israel x Hamas foi publicado no dia 08/10/2023 pela estudante de Relações Internacionais Martina Giovanetti. O vídeo em março de 2024 contava com mais de 4 milhões e 400 mil visualizações.

No TikTok, a hashtag #freepalestine conta com mais de 4,6 milhões de vídeos, enquanto a hashtag #israel, tem somente 3,1 milhões de vídeos. Dado isso, leva-se em consideração o processo de formação de opinião e o interesse informacional. A “onda” de posts e vídeos anunciando ser “Pró-Israel” ou “Pró-Palestina” sem embasamento

teórico ou informações verídicas desencadeiam uma série de influências no público que consome de maneira passiva e desenfreada.

“A ByteDance, dona do TikTok, anunciou o lançamento de novas ferramentas de filtragem de comentários na rede social.” Segundo a Engadget, a medida foi adotada após órgãos reguladores entrarem em contato após a grande circulação e o impacto promovido pela desinformação sobre a Guerra.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Portanto, é indiscutível a percepção do avanço no mundo digital, as formas de consumo de notícias se diversificaram, bem como os seus públicos. O ideal de assistir o telejornal ao vivo não cativa mais tanto assim os jovens, que preferem acompanhar as informações do momento por meio das mídias sociais, afinal, um vídeo do Tik Tok em pouquíssimos minutos irá resumir tudo que foi apresentado em longas horas na televisão, ou em diversos parágrafos em uma reportagem no meio digital.

Sendo assim, os veículos jornalísticos precisam se adaptar, aderindo a estratégias específicas, mas empenhados em divulgar seus conteúdos com uma linguagem diferente para cada plataforma, o que facilitará a obtenção e manutenção do público alvo. O algoritmo do Tik Tok permite que o vídeo circule durante muito tempo e entre diversos usuários, não sendo tão findável como em outras redes, neste aplicativo cada produção tem uma vida útil longa.

Entretanto, é necessário ter cautela quanto ao seu uso, visto que por mais que as redes sociais sejam úteis para divulgar informações, continua sendo fundamental revisar e conferir o seu conteúdo, para que o indivíduo não caia nas ondas de notícias falsas. De acordo com o Relatório sobre Notícias Digitais de 2022, elaborado pelo Reuters Institute, 48% dos brasileiros confiam nas notícias na grande maioria do tempo. Na média global, a confiança é de 42%.

Sob esse viés, a importância da credibilidade na formação da opinião do usuário é conquistada por uma reputação sólida, e é nesse sentido que a imprensa emerge como um veículo fundamental, qualificado o bastante para conferir notoriedade e confiabilidade à informação publicada. Consequentemente, tornou-se imprescindível que os veículos jornalísticos se integrem a essas redes, repassando as notícias por meio de um portal confiável, mas adaptado para aquele público, com informações objetivas,

dinâmicas e simples, quebrando a barreira existente entre o jornalismo formal e o meio social.

## REFERÊNCIAS

APARECIDO, Israel. Guerra: o show midiático que protege Israel - Outras Palavras. Disponível em: <<https://outraspalavras.net/geopoliticaeguerra/guerra-show-midiatico-que-protege-israel/>>. Acesso em: 26/03/2024.

ABJ NOTÍCIAS. Muito Além do Entretenimento: Jovens utilizam Tik Tok para o consumo de notícias. Disponível em: <<https://www.abjnoticias.com.br/tik-tok-usado-para-o-consumo-de-noticias/>>. Acesso em 24/03/2024.

BRASIL, de Fato. Guerra em Gaza completa 4 meses com mais de 27 mil palestinos mortos; Israel nega cessar-fogo. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2024/02/07/guerra-em-gaza-completa-4-meses-com-mais-de-27-mil-palestinos-mortos-israel-nega-cessar-fogo#:~:text=A%20guerra%20na%20Faixa%20de>>. Acesso em: 26/03/2024.

BRASIL, Intercept. Abaixo-assinado: Globo e grande mídia, parem de desumanizar civis palestinos. Queremos paz. Disponível em: <<https://www.intercept.com.br/2023/10/15/abaixo-assinado-globo-e-grande-midia-parem-de-desumanizar-civis-palestinos-queremos-paz/>>. Acesso em: 28/03/2024.

DUNDER, Karla. Entenda a guerra entre Israel e Hamas. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/entenda-a-guerra-entre-israel-e-hamas/>>. Acesso em: 26/03/2024.

ENGADGET. Tik Tok adds comment filtering tools to better handle Israel-Hamas war content. Disponível em <[https://www.engadget.com/tiktok-adds-comment-filtering-tools-to-better-handle-israel-hamas-war-content-050007752.html?guccounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly90cmVsbG8uY29tLw&guce\\_referrer\\_sig=AQAAAhtCypHpZhaYRAughWEAagjycNDbyk5eQOOz1Yx2yHVtWo](https://www.engadget.com/tiktok-adds-comment-filtering-tools-to-better-handle-israel-hamas-war-content-050007752.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly90cmVsbG8uY29tLw&guce_referrer_sig=AQAAAhtCypHpZhaYRAughWEAagjycNDbyk5eQOOz1Yx2yHVtWo)>

[Le61AmAWI7uS5BP6WKtd0k5KqdPPUnIt-Ta-sJqidKknt-jxoJeZejuDflRVvPKFnQWZHzx\\_PxjIX5wGYyAjrSsnUAD2fls0V4cS1jP-D-NS8hlxTCUk9VJtV4Bc0](#)>. Acesso em: 27/03/2024.

G1. Disponível em:  
<<https://g1.globo.com/busca/?q=hamas&order=recent&from=2023-10-07T00%3A00%3A00-0300&to=2023-10-10T23%3A59%3A59-0300>>. Acesso em: 28/03/2024.

KNELL, Yolande. Declaração Balfour, as 67 palavras que há 100 anos mudaram a história do Oriente Médio. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-41842505>>. Acesso em: 26/03/2024.

METRÓPOLES. Famosos e vídeos curtos: porque o Tik Tok virou a rede social da pandemia. Disponível em:<<https://www.metropoles.com/entretenimento/famosos-e-videos-curtos-por-que-o-tiktok-virou-a-rede-social-da-pandemia>>. Acesso em: 26/03/2024.

O GLOBO. Confiança na imprensa supera média global no Brasil. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/google/amp/economia/noticia/2022/06/confianca-na-imprensa-super-a-media-global-no-brasil.ghtml>>. Acesso em: 25/03/2024.

RECORDING. Disponível em:  
<<https://www.recording.com.br/post/70-estat%C3%ADsticas-sobre-facebook-e-instagram-que-voc%C3%AA-precisa-saber-em-2021>>. Acesso em: 27/03/2024.

WEBCOMPANY. Qual é o público do TikTok no Brasil? Disponível em: <<https://webcompany.com.br/qual-e-o-publico-do-tiktok-no-brasil/>>. Acesso em: 27/03/2024.