# O LUGAR NA CONSTRUÇÃO SOCIAL: O PONTO DE CULTURA DE MAJOR SALES

## *PLACE IN SOCIAL CONSTRUCTION: CULTURE POINT OF MAJOR SALES*

## *EL LUGAR EN LA CONSTRUCIÓN SOCIAL: EL PUNTO DE CULTURA DE MAJOR SALES*


**JOCIVÂNIA FERNANDES DO NASCIMENTO**

Mestranda do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Sociais e Humanas da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Membro do Grupo de Estudos e Pesquisas sobre Espaço, Ensino e Ciências Humanas (GEPEECH/UERN). E-mail:jocivania-fernandes@bol.com.br

**FÁBIO RODRIGO FERNANDES ARAÚJO**

Mestre em Ciências Sociais e Humanas pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (PPGCISH/UERN). Membro do Grupo de Estudos e Pesquisa sobre Espaço, Ensino e Ciências Humanas (GEPPECH/UERN). E-mail: fernandes.herodoto@ig.com.br

**ROSALVO NOBRE CARNEIRO**

Professor orientador do Mestrado Interdisciplinar em Ciências Sociais e Humanas da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (PPGCISH/UERN). Professor orientador do Mestrado Acadêmico em Ensino (PPGE/UERN). Professor do curso de Geografia (CAMEAM/UERN). Líder do Grupo de Estudos e Pesquisas sobre Espaço, Ensino e Ciências Humanas (GEPEECH/UERN). E-mail: rosalvonobre@uern.br



* Artigo publicado em março de 2017.





**Resumo**: O lugar pode ser compreendido como uma construção social, fundamentado nas relações espaciais diretas, no cotidiano e na articulação dialética entre o tradicional e o moderno. Tendo em vista o contexto atual, em que a fluidez e a simultaneidade caminham lado a lado e a informação é o elemento central, o lugar se apresenta não apenas como resistência, mas também como forma de adaptação à ordem global. A globalização não implantou a homogeneização dos lugares, pelo contrário, esta proporcionou a exaltação das suas singularidades. Partimos desta premissa para embasar nosso artigo, ou seja, apreender o lugar como o palco dos acontecimentos da integração das ações e dos atores, dos grupos e das trocas não apenas materiais como imateriais, sendo depositário final dos eventos. Dessa forma, o lugar deixa de ser um mero espaço vivido e passa a ser uma construção socioespacial. Neste artigo, objetiva-se discutir a organização social do Ponto de Cultura de Major Sales como um espaço geográfico, em sua constituição sociocultural como lugar. Os Pontos de Cultura surgiram como estímulo às iniciativas culturais já existentes da sociedade civil. O Ponto de Cultura de Major Sales foi criado por meio do Programa Cultura Viva e do Programa Mais Cultura, do governo federal, e tem se apresentado como um espaço de formação, difusão e implantação da cultura local, permeando a valorização da identidade.



**Palavras-chaves:** Lugar, Ponto de Cultura, globalização, Major Sales (RN/Brasil), construção social.



**Abstract**: The place can be understood as a social construct, based on direct spatial relationships, in daily life and at the dialectic articulation between the traditional and the modern. Considering the current context in which the fluidity and concurrency go hand-in-hand and the information is the central element, the place presents itself not only as resistance but also as a way of adapting to global order. Globalization has not deployed the homogenization of the places, on the contrary, this provided the exaltation of its singularities. We follow this premise to support our text, that is, seize the place as the venue of the events of the integration of actions and actors, and groups, and trade not only materials as immaterial being final depositary of events. Thus the place is no longer a mere space lived and becomes a socio-spatial construction. In this article, we aim to discuss the social organization of the Point of Culture of Major Sales as a geographical space, in its socio-cultural constitution as a place. The Culture Points emerged as a stimulus to the existing cultural initiatives of civil society. The Point of Culture of Major Sales was created through the Cultura Viva Program and the Mais Cultura Program of the Federal Government and has been presented as a space for the formation, diffusion and implantation of local culture, permeating the valorization of identity.



**Keywords:** place, Culture Point, globalization, Major Sales (RN/Brazil), social construction.



**Resumen**: El lugar puede ser comprendido como una construcción social, basado en las relaciones sociales directas, en el cotidiano y en la articulación dialéctica entre lo tradicional y lo moderno. Delante del contexto actual en que la fluidez y la simultaneidad caminan lado a lado y la información es el elemento central, el lugar se presenta no solamente como resistencia, pero también como forma de adaptación al orden global. La globalización no implantó la homogeneización de los lugares, no obstante, ésta proporcionó la exaltación de sus singularidades. Partimos de esta premisa para basar nuestro artículo, o sea, aprehender el lugar como escenario de los eventos de integración de las acciones y de los actores, de los equipos e de los cambios no solamente materiales sino también inmateriales como depositario final de los hechos. De esa forma, el lugar deja de ser un espacio vivido y pasa a ser una construcción socio espacial. Este artículo tiene como objetivo discutir la organización social del Punto de Cultura de Major Sales como un espacio geográfico, en su constitución sociocultural como lugar. Puntos de Cultura surgieron como un estímulo a las iniciativas culturales existentes de la sociedad civil. El Punto de Cultura de Major Sales fue creado por el Programa Cultura Viva y el Programa Mais Cultura del gobierno federal, y se ha presentado como un espacio de formación, difusión e implementación de la cultura local, que impregna el desarrollo de la identidad.



**Palabras clave:** lugar, Punto de Cultura, globalización, Major Sales (RN/Brasil), construcción social.

## INTRODUÇÃO

O local e o global, segundo Santos (2006), se articulam e se mostram como uma faceta do período técnico-científico e informacional. Se o lucro é a homogeneização dos lugares, a globalização da economia acabou por reforçar, cada vez mais, a diferenciação e a especificidade de cada lugar. Entretanto, este não se desvincula do global. Os grupos sociais contemporâneos deparam-se, em sua estruturação temporal e espacial, com um conjunto de acontecimentos que ultrapassam as fronteiras do local, pois os eventos globais e suas repercussões neste acabam por se materializar no lugar, na sua condição de depositório final dos eventos, conforme lembrou Santos (2006). Neste sentido, objetiva-se discutir a organização social do Ponto de Cultura do município de Major Sales, no Rio Grande do Norte (RN), como um espaço geográfico, em sua constituição sociocultural como lugar, por meio de variáveis endógenas e exógenas.

Os Pontos de Cultura são uma ação prioritária do Programa Cultura Viva, do Ministério da Cultura (MinC), sendo a referência de uma rede que tem por objetivos a recepção e a disseminação de iniciativas culturais voltadas para atender os diversos segmentos artísticos, em que as instituições presentes nos municípios submetem seus projetos a edital público e, se contempladas, são conveniadas a este ministério, recebendo o valor de R$ 180 mil para ser investido conforme o projeto for apresentado, num período de três anos. Do valor recebido, R$ 60 mil são destinados à aquisição de equipamentos audiovisuais.

Por ser um programa recente de política pública de cultura, ainda são escassas as bibliografias que abordam os Pontos de Cultura existentes no país, possivelmente por se tratar de um programa experimental instituído a partir do ano de 2004. No Brasil, existem mais de 2.500 Pontos de Cultura, conveniados diretamente ao governo federal ou aos estados onde se situam. Os Pontos de Cultura estão presentes em mais de 1.100 municípios brasileiros, espalhados em zonas urbanas, rurais e periféricas.

Juntos, abrangeram diretamente, até o ano de 2010, mais de oito milhões de pessoas (REDE DOS PONTOS DE CULTURA, 2010).

As atividades desenvolvidas em cada Ponto de Cultura são diversas, delineando a miscigenação cultural do país. Em vez de o governo determinar em que aplicar o capital cedido, cada instituição define sua necessidade de investimento, de acordo com sua identidade cultural. O Ponto de Cultura de Major Sales passou por essa seleção, submetendo seu projeto à avaliação no edital público lançado no ano de 2009.

Podemos encontrar, no Ponto de Cultura, o tradicional e o moderno, o endógeno e o exógeno, ou seja, as permanências e as mudanças, porque, desta forma, entender o lugar é considerá-lo não como soma de objetos, mas como um sistema de relações (subjetivo-objetivo, real-simbólico).

Este trabalho está estruturado em três partes. A primeira se concentra numa breve, mas coesa revisão dos conceitos tradicionais sobre a categoria geográfica do lugar e das ciências humanas como um todo. A segunda parte é delineada teoricamente pela abordagem analítica do lugar como elemento fundante das construções sociais do sujeito. Na terceira e última parte, é estabelecido um ponto de vista híbrido entre os princípios teóricos já estudados de lugar com o citado objeto de observação empírica desta pesquisa.

Desse modo, esta pesquisa é apreciada, para os estudos geográficos, desta múltipla e global natureza do espaço que é o lugar, em suas especificidades técnicas e simbólicas, que mudam a vida do homem e de seu cotidiano urbano ou rural, durante instantes e momentos específicos, por meio de eventos temporalmente imediatos ou passados, no presente e no futuro do seu grupo social.

## Notas teóricas sobre o lugar

Milton Santos (2006) afirmou que o espaço é constituído de um sistema de objetos e ações que, por sua vez, representam as marcas deixadas, ao longo do tempo, como herança. Por meio desta ótica, e levando-se em conta as diferentes formas pelas quais ele pode ser concebido, optamos olhar sobre o espaço do Ponto de Cultura, discutindo-o a partir do conceito de lugar.

O conceito de lugar nos garante uma abordagem realista sobre os fenômenos globais que influenciam a sociedade, ou seja, a expressividade com que estes fenômenos interferem em espaços específicos, como também em seus indivíduos. Nesta perspectiva, entendemos o espaço geográfico como foco existencial de singularidades que se refletem nas relações de poder, a serem traduzidas em vínculos territoriais, num

> (...) cotidiano compartido entre as mais diversas pessoas, firmas e instituições – cooperação e conflito são a base da vida em comum. Porque cada qual exerce uma ação própria, a vida social se individualiza; e porque a contiguidade é criadora de comunhão, a política se territorializa, com o confronto entre organização e espontaneidade. O lugar é o quadro de uma referência pragmática ao mundo, do qual lhe vêm solicitações e ordens precisas de ações condicionadas, mas é também o teatro insubstituível das paixões humanas, responsáveis, através da ação comunicativa, pelas mais diversas manifestações da espontaneidade e da criatividade (SANTOS, 2006: 218).

Devemos, assim, considerar que a organização do lugar se dá por meio da interação com o global, refletida nas experiências do indivíduo com o mundo, nas dimensões naturais e sociais, que nos leva a sentimentos de pertencimento ou não com o espaço, onde destas experiências significativas se estabelece a geograficidade, ou seja, a dimensão espacial da vivência humana.

Esta posição está de acordo com Paraná (2008), quando afirmou que a natureza experiencial do lugar é proposta ao homem como o espaço onde a vida se realiza, pela dimensão afetual pelo qual este é estruturado, pela forma, conteúdo, a partir do momento em que suas espacialidades de vivência, na condição de lugares,

passam a se tornar uma singularidade geográfica que comanda o global, e também é subordinada às leis.

No entanto, essa face construtora dos lugares corresponde à essência de vida do homem quando este obtiver um equilíbrio qualitativo, de sua percepção de mundo, ao balizar o que compreende deste por meio dos seus sentidos corporais da visão, audição, tato, paladar e olfato, na condição de propulsores cognitivos, de seus respectivos campos temporal e espacial, das suas próprias experiências e momentos valorativos (TUAN, 2012).

O lugar, então, constitui-se como sendo essencial ou transitório. Ao ser ocupado pelos indivíduos sem que ocorra um vínculo entre estes e aquele (ou seja, quando o lugar não possui nenhum significado e identificação para os indivíduos), são conhecidos como "não lugares". Callai (2003) nos aclarou sobre os não lugares como sendo espaços vazios, sem história ou que perderam sua identidade. Desta maneira, um mesmo ambiente pode ser constituído, ao mesmo tempo, como um lugar e um não lugar, de acordo com o indivíduo e a sua maneira de apropriar-se deste, pelas suas relações de poder e pertencimento (que podem ser modificadas até ao longo de um dia), assim como de sua própria função local.

Não obstante, o espaço é fruto da experiência do homem sobre ele, por meio de seus sentimentos e pensamentos de partilha, na sua condição de objeto do experiencial do sujeito sobre os construtos espaciais de sua vivência, cujo entendimento é propiciado pelas relações entre sujeito e espaço. Isto se dá por meio de duas variações: a primeira considera as transformações do espaço e a concepção do lugar com o sujeito; e a segunda considera o lugar como objeto, se a ação que for realizada pelos sujeitos for, ela mesma, o condicionante do espaço (NOGUEIRA MARTINS, 2015).

Por outro lado, o lugar pode ser visto sob três nuances, que, a saber, são: localidade, localização e o sentido de lugar. A localidade seriam as normas formais e informais, das quais são

originadas as interações sociais do cotidiano. A localização corresponde ao espaço geográfico, afeto por processos políticos e econômicos, em escalas regionais, globais e nacionais. Por último, tem-se o sentido de lugar, que é a orientação subjetiva que o homem tem ao viver num lugar específico (AGNEW, 1987 *apud* BRINGEL, 2007, p. 41).

Nessa perspectiva, o lugar seriam os tipos de experiência que o homem tem com o mundo, e a necessidade de enraizamento e segurança que quer para ele, por intermédio da junção das dimensões simbólicas, emocionais, culturais, políticas e biológicas que constituem densamente sua vida social (RELPH, 1979; BUTTIMER, 1985b), isto se considerando os níveis de percepção do homem no tocante ao meio em dois tipos, segundo Relph (1976): o *insider* – a ótica do habitante do lugar sobre este – e o *outsider* – a visão de um habitante externo a um determinado lugar.

Dessa maneira, Moreira (2007) afirmou que o lugar tanto pode incluir como excluir algo ou alguém, dependendo da forma com que se estabeleçam as relações de força dos seus componentes sociais dentro de uma rede de conexões, visto que estas podem ser, ao mesmo tempo, horizontalidades e verticalidades. Horizontalidades no sentido de que o lugar seria um conjunto de arranjos espaciais formados por pontos que se integram sem descontinuidade, enquanto as verticalidades são os pontos do espaço que atuam separadamente para um melhor funcionamento tanto da sociedade quanto da economia (SANTOS, 2006, p. 192).

Consoante a isso, Tuan (1980, p. 107) afirmou que os laços afetivos, que constroem o espaço como lugar, são determinados pela topofilia, isto é, pela relação que o homem tem com o seu meio ambiente material em diferenciadas intensidades, sutilezas e modos de expressão, pela relação com o seu próprio lugar como lar e lócus de reminiscências e meios de ganhar a vida, quando, então, o lugar pode ser vivido por meio do tempo em que sua ligação com o sujeito está sendo continuamente formada (HOLZER, 2006).

Além do mais, Mello (1990) referiu-se à existência do lugar em dois tipos: o mítico, que seriam os lugares vividos pelo homem sem que estes tenham tido um contato real com ele; e o segundo, que é o tipo concebido, o lugar produzido pelo ser social para ser experimentado por meio de mecanismos de imprensa ou por relatos de indivíduos já conhecedores deles.

Porém, em Matos Junior (2009, p. 30), esta posição teórica foi contestada, quando afirmou que Aristóteles via o lugar como um espaço que continha uma coisa – e não parte dela, ao ser maior ou menor e separado dela –, passível de atribuir localizações, ou seja, pode estar em cima ou embaixo de algo.

## O lugar como uma construção social

O lugar não é apenas um espaço vivido, mas, sobretudo, onde se dá a construção social. Santos (1988) observou que o lugar é palco de permanentes mudanças decorridas das inovações técnicas da sociedade, que estão sempre transformando o espaço geográfico.

Santos (2006) afirmou que compreender o lugar implica também em entender suas contradições e movimentos, o que é interno e externo, ou seja, o que é velho e novo. O que é interno abrange as variáveis que estão presentes no lugar, o que é próprio do local; o que é externo é tudo aquilo que não pertence ao lugar, o que está fora. Os lugares têm variáveis internas e externas, em que o externo, ao se inserir no lugar, internaliza-se, passando a fazer parte dele, e o seu diferencial é a capacidade de resistência interna quanto aos fatores externos. O novo, de acordo com este autor, não chega ao mesmo tempo e com a mesma intensidade em todos os lugares. Ocorre que o novo, ao chegar a um determinado lugar, pode não ser considerado absolutamente novo, e isto reforça a resistência do velho à sua chegada. O novo, quando chegar ao lugar, expulsa o velho, no entanto, este pode resistir.

Segundo Seabra (1987, 2004), a dimensão social do lugar está presente nas construções espaciais de escala micro das cidades, denominadas de bairros, que são marcadas como ambientes de vida. O homem, na cidade, configura seus traços sociais de vida por sua permanência temporal sobre estes ambientes, por meio de seu caráter de matriz sociocultural singular, tradução de variados sincretismos comportamentais de sociabilidade. Porque, como forma, o lugar não revela sua essência, e, como conteúdo do espaço, ele é uma relação historicamente constituída.

O lugar é uma construção social e deve ser compreendido como uma localização e uma configuração de permanências relativas internas e externas, dinâmicas estas contidas de espaço-tempo do processo social (HARVEY, 1992). O lugar é a base da reprodução da vida, pois é o palco dos acontecimentos, das construções relacionais no espaço vivido, por significações tecidas por sua história e cultura. Carlos (2007) afirmou que ele tem usos e sentidos, abrangendo a vida social, a identidade e o reconhecimento.

Então, nos lugares é que a crítica fundamental do globalismo é argumentada, e onde, assim, se alocam novas atividades políticas de teor radical e diferentes modos de vida cotidiana, que, dessa forma, apresentam como único objetivo lutar contra o desenvolvimento abstrato da modernidade capitalista (DIRLIK, 1999, p. 40).

Para tanto, Massey (2000) defendeu a edificação de um sentido global de lugar, isto é, a significação específica e globalizante que é dada a determinados espaços geográficos por uma longa e intricada rede de relações sociais distintas que se encontram e se unem num lócus particular por meio de práticas de poder e comunicação interconectadas entre os locais. Isto se daria com a ajuda de uma integração positiva do global com o local, pela não existência de fronteiras entre os próprios lugares, por meio de sua respectiva identidade única e singular (que é, ao mesmo

tempo, relacional, histórica e preocupada com o seu processo de construção identitária), pela interação entre espaço, corpo, grupos, indivíduos e meio (AUGÉ, 1992).

Portanto, o lugar não deve ser visto como autônomo, mas como integrante de uma totalidade espacial (CARLOS, 2007), uma vez que contém o global, tendo como pano de fundo a mundialização da sociedade, da economia, da cultura e do espaço, estes articulados e conectados a possibilitar a copresença, a convivência e a contiguidade, e a identificar a interação entre os indivíduos, a vizinhança, bem como seus conflitos e diferenças (SANTOS, 2006).

## O Ponto de Cultura de Major Sales

Neste período contemporâneo, o lugar ganha grande relevância não apenas como mero instrumento de localização ou base física, mas como construção socioespacial, erguida nas relações entre os indivíduos e o território onde vivem. Dessa forma, torna-se importante atrelar o lugar ao Ponto de Cultura, por neste haver a sociabilidade e a unicidade da produção local com estratégias de reprodução social, econômica e de pertencimento, pois tais sentimentos são o que determinam o lugar que Santos (2006) nos aclarou, onde se constroem os valores que condicionam o modo de vida dos seus indivíduos.

A cidade de Major Sales localiza-se na região do Alto Oeste do Estado do Rio Grande do Norte (Figura 1). Pertence à microrregião da Serra de São Miguel, com área territorial equivalente a 33 km2, tendo uma densidade demográfica de 90 hab/km2 (RIO GRANDE DO NORTE – IDEMA, 2008).

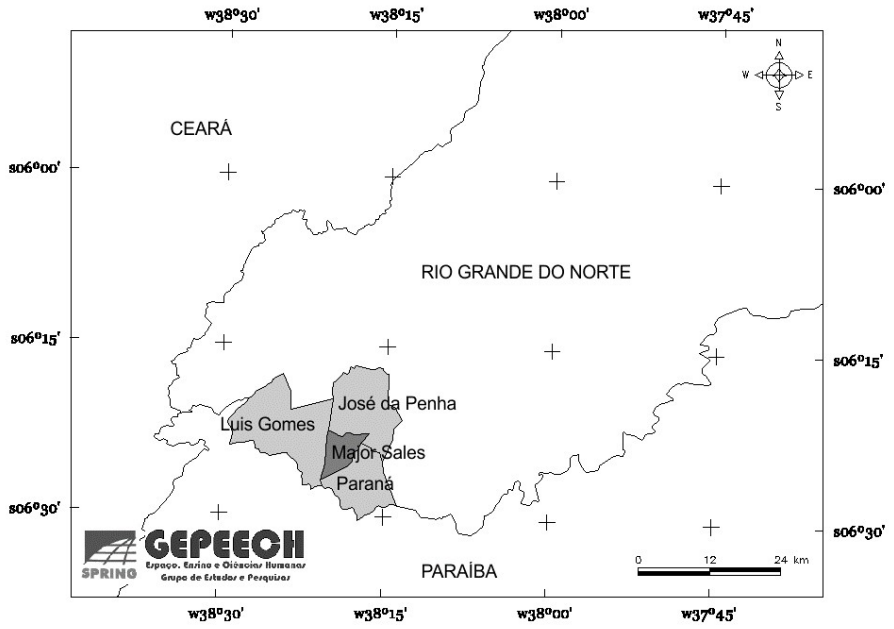


**Figura 1**: Mapa do município de Major Sales/RN. Fonte: GEPEECH.

A relação entre as pessoas que frequentam o Ponto de Cultura de Major Sales[1] (figuras 2 e 3) e o lugar em que vivem nos permite entender os elos de sociabilidade entre os moradores, pois, conforme Santos (2006) afirmou, o lugar é tido como a base da vida cotidiana e da sociabilidade entre as pessoas, uma vez que o sentimento de pertencimento está atrelado ao trabalho, às formas de solidariedade, às atividades lúdicas, às relações de parentesco e de vizinhança, e à perspectiva de os filhos continuarem a frequentar o Ponto de Cultura e permanecerem no município.

[1] Situado à rua Sebastião Ribeiro Campos, nº 912, no bairro Bom Jardim.

Ponto de Cultura de Major Sales




**Figuras 2** e **3:**Vista da entrada do Ponto de Cultura do município de Major Sales. **Fonte:** Jocivânia Fernandes, 2015.

O Ponto de Cultura, visto como o lugar da vida cotidiana, da relação de vizinhança, da identidade e das formas de solidariedade de trabalho, nos possibilita entender a relação dialética do tradicional e do moderno, e a adaptação e substituição de antigos comportamentos, costumes e atividades, uma vez que suas ações variam entre a formação do público, as produções em áudio e vídeo, as oficinas de qualificação artística, os cursos de capacitação de colaboradores, a criação de espetáculos, as palestras informativas à população, o aperfeiçoamento das técnicas tradicionais usadas pelos artesões locais, convivendo numa relação concomitante e dialética entre os aspectos tradicionais, principalmente presentes nas manifestações artísticas.

As relações existentes e o sentimento de pertencimento ao lugar se refletem no apego e na identidade, pois o Ponto de Cultura se apresenta como um espaço de formação, difusão e implantação da cultura local, permeando a valorização da identidade no empoderamento social, que se reafirma por meio da comunicação e de manifestações particulares da cultura popular. Para Hall (2011), a identidade é vislumbrada como lócus cultural que delineia o pertencimento do indivíduo ao seu campo étnico, racial, linguístico, religioso, regional e nacional.

O Ponto de Cultura possibilita ao município estabelecer seu próprio canal de comunicação por meio da sua cultura, fazendo deste novo espaço um lugar de expressão de ludicidade, dialogismo e manifestações artísticas. Além da valorização das práticas comunitárias, há a reinvenção da utilização de técnicas e tecnologias disponíveis, sendo este um campo propício ao crescimento e ao estudo das ações comunicacionais e culturais, e servindo como um ponto de apoio a romper com a fragmentação da vida contemporânea ao construir uma identidade não apenas individualizada, mas coletiva na diversidade e na interligação cultural.

O conceito básico do Ponto de Cultura do município é o investimento de seu capital em atividades que enalteçam a cultura popular local, de maneira que haja troca, disseminação, formação e fortalecimento dos saberes relevantes para a comunidade, gerando emprego e renda.

Dos 60 participantes envolvidos diretamente no Ponto de Cultura de Major Sales, 45 são sócios e 15 são bolsistas, que recebem mensalmente entre R$ 400,00 a 600,00 reais para que possam transmitir e capacitar, por meio dos seus conhecimentos, crianças, jovens e adultos da comunidade interessados em aprender e a desenvolver a cultura local. Estes bolsistas não limitam suas atividades apenas à sua sede, mas também realizam palestras e oficinas nas escolas, durante as

aulas ou em horários extraordinários (figuras 4 e 5), com atividades educativas.




**Figuras 4** e **5:** Palestra para a população e oficina de leitura para as crianças. **Fonte:** Jocivânia Fernandes, 2015.

É objetivo do Ponto de Cultura valorizar os recursos humanos do município, por meio de oficinas e cursos, possibilitando, assim, o resgate e a perpetuação de técnicas tradicionais, e capacitando os artesões para o aperfeiçoamento das suas técnicas de trabalho (figuras 6, 7 e 8), o que lhes possibilitou aumentar sua renda, visto que muitos dos seus trabalhos são vendidos não apenas para a população local, mas também para cidades vizinhas.





**Figuras 6** e **7:** Oficina de confecção de bonecas de pano e tapetes de retalho. Fonte: Jocivânia Fernandes, 2013.



**Figura 8:** Curso de costura ofertado pelo Ponto de Cultura de Major Sales. Fonte: Jocivânia Fernandes, 2013.

O Ponto de Cultura de Major Sales estabeleceu parcerias também com outras entidades públicas e privadas de forma a ampliar o desenvolvimento de suas ações e, assim, facilitar a promoção de uma economia criativa e autossustentável.

A ênfase da diversidade cultural existente no Ponto de Cultura transforma o cotidiano do município de Major Sales, onde seus membros e sua população como um todo se desenvolvem por meio da recriação lúdica e do enaltecimento da cidadania e das alteridades.

As identidades individual e social se fazem carregadas, ao mesmo tempo, de forma subjetiva e objetiva, no momento em que se reconstrói simbolicamente um espaço (ROSENDAHL e CORRÊA, 1999), pois sua dimensão mais concreta constitui, de alguma forma, um componente estruturador da identidade. Segundo Bourdieu (*apud* ROSENDAHL e CORRÊA, 1999), o poder da identidade social é tanto mais forte quanto maior sua eficácia em nacionalizar esta identidade, tornando puramente objetivo o que é permeado de subjetividade, transformando a complexidade da construção simbólica em uma construção natural.

Dessa forma, o Ponto de Cultura de Major Sales se torna um lugar onde se estimula a autonomia dos seus integrantes, bem como da população em geral, de maneira que estes se encontram envolvidos em ações e razões comunicativas em que, segundo Carneiro (2007), a dimensão pública dialoga com a sociedade de forma que a ação comunicativa estabelecida entre estas venha representar não apenas uma produção, mas a reprodução do espaço. São ações que visam ao desenvolvimento social, moral e cultural do lugar em que vivem, passando a se preocupar com questões que afetam a todos, como também ao ser individual. Sendo o município possuidor de espaços diferentes e características próprias, o Ponto de Cultura se faz, assim, um

lugar de vivência e de pertencimento *in loco*. Carlos (2007) afirmou que

> o lugar é a base da reprodução da vida e pode ser analisado pela tríade habitante-identidade-lugar. As relações que os indivíduos mantêm com os espaços habitados se exprimem todos os dias nos modos de uso, nas condições mais banais, no secundário, no acidental. É o espaço possível de ser sentido, pensado, apropriado e vivido (...) (CARLOS, 2007: 17).

Carlos ainda ressaltou que as relações criadas dão sentido ao lugar, e este, por sua vez, só é compreendido por meio de suas referências, dadas pelo sentido de uso que possui, sendo o ponto de encontro de vários sujeitos e de várias atividades e funções que apresenta na sua dinâmica. O lugar traz consigo aspectos da cultura e das histórias de vivência daqueles que dele participam, direta ou indiretamente, e que, com suas expressões, transformam-no, ao longo do tempo, em busca de atender suas necessidades.

O Ponto de Cultura não se direciona apenas a um público-alvo. Ele abre suas portas para toda a população, desde aqueles atuantes ou participantes de forma direta, como também indiretamente, dando uma nova dinâmica e disseminação tanto no que se refere à cultura quanto à capacitação de pessoas para desenvolverem trabalhos, e, assim, contribuírem na dinamização da economia do município com os recursos gerados.

O Ponto de Cultura se torna um instrumento norteador de diversas ações, da cultura do povo, de suas tradições e costumes, e se configura como fonte de fortalecimento da memória histórica, como instrumento de poder e de afirmação da identidade de cada grupo social. Ao mesmo tempo, o cidadão encontra seu lugar de pertencimento, e, conforme Habermas (2012), ganha identidade por meio de sua adesão a um grupo e afirma uma identidade coletiva. Esta identidade coletiva reafirma a aproximação entre a cultura e a comunicação existente entre o Ponto de Cultura e a população.

## Considerações finais

Pensando com Augé (1994), que afirmou que o lugar é o espaço onde o sujeito principia seu sentido de habitar e também de se relacionar com os outros por intermédio de novas formas de viver e perceber sua história, tem-se a compressão de que o lugar é a força de intervenção do homem sobre sua banalidade cotidiana. Isto ocorre ao se criarem novas experiências e eventos de vida sobre os lugares urbanos ou rurais, em momentos de tensão ou coesão sociocultural entre os indivíduos, de acordo com a ordem escalar de espaço e tempo, de influência da sua ordem local para o todo global, em práticas experienciais de vida que são mutáveis, mediante a sucessão descontínua e constante de símbolos, ideologias, sensações e imaginações geográficas do mundo pelo homem.

Por conseguinte, o lugar como resultado das interações do homem, com múltiplos estilos de vida social, em relação aos seus espaços de vivência, se encontra imaginado na rapidez das relações humanas, na emotividade do sujeito com seus locais familiares e no seu desejo pulsante de viver outras histórias, em diferentes tempos, e nos mais variáveis eventos, das suas particularidades políticas, econômicas e culturais.

## Referências bibliográficas

AUGÉ, M. *Los "no lugares", espacios del anonimato: una antropologia de la sobremodernidad.* Barcelona: Gedisa, 1992.

_____ *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus, 1994.

BUTTIMER, A. "Hogar, campo de movimiento y sentido del lugar." In:. RAMON, M. D. G. (org.). *Teoria y método em la geografia anglosajona*. Barcelona: Ariel, 1985b, p. 227-241.

BRINGEL, B. M. "O lugar nos movimentos sociais e o lugar da geografia na teoria dos movimentos sociais". In: *Boletim Goiano de*

*Geografia.* Goiás: Universidade Federal de Goiás-UFG, vol. 27, nº 2, p. 35-49, 2007.

CALLAI, Helena C.; CASTROGIOVANNI, A. C.; SCHAFFER, Neiva O. *Geografia em sala de aula: práticas e reflexões*. 4ª. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS e Associação dos Geógrafos Brasileiros, 199p., 2003.

CARLOS, Ana F. A. *O lugar no/do mundo.* São Paulo: FFLCH, 2007.

CARNEIRO, R. N. "A produção social pública dos lugares numa perspectiva comunicativa como contraponto à produção social privada." In: *Anais do I Simpósio Internacional sobre as Geografias da Violência e do Medo*: "Por uma geografia sem cárceres públicos ou privados". Recife: UFPE, 2007. 1 CD-ROM.

DIRLIK, A. "Globalization and the politics of place." In: OLDS, K.; DICKEN, K.; KELLY, P. F.; KONG, L.; YEUNG, H. W. (orgs). *Globalization and theAsia-Pacific: Contested Territories.* Londres: Routledge, 1999.

HABERMAS, J. *Teoria do agir comunicativo: sobre a crítica da razão funcionalista.* Tradução: Flávio Beno Siebeneichler. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.

HALL, S*. A identidade cultural na pós-modernidade.* Tradução: Tomaz Tadeu da Silva. Guaracira Lopes Louro, 11 ed., 1 reimp. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

HARVEY, D. *Condição pós-moderna.* São Paulo: Edições Loyola, 1992.

HOLZER, W. "Sobre paisagem, lugares e não-lugares." In: OLIVEIRA, L de; FERREIRA, Y. N.; GRATÃO, Lúcia H. B.; MARANDOLA JR., E. J. (orgs.). *Geografia, percepção e cognição do meio ambiente.* Londrina: Humanidades, 2006, p. 109-128.

MATOS JÚNIOR, F. A. "A incompatibilidade entre o movimento e o vazio na dinâmica aristotélica." In: *POROS*, v. 1, n. 1, Uberlândia, 2009.

MASSEY, D. "Um sentido global do lugar." In: ARANTES, A. A. *O espaço da diferença*. Campinas: Papirus, 2000, p. 176-185.

MELLO, J. B. F. de. "Geografia humanística: a perspectiva da experiência vivida e uma crítica radical ao positivismo." In: *Revista Brasileira de Geografia*. Rio de Janeiro, 52 (4), p. 91-115, 1990.

MOREIRA, R. *Pensar e ser em geografia: ensaios de história, epistemologia e ontologia do espaço geográfico.* São Paulo: Contexto, 2007.

NOGUEIRA MARTINS, R. *A deformação espacial para uma concessão de lugar: a memória como uma narrativa do movimento*. 149f. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade do Minho-UMINHO, Instituto de Ciências Sociais, Minho, 2015.

PARANÁ. *Diretrizes Curriculares da Educação Básica – Geografia*. Secretaria de Estado da Educação do Paraná, Governo do Paraná, Departamento de Educação Básica. Curitiba, 2008.

REDE DOS PONTOS DE CULTURA. Disponível em http://culturadigital.br/teia2010/2010/03/27/1105. Acesso em 09/06/2016.

RELPH, E. C. *Place and placelessness*. London: Pion, 1976.

_____. "As bases fenomenológicas da geografia." In: *Geografia*, 4 (7), p.1-25, 1979.

RIO GRANDE DO NORTE. Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente do Rio Grande do Norte – IDEMA: Perfil do Município Major Sales. Natal/ RN, 2008.

ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. *Manifestações da cultura no espaço.* Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.

SANTOS, M. *Metamorfose do espaço habitado.* São Paulo: Hucitec, 1988.

_____. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção.* São Paulo: Hucitec, 2006.

SEABRA, O. C. de L. *Meandros dos rios nos meandros do poder: Tietê e Pinheiros – valorização dos rios e das várzeas na cidade de São Paulo*. 323f. Tese (Doutorado em Geografia). Departamento de Geografia, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo/USP, São Paulo, 1987.

_____. "São Paulo: a cidade, os bairros e a periferia." In: CARLOS, A. F. A.; OLIVEIRA, A. U. (orgs.). *Geografias de São Paulo: repensando a crise da metrópole.* São Paulo: Contexto, 2004, p. 271-312.

TUAN, Y. F. *Topofilia – um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente.* Tradução de Lívia de Oliveira. São Paulo: Difel/Eduel, 1980/2012.