



VI ENNEPE

ENCONTRO NORTE-NORDESTE DE PSICOLOGIA DO ESPORTE

MEMÓRIA COLETIVA NO MUSEU DO BAHIA E O JORNALISMO ESPORTIVO MUSEALIZADO

Luiz Caraciolo Teles

O presente texto é um relato de pesquisa que apresenta de forma resumida reflexões sobre a memória esportiva nos museus de futebol, tendo como base a minha experiência na gestão administrativa e na produção de conteúdo para o Museu do Bahia, localizado na Arena Fonte Nova e inaugurado em 2022, e a minha trajetória como jornalista e pesquisador na área de esportes. **Introdução e objetivos:** o trabalho investiga o lugar da produção da imprensa esportiva na constituição da narrativa expográfica do Museu do Bahia, tomando como objeto os materiais jornalísticos utilizados no espaço – matérias impressas, transmissões radiofônicas, registros audiovisuais e conteúdos digitais — e analisando-os como elementos de construção da memória esportiva. A pesquisa parte da constatação de que o Bahia, como muitos clubes e entidades esportivas no Brasil, não manteve documentação sistemática de sua própria história ao longo do tempo, recorrendo, assim, aos acervos da imprensa para reconstruir cronologias, legitimar feitos e produzir versões narrativas sobre o passado. **Referencial teórico:** o estudo se articula teoricamente aos conceitos de memória coletiva e social de Maurice Halbwachs (1990), Jacques Le Goff (1990) e Michael Pollak (1992); lugares de memória, de Pierre Nora (1984) e musealização do patrimônio, de Krzysztof Pomian (1990), Tonny Bennet (1995) e Maria Cristina Mitidieri (2022), compreendendo o museu como instituição que seleciona, organiza e legitima narrativas do passado. No âmbito dos estudos que relacionam imprensa brasileira e cultura do futebol, o trabalho tem como referências Bernardo Borges Buarque de Hollanda e Victor Andrade de Melo (2012), Ronaldo Helal (2001) e Édison Gastaldo (2012). **Metodologia/Discussão:** a metodologia do trabalho foi qualitativa e envolveu análise documental do conteúdo expográfico, como visitas ao Museu do Bahia, uma entrevista com o curador do museu, Daniel Rangel, relacionando suas escolhas de materiais expostos com o meu trabalho de gestor do acervo e de conteúdo, buscando identificar critérios curatoriais, estratégias de exposição e modos de mediação dos produtos jornalísticos. **Resultados e conclusões:** a análise me permitiu compreender alguns dos mecanismos pelos quais os materiais de imprensa se convertem em objetos museológicos, e como são mobilizados para criar experiências estéticas e emocionais. No Museu do Bahia, produtos jornalísticos aparecem não apenas como fonte documental, mas como recursos estéticos e afetivos, capazes de evocar lembranças, reforçar identidades e dialogar com a cultura torcedora, abrindo-se um caminho para a hipótese de que a imprensa esportiva não apenas registra eventos, mas fabrica sentidos, emoções e mitologias, sendo posteriormente apropriada por museus como dispositivo de memória e de construção identitária.

Palavras-chave: Museus de Futebol, Memória Esportiva e Imprensa Esportiva

Eixo: Cultura, movimento e práticas tradicionais



VI ENNEPE

ENCONTRO NORTE-NORDESTE DE PSICOLOGIA DO ESPORTE