

O JORNALISMO ESPORTIVO E O CONSUMO DE *FAKE NEWS* NAS REDES SOCIAIS (APOIO UNIP)

Alunos: João Vitor Chiguera Lima e Rafael Costa Andrade Luz

Orientador: Prof. Dr. Elvis Wanderley dos Santos

Curso: Jornalismo

Campus: Chácara Santo Antônio

Este trabalho analisa o impacto da disseminação de *fake news* no jornalismo esportivo, com foco nas redes sociais. Considerando o crescimento do uso de plataformas como Instagram, TikTok e X (antigo Twitter), o Brasil figura entre os países com maior circulação de desinformação. A pesquisa busca compreender como essas notícias falsas afetam a credibilidade de jornalistas e o comportamento do público consumidor de conteúdo esportivo. Para tanto, foram consultadas matérias jornalísticas, livros, artigos acadêmicos, dados estatísticos e postagens nas redes sociais, além da análise de ferramentas de combate à desinformação, como agências de checagem e notas da comunidade. Os resultados mostram que as *fake news* não são um fenômeno recente, mas ganharam amplitude e velocidade com a internet. Casos contemporâneos, como o da boxeadora Imane Khelif, ilustram o impacto de conteúdos fora de contexto. Conclui-se que, embora existam estratégias eficazes de enfrentamento, o jornalismo esportivo ainda enfrenta desafios diante da popularização de perfis não jornalísticos que difundem boatos de forma viral.