

**GEOGRAFIA DE LUGAR NENHUM: UMA BREVE ANÁLISE DO PROCESSO  
DE HIPERGLOBALIZAÇÃO EM TRÊS LAGOAS – MS**

GEOGRAPHY OF NOWHERE: A BRIEF ANALYSIS OF THE  
HYPERGLOBALIZATION PROCESS IN TRÊS LAGOAS – MS

GEOGRAFÍA DE NINGÚN LUGAR: UN BREVE ANÁLISIS DEL PROCESO DE  
HIPERGLOBALIZACIÓN EN TRÊS LAGOAS – MS

**Danilo Paranhos Batista**<sup>1</sup>

**Resumo:** O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS/MEC – Brasil. A globalização produz alterações inevitáveis na lógica dos espaços, nas paisagens e na organização social dos indivíduos. Nas últimas décadas, as mudanças nos espaços ocupados pelos seres humanos se intensificaram, atingindo as mais distantes áreas do planeta, produzindo um fenômeno chamado de Geografia de lugar nenhum ou hiperglobalização, apresentada pelo geógrafo George Benko (1998), onde esses lugares, baseado na lógica capitalista globalizante, se apresentam na produção socioespacial seguindo padrões técnicos, arquitetônicos e organizacionais semelhantes em qualquer parte do planeta, impondo a padronização de valores e hábitos as mais variadas identidades e culturas. A abordagem deste estudo terá natureza qualitativa, tendo como procedimentos de levantamento de dados à pesquisa documental por meio de artigos, narrativas, produções em geral da rede de internet, produzindo uma análise e associação de conteúdo, tendo o objetivo de investigar os aspectos e características da produção do espaço urbano de Três Lagoas. A Geografia de lugar nenhum em Três Lagoas revela os impactos da hiperglobalização, produzindo espaços padronizados, resultando na perda de identidade local. É fundamental repensar a relação entre globalização e preservação cultural, visando a promover um desenvolvimento sustentável, preservando a essência dos lugares que configuram o espaço urbano três-lagoense.

**Palavras-chave:** Geografia de lugar nenhum; Três Lagoas; Hiperglobalização; Lugar; Não-lugar.

**Abstract:** This work was carried out with support from the Federal University of Mato Grosso do Sul Foundation – UFMS/MEC – Brazil. Globalization produces inevitable changes in the logic of spaces, landscapes, and the social organization of individuals. In

---

<sup>1</sup> Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Geografia (PPGGEO), integrante do Grupo de Estudos e Pesquisas sobre Espaço, Política e Ideologias (G-EsPI) e membro do Laboratório Geográfico de Estudos Econômicos e Políticos (LAGEP) da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus de Três Lagoas (UFMS-CPTL). Professor Estatutário de Geografia da Secretaria de Estado da Educação de Rondônia. Email: [paranhosbatista@gmail.com](mailto:paranhosbatista@gmail.com). Lattes iD: <http://lattes.cnpq.br/9101489889512162>. Orcid iD: <https://orcid.org/0000-0002-4299-4299>.

recent decades, changes in the spaces occupied by human beings have intensified, reaching the most distant areas of the planet, producing a phenomenon called Geography of nowhere or hyper globalization, presented by geographer George Benko (1998), where these places, based on globalizing capitalist logic, present themselves in socio-spatial production following similar technical, architectural and organizational standards anywhere on the planet, imposing the standardization of values and habits on the most varied identities and cultures. The approach of this study will be qualitative in nature, using data collection procedures for documentary research through articles, narratives, productions in general from the internet network, producing an analysis and association of content, with the objective of investigating the aspects and characteristics of production of urban space in Três Lagoas. The Geography of Nowhere in Três Lagoas reveals the impacts of hyper globalization, producing standardized spaces, resulting in the loss of local identity. It is essential to rethink the relationship between globalization and cultural preservation, aiming to promote sustainable development, preserving the essence of the places that shape the urban space of Três Lagoas.

**Keywords:** Geography of Nowhere; Três Lagoas; Hyper globalization; Place; Non-place.

**Resumen:** Este trabajo fue realizado con el apoyo de la Fundación Universidad Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS/MEC – Brasil. La globalización produce cambios inevitables en la lógica de los espacios, los paisajes y la organización social de los individuos. En las últimas décadas, los cambios en los espacios ocupados por los seres humanos se han intensificado, llegando a las zonas más alejadas del planeta, produciendo un fenómeno llamado Geografía de ninguna parte o hiperglobalización, presentado por el geógrafo George Benko (1998), donde estos lugares, basados en políticas globalizadoras lógica capitalista, se presentan en la producción socioespacial siguiendo estándares técnicos, arquitectónicos y organizativos similares en cualquier parte del planeta, imponiendo la estandarización de valores y hábitos a las más variadas identidades y culturas. El enfoque de este estudio será de carácter cualitativo, utilizando procedimientos de recolección de datos para la investigación documental a través de artículos, narrativas, producciones en general provenientes de la red internet, produciendo un análisis y asociación de contenidos, con el objetivo de investigar los aspectos y características de la producción del espacio urbano en Três Lagoas. La Geografía de ninguna parte en Três Lagoas revela los impactos de la hiperglobalización, que produce espacios estandarizados y resulta en la pérdida de la identidad local. Es fundamental repensar la relación entre globalización y preservación cultural, con el objetivo de promover el desarrollo sostenible, preservando la esencia de los lugares que configuran el espacio urbano de Três Lagoas.

**Palabras clave:** Geografía de ningún lugar; Três Lagoas; Hiperglobalización; Lugar; No-lugar.

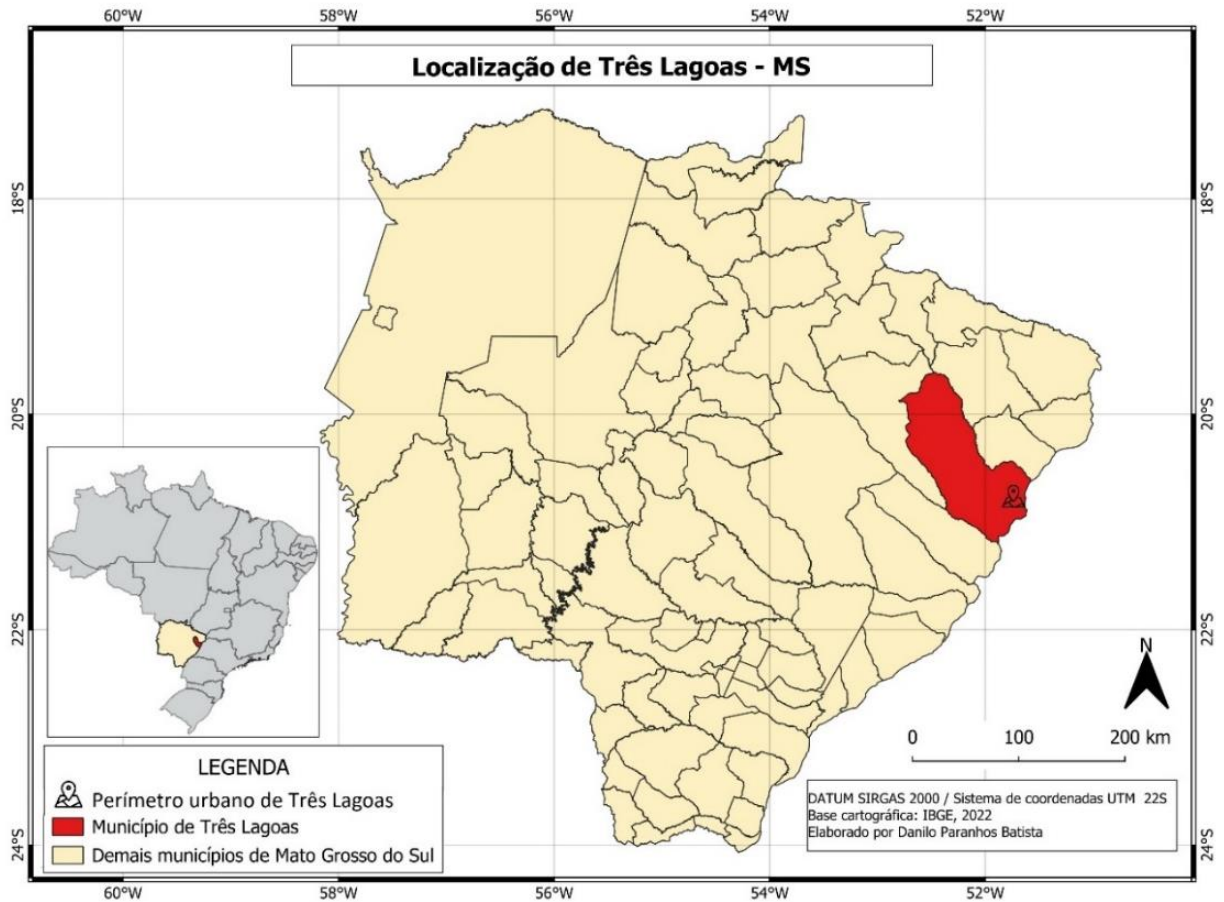
## Introdução

A Geografia de lugar nenhum ou hiperglobalização é um tema de grande interesse e importância no contexto do mundo pós-moderno. O estudo tem a intenção de realizar uma breve análise acerca das contribuições do ensaio *Geografia de lugar nenhum ou hiperglobalização. Breve exame do mundo pós-moderno*, de Georges Benko, apresentado durante o Seminário Internacional “Território: Globalização e Fragmentação”, realizado no período de 28 a 30 de abril de 1993, pela Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional e pelo Departamento de Geografia da Universidade de São Paulo (USP), publicado em forma de livro pelos organizadores Milton Santos; Maria Adélia A. de Souza; e Maria Laura Silveira.

Benko (1998) argumentou que os transportes, a mundialização das trocas, a circulação e o consumo produzem lugares intercambiáveis, que não estão simbolizados na identidade, na história e nas relações entre os indivíduos, produzindo lugares semelhantes e/ou “idênticos em todo o mundo, por onde passamos sem nos deter, sem encontrar ninguém” (Benko, 1998, p. 247).

A cidade de Três Lagoas está localizada na região leste do Estado do Mato Grosso do Sul (Mapa 1) e segue os mesmos parâmetros técnicos, arquitetônicos e organizacionais apresentado pela definição conceitual de George Benko, como em qualquer parte do planeta, como, por exemplo, o aeroporto, as fábricas, rodovias, *shopping center*, lojas de varejo, supermercados, atacado, entre outros. Estes lugares seguem padrões para produzir o desenvolvimento de um sistema de fluxos e redes baseados na lógica capitalista globalizante. A padronização de valores e hábitos, dada essa realidade, é imposto a diversas culturas e regiões do mundo.

**Mapa 1:** Localização do município e zona urbana de Três Lagoas - Mato Grosso do Sul.



**Fonte:** IBGE (2022).

Além de Georges Benko, outros estudiosos como Milton Santos e David Harvey, contribuíram para o debate sobre o processo de hiperglobalização ou Geografia de lugar nenhum, que caracteriza este conceito como um meio-técnico-científico internacional, "no qual a construção ou reconstrução do espaço se dará com um conteúdo de ciência e de técnica" (Santos, 2015, p. 11), formando e/ou transformando, em seu entendimento, em uma paisagem estética, que são formas urbanas reproduzidas e caracterizadas a partir de parâmetros arquitetônicos de países hegemônicos.

A Geografia de lugar nenhum transforma a paisagem, onde se dificulta a compreensão e identificação da identidade e cultura local, pois esta paisagem perde o sentido sentimental e passa a se caracterizar por formas e identidades de outros lugares do mundo. Isso é facilmente observado em Três Lagoas, o *Shopping Três Lagoas*; as lojas

de departamentos como a *C&A*, *Renner*, *Riachuelo*, *Pernambucanas*, *Havan*, *Magazine Luiza*, entre outros; e algumas redes de supermercados e atacado como o *Amigão*, *Nova Estrela e Atacadão*. Este estudo apresentará aspectos e características da produção do espaço urbano de Três Lagoas baseados na lógica capitalista globalizante que produzem a adoção de costumes e valores de outra cultura, enfraquecendo a identidade local.

### **Materiais e métodos**

A abordagem deste estudo terá natureza qualitativa, tendo como procedimentos de levantamento de dados: a pesquisa documental por meio de artigos e produções bibliográficas que podem, em geral, serem acessadas na rede de *internet*. A partir da análise e da associação de conceitos teóricos, foi possível investigar os aspectos e características da produção urbana de Três Lagoas, analisando sua relação com a lógica capitalista globalizante e o impacto da padronização dos valores e hábitos dos habitantes.

O artigo utiliza como referência para a análise proposta o ensaio *Geografia de lugar nenhum ou hiperglobalização. Breve exame do mundo pós-moderno*, de Georges Benko (1998), mediados pela contribuição de Milton Santos e David Harvey. Os procedimentos metodológicos para levantamento de dados foi pesquisa de campo exploratória, onde investigamos os aspectos do impacto da hiperglobalização no espaço urbano da cidade sul-mato-grossense de Três Lagoas. Utilizamos uma câmera fotográfica e um caderno de anotações para obter as informações.

Este trabalho realizou associação documental através da rede de *internet*, desenvolvendo uma livre-associação enquanto ferramenta de conjunção de trabalho, servindo de base para aprofundamentos posteriores. Os resultados levantados estão expostos na parte de resultados do artigo.

### **Resultados e discussão**

Uma Geografia de lugar nenhum, ou hiperglobalização, é um espaço que não representa identidade, relações ou histórias. Benko (1998), os denominou de não-lugares ou meio-lugares, que ocupam cada vez mais espaço na sociedade atual, como "os aeroportos, as rodovias, os quartos de hotel intercambiáveis, os meios de transporte... É a primeira vez na história do planeta que os não-lugares (ou meio-lugares) ocupam tamanho espaço." (Benko, 1998, p. 247). Georges Benko, produziu há mais de 20 anos o ensaio

*Geografia de lugar nenhum ou hiperglobalização. Breve exame do mundo pós-moderno*, tendo a sua importância para compreender os processos anunciados na qual observamos com tanta nitidez na atualidade.

Os postos de combustíveis às margens de rodovias, é exemplo de um não-lugar, pois são espaços de parada e abastecimento, onde as pessoas fazem uma pausa rápida antes de continuar sua viagem, ou seja, são nestes locais que os indivíduos geralmente não estabelecem relações ou conexões, sendo um ambiente de transição onde a identidade e a história são menos valorizadas, porém, passar por esses não-lugares, sem ser interrompido por outras pessoas, pode produzir um sentimento de paz.

Benko (1998, p. 247) corrobora exemplificando que “viver numa aldeiazinha onde todo mundo nos observa nem sempre é agradável. Por vezes o lugar tem alma demais. Essa alma forma o meio. Pode ser terrorista. Inversamente, o não-lugar nem sempre é desagradável”. No lugar existe sentido, uma identidade coletiva, mas, não há liberdade, há opressão, há imposição de valores. No não-lugar, existe uma liberdade individual, entretanto, não há identidade – ou a perda parcial ou total dela – não há personalidade, não há características que identificam um espaço ou um coletivo.

Harvey (1989) identifica essa condição como um conjunto de transformações de ordem cultural-arquitetônica, econômica e política, propondo uma nova relação com o lugar vivido, trazendo a ideia de “encurtamento das distâncias, trazendo o afunilamento do mundo por causa da relação entre tempo e espaço” (Harvey, 1989, p. 326). Na obra de David Harvey, *Condição Pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*, é afirmado que este é um novo modelo de capitalismo, chamado de regime de acumulação flexível, resultado de uma baixa regulamentação e menor intervenção estatal.

Harvey (1989) discute a pós-modernidade como uma condição histórico-geográfica, que passa a adotar uma nova estética, uma na ética e novos valores e a necessidade de se buscar a unidade dentro da diversidade, reativando elementos de um “passado que culmina no presente, e o presente como novo triunfo dos valores antigos e eternos, mas, para os modernos, o presente só é válido como matriz do futuro, a medida em que ele é forja da história em contínua metamorfose” (Harvey, 1989, p. 326).

Claval (2009) corrobora com David Harvey reconhecendo e complementando que o território na pós-modernidade passou por transformações significativas devido ao declínio das filosofias, valores e ideologias que predominavam no século XX, a exemplo

do leninismo e marxismo, produzindo uma transformação na compreensão e importância do território, resultando na fragilização das identidades e uma crescente valorização da diversidade e particularidades dos lugares e cotidianos como elementos distintos no espaço geográfico.

Na metade do século XX, foi possível visualizar essas transformações e como resultado deste processo, foram criados espaços que são intercambiáveis e idênticos em escala nacional (com reflexos globais) e/ou global. Estes espaços, de acordo com Benko (1998, p. 247 e 248), “são caracterizados pela velocidade dos transportes, pela globalização das trocas, pela circulação e consumo”. Exemplos desses espaços incluem rodovias, praças de pedágios, grandes estacionamentos, aeroportos, distribuidores automáticos, shoppings centers, supermercados, lojas de varejo, redes de distribuição e marcas conhecidas, que são lugares onde as pessoas se cruzam sem a necessidade de estabelecer relações interpessoais.

Três Lagoas situa-se, segundo o IBGE (2022), na Mesorregião do Leste do estado brasileiro de Mato Grosso do Sul, a 333 km da capital Campo Grande, por estrada pavimentada através da BR-262. O município foi criado em 15 de junho de 1915 pela Lei Estadual n.º 706, configurando-se com uma área geográfica de 10.206,370km<sup>2</sup>, sendo 18,48km<sup>2</sup> de área urbana. Sua população estimada é de 101.791 habitantes segundo o censo do IBGE (2022).

O texto de Georges Benko, em geral, trata de questões mais amplas da globalização, entretanto, também teria uma conexão prática se aplicada à produção espacial da cidade sul-mato-grossense de Três Lagoas, pois espaços urbanos da cidade possuem características de padronização e falta de identidade.

Iremos apresentar a seguir uma breve análise do processo de não-lugares em Três Lagoas, e para iniciarmos, é relevante considerar as transformações sociais e a individualização das experiências, ou seja, são observadas as mudanças nas formas como os moradores de Três Lagoas se relacionam com o espaço urbano e entre si, resultado do impacto da tecnologia e da globalização na comunicação e nas redes sociais.

Um dos aspectos contemporâneos observados em Três Lagoas são os aplicativos de compras *online*, como o *Ifood*, *Sr. Pedido*, *Tentrego*, *Aiqfome*, entre outros, como também, dos próprios restaurantes, lanchonetes, sorveterias, comércio e varejo em geral, os supermercados *Amigão*, *Proença* e *Thomé*, que criaram espaços virtuais como não-

lugares onde a identidade, a relação e a história são minimizadas, e onde a experiência de consumo é individualizada, que contribui para uma comunicação solitária por meio de dispositivos tecnológicos. Os moradores de Três Lagoas podem acessar uma variedade de opções de produtos da própria cidade e de diferentes partes do mundo, onde a relação com esses lugares é mediada pela tela do celular, criando uma certa ilusão de familiaridade com espaços diferentes.

Foram encontrados dois supermercados em Três Lagoas com aspectos que podem ser considerados reflexos dos não-lugares, o *Amigão* – localizado no *Shopping Três Lagoas*, e o *Nova Estrela* – com lojas nos bairros Colinos e Santos Dumont. Nestes estabelecimentos, foram introduzidos no atendimento os *self-checkouts*, conhecidos também como caixas automáticas (Figura 1). Esses espaços, segundo Benko (1998) não possuem uma simbolização clara de identidade, história e relação, podendo transmitir uma sensação de anonimato e falta de conexão social e local, em que o consumidor realiza suas compras de forma autônoma, solitária e sem interação direta com um atendente ou funcionário, e a experiência de pagamento ocorre em um espaço despersonalizado.

**Figura 1** – Caixas de autoatendimento: (1) Supermercado Amigão e (2) Supermercado Nova Estrela. 2023



**Fonte:** autor, 2023.

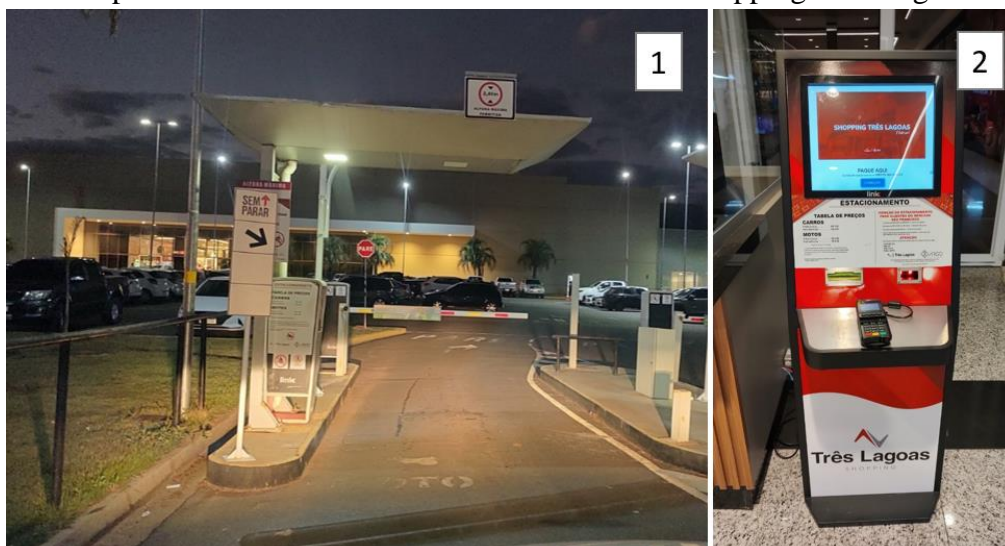
São observados, também, sistemas semelhantes ao *self-checkouts* no *Shopping Três Lagoas*, como analisado na cancela automatizada de acesso à entrada e saída do estabelecimento de compras – foto 1 (Figura 2), e no caixa automático para autopagamento do estacionamento – foto 2 (Figura 2). Esses sistemas automatizados são projetados para otimizar o fluxo de veículos e facilitar o processo de entrada, saída e



pagamento do estacionamento do *shopping*. São espaços onde a interação humana é reduzida ao mínimo, já que não há atendentes físicos nessas áreas. Diante destes fatores, esses espaços despersonalizados podem transmitir uma sensação de anonimato e impessoalidade.

Portanto, os espaços automatizados e despersonalizados, juntamente com a associação a empreendimentos comerciais globalizados, padronizados, independentemente da localização geográfica, produz com o passar do tempo, a difusão da cultura e do estilo de vida globalizado, Benko (1998) corrobora afirmando que a hiperglobalização tem a capacidade de padronizar os espaços e as práticas comerciais na produção do espaço geográfico.

**Figura 2** – (1) Cancela automática de acesso ao Shopping Três lagoas, (2) Caixa automático para autoatendimento do estacionamento do Shopping Três Lagoas. 2023.



**Fonte:** autor, 2023.

Os não-lugares são definidos por três características principais: intercambialidade, uniformidade e impessoalidade. São espaços com características idênticas independentemente da sua localização, onde as pessoas passam sem interrupções. Eles são projetados para serem funcionais e eficientes, muitas vezes faltando toques exclusivos ou pessoais. A exemplo disso, são as grandes redes varejistas com operações globalizadas presentes em Três Lagoas, como a *Riachuelo* – foto 1 (Figura 3), *Renner* – foto 2 (Figura 3), *C&A Modas*, *Lojas Pernambucanas*, *Havan*, entre outras. Essas lojas têm um *design*

padronizado, oferecendo produtos similares em várias localidades, possuindo um perfil com a finalidade de atender a demanda global, seguindo tendências globais de moda. Elas não possuem uma identidade específica relacionada a um local ou comunidade em particular, onde a interação entre clientes e vendedores são minimizados.

**Figura 3** – (1) Loja Riachuelo do Shopping Três Lagoas, (2) Loja Renner do Shopping Três Lagoas.



**Fonte:** autor, 2023.

Por outra perspectiva, as lojas consideradas “lugares”, encontradas principalmente na área de comércio central de Três Lagoas, são espaços que possuem uma identidade mais vinculada a um local ou uma comunidade específica. São encontrados estabelecimentos comerciais que valorizam a relação com o cliente e buscam criar uma experiência de compra personalizada, fornecendo um ambiente onde as interações sociais são encorajadas.

O *Shopping* Três Lagoas (Figura 4), é um reflexo do não-lugar e da hiperglobalização, sendo espaços projetados de forma padronizada, seguindo modelos semelhantes em diferentes regiões brasileiras e países, abrigando uma variedade de lojas de marcas nacionais e globais, a exemplo da loja de joias *Vivara* – foto 4 (Figura 4), que refletem a influência da hiperglobalização.

De acordo com Benko (1998), os *shoppings* também são projetados para serem espaços de consumo e entretenimento intercambiáveis, onde as relações sociais são minimizadas mediante a uma experiência padronizada de compras, no entanto, mesmo os *shoppings* sendo considerados não-lugares e influenciados pela globalização, ainda podem produzir espaços e atividades que buscam criar uma identidade local e promover interações mais significativas com a comunidade, podendo incluir a incorporação de

elementos da cultura local, eventos temáticos regionais ou espaços destinados a empreendedores locais.

**Figura 4** - (1) Fachada e área externa do Shopping Três Lagoas, (2) Corredor principal do Shopping, (3) Acesso “B” do Shopping, (4) Loja de joias Vivara. Três Lagoas (2023).



**Fonte:** autor, 2023.

No contexto das duas rodovias que atravessam o perímetro urbano da cidade sul-mato-grossense de Três Lagoas, como a BR-158 e BR-262 (Figura 5), e as atividades comerciais e de serviços que se encontram ao longo delas, é possível observar e considerar alguns aspectos como reflexos do não-lugar e da hiperglobalização.

**Figura 5** - Perímetro Urbano de Três Lagoas com destaque para as rodovias BR-158 e BR-262 e o comércio especializado que a margeiam. 2023.



Fonte: Maps Google (2023).

As rodovias têm por sua natureza a conexão entre diferentes localidades, geralmente refletem a ideia de fluxo, movimento e transitoriedade, em oposição a um senso de lugar e pertencimento. As rodovias BR-158 e BR-262, dispostas na Figura 5, podem ser consideradas espaços de passagem, onde as interações pessoais são temporárias e muitas vezes, superficiais. Diante desses fatores, as rodovias podem ser associadas ao conceito de não-lugar.

Neste sentido, as atividades comerciais e de serviços ao longo dessas rodovias, como postos de combustíveis que funcionam 24 horas, a exemplo do *Posto do Cristo* – foto 1 (Figura 6), bem como da franquía brasileira *Lavô Lavanderias* – Foto 2 (Figura 6), que também funciona 24 horas, acompanhando o horário de atendimento do *Posto do Cristo*. Ao lado da *Lavô Lavanderias*, foi instalada uma das unidades do *Sem Parar* – foto 2 (Figura 6), que vende *tags* que permite pagar automaticamente, facilitando o acesso ao passar por pedágios, estacionamentos, postos de combustíveis, entre outros, não havendo a necessidade de interação entre clientes e vendedores.

**Figura 6** - (1) Posto do Cristo, BR-262, (2) Lavanderia Lavô 24 horas e Posto de venda da tag Sem Parar. Unidades localizadas no mesmo local. Três Lagoas (2023).



**Fonte:** autor, 2023.

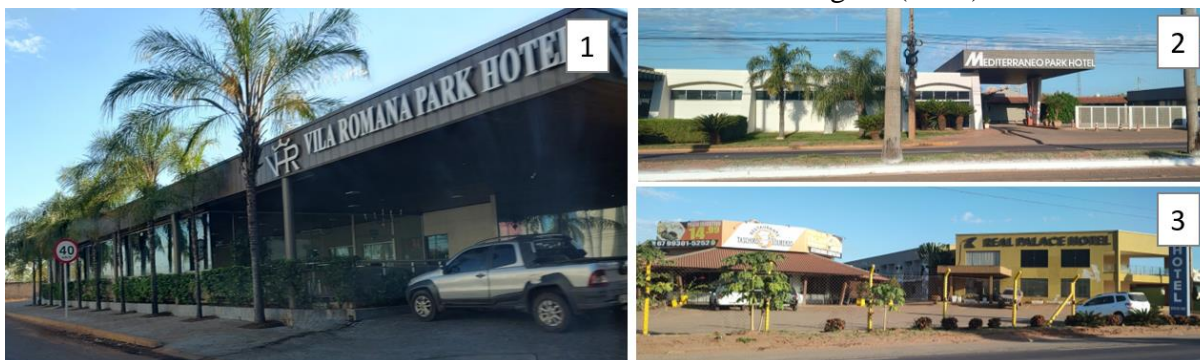
Hotéis, restaurantes e lanchonetes, muitas vezes, também são influenciados pela lógica da hiperglobalização, sendo possível observar a presença de cadeias de restaurantes e hotéis (Figura 7) padronizados no perímetro das rodovias BR-158 e BR-262, que seguem modelos globais e oferecem experiências similares em diferentes regiões.

Na Figura 5, ainda podemos observar, destacando, que a BR-158 e BR-262 permite e facilita o acesso ao Distrito Industrial, ao *Shopping* Três Lagoas, ao Aeroporto Regional Plínio Alarcon, não necessitando acessar o interior da cidade, que facilita o acesso de quem está de passagem, não ocorrendo a necessidade produzir interações diretas.

Outro ponto destacado na Figura 5, é a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS, localizada na BR-262, que pode apresentar alguns elementos relacionados ao conceito de não-lugar e à hiperglobalização, no que diz respeito aos cursos à distância, nos quais os estudantes podem estudar online sem a necessidade de frequentar fisicamente o espaço universitário, não havendo uma conexão espacial entre os estudantes e o campus de Três Lagoas.

No entanto, é importante ressaltar que a UFMS também desempenha um papel importante e fundamental como um local de ensino e pesquisa, onde ocorrem interações acadêmicas e científicas entre estudantes, professores e pesquisadores, que contribui para a dinâmica local, podendo estabelecer um senso de comunidade e pertencimento.

**Figura 7** – (1) Vila Romana Park Hotel, (2) Mediterrâneo Hotel, (3) Hotel e restaurante Real. Todos localizados na rodovia BR-262. Três Lagoas (2023).



**Fonte:** autor, 2023.

Ao trafegar pela BR-262, dentro do perímetro urbano de Três Lagoas, são observados elementos que podem ser alinhados aos conceitos de não-lugar – resultado do processo de hiperglobalização, tornando-se um local estratégico para a instalação de empresas como concessionárias de marcas estrangeiras e lojas de autopeças (fotos 1 e 4, Figura 8). É também uma localização estratégica para empresas prestadoras de serviços específicos, pois a rodovia atravessa diversas regiões da cidade, além de interligar diversos bairros. Bem como serve de entroncamento para rodovias que ligam a capital Campo Grande (BR-262), o sudeste e o norte de Mato Grosso do Sul (BR-158) e o estado de São Paulo (BR-262).

A presença de marcas estrangeiras, como, por exemplo: a *Renault* – foto 2 (Figura 8) e *Fiat* – foto 3 (Figura 8), podem também serem consideradas um reflexo da hiperglobalização, enquanto essas empresas expandem suas operações e estabelecem pontos de venda em diferentes países. A globalização econômica e o aumento do comércio internacional permitem que marcas estrangeiras se expandam para novos mercados e alcancem consumidores em diferentes regiões, Fiuza (2020, p. 02) especifica complementando que “a globalização econômica condiciona o modo como o espaço urbano é planejado, produzido e vivenciado.”

**Figura 8** - (1) Lojas de autopeças de veículos em geral, (2) Concessionária de veículos Renault, (3) Concessionária de veículos Fiat, (4) Lojas de autopeças e oficina de veículos em geral. Três Lagoas (2023).



Fonte: autor, 2023.

Três Lagoas possui duas locadoras de veículos, a *Localiza* – foto 1 (Figura 9), localizada na BR-262, e a *Unidas* – foto 2 (Figura 9), localizada no *Shopping Três Lagoas*. Em relação à hiperglobalização, estão inseridas em um contexto em que a mobilidade é cada vez mais valorizada e as fronteiras geográficas menos restritivas, onde os clientes podem alugar um veículo em uma determinada cidade ou país e devolvê-lo em outros, permitindo uma experiência de viagem globalizada, considerando que a *Localiza* é uma marca internacional e a *Unidas* é uma marca nacional que pertence ao mesmo grupo da *Localiza*.

Benko (1998) argumenta que a ilusão de familiaridade proporcionada pelas paisagens humanizadas leva a uma sensação de perda de sentido. Com a multiplicação dos não-lugares, centros urbanos, como Três Lagoas, perdem significado. Isso ocorre porque as pessoas vivenciam paisagens semelhantes através da mídia, independentemente da sua localização geográfica.

**Figura 9** – (1) Locadora Localiza na BR-262, (2) Locadora Unidas no Shopping Três Lagoas.



**Fonte:** autor, 2023.

Os não-lugares tornaram-se espaços desprovidos de identidade e significado, caracterizados por um excesso de referências não-lugares na pós-modernidade. A Figura 10 mostra duas fotos da rede atacadista Atacadão Carrefour, A Foto 1 retrata a unidade na cidade de Primavera do Leste (MT), enquanto a Foto 2 mostra a unidade de Três Lagoas. A hiperglobalização, no entanto, permite que a paisagem perca as suas referências específicas, criando espaços desprovidos de significado.



**Figura 10** – (1) Unidade Atacadão da cidade de Três Lagoas – MS, (2) Unidade Atacadão da cidade de Primavera do Leste – MT.



**Fonte:** (1) autor, 2023; Antônio Carlos (2022).

Santos (1996) destaca que não existe um espaço global único, mas sim, espaços da globalização, ou seja, diferentes lugares que são afetados e influenciados pela lógica global. O território adquire importância mediando o mundo global com a sociedade local, sendo que o mundo global depende das oportunidades oferecidas pelos lugares específicos para se efetivar, não ocorrendo de forma homogênea, mas através das interações entre o mundo global e os lugares particulares.

Ainda de acordo com Santos (1996), o movimento do mundo seleciona e modifica os lugares, escolhendo alguns e rejeitando outros, e é por meio dos lugares que o mundo encontra possibilidades concretas de realização. Deste modo, para se tornar espaço, ou seja, para se concretizar e se manifestar em determinadas áreas, depende das características e potencialidades dos lugares específicos. Para complementar como essa análise, Santos (1996, p. 271) afirma:

Não existe um espaço global, mas, apenas, espaços da globalização. (...) O Mundo, porém, é apenas um conjunto de possibilidades, cuja efetivação depende das oportunidades oferecidas pelos lugares. (...) Mas o território termina por ser a grande mediação entre o Mundo e a sociedade nacional e local, já que, em sua funcionalização, o 'Mundo' necessita da mediação dos lugares, segundo as virtualidades destes para usos específicos. Num dado momento, o 'Mundo' escolhe alguns lugares e rejeita outros e, nesse movimento, modifica o conjunto dos lugares, o espaço como um todo. É o lugar que oferece ao movimento do mundo a possibilidade de sua realização mais eficaz. Para se tornar espaço, o Mundo depende das virtualidades do Lugar.

Ao discutir a Geografia de lugar nenhum e sua relação com o processo de não-lugares e hiperglobalização em Três Lagoas – MS, foi possível identificar uma série de aspectos que refletem a influência destes fenômenos na produção do espaço urbano da cidade, revelando os desafios e as contradições da hiperglobalização, ressaltando a importância de repensar as relações entre os não-lugares, as identidades locais e a conexão com o mundo globalizado.

### **Considerações finais**

Ao realizarmos uma breve análise da Geografia de "Lugar Nenhum" em Três Lagoas – MS, foi possível observar a presença de um elemento dos não-lugares e da hiperglobalização. A cidade está passando por um processo de transformação espacial acelerada, impulsionada pela expansão econômica e pela inserção no contexto global. Aqui citamos o *shopping*, a presença de importantes rodovias, a existência de cursos à distância pela UFMS e a concentração de empresas estrangeiras e locadoras de veículos.

Esses elementos contribuem para a criação de espaços padronizados, que não possuem uma identidade local marcante. O Shopping Três Lagoas apresenta uma arquitetura semelhante à de outros centros comerciais, tornando-se símbolo de um espaço em processo de heterogeneização urbana. As rodovias BR-158 e BR-262, por sua vez, oferecem uma experiência de deslocamento impessoal, marcada por placas que indicam atrativos, mas sem proporcionar uma conexão real com o lugar.

É importante ressaltar que os fenômenos tratados no texto não ocorrem de forma isolada. Eles são parte de um processo de transformações sociais, culturais e econômicas, revelando os desafios e as contradições produzidas pela hiperglobalização, trazendo consigo as oportunidades de conexão com o mundo globalizado, mas produzindo, em contrapartida, a padronização e a perda de identidade local.

Considerando os fatores mencionados, é fundamental reconhecer a complexidade desses processos e como eles se estabelecem no espaço urbano de Três Lagoas. Isto abre a porta a novos métodos analíticos e reflexões que podem ajudar-nos a compreender como reconciliar e se conectar com o mundo globalizado, valorizando e preservando as características e identidades locais, sendo importante repensar a relação entre globalização e preservação cultural, visando promover um desenvolvimento sustentável que preserve a essência dos lugares que compõem o espaço urbano de Três Lagoas.

## Referências

BENKO, Georges, Geografia de lugar nenhum ou hiperglobalização: breve exame do mundo pós-moderno. In: SANTOS, Milton; SOUZA, Maria Adelia A. de; SILVEIRA, Maria Laura (Orgs.). **Território: Globalização e Fragmentação**, São Paulo: Hucitec, 1998. Disponível em: <<http://geocrocetti.com/msantos/Territorio.pdf>>. Acesso em: 17/04/2023.

CLAVAL, Paul. O território na transição da pós-modernidade. **Geographia**, Niterói, UFF, ano 1, n.2, 2009. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/geographia/article/view/13349>>. Acesso em: 18/04/2023.

FIUZA, Isabela Cançado. Os efeitos da globalização no comércio: o caso da Rua de Santa Catarina, Porto. **Dissertação** (Mestrado em Planejamento e Projeto Urbano) – Faculdade de Engenharia, Universidade do Porto. Porto - Portugal, p. 01 - 261. 2020. Disponível em: <[https://sigarra.up.pt/feup/pt/pub\\_geral.pub\\_view?pi\\_pub\\_base\\_id=427139](https://sigarra.up.pt/feup/pt/pub_geral.pub_view?pi_pub_base_id=427139)>. Acesso em 02/05/2023.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. 15. ed. Tradução de Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. Rio de Janeiro: Edições Loyola, 1989. 349 p.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Brasileiro de 2022. Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: <<https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/>>. Acesso em: 11/05/2023.

SANTOS, M. **A revolução tecnológica e o território: realidades e perspectivas**. Terra Livre, [S. l.], n. 9, 2015. Disponível em: <https://publicacoes.agb.org.br/terralivre/article/view/101>. Acesso em: 14/03/2024.

\_\_\_\_\_. **A natureza do espaço: Técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Hucitec, 1996.

*Recebido em 26 de novembro de 2023.*

*Aceito 29 de fevereiro de 2024.*

*Publicado em 22 de março de 2024.*