

**UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**DEPARTAMENTO DE TRABAJO SOCIAL**  
**Tesis Licenciatura en Trabajo Social**

**Mercado agrícola y su identidad:  
lo local globalizado**

**Aldana Boccagni**

**Tutor: Carlos Muñoz**

**2009**

## PRÓLOGO

*Una ciudad es un tejido vivo, el entramado urbano crece, se desarrolla junto con el entramado social. La ciudad crece, se desarrolla con su gente y a través de su gente.*

*Y una ciudad también se lee, se leen sus paredes, se leen las calles, como se leen también los edificios, como se lee un libro. Y se pueden descifrar historias, historias colectivas, historias de un barrio. El Mercado Agrícola en Goes es testimonio de un país y de una época que miraba al futuro con un gran optimismo. Es testimonio de un barrio con un gran dinamismo, que conoce industrias, industrias de mucha importancia donde participan un gran número de trabajadores, muchas actividades económicas, dos grandes instituciones universitarias; más tarde el lugar del Parlamento Nacional, el propio Mercado, estructura de hierro y vidrio, es orgullo de la época. Es testimonio también de un desafío, de una construcción que era una promesa en sí, hacia el futuro. Así el propio Mercado sería uno de los grandes puntos de actividad y de dinamismo de la zona en la que está instalado. Goes y el Mercado sufrirían con el país, con la sociedad, espejo de lo que ocurrió en nuestro propio entramado social y urbano a todo nivel.*

*Hoy el Mercado cobra un nuevo significado. Es el epicentro de un gran proyecto de reconstrucción, de rehabilitación urbana. Pero también, y al mismo tiempo, de la reconstrucción del entramado social.*

*(...) Entiendo que el Mercado va a volver a adquirir, con nuevas actividades, el significado que tenía, ese significado de una apuesta optimista hacia el futuro, de un centro donde se reúnan vecinos y vecinas, sectores sociales y empresariales muy diversos, para construir sociedad, para construir un país.*

Dr. Ricardo Ehrlich  
Intendente de Montevideo  
Setiembre, 2008

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
---------------------	----------

### **CAPÍTULO 1:**

#### **PRESENTACIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN: EL MERCADO AGRÍCOLA**

<b>1.1- Antecedentes</b>	<b>2</b>
<b>1.2- Justificación del tema</b>	
1.2.1- Justificación empírica	2
1.2.2- Justificación teórica	3
<b>1.3- Presentación del tema</b>	<b>4</b>
<b>1.4- Problema y preguntas de investigación</b>	<b>5</b>
<b>1.5- Objeto de estudio</b>	<b>6</b>
<b>1.6- Objetivos</b>	<b>6</b>
<b>1.7- Metodología de trabajo</b>	<b>7</b>

### **CAPÍTULO 2:**

#### **DIMENSIONES ANALÍTICAS QUE TRANSVERSALIZAN EL TEMA DE INVESTIGACIÓN**

<b>2.1- Pertinencia de la elección de las categorías analíticas</b>	<b>8</b>
<b>2.2- Identidad</b>	
2.2.1- Identidad como una construcción social	9
2.2.2- Clasificación de identidades según Castells	10
2.2.3- Identidad en la "sociedad red"	11
<b>2.3- Desarrollo Local</b>	<b>12</b>
2.3.1- Desarrollo local desde la relación global- local	13
2.3.2- Gobiernos locales	14
<b>2.4- Calidad de vida</b>	<b>16</b>
<b>2.5- Globalización</b>	
2.5.1- Definiendo globalización	17
2.5.2- "Glocalización"	21

**CAPÍTULO 3:**

**UN MERCADO, UN BARRIO, UN MUNDO**

<b>3.1- Antecedentes sobre el tema de investigación</b>	<b>25</b>
<b>3.2- Justificación de las estrategias de investigación</b>	<b>25</b>
<b>3.3- El Mercado Agrícola</b>	
3.3.1- Su surgimiento	27
3.3.2- El Mercado Agrícola y su entorno	28
3.3.3- Programa "Viví Goes"	31
3.3.4- Primeros pasos en el proceso de reciclaje del Mercado Agrícola	33
<b>3.4- Relatos de algunos actores locales involucrados en el tema de Investigación.</b>	
3.4.1- Relatos tomados del libro: "Un Mercado, un barrio, un mundo"	35
3.4.2- El aporte desde el trabajo social	40

**CAPÍTULO 4:**

**ANÁLISIS DE LA REALIDAD A LA LUZ DE LAS CATEGORÍAS PLANTEADAS** 42

<b>4.1- Analizando la identidad del Mercado Agrícola</b>	<b>42</b>
<b>4.2- Aspectos de la globalización en el Mercado Agrícola y su entorno</b>	<b>46</b>
<b>4.3- Analizando las visiones de los actores locales</b>	<b>48</b>

**CAPÍTULO 5:**

**REFLEXIONANDO DESDE EL TRABAJO SOCIAL** 58

**BIBLIOGRAFÍA** 62

**Fuentes bibliográficas** 65

**APÉNDICES** 69

**Apéndice 1-** Planos de ubicación del Mercado Agrícola y su entorno

**Apéndice 2-** Documentos elaborados durante la práctica curricular de MIP II (2007) y el documento de anteproyecto de la tesina de grado (2009)

**Apéndice 3-** Resoluciones municipales referidas al Mercado Agrícola

**Apéndice 4-** Documento Programa "Viví Goes"

**Apéndice 5-** Informes de entrevistas realizadas a la trabajadora social del CCZ Nº 3.

**Apéndice 6-** Artículo de una entrevista realizada a la Directora del Mercado Agrícola.

**Apéndice 7-** Visualizando el Mercado Agrícola...

## INTRODUCCIÓN

El presente documento constituye la tesina de grado de la Licenciatura en Trabajo Social, siendo la etapa final para la culminación de dicha carrera. En el mismo se expone y analiza una investigación testimonial planteada desde las Ciencias Sociales: el **Mercado Agrícola**, ubicado en la manzana que abarca las calles: Dr. José L. Terra, Ramón del Valle Inclán, Dr. J.J de Amézaga y Martín García<sup>1</sup>, perteneciente al Barrio Goes, del Centro Comunal Zonal (CCZ) N° 3 de la ciudad de Montevideo-Uruguay. El Mercado Agrícola surge en el año 1906 pero se inaugura oficialmente en el año 1913, tiene más de un siglo de vida; por lo tanto para especificar esta investigación puede decirse que el énfasis está puesto en el proceso de reconstrucción identitaria del Mercado Agrícola, el cual se realiza a través de proyectos que vienen implementándose tanto en el Mercado Agrícola como en la zona.

El documento consta de cinco capítulos, a saber:

En el primero se realiza una presentación del tema a investigar, que contiene los antecedentes, justificación, objeto de estudio, preguntas y problema de investigación, objetivos y metodología.

El segundo capítulo refiere a las dimensiones de análisis, o también llamadas categorías analíticas, que permiten comprender el contexto en cual se realiza la investigación. Es así que aparece la identidad como categoría central, el desarrollo local, calidad de vida, y la globalización como un atravesamiento.

En el siguiente capítulo se presenta la investigación propiamente dicha, que comienza con los antecedentes y la justificación de las técnicas utilizadas, para pasar luego a al desarrollo de la investigación.

El cuarto capítulo contiene el análisis de la investigación realizada a la luz de las categorías planteadas.

Por último, se presentan algunas reflexiones desde trabajo social, en torno a la evaluación de esta investigación, en cuanto al cumplimiento de los objetivos propuestos, la evaluación de la metodología utilizada y reflexiones personales respecto a esta experiencia.

---

1 Véase Apéndice 1: Planos de ubicación del Mercado Agrícola y su entorno.

# 1- PRESENTACIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN: EL MERCADO AGRÍCOLA

## 1.1- Antecedentes

El interés por el tema de investigación surge en el año 2007 durante la práctica curricular de la asignatura Metodología de la Intervención Profesional II, perteneciente al tercer año de la carrera. Dicha práctica estuvo enfocada en el Mercado Agrícola y sus alrededores. El centro de práctica era un Centro Comunitario de Educación Inicial (CCEI) llamado "Inchalá", es una guardería comunitaria que pertenece al Programa "Nuestros Niños", de la Intendencia Municipal de Montevideo (IMM), y está ubicada a una cuadra del Mercado Agrícola. La práctica era colectiva, el grupo estaba formado por cinco estudiantes, y la duración de la misma abarcó el período de junio a diciembre del año 2007 proceso plasmado en tres documentos que permiten identificar las tres etapas de una intervención. Se parte del proceso de conocer la realidad donde se va a intervenir -diagnóstico contextual-, para luego poder elaborar un proyecto -estrategias de intervención-, que culminarán con una evaluación tanto del proyecto como de la práctica -sistematización-. La estrategia de intervención se realizó en conjunto entre el Mercado Agrícola y el Centro Comunitario de Educación Inicial "Inchalá".

Podría decirse que el punto de partida para realizar la tesina de grado, fue un trabajo individual que realicé en el mes de setiembre de 2007, que trataba sobre el tema de la identidad del territorio a nivel global, lo denominé "Lo local globalizado: ¿realidad o utopía?". A partir de entonces aumentó mi interés por profundizar en el proceso de reconstrucción identitario del Mercado Agrícola, considerando la tesina de grado de Trabajo Social como una oportunidad para hacerlo. A la vez que aproveché la oportunidad que brinda la materia "Seminario optativo" de cuarto año de la carrera para realizar el anteproyecto de la presente tesis<sup>2</sup>.

## 1.2- Justificación del tema

### 1.2.1- Justificación empírica

En primer lugar se trata de un interés personal por profundizar en el tema luego de realizada la experiencia pre profesional con el Mercado Agrícola y su entorno. Es

---

<sup>2</sup> Véase Apéndice 2: documentos elaborados durante la práctica curricular de MIP II (2007) y el documento de anteproyecto de la tesina de grado (2009).

muy importante el hecho de poder visualizar como si bien en la última década el Mercado Agrícola en tanto institución estaba "en ruinas" y por tanto su identidad debilitada, con los proyectos y programas municipales que se están implementando tanto en el Mercado Agrícola -su restauración y modernización- como en la zona se está revirtiendo paulatinamente dicha situación.

Procura ser un pequeño insumo para contribuir en el largo y difícil proceso de darse a conocer en todos los ámbitos, difundiendo las diferentes actividades culturales, recreativas, educativas que allí se realizan además de la tradicional venta de frutas y verduras; comunicando e informando a la sociedad los cambios positivos que se vienen dando. Se pretende que este documento sea un aporte en la reconstrucción identitaria del Mercado Agrícola, tomándolo como modelo a seguir en el sentido de demostrar que es posible reconstruir identidades locales en el ámbito de la globalización.

A su vez, se trata que esta investigación sea también un aporte al proceso de desarrollo, vendría a ser la importancia de evolucionar con el tiempo, de progresar, pero manteniendo siempre las raíces, lo tradicional que es lo que lo hace a uno ser propio y característico de un lugar. El proceso de globalización implica luchar por "ser modernos" pero conservando estilos de vida, pasajes, códigos de sociabilidad, tradiciones culturales. Sin esto último "vamos por el camino de convertirnos en un engranaje más del mercado mundial (...)" (Arocena, F., 1994:70).

### 1.2.2- Justificación teórica

El proceso de globalización,

*pone en tela de juicio los procesos de construcción de las identidades, induciendo nuevas formas de cambio social, debido a que la sociedad red se basa en la disyunción sistemática de lo local y lo global para la mayoría de los individuos y grupos sociales (Castells, M., 1998:32).*

Esta fractura de la identidad es un proceso que no solo afecta al contexto en el cual se ubica el Mercado Agrícola sino que afecta a toda la sociedad, por tanto para comprenderlo es necesario partir de un nivel más general y tener en cuenta que distintos tipos de culturas han sido afectados por la globalización, que al generar cambios en las culturas de los grupos humanos provoca alteraciones en la identidad de dichos grupos y de sus integrantes (Moneta, C., 1999:20). Sin embargo, ello no significa que la globalización sea la única manera de comprender el proceso de

reconstrucción identitario; por el contrario simplemente se toma la globalización como una de las formas posibles de analizar y problematizar dicho proceso. Se considera que es un tema de actualidad, universal, de interés no sólo político y social, sino también de todos los aspectos dado que abarca todos los ámbitos de la vida cotidiana.

A la vez que la identidad, al constituirse tanto en relación con un territorio como en conexión con redes internacionales de mensajes y bienes, se necesita una concepción de identidad

*que articule los referentes locales, nacionales y también de las culturas posnacionales que cada vez en mayor grado configuran las identidades y reestructuran el significado de las marcas locales o regionales establecidas a partir de experiencias territoriales distintivas (García Canclini, N., 1994:78).*

Es decir, que la identidad se conforma tanto por el arraigo territorial en el que habita un grupo de individuos como por la participación en redes de comunicación deslocalizadas. Por lo tanto, se trata de testar la misma teoría en este contexto específico del Mercado Agrícola.

### **1.3- Presentación del tema**

La zona del Mercado Agrícola tiene una identidad colectiva fracturada consecuencia, en gran parte, de un pasado y una historia del territorio que no es compartida por todos los integrantes del barrio. La zona es calificada como "zona de alto riesgo" debido a la existencia de una grave problemática de drogas y prostitución. El barrio Goes ha sufrido un proceso ininterrumpido de degradación física, algo que se acentuó sobre todo en el área cercana al Mercado Agrícola. También existieron varios establecimientos industriales en décadas anteriores, entre ellos, los más importantes fueron: la Fábrica de Alpargatas y la Fábrica de Fósforos. Los mismos empleaban a miles de familias. Luego de su cierre, en los años 90, la zona se empobreció notablemente, desplazando a las familias que no podían costear sus alquileres a la periferia de Montevideo. El Mercado Agrícola -inaugurado en 1913-, dedicado a la venta de frutas y verduras, también se vio afectado, siendo descuidado además por sus autoridades -en ese entonces el Mercado Agrícola estaba en una concesión con la Asociación Federal de Agricultores Unidos del Uruguay- y abandonado, convirtiéndose poco a poco en un lugar propicio para la compra-venta de drogas y la prostitución.

Es por estos motivos que se pretende revitalizar una zona que además cuenta con todos los servicios básicos urbanos y que, sin embargo, cada vez tiene menos

habitantes. Es así que se elabora y comienza a implementarse el Programa "Viví Goes" (2008)<sup>3</sup>, que tiene como principal antecedente al Programa Goes (1990), cuyo propósito es convertir la zona del Mercado Agrícola, el Palacio Legislativo y el Barrio Reus en un atractivo turístico. Para ello es necesario la intervención de los distintos Ministerios, la IMM y otros organismos públicos (Administración Nacional de Educación Pública -ANEP-, Junta Nacional de Drogas -JND-, Instituto de la Niñez y de la Adolescencia del Uruguay -INAU-) que se efectiviza en el denominado "Consejo Goes" (2006)<sup>4</sup>.

Los proyectos de modernización y restauración -o reciclaje<sup>5</sup>- del Mercado Agrícola forman parte, entonces de un amplio plan urbano de recuperación y ordenamiento del CCZ N° 3, una zona tradicional de Montevideo que en los últimos años se ha visto afectada por un proceso de vaciamiento de población.

El Mercado Agrícola está pasando entonces por todo un proceso de reconstrucción identitaria. Considero que el término "reconstrucción identitaria" hace referencia a que en sus orígenes el Mercado Agrícola surgió como venta de frutas y verduras, tanto para minoristas como mayoristas, luego se da un proceso de decadencia que termina con el cierre del Mercado Agrícola. En el año 2006, volviendo a estar en manos de la IMM, el Mercado abre sus puertas -aunque este proceso comienza mucho antes- abarcando no sólo la tradicional venta de frutas y verduras sino también la realización de diversas actividades culturales, recreativas, educativas, espectáculos locales, regionales, nacionales e internacionales. Actividades, en su mayoría, que nada tienen que ver con la venta de frutas y verduras.

#### **1.4- Problema y preguntas de investigación**

El problema que se plantea es ampliar la aplicación en realidades locales concretas de los cambios que la globalización ha traído en los procesos identitarios.

Preguntas:

1. Partiendo de la idea de que la globalización está presente en todos lados ¿en qué medida influye lo global en el territorio del Mercado Agrícola?

---

<sup>3</sup> Dicho Programa será desarrollado más adelante.

<sup>4</sup> Véase Apéndice 3: Resoluciones municipales referidas al Mercado Agrícola.

<sup>5</sup> El término "reciclaje" es utilizado por algunos actores locales para señalar el actual proyecto de restauración del Mercado Agrícola, ya que no está permitido hacer modificaciones en su estructura original.

2. ¿Cómo se percibe la relación global-local en los proyectos de restauración y modernización del Mercado Agrícola?
3. ¿En qué medida se pueden visualizar cambios en la calidad de vida de la población que habita en los alrededores del Mercado Agrícola, respecto al reciclaje del Mercado, implementado desde el año 2006?

### **1.5- Objeto de estudio**

Teniendo en cuenta el contenido del Programa "Viví Goes, los proyectos implementados en el Mercado Agrícola, pretenden incentivar la actividad laboral y económica de la zona, de forma tal que el reciclaje revitalice al barrio respetando su identidad y la de su gente, al tiempo que les otorgue una mejor calidad de vida a sus vecinos y vecinas. Las obras de viviendas recientemente inauguradas, así como los nuevos proyectos en curso y otros a construirse, todos ellos irán contribuyendo a la repoblación de la zona y al pleno rescate de este histórico barrio.

Lo dicho hasta aquí permite construir y delimitar el objeto de investigación, que es *"la reconstrucción identitaria del Mercado Agrícola como parte de los procesos de mejora de la calidad de vida de la población del barrio Goes"*.

### **1.6-Objetivos**

Teniendo en cuenta el objeto de estudio planteado se esboza el siguiente objetivo general: problematizar el proceso de cambio que propicia el Mercado Agrícola a partir de los proyectos allí efectuados, que buscan, entre otras cosas, reconstruir su identidad y mejorar la calidad de vida de la población del barrio Goes.

Objetivos específicos:

1. Analizar la influencia de la globalización cultural en los territorios locales, aplicándolo concretamente al proceso de reconstrucción identitaria del Mercado Agrícola.
2. Evaluar el impacto del proceso de reciclaje del Mercado Agrícola en los diferentes actores involucrados, desde su implementación hasta mediados del año 2009, poniéndose énfasis en uno de los objetivos principales que tiene este proyecto, el de reconstruir el Mercado Agrícola para mejorar la calidad de vida de la zona.

3. Problematicar el aporte del Trabajo Social al barrio y al Mercado Agrícola (si es que existe) como una de las disciplinas claves para aportar en la mejora de la calidad de vida de un territorio.

### **1.7- Metodología de trabajo**

Se pretende realizar una investigación cualitativa, exploratoria, descriptiva, documental enmarcada principalmente dentro de las Ciencias Sociales. Para especificar el alcance de la exploración bibliográfica, se utilizó como búsqueda de material bibliográfico la Biblioteca de Ciencias Sociales perteneciente a la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de la República. Con respecto a la bibliografía utilizada, los autores que aparecen mayormente en este documento son Néstor García Canclini, Carlos Moneta, José Arocena, Manuel Castells, entre otros.

Es una investigación testimonial que refiere a la identidad del Mercado Agrícola como un proceso de construcción y reconstrucción, desde sus orígenes hasta la actualidad. Pero el Mercado Agrícola no está aislado, pertenece a un territorio local, concreto, que lo hace único e irrepetible y que ha sufrido y está sufriendo grandes transformaciones al igual que la población que lo rodea. A su vez, si bien en el CCZ N° 3 existen muchas identidades y de diferentes tipos, como en cualquier territorio, en esta investigación solamente se hará referencia a la identidad del Mercado Agrícola.

Para ello se recurre a fuentes primarias y secundarias; a través de lecturas y análisis bibliográficos, fichas documentales, informes calificados, historias de vida y entrevistas a diversos actores locales que hacen de una u otra manera al Mercado Agrícola. Se toman como antecedentes los documentos elaborados en la experiencia de práctica del año 2007, siendo ésta una investigación acción-participante ya que se trabajó en conjunto en y con el Mercado Agrícola, durante un período de tiempo determinado de junio a noviembre del año 2007. Además se utilizó material publicado en la web, y los archivos existentes en el propio Mercado Agrícola; cabe aclarar que la recolección de información se realizó hasta el mes de agosto del año 2009 ya que el Mercado Agrícola está pasando por un proceso de cambio, se está implementado un proyecto en donde día tras días se realizan actividades diferentes. Es así que se especifica esta investigación para no crear problemas futuros, y además de que se considera que hay suficiente información en virtud de las preguntas y objetivos planteados.

## 2- DIMENSIONES ANALÍTICAS QUE TRANSVERSALIZAN EL TEMA DE INVESTIGACIÓN

### **2.1- Pertinencia de la elección de las categorías analíticas**

La pertinencia de la metodología utilizada, y por tanto de las categorías analíticas elegidas fueron resultado de varios motivos. Por un lado son categorías visibles a luz del contexto, desde 2007 hasta ahora siguen siendo fundamentales en esta investigación. A su vez, es una fusión entre la voz del actor y la percepción del estudiante. Dicha fusión permite visualizar con mayor claridad la variedad de temáticas existentes que rodean al contexto del Mercado Agrícola. Sin embargo, si bien no todos los temas son de interés para desarrollarlos en esta investigación, sí es importante tenerlos presentes. Entre ellos está el tema de la descentralización territorial y municipal, así como la participación ciudadana y sus enlaces territoriales a través de las redes, junto al tema de la gestión local como gobernanza, el desarrollo barrial, la pobreza.

Luego de realizada esta aclaración es posible dar paso a las cuatro categorías utilizadas en el presente documento. La categoría analítica principal de toda la investigación es la identidad, la identidad del Mercado Agrícola. Para poder comprender el proceso de reconstrucción identitaria del Mercado Agrícola es necesario conocer la población que habita en sus alrededores, ya que el proyecto de reciclaje del Mercado Agrícola se hace con el fin, como se ha reiterado en varias oportunidades, de mejorar la calidad de vida de las personas que habitan en sus alrededores, ya que es una Institución que brinda diferentes recursos y servicios para el barrio, para la zona. Allí aparecen las siguientes categorías: Calidad de vida, y Desarrollo local.

Por último, la categoría Globalización se analiza como un atravesamiento de la investigación, siendo una de las vías posibles para comprender el proceso de cambio que propicia el Mercado Agrícola.

Resumiendo, las categorías son Identidad y Calidad de Vida, desde el Desarrollo local como expresión de la Globalización.

## **2.2- Identidad**

### 2.2.1-Identidad como una construcción social...

El concepto de identidad es muy complejo. Existen varias maneras de abordarlo; en este caso, se parte de la perspectiva de la identidad como una construcción, diferenciándola de las teorizaciones romanticistas que ven la identidad "(...) como un producto de las particularidades geográficas, biológicas, culturales y sociales de un proceso histórico configurador de espacios singulares de convivencia política" (González, C., 2001:13). Partir de la identidad como una construcción es lo que impide hablar en términos de una "identidad única y permanente" (González, C., 2001:13). Es decir, "la identidad marca una cierta estructura tanto en hechos como en conflictos, no es estática, fluctúa en función de procesos históricos y políticos, es manipulable y puede tender a operar como si de esencias inmutables se tratara" (Femenías, M., 2007:80,81).

En este caso, solamente se hará referencia a la identidad colectiva, local por ser el objeto de estudio de la investigación; definiéndola como

*el proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido. Para un individuo determinado o un actor colectivo puede haber una pluralidad de identidades (Castells, M., 1998:28).*

Sin embargo, hay que tener en cuenta que

*En ciertas situaciones, los agrupamientos humanos no han generado procesos identitarios que autoricen a hablar de identidad colectiva local. En otras, ha habido un deterioro de los tejidos sociales originales que ha producido el debilitamiento o la casi desaparición de los referentes identitarios. En ambos casos estamos ante grupos humanos que habitan un territorio pero que difícilmente pueden ser llamados sociedades locales. Les falta un ingrediente esencial: su propio reconocimiento y el reconocimiento de los demás" (Arocena, J., 1995:152).*

Estos dos textos citados permiten considerar a grandes rasgos los diferentes elementos que se necesitan para construir una identidad colectiva local, que es lo que se quiere analizar con el objeto de estudio.

### 2.2.2-Clasificación de identidades según Castells

Castells dice que la construcción social de la identidad siempre tiene lugar en un contexto marcado por las relaciones de poder y propone una distinción entre tres formas y orígenes de la construcción de la identidad<sup>6</sup> (Castells, M., 1998:29). Una de ellas es la identidad legitimadora "que es introducida por las instituciones dominantes de la sociedad para extender y racionalizar su dominación frente a los actores sociales" (Castells, M., 1998:30). Generan una sociedad civil en cuanto implica un conjunto de organizaciones, instituciones -actores sociales estructurados y organizados- que reproducen la identidad que racionaliza las fuentes de la dominación estructural (Castells, M., 1998:30).

Un segundo tipo son las identidades de resistencia,

*generada por aquellos actores que se encuentran en posiciones/ condiciones devaluadas o estigmatizadas por la lógica de la dominación, por lo que construyen trincheras de resistencia y supervivencia basándose en principios diferentes u opuestos a los que impregnan las instituciones de la sociedad (Castells, M., 1998:30).*

Los individuos, al no disponer de los recursos mínimos necesarios para acceder a mejores condiciones de vida, genera frustraciones y fuertes resistencias a la modernización de corte neoliberal en el marco del paradigma económico dominante (Moneta, C., 1999:23). Según Castells, este tipo de identidad conduce a la formación de comunas o comunidades<sup>7</sup> (Castells, M., 1998:30).

El tercer tipo lo constituye la identidad proyecto, "que es cuando los actores sociales, basándose en los materiales culturales de que disponen, construyen una nueva identidad que redefine su posición en la sociedad, y al hacerlo, buscan la transformación de toda la estructura social" (Castells, M., 1998:30). Este tercer tipo produce sujetos<sup>8</sup>.

El proceso de construcción de cada tipo de identidad depende del contexto social. En este caso, el contexto remite a la sociedad red, que es el término con el cual se define a las sociedades influenciadas por el proceso de globalización (Castells, M., 1998: 23).

---

6 Estos son tipos ideales, por tanto, no se dan en esencia como tampoco tienen "un valor progresista o regresivo fuera de su contexto" (Castells, M., 1998:32). Se recomienda la lectura de este libro para profundizar en el tema.

7 Definición de comunidad: "es un sistema de relaciones complejo que genera asociaciones entre individuos en función de determinados valores. Pero, como en todo proceso de socialización, se trata de la creación de vínculos -siempre asociados a las relaciones de poder y, por consiguiente, a situaciones conflictivas-" (Arocena, J., 1995:13).

8 Se entiende sujeto como "el actor social colectivo mediante el cual los individuos alcanzan un sentido holístico en su experiencia" (Touraine, A., en Castells, M., 1998:32).

### 2.2.3-Identidad en la "sociedad red"

La sociedad red pone en tela de juicio los procesos de construcción de la identidad, induciendo nuevas formas de cambio social, debido a que "la sociedad red se basa en la disyunción sistemática de lo local y lo global para la mayoría de los individuos y grupos sociales" (Castells, M., 1998:32). La identidad, al constituirse tanto en relación con un territorio como en conexión con redes internacionales de mensajes y bienes, se necesita una concepción de identidad

*que articule los referentes locales, nacionales y también de las culturas posnacionales que cada vez en mayor grado configuran las identidades y reestructuran el significado de las marcas locales o regionales establecidas a partir de experiencias territoriales distintivas (García Canclini, N., 1994:78).*

Es decir, que la identidad se conforma tanto por el arraigo territorial en el que habita un grupo de individuos como por la participación en redes sociales. El tema de las redes sociales ha estado siempre presente y se va acrecentando cada vez más. Las redes sociales han existido desde siempre, asumiendo distintas formas según el contexto socio histórico en que se formen. Siguiendo a Dabas pueden definirse como un

*proceso de construcción permanente tanto individual como colectivo. Es un sistema abierto, autoorganizado, multicéntrico, que a través de un intercambio dinámico entre los integrantes de un colectivo (...) y con integrantes de otros colectivos, posibilita la potencialización de los recursos que poseen y la creación de alternativas novedosas para la resolución de problemas o satisfacción de necesidades (Dabas, E., 1999:24).*

"La identidad territorial está en las raíces del alza mundial de gobiernos locales y regionales como actores significativos de representación e intervención, más apropiados para adaptarse a la variación interminable de los flujos globales" (Castells, M., 1998:397).

La relevancia de esta categoría en la investigación comienza desde el título del presente documento, durante toda la investigación se pretende analizar la identidad del Mercado Agrícola, en tanto es una construcción social, es un proceso flexible pero a su vez tiene elementos que lo hacen único, por el contexto particular en donde se encuentra ubicado.

### **2.3- Desarrollo Local**

Para abordar la categoría identidad, es necesario tener un amplio conocimiento de la comunidad y sus pobladores para poder comprender cómo ellos han llegado a conformar determinadas formas de vida y para poder rescatar, consolidar y concebir las comunidades como “espacios privilegiados de cambios” (Dávalos, R., 2004:37).

Ello significa que sus habitantes no sólo reconozcan y acepten los problemas que se le presentan sino también que lleven a cabo “estrategias de desarrollo con modelos de participación popular” (Dávalos, R., 2004:38); utilizando los recursos disponibles de un modo óptimo, mejorando sus condiciones de vida y reconstituyendo así su identidad colectiva (Dávalos, R., 2004:38). Lo que contribuiría a grandes rasgos a un mejor ejercicio de la ciudadanía<sup>9</sup>.

Una de las principales categorías para pensar estos procesos de construcción de identidades colectivas es la de actor local.

*Una forma de definir un actor es relacionándolo con la esencia social en la que desarrolla su acción. En este caso nos estamos refiriendo a individuos, grupos o instituciones cuyo sistema de acción coincide con los límites de la sociedad local. En esta primera definición no se incluye la calidad de la acción, sino la escena en la cual se desarrolla. Así son actores locales los vecinos organizados que intentan mejorar la calidad de vida de un barrio, de una localidad o de un área rural determinada; pero también son actores locales quienes se organizan para mantener y reproducir una determinada situación que genera destrucción de riquezas naturales y desestructuración de tejidos sociales (Arocena, J., 1995:25).*

Para algunos autores, como Barreiro: “los actores locales son simultáneamente motor y expresión del desarrollo local”; y define tres categorías de actor local: los actores ligados a la toma de decisiones (político-institucionales); los actores ligados a técnicas particulares (expertos-profesionales) y los actores ligados a la acción sobre el terreno (la población y todas sus expresiones activas). Además subraya que “el desarrollo local supone concertación, negociación, interacción entre actores” (Barreiro, F., 1988:145).

No es fácil dar una definición de desarrollo local.

*No hay una teoría sobre el desarrollo local, sino teorías sobre el desarrollo que difieren entre ellas en la forma de considerar lo ‘local’. Así en el ‘evolucionismo’, lo ‘local’ es un principio negativo y de resistencia, bien diferenciado de lo ‘global’,*

---

<sup>9</sup> A los efectos de tener una idea general de ciudadanía, ésta se define como un “conjunto de derechos y responsabilidades de las personas en el marco de una comunidad determinada” (Aquín, N., 2003:15); considerando la ciudadanía según su expresión en el plano jurídico, el político y el sociológico.

*portador de progreso. En el 'historicismo', lo 'local' es una entidad específica que hay que desarrollar contra lo 'global', portador de uniformidad. En el 'estructuralismo', lo 'local' es un lugar de reproducción de las grandes contradicciones que atraviesan lo 'global' (Arocena, J., 1987: 6).*

Diversos autores plantean críticas respecto a estos tres paradigmas debido, en parte al carácter reduccionista, simplista de cada uno. Por ello, Arocena plantea una nueva propuesta que involucra elementos de los tres paradigmas (Arocena, J., 1987:19).

En esa propuesta,

*el desarrollo es un modelo complejo, cuya comprensión exige la consideración de los tres niveles de análisis que son: Modelo, Historia y Sistema. Para que haya desarrollo, es necesario al mismo tiempo: una búsqueda de lo específico en la historia local, una acción lúcida al interior de una determinación lógica sistémica y una acción sobre los sistemas de representaciones colectivas (Arocena, J., 1987:21).*

La propuesta planteada por Arocena, de considerar en el desarrollo local los tres niveles de análisis, implica hablar necesariamente del paradigma de la complejidad. El pensamiento complejo integra los modos simplificadores de pensar, "cree en la interacción de las categorías, revitalizándolas pero no invalidándolas" (Aguirre, M., 2008:11). Es así que se toman las tres dimensiones en conjunto para analizar en que forma se articulan en cada proceso en particular (Aguirre, M., 2008:12). Si bien sería interesante realizar dicho análisis en el territorio del Mercado Agrícola, aquí sólo se hace una breve exposición del tema.

### 2.3.1- Desarrollo local desde la relación global-local

"El tratamiento de la temática del desarrollo local debe referirse necesariamente a la relación con los procesos de globalización, buscando formas de articulación local-global. Es esa la única manera de aproximarse a la complejidad del problema" (Arocena, J., 1999:22). Sin embargo, con ello sólo no alcanza, para que sea viable, es necesario que el desarrollo local "plante sus raíces en las diferencias identitarias que lo harán un proceso habitado por el ser humano. Es en este sentido que el desarrollo local es un desafío contemporáneo" (Arocena, J., 1999:35). Es decir, cuando algo se define como "local" es porque pertenece a un 'global'. "Nunca se puede analizar un proceso de desarrollo local sin referirlo a la sociedad global en que está inscripto" (Arocena, J., 1995:19).

Nuevamente se visualiza la noción de complejidad,

*La idea de unidad compleja va a tomar densidad si presentimos que no podemos reducir ni el todo a las partes, ni las partes al todo, ni lo uno a lo múltiple, ni lo múltiple a lo uno, sino que es preciso que intentemos concebir juntas, de forma a la vez complementaria y antagonista, las nociones de todo y partes, de uno y de diverso (Morin, E., en Bervejillo, F., 1999:181).*

La identidad es, en ciertas condiciones, una de las dimensiones claves del desarrollo. Los procesos de construcción de identidad, en esta perspectiva, "tienen algunas características bien precisas: reúnen el pasado, el presente y el proyecto en una única realidad interiorizada por el conjunto de los miembros de la sociedad" (Arocena, J., 1995:151). La identidad de un grupo humano se afirma entonces en la continuidad y en la ruptura o, si se quiere, en la continuidad y el cambio. El actor humano forma parte de una historia, pero si es realmente actor es también portador de alternativa (Arocena, J., 1995:24). "El retorno al pasado por la memoria, la lectura de las huellas que permite reconocerse en una historia, es una condición de la acción" (Arocena, J., en Arocena, J., 1995:35).

*La afirmación de la identidad local se basa en ese reconocerse en una historia colectiva. Todos los componentes de esa identidad solamente se explican si se percibe la existencia de una 'historia viviente' en cada uno de los habitantes de la sociedad local" (...). Este reconocerse en la historia no tiene sentido si es para quedarse en una mirada nostálgica hacia el pasado. Solo adquiere toda su potencialidad cuando la fuerza de esa carga histórica provoca interrogantes sobre el presente y sobre el proyecto (Arocena, J., 1995:150).*

### 2.3.2- Gobiernos locales

"El trabajo comunitario está relacionado a programas y proyectos, a métodos y metodologías y a las políticas sociales"<sup>10</sup> (Dávalos, R., 2004:37). Pero es ante todo, "un proceso de transformaciones que se hace desde un lugar que puede ser la localidad, el barrio, el vecindario y la comunidad, y por tanto, no es ni en el lugar, ni para el lugar, sino desde y con el lugar" (Dávalos, R., 2004: 37).

---

<sup>10</sup> Por políticas sociales se entienden "aquellas políticas públicas que tienen como objeto de intervención los problemas sociales" (Andrenacci, L., y Repetto, F., en García, S., 2008:5).

En este contexto, los espacios intermedios de ejecución de políticas públicas cobran un rol relevante. "El desarrollo local está vinculado con las propuestas de descentralización estatal y gubernamental y apunta a la configuración de un sistema institucional nacional- regional -local con claras y diferentes responsabilidades a cada nivel" (Dornell, T., s/d:19). Por ello se dice que "desde la perspectiva local, las políticas sociales nacen, se formulan y se aplican en el marco de las acciones orientadas al desarrollo de la comunidad" (Arocena, J., 1996:152).

El proceso de descentralización es concebido como "un instrumento democratizador de la sociedad (...) Supone el reconocimiento de la existencia de sujetos dotados de personalidad social, administrativa y política, capaces de asumir la gestión de intereses colectivos" (IMM-UNICEF, 1997:11). Las políticas sociales desde esta perspectiva, están transversalizadas por determinados ejes: cooperación público-privado, co-gestión, participación, integralidad y construcción de ciudadanía.

*La temática del desarrollo local comenzó a ingresar en la agenda uruguaya hacia mediados de la década del ochenta. La vuelta del país a la democracia trajo consigo una nueva valoración del espacio local como un ámbito para la participación de los ciudadanos en los asuntos de interés común. Se tomó conciencia de manera progresiva de la necesidad de descentralizar los sistemas de gestión y decisión, orientándose a construir un Uruguay más profundamente democrático (Marsiglia, J., 1999:7).*

En Montevideo, el primer paso del proceso descentralizador fue la regionalización administrativa y funcional en 18 zonas a través de la creación de los centros comunales zonales en el año 1990. Luego de unos meses se iniciaron las consultas a las organizaciones vecinales para discutir sobre las modalidades de participación social en estos centros. Cada CCZ abarca varios barrios, y está integrado por un equipo interdisciplinario. En esta investigación solo se hace referencia al CCZ N° 3 que es al que pertenece el Mercado Agrícola; además hay que resaltar que los proyectos implementados en el Mercado Agrícola fueron elaborados, a su vez, por el CCZ N° 3, que se efectiviza en el Programa "Viví Goes".

Por tanto, aquí radica la importancia de la temática del desarrollo local para la investigación. En el contexto donde se ubica el Mercado Agrícola, se parte de iniciativas locales, que incorporan las visiones de los propios actores involucrados en búsqueda de acciones integrales para las problemáticas que sufre la zona del Mercado Agrícola como ser inseguridad, pobreza, despoblamiento, entre otras. Los diferentes planes, programas y proyectos que se vienen implementando desde los

municipios tienen como principal objetivo revertir el deterioro y el vaciamiento del zonal N° 3.

## **2.4- Calidad de Vida**

Plantear el tema de la calidad de vida en relación con la identidad y la sostenibilidad es interesante como fenómeno global, pero lo principal es considerar tanto la dimensión relativa del 'bienestar' de las personas como de los colectivos por ser éstos facilitadores de la sostenibilidad (Pol, E., y Valera, S., 1998:27). En otras palabras, lo importante está en considerar,

*el sentimiento positivo o negativo que los ciudadanos desarrollan respecto a su hábitat, la vivencia de la ciudad; qué aportan los proyectos de futuro a esta vivencia y como los ciudadanos pueden ser y sentirse autores de su escenario (Pol, E., y Valera, S., 1998:27).*

Hablar de calidad de vida como bienestar se acerca conceptualmente a la definición de salud proporcionada por el OMS: "salud no es sólo la ausencia de enfermedad o sufrimiento, sino también el estado de completo bienestar físico, mental y social" (Pol, E., y Valera, S., 1998:22).

*Una medida compuesta de bienestar físico, mental y social, tal y como lo percibe cada persona y cada grupo, y de felicidad, satisfacción y recompensa (...) Las medidas pueden referirse a la satisfacción global, así como a sus componentes, incluyendo aspectos como salud, matrimonio, familia o trabajo (...) Este planteamiento nos sitúa ante la posibilidad de saber en qué términos definir el constructo calidad de vida en relación a la problemática urbana, social, ambiental vivienda, situación financiera, oportunidades educativas, autoestima, creatividad, competencia, sentido de pertenencia a ciertas instituciones y confianza en los otros (Levi y Anderson en Pol, E., y Valera, S., 1998:22,23).*

Hace años que la calidad de vida viene desarrollándose como percepción subjetiva -la vivencia- que el ciudadano tiene de los recursos disponibles y el ajuste de su realidad con sus niveles de aspiración (Pol, E., y Valera, S., 1998:29).

En situaciones adversas, de supervivencias, en el surgimiento de la identidad social prima la cohesión social, y la gestión deberá orientarse primariamente a facilitar esta cohesión, como parte fundamental de la calidad de vida, para luego favorecer la sostenibilidad (Pol, E., y Valera, S., 1998:33).

*El proceso de globalización ha complicado los esfuerzos dirigidos a afrontar las necesidades de salud de las poblaciones. Hoy en día las autoridades de salud deben planificar para cubrir necesidades locales de salud, y nuevas amenazas que provienen más allá de sus fronteras (Organización Panamericana de la Salud/ OMS, 2005:10).*

Actualmente,

*calidad de vida implica la participación de los ciudadanos en la evaluación de lo que les afecta, convirtiéndose en un concepto con significación política, que contribuye al estudio del bienestar de las personas, desde la perspectiva del bienestar físico y psicológico, relacionando las necesidades materiales con las socio-afectivas e integrando mediciones psicológicas y sociales de percepción y evaluación de las propias experiencias de los sujetos (Schutz, A., en Tonón, G., 2006:14).*

Ahí aparece la relación entre identidad, calidad de vida y desarrollo local.

El estudio de la calidad de vida remite al entorno material (bienestar social) y al entorno psicosocial (bienestar psicosocial). Este último, basado en la experiencia y en la evaluación que cada persona tiene de su situación, incluyendo medidas positivas, negativas y una visión global de la vida de la persona que se denomina satisfacción vital<sup>11</sup> (Tonón, G., 2006:10).

Resumiendo, la centralidad del tema calidad de vida reside en aprehender las visiones, los sentimientos, que tienen los actores locales involucrados en un territorio determinado respecto, en este caso, a los proyectos implementados a nivel del gobierno local, a través de los municipios, como ya se ha dicho. Ello es lo que se pretende analizar a través de esta investigación.

## **2.5- Globalización**

### **2.5.1- Definiendo globalización...**

A lo largo de las categorías presentadas es posible visualizar una relación de cada una de ellas con el término globalización. Hablar de globalización implica referirse a un término muy complejo y ambiguo, entre otras cosas porque no existe una sola definición del término, tampoco hay una teoría sobre globalización, ni hay

---

<sup>11</sup> Dicho término refiere a la evaluación que cada sujeto tiene de su vida en general y en este sentido 'vida' es considerada como todas las áreas que componen la vida de una persona en un determinado momento de tiempo" (Diener et al en Tonón, G., 2006:10).

acuerdo sobre el momento histórico en que comenzó, ni sobre su capacidad de reorganizar o descomponer el orden social, y menos aún si el balance de la globalización resulta positivo o negativo (García Canclini, N., 1999:45-47).

Para especificar, entonces dicho término, se utiliza la distinción que realiza Beck diferenciando entre globalismo, globalidad y globalización. Por globalismo se entiende

*la concepción según la cual el mercado mundial desaloja o sustituye al quehacer político; es decir, la ideología del dominio del mercado mundial o la ideología del liberalismo. Ésta procede de manera monocausal y economicista y reduce la pluridimensionalidad de la globalización a una sola dimensión, la economía, (...) (Beck, U., 1998:27).*

Por su parte, la noción de globalidad implica la constatación de que hace ya bastante tiempo que se está viviendo en una "sociedad mundial", donde no existen ya espacios encerrados en los límites del Estado. "El proceso hacia la globalidad, se considera irreversible precisamente debido a su profundidad y, en la medida en que responde a niveles de globalización económica, política, social, cultural, ecológica, cuya incidencia es incalculable (Femenías, M., 2007:62)<sup>12</sup>.

*Por su parte, la globalización significa los procesos en virtud de los cuales los Estados nacionales soberanos se entremezclan e imbrican mediante actores transnacionales y sus respectivas probabilidades de poder, orientaciones, identidades y entramados varios (Beck, U., 1998:29).*

A grandes rasgos, puede decirse, entonces, que la globalización es un proceso creciente de complejas interconexiones entre sociedades, culturas, instituciones e individuos a escala mundial.

Beck plantea ocho razones que demuestran que la globalidad es irreversible:

- 1- El ensanchamiento del campo geográfico y la creciente densidad del intercambio internacional, así como el carácter global de la red de mercados financieros y del poder cada vez mayor de las multinacionales;*
- 2- La revolución permanente en el terreno de la informática y las tecnologías de la comunicación.*

---

<sup>12</sup> Femenías refiere a la diferenciación realizada por Beck, en algunos casos utilicé las apreciaciones de esta autora en lugar de las palabras de Beck por resultar más claras a mi entender (Femenías, M., 2007:61,62).

3- *La exigencia, universalmente aceptada, de respetar los derechos humanos (...) como el principio de la democracia.*

4- *Las corrientes (...) de las industrias globales de la cultura.*

5- *La política mundial posinternacional y policéntrica: junto a los gobiernos hay cada vez más actores transnacionales con cada vez mayor poder (multinacionales, organizaciones no gubernamentales, Naciones Unidas).*

6- *El problema de la pobreza global.*

7- *El problema de los daños y atentados ecológicos globales.*

8- *El problema de los conflictos transculturales en un lugar concreto (Beck, 1998:30).*

Cuando se escuchan las distintas voces que hablan de globalización, se presentan "paradojas".

*Al mismo tiempo que se la concibe como expansión de los mercados y, por tanto, de la potencialidad económica de las sociedades, la globalización estrecha la capacidad de acción de los Estados nacionales, los partidos, los sindicatos y en general los actores políticos clásicos. Produce mayor intercambio transnacional y deja tambaleando las certezas que daba el pertenecer a una nación (García Canclini, N., 1999:21).*

Por otro lado,

*La globalización, que exagera la competencia internacional y desestructura la producción cultural endógena, favorece la expansión de industrias culturales con capacidad a la vez de homogeneizar y atender en forma articulada las diversidades sectoriales y regionales. Destruye o debilita a los productores poco eficientes y concede a las culturas periféricas la posibilidad de encapsularse en sus tradiciones locales (García Canclini, N., 1999:24).*

Al mismo tiempo, la globalización, ha complejizado la distinción entre relaciones primarias -donde se establecen vínculos directos entre personas- y relaciones secundarias -que ocurren entre funciones o papeles desempeñados en la vida social-. En tanto que, el carácter indirecto de muchos intercambios actuales lleva a identificar relaciones terciarias, mediadas por tecnologías y grandes organizaciones. (García Canclini, N., 1999:29).

"La globalización tiende a disminuir las autonomías, a aumentar las interdependencias, a acrecentar la fragmentación de las unidades territoriales, a producir la marginación de algunas zonas" (Arocena, J., 1999:18).

Es por ello que García Canclini habla de globalización imaginada, pero no identificándola como algo falso (García Canclini, N., 1999:32), sino porque, entre otras cosas depende del punto de vista donde se la mire. Por ejemplo, la integración abarca

a algunos países más que a otros, porque beneficia a sectores minoritarios de esos países y para la mayoría queda como fantasía (García Canclini, N., 1999:32). Entonces, pensar lo global implica trascender no sólo la postura que hace de la globalización un paradigma único e irreversible, sino también la que dice que no importa que no sea coherente ni integre a todos (García Canclini, N., 1995:48).

La globalización unifica e interconecta, pero también se “estaciona” de maneras diferentes en cada cultura (García Canclini, N., 1995:181). Hay que reelaborar entonces, de un modo más complejo, las articulaciones entre lo concreto y lo abstracto, lo inmediato y lo intercultural. (García Canclini, N., 1999:29). En este contexto “se trata de imaginar cómo el uso de la información internacional y la simultánea necesidad de pertenencia y arraigo local pueden coexistir, sin jerarquías discriminatorias, en una multiculturalidad democrática e inteligente” (García Canclini, N., 1995:91).

*La sociedad global, que a resultas de la globalización se ha ramificado en muchas dimensiones, y no sólo las económicas, se entremezcla con -y al mismo tiempo relativiza- el Estado nacional, como quiera que existe una multiplicidad -no vinculada a un lugar- de círculos sociales, redes de comunicación, relaciones de mercado y modos de vida que traspasan en todas direcciones las fronteras territoriales del estado nacional (Beck, U., 1998:19).*

Es decir, la globalización no es sólo un proceso de homogeneización sino también de heterogeneización que abarca todas las dimensiones de la realidad tanto política como económica, religiosa, ecológica, social y cultural. Por lo tanto, hay que tomar en cuenta las dos esferas de la integración social, la homogeneización social y la heterogeneidad cultural, que son parte de la globalización (Arocena, F., 1994:60); dado que la primera es fuente de integración pero a su vez amenaza la identidad de las personas (Arocena, J., 1994:69).

Teniendo ello en cuenta, y para especificar esta investigación, solamente se hará referencia a la globalización cultural. Lo

*cultural abarca el conjunto de procesos a través de los cuales representamos e instituimos imaginariamente lo social, concebimos y gestionamos las relaciones con los otros, o sea las diferencias, ordenamos su dispersión y su inconmensurabilidad mediante una delimitación que fluctúa entre el orden que hace posible el funcionamiento de la sociedad (local y global) y los actores que la abren a lo posible (García Canclini, N., 1995:62).*

Por lo tanto, retomando la diferenciación de términos planteados por Beck, el término globalismo queda por fuera de esta investigación ya que si bien se va a enfatizar la dimensión cultural de la globalización, se considera que es pluridimensional y no monocausal- dimensión económica.

### 2.5.2-Glocalización<sup>13</sup>

*La dimensión cultural de la globalización introduce una importante brecha en el Estado y en las sociedades, al permitir comparar formas de vida y establecer comunicaciones transculturales, portadoras de imágenes, valores y contenidos que afectan las identidades, antes limitadas básicamente al ámbito nacional. Pero lo 'local' y lo 'global' no se excluyen entre sí, sino que constituyen los polos de un espectro continuo (Moneta, C., 1999:20).*

Al decir de García Canclini "glocalize: lo local globalizado" (García Canclini, N., 1995:85). La cultura global, puede ser entendida como un proceso contingente y dialéctico, en cuyo seno aparecen y son comprendidos elementos contradictorios, a partir del "eje local-global" (Moneta, C., 1999:20), incentivando un encuentro, una interacción y una reconstrucción de las identidades culturales locales.

*Castells hace referencia al concepto glocalización, entendida como la articulación entre lo global y lo local desde una visión urbana, como una noción que hoy se aplica tanto a la economía (la ciudad como medio económico adecuado para la optimización de sinergias) como a la cultura (las identidades locales y su relación dialéctica con el universalismo informacional de base mediática). La glocalización supone para él destacar el ámbito urbano y el papel gestor-coordinador-promotor de los gobiernos locales para la implementación de políticas que tienen en cuenta unos referentes globales y que se posicionan respecto a ellos. En síntesis: globalización más proximidad (Castells, M., en Fernández, S.).*

Dentro del contexto hasta aquí planteado es que García Canclini habla de la hibridización intercultural (García Canclini, N., 1990:264), haciendo referencia a las manifestaciones individuales o agrupadas de la multidiversidad cultural. Se podrían definir como las manifestaciones en las formas de hablar, vestirse, socializarse, comunicarse, formas que se expresan y hacen ruptura con la identidad uniforme en la vida cotidiana. Retomando a este autor se señala que el análisis de la hibridización

---

<sup>13</sup> La relación global-local se traduce en lo que los empresarios japoneses expresan a través del neologismo inglés "glocalize", "glocalization", artículo de la web: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/7-8/arti08.htm>

cultural puede explicarse por tres procesos, a saber: el descoleccionamiento, la desterritorialización y los géneros impuros (García Canclini, N., 1990:264); de los cuales se desarrollarán los dos primeros por ser los que mejor explican al contexto.

Por un lado, el proceso de descoleccionamiento significa que la organización de la cultura ya no puede explicarse por colecciones de bienes simbólicos, que diferenciaban lo culto de lo popular, dado que en la actualidad las culturas mezclan lo nuevo con lo viejo (García Canclini, N., 1990:281,282).

*No hay un sistema arquitectónico homogéneo y se van perdiendo los perfiles diferenciales de los barrios. La falta de regulación urbanística, la hibridez cultural de constructores y usuarios, entremezclan en una misma calle estilos de varias épocas (García Canclini, N., 1990:283).*

Por otro lado,

*la pérdida de la relación 'natural' de la cultura con los territorios geográficos y sociales (proceso de desterritorialización), y, al mismo tiempo, ciertas relocalizaciones territoriales relativas, parciales, de las viejas y nuevas producciones simbólicas" (proceso de reterritorialización) (García Canclini, N., 1990:288) forman también parte de la hibridización intercultural.*

Lo anterior lleva a la fragmentación de la sociedad, en donde "las identidades colectivas encuentran cada vez menos en la ciudad y en su historia, lejana o reciente, su escenario constitutivo" (García Canclini, N., 1990:268). De allí se desprende que en el contexto de la globalización al haber multiplicidad de medios de comunicación que permiten conocer otros modos de vida, los individuos van incorporando elementos de otras culturas y rechazando otros.

En este pasaje de identidades, donde se pasa a una

*oferta simbólica heterogénea y renovada por una constante interacción de lo local con redes nacionales y transnacionales de comunicación (...), donde las sociedades contemporáneas se entrelazan con la serialización y el anonimato en la producción, con reestructuraciones de la comunicación inmaterial (...) se modifican los vínculos entre lo público y lo privado (García Canclini, N., 1990:265).*

Por otro lado, "los sectores medios y altos multiplican las rejas en ventanas, cierran y privatizan calles del barrio" (García Canclini, N., 1990:266). Encerrados en sus lugares, a todos les llega la información, dado que los medios masivos de comunicación "se vuelven los constituyentes dominantes del sentido 'público' y simulan integrar un imaginario urbano disgregado" (García Canclini, N., 1990: 268).

*La cultura urbana es reestructurada al caer protagonismo del espacio público a las tecnologías electrónicas, (...) los medios lo dicen, y al parecer que ocurre como los medios quieren, se acentúa la mediatización social, el peso de las escenificaciones, las acciones políticas se constituyen en tanto imágenes de lo político [García Canclini, N., 1990: 269] (...) Lo real es producido por las imágenes gestadas en los medios (Verón, E., en García Canclini, N., 1990: 269).*

Ante este panorama desafiante, por ejemplo, en cuanto al papel de las identidades locales, la cuestión está en “entender cómo se reconstruyen las identidades étnicas, regionales y nacionales en procesos globalizados de segmentación e hibridación intercultural (García Canclini, N., 1995:129).

*La posibilidad de reconstruir un imaginario común para las experiencias urbanas debe combinar los arraigos territoriales de barrios o grupos con la participación solidaria en la información y el desarrollo cultural propiciado por los medios masivos de comunicación, en la medida en que éstos hagan presentes los intereses públicos. La ciudadanía ya no se constituye sólo en relación con movimientos sociales locales, sino también en procesos comunicacionales masivos (García Canclini, N., 1995:106).*

En este camino es fundamental intentar reconcebir la esfera pública ni subordinada al Estado, ni disuelto en la sociedad civil, sino que se reconstituye una y otra vez en la tensión entre ambos (García Canclini, N., 1995:205). La cuestión esta en “tratar de saber cómo es la realidad para que lo posible se pueda volver probable y lo probable, realizable” (Rama, G., 1994:44). Para lo cual es necesario contar, entre otras cosas, con políticas culturales que en el plano nacional, tengan en cuenta la nueva situación incorporando concepciones y elementos nuevos, que logren trascender la tradición, pero preservando siempre el patrimonio histórico (Moneta, C., 1999:25-27).

Hay un tema que es importante mencionarlo y que está vinculado con el anterior, y es el término “poder”. La identidad, al ser un relato que reconstruimos incesantemente con los otros, es también una coproducción. Pero esta coproducción se realiza en condiciones desiguales entre los variados actores y poderes que interviene en ella (García Canclini, N., 1995:130). “El incremento de procesos de hibridación vuelve evidente que captamos muy poco del poder si sólo registramos los enfrentamientos y las acciones verticales (García Canclini, N., 1990:324). El poder no funcionaría si se ejerciera únicamente con su oponente, es decir, de burgueses a proletarios, de padres a hijos, de los medios a los receptores, ya que

*todas estas relaciones se entretajan unas con otras, cada una logra una eficacia que sola nunca alcanzaría. Pero no se trata simplemente de que al superponerse unas formas de dominación a otras se potencien. Lo que les da su eficacia es la oblicuidad que se establece en el tejido (García Canclini, N., 1990:323).*

O sea, el poder oblicuo es la capacidad de representación de los grupos humanos para manifestar y demostrar el descontento social, producto/ consecuencia del proceso de globalización, entre otros.

Actualmente, uno de los mayores desafíos para repensar la identidad y la ciudadanía radica en “el estudio de las relaciones de continuidad, ruptura e hibridación entre sistemas locales y globales, tradicionales y ultramodernos de desarrollo cultural” (García Canclini, N., 1995:132).

Si bien se habla mucho de globalización, el énfasis está puesto en la relación global-local que es a lo que se apunta en esta investigación. Es decir, esta categoría es fundamental ya que a mi entender atraviesa toda la investigación. Se verá más adelante que el análisis está puesto justamente en poder apreciar esa tensión entre local-global, en el Mercado Agrícola y su identidad. Es por ello que este documento recibe este título, mostrando esa relación, que como se vio durante el planteamiento están en permanente conflicto. Y para trabajar esta relación se utiliza las demás categoría, el desarrollo local y la calidad de vida.

Este último planteamiento que hace García Canclini puede relacionarse con las políticas de descentralización esbozadas en la categoría de desarrollo local, ya que en teoría estas políticas toman en cuenta la visión de los propios actores involucrados a la hora de elaborar, desarrollar e implementar estrategias de intervención.

### 3-"UN MERCADO, UN BARRIO, UN MUNDO"<sup>14</sup>

#### **3.1- Antecedentes sobre el tema de investigación**

En cuanto al material existente sobre el Mercado Agrícola se encuentra:

- Artículos de revistas, diarios, folletos, semanarios publicados en papel y en Internet. Entre ellos aparece el Diario La República, El País.<sup>15</sup>
- Documentos publicados por la IMM, convenios, decretos, programas, planes y proyectos sobre el tema.
- Libro publicado por la IMM en setiembre del año 2008, llamado "Un mercado, un barío, un mundo".
- En el Mercado Agrícola se encuentran archivadas en biblioratos una descripción y desarrollo de cada una de las actividades que se realiza en el lugar desde el 2006 hasta ahora.
- La práctica curricular realizada en el año 2007, del cual se derivan cuatro documentos: tres de ellos son grupales: diagnóstico, estrategia de intervención y sistematización; y uno individual.

Se hace necesario mencionar que el material existente en televisión y radio no fue tomado en cuenta dado que es muy difícil tomarlo en su totalidad. Además el material recabado de internet abarca hasta el mes de setiembre del corriente año. En todos los casos, solamente se trabajó con material procedente de Uruguay.

#### **3.2- Justificación de las estrategias de investigación**

"Como todo fenómenos multidimensional y se estructura en una realidad compleja, es preciso conocer esa realidad, aprehenderla en su concreción y en su movimiento, para poder obtener una comprensión adecuada del fenómeno" (Martinelli, M., 2001:70). Por eso, el horizonte de una realidad concreta tiene que tener como telón de fondo el todo social (Kosik, K., 1983:31).

En el proceso de conocer es necesario tener presente varios de los elementos que señala Matus, T (1992).

---

<sup>14</sup> Este término aparece entre comillas debido a que es el nombre del libro que publicó el Mercado Agrícola el año pasado, entre la Directora del Mercado y la IMM. Me pareció oportuno utilizarlo como título ya que a mi entender abarca toda la investigación propiamente dicha.

<sup>15</sup> Las referencias bibliográficas de este material se encuentra dentro de la bibliografía, en las fuentes documentales, fueron todos extraídos de la web.

*Conocer es siempre representar lo real: accedemos a Trabajo Social (...) con los ojos heredados en el pasado y la cultura (...), conocer es construir nuestro objeto de conocimiento (...), nuestro objeto de conocimiento es siempre aproximativo: nunca se trata de un conocimiento absoluto, el conocimiento es siempre histórico, trasciende la idea (Matus, T., 1992:39).*

Partiendo entonces de la complejidad de la realidad social, al igual que de la gran variedad de métodos y estrategias existentes para abordarla, se considera necesario manifestar las técnicas utilizadas en esta investigación en base a los objetivos propuestos.

Como ya se ha dicho, esta investigación se enmarca dentro de las Ciencias Sociales, pretende ser una investigación cualitativa, testimonial por ser un "estudio de caso". A su vez, esta investigación tiene una parte de investigación-acción (2007) y otra solo de investigación (2008- agosto 2009).

De acuerdo con las preguntas planteadas y los objetivos propuestos, este capítulo se divide en dos partes para una mejor coherencia del documento y su posterior análisis. En primer lugar, se hace referencia al Mercado Agrícola como un actor local, como una organización que brinda recursos y servicios y que está pasando por un proceso de reconstrucción identitaria, implementándose para ellos varios proyectos. Por lo tanto, para poder aprehender al Mercado Agrícola hay que hablar también del barrio, ya que uno no es sin el otro. Sin embargo, dado que el Mercado Agrícola surge a principio del siglo XX, y tiene mucho por decir, solamente se expone una breve reseña histórica desde sus orígenes hasta el año 2006, para luego sí poder enfatizar en el proyecto de reciclaje que se viene implementando.

Para abordar esta primera parte se utilizó la práctica realizada en el año 2007, siendo la misma una investigación e intervención participante, además de fuentes secundarias, como es el caso del material que se encuentra en la web y de la documentación archivada que se encuentra en el Mercado Agrícola<sup>16</sup>.

En segundo lugar, para poder comprender lo que es y ha sido el Mercado Agrícola se exponen fragmentos de entrevistas a algunos actores que de una u otra manera están relacionados con el Mercado Agrícola. Para poder especificar dicha investigación, y dado los tiempos y límites de la misma, se utilizan los relatos del libro "Un Mercado, un barrio, un mundo", realizado por el Intendente de Montevideo y la Directora del Mercado Agrícola, siendo publicado en setiembre del año 2008.

---

<sup>16</sup> Cada actividad realizada en el Mercado Agrícola o referente al mismo se encuentra archivada cronológicamente en biblioratos, al igual que los artículos de diarios, revistas y folletos que a él refieren.

Por el otro lado, debido a la falta de una visión del trabajador social en ese libro, y considerando la importancia que significa dicho actor en la investigación, la misma se incorpora al final del capítulo, mostrando las diversas experiencias e intervenciones referida a esta profesión en relación al objeto de estudio: el Mercado Agrícola. Para ello, se relata brevemente la experiencia de práctica realizada y el rol que cumple el trabajo social desde el marco de la descentralización, utilizándose los documentos realizados durante la práctica, y una entrevistas realizada a la trabajadora social del CCZ N° 3 en el mes de agosto del 2009 que tuvo como objetivo actualizar la información del 2007.

Cabe aclarar que si bien hay intervenciones de distintas disciplinas -entre ellas: psicología, medicina, arquitectura, economía, sociología,- solamente se hará referencia al Trabajo Social por ser el área de estudio de la estudiante.

### **3.3- El Mercado Agrícola...**

#### **3.3.1- Su surgimiento<sup>17</sup>**

En un predio donado por Carlos H. Crocker -limitado por las actuales calles José L. Terra, Dr. Juan José de Amézaga, Ramón del Valle Inclán y Martín García (ver anexo: plano de ubicación geográfica) -se colocó el 30 de diciembre de 1906 la piedra fundamental del Mercado Agrícola. Dicha piedra, en Bruselas había servido para una Exposición Ganadera, con lo cual se explica que un mercado en el que se vendían frutas y verduras, adorne sus puertas con cabezas de vacuno. Siendo una obra del arquitecto Antonio Vázquez, su habilitación se realizó el 30 de noviembre de 1912.

En 1906 se comenzaron las obras de mampostería, las que se completaron luego con la enorme estructura de hierro del techo, con 5.867 metros cuadrados, que había pertenecido a la Gran Exposición Internacional de Bruselas y fue obsequiada al presidente José Batlle y Ordóñez en una visita realizada a Bélgica.

En 1913 el Mercado Agrícola fue inaugurado oficialmente, dándose lectura a un discurso que entre sus cometidos hacía resaltar los beneficios a que prestaría el Mercado Agrícola: era de suma importancia para el país, porque atraería a los productores de campaña, transformándose en un foco de movimiento y progreso para el interior y la capital.

En la fachada que da a la calle José L. Terra puede verse el dedicado trabajo hecho en cerámica europea. La inscripción de la fecha ubica los comienzos de la obra.

---

17 La información referida a este punto es extraída de los artículos de diarios bajados de internet, cuya referencia bibliográfica se encuentra en la Bibliografía- fuentes documentales. Esta aclaración es hecha a los efectos de agilizar la lectura y dado que los artículos en su mayoría refieren al mismo tema con distintas palabras.

La estructura original en hierro y con cubierta liviana tiene una superficie total de 6.950 m<sup>2</sup>. Está compuesta por una nave central de 41 x 73 metros, con 3.000 m<sup>2</sup> de superficie y un cuerpo perimetral de 14 metros de ancho. Dos cuerpos laterales de hormigón armado (sobre las calles Martín García y Amézaga) fueron agregados posteriormente y desvirtúan las características originales del edificio, tapando las fachadas del mercado.

En el subsuelo del mercado se encuentra montada su gran instalación eléctrica y se puede observar la primera planta de generación de electricidad, de la misma época que la instalación de la Estación Calcaj.

Se trata de un proyecto inspirado en las revolucionarias construcciones metálicas del mercado de Les Halles, en París: una estructura metálica -que venía en barco desde Inglaterra y se armaba en el lugar-, con pilares de hierro fundido y cerchas que permiten generar grandes espacios con pocos puntos de apoyo. Semejante a la construcción del Mercado del Puerto, de 1868 y al Mercado de la Abundancia, de 1909, el Mercado Agrícola está considerado como el mejor exponente de ese estilo arquitectónico.

En ese momento Montevideo era una ciudad de 350.000 habitantes y el país no llegaba a 1.300.000. Con la presencia del mercado, el barrio Goes comenzó a prosperar. Las operaciones solían realizarse en libras esterlinas o en monedas de oro brasileñas y argentinas. Durante décadas y hasta la construcción del Mercado Modelo, el Mercado Agrícola fue el principal centro de abastecimiento de frutas, hortalizas y verduras de Montevideo.

En 1975 fue declarado Monumento Histórico Nacional y desde 1995 también es edificio de interés testimonial nombrado por la Intendencia de Montevideo. Como tal no está permitido realizar modificaciones a su estructura original.

### 3.3.2 .El Mercado Agrícola y su entorno<sup>18</sup>

El Mercado Agrícola pertenece al barrio Goes. Dicho barrio es esencialmente una zona de carácter residencial, fundado por habitantes inmigrantes, provenientes de Italia, España y de la colectividad hebrea, siendo este último grupo el que en mayor grado ha impregnado de una fuerte identidad comercial a la zona.

Esta zona sufre un proceso de deterioro creciente común a las áreas centrales, caracterizado por un proceso de vaciamiento, expulsión hacia la periferia, disminución de las actividades económicas; acompañado con distintos grados de decadencia y

---

<sup>18</sup> La información referida a este punto es extraída del documento Programa "Viví Goes", que se adjunta en el Apéndice 4, y del libro "Un mercado, un barrio, un mundo". Esta aclaración es hecha a fin de agilizar la lectura.

tugurización, tanto en lo físico (edificaciones cerradas y abandonadas) como en lo social (inseguridad, aumento en la delincuencia, drogadicción, desocupación, profundización de los niveles de pobreza, procesos de exclusión). El Mercado Agrícola, por su valor patrimonial, por su ubicación cercana al Palacio Legislativo, al Barrio Reus, a los edificios de las Facultades de Medicina y Química, por sus referencias históricas e identificatorias en la ciudad, es un elemento muy importante en las posibilidades de desarrollo de su entorno.

El área cuenta con una muy buena infraestructura y gran cantidad de servicios (saneamiento, agua potable, energía eléctrica, gas, comunicaciones, recolección de residuos domiciliarios, alumbrado, barrido, etc.).

Esta zona, por su ubicación relativa en la ciudad, próxima al Puerto y al Centro, posee una gran concentración de líneas de transporte colectivo de pasajeros en trayectos urbanos y suburbanos de corta distancia y una fuerte presencia del transporte de cargas. La Av. Gral. Flores es una vía de alcance metropolitano que la conecta a diferentes escalas (barrial, urbana, departamental, metropolitana).

La actividad comercial se concentra en torno al eje de Gral. Flores y Arenal Grande, con características propias que constituyen una oferta especializada, que no está destinada al abastecimiento conexo a la residencia sino a una escala departamental y hasta metropolitana (mayoristas).

Se ubican en este territorio importantes edificios (con distintas escalas de importancia) como el Palacio Legislativo, la Facultad de Medicina, la Facultad de Química, Barrio Reus Norte; así como otros con carácter industrial o comercial cuyas funciones han decaído en las últimas décadas como el Mercado Agrícola, o han cerrado su actividad (como la fábrica Alpargatas, Frigorífico Modelo, Fábrica de camisas; etc).

Las 16 manzanas ubicadas en los alrededores del Mercado Agrícola<sup>19</sup> concentran varias cooperativas de viviendas, en las cuales se están implementando diversos proyectos<sup>20</sup>. Estas cooperativas son: COVIGOES MATRIZ 1, 2 y 3, COVIFAME, COVICOA 1 y 2, COVIAGRICOLA 1 y 2. Salvo esta última las demás son cooperativas públicas.

Desde la década de los noventa los municipios comienzan a ver las problemáticas existentes en la zona del Mercado Agrícola. El reciclaje de las viviendas se realiza para los residentes de la zona, y no para los ocupantes; fue así como la gente que vivía en el lugar se nucleó en lo que se llama COVIGOES MATRIZ, de

---

19 Véase Apéndice 1: planos de ubicación geográfica.

20 La información referida a las cooperativas de viviendas y a los proyectos allí implementados fueron extraídos de la entrevista que se realizó a la trabajadora social del CCZ N° 3, que proporcionó además un diagnóstico de la zona. Véase Apéndice 5: informes de la trabajadora social del CCZ N°3.

donde se desprende COVIGOES 1 (o COVIGOES RECICLAJE) que actualmente está habitada por 18 familias. Fue la primera intervención en cuanto al reciclado de la vivienda (ubicada en la esquina de las calles José L. Terra y Amézaga).

En aquellos años, la IMM utilizó como fondos económicos para el reciclaje, fondos propios y a su vez consiguió préstamos con agencias internacionales.

Después quedaron 70 familias que ocupaban y ocupan las manzanas llamadas 860 y 861 que es donde hoy en día se están construyendo viviendas, está frente al Mercado. Allí está COVIGOES MATRIZ 2 -manzana 860, frente al Mercado Agrícola que está integrada por 20 familias y se inauguró en el año 1996 aproximadamente; dichas viviendas fueron adjudicadas a las familias que pusieron más cantidad de horas.

Por su parte, COVIGOES 3, se constituyó hace un año y medio, en una parte de la manzana 860 y fue adjudicada para las 50 familias restantes de las manzanas 860 y 861. Es un proceso muy largo y complicado, porque implica realojar a estas familias en otros lugares mientras se construye la cooperativa. Además la manzana 861 era conocida como el lugar del tráfico y venta de drogas, que se rumorea que aún persiste según la entrevistada.

Cada una de las cooperativas tiene un proceso de negociación particular y complicado por los trámites que debe hacerse. Hay acuerdos entre el Ministerio de Vivienda y el BID y el Ministerio de Vivienda y la IMM. También participa el PIAI. Luego, en esa idea de integrar a otros sectores a la zona, es que la IMM le adjudica a COVIFAME, parte de la manzana 860 -esquina de las calles José L. Terra y Libres-. Fue un proceso muy largo por temas burocráticos, ya que había padrones privados. Pero hace un año y medio COVIFAME terminó de construir las viviendas y se inauguraron las 28 familias que hoy residen allí.

COVICOA 1 (parte de la manzana 860, calles Libre y Ramón del Valle Inclán), creada en el año 1988 como iniciativa de los funcionarios de la Fábrica de Alpargatas. Actualmente, el gobierno consiguió préstamos a las familias y están reciclando las viviendas. Falta 1 año para terminarlas.

COVIAGRÍCOLA 1 y 2, son cooperativas por ahorro previo, son de funcionarios municipales. Abarca el terreno ubicado en la esquina de las calles Ramón del Valle Inclán y Amézaga. Tienen un acuerdo con ADEOM, cada cooperativa tiene 90 familias aproximadamente. Están en proceso de negociación todavía.

Las instituciones y organizaciones sociales y educativas que hay en la zona son: el Centro de Educación Inicial "Inchalá", CAIF San Miguel, Gurisae, Casa Abierta, Plaza 2, Liceo 29, Escuelas 10, 33, 77 y 84, Club Montevideo Basquet.

### 3.3.3- Programa "Viví Goes"<sup>21</sup>

En este punto se van a tratar algunos elementos del Programa "Viví Goes", que desde el comienzo del documento se vienen planteando.

Revertir este proceso de involución, promoviendo las potencialidades de la zona con intervenciones enmarcadas en una planificación integral (física, económica y social) es uno de los objetivos principales del Plan Estratégico de Desarrollo de la Zona 3. En éste se propone la elaboración de un Plan integral de desarrollo (urbanístico, social y económico) para cada una de las centralidades existentes, con una mirada global hacia el territorio, teniendo en cuenta el equilibrio dinámico de las distintas actividades humanas y económicas existentes; donde se articulen las expectativas de los distintos actores, públicos y privados, que se vean traducidas en las acciones concretas que surjan del Plan.

Siendo Goes una de las áreas que más ha sufrido esta tendencia, se han instrumentado diversos planes, programas y proyectos tanto a nivel del gobierno central (MVOTMA, MIDES, MSP, Ministerio del Interior) como municipal a efectos de revertir la situación de deterioro y vaciamiento del área. Tratándose de una zona de problemática compleja, el Departamento de Desarrollo Económico e Integración Regional de la Intendencia Municipal de Montevideo tiene entre sus objetivos generales "formular y desarrollar planes y acciones de desarrollo local en los cuales se contemplen y potencien las características propias de cada Zona impulsando proyectos de incentivación de la actividad económica con un marcado componente social de manera que aporten en mejoras objetivas de la calidad de vida de la población". Es así como se está llevando adelante un conjunto coordinado de proyectos en el "Programa Viví Goes"<sup>22</sup>.

El Programa "VIVÍ GOES" pertenece al Concejo Goes, creado en el año 2006 [03/04/2006] y pertenece al CCZ N° 3. Dicho programa tiene como antecedentes el programa Goes, el consejo Goes crea el programa Goes que actualmente se conoce como Programa "Viví Goes". Tiene como "eje estratégico" lo SOCIAL, el área temática es el DESARROLLO TERRITORIAL, y su objetivo de desarrollo es desarrollar programas de integración social que apunten a revertir los procesos de fragmentación y exclusión. El objetivo específico del Programa es revertir el proceso de deterioro urbano, recuperando espacios para vivir y trabajar, en condiciones que permitan potenciar elementos vigentes de la identidad barrial, habilitando nuevas posibilidades

---

21 La información referida a este punto es extraída del documento Programa "Viví Goes", que se adjunta en el apéndice 5, y del libro "Un mercado, un barrio, un mundo". Esta aclaración es hecha a fin de agilizar la lectura.  
22 Véase Apéndice 5: Programa "Viví Goes".

de realización para sus habitantes e términos de sus trayectorias individuales, familiares y colectivas. El período de ejecución va del 2008 al 2014.

El mismo abarca un conjunto de Planes, Programa y Proyectos. En esta investigación solamente se pondrá énfasis en el proyecto vinculado con el Mercado Agrícola pero también aparecerán algunos aspectos de los otros proyectos ya que en sí todos están relacionados. El proyecto se denomina "MERCADO AGRÍCOLA COMO DINAMIZADOR SOCIOECONÓMICO DE GOES". Éste, a su vez, se divide en dos proyectos: uno referido a su modernización y el otro a su restauración.

En cuanto a la modernización de la gestión del Mercado, el propósito es desarrollar un modelo comercial minorista competitivo para el Mercado Agrícola de Montevideo, asegurando su viabilidad operativa y funcional en la que se fortalezcan y promuevan empresas comerciales. Se incluyen componentes de fortalecimiento del Ente Gestor y rediseño del Mercado; apoyo a los comerciantes y dinamización comercial del Mercado.

Respecto a la restauración del Mercado Agrícola, se restaurarán y reconstruirán los elementos estructurales, decorativos y funcionales de las cuatro fachadas del Mercado Agrícola. La financiación del mismo es internacional y se dio como resultado de que el Mercado Agrícola se presentó a un llamado que hubo de la Agencia Española de de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), siendo el ganador del mismo junto con un mercado de Costa Rica, entre los más de 140 mercados de todo el mundo. Fue así como el Mercado Agrícola de Montevideo pasó a formar parte de una experiencia internacional impulsada por una empresa española, Mercasa<sup>23</sup>, junto con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). A través de esta experiencia se busca tomarlos como modelos para la transformación de otros mercados minoristas de zonas urbanas de América Latina. "El trabajo se centra en cómo lograr que el mercado se transforme en un gran centro comercial para el desarrollo de toda la ciudad".

Tiene como objetivo específico contribuir a la dinamización socioeconómica del Barrio Goes. El período de ejecución va del 2008-2012, y las fuentes de financiación son el BID y AECID.

---

23 La empresa Mercasa depende de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) y del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, y como tal, forma parte de la política agroalimentaria del gobierno español. En España promueve y gestiona la Red de Mercas y cuenta con 23 unidades alimentarias y grandes complejos de distribución mayorista y servicios logísticos que cubren toda la geografía española. También colabora con las asociaciones de comerciantes para la modernización de los Mercados Minoristas Municipales. Esta información es extraída del artículo de el diario "La República" del día 17/11/2009, Montevideo-Uruguay.

### 3.3.4- Primeros pasos en el proceso de reciclaje del Mercado Agrícola<sup>24</sup>

El día 27/01/1999 la IMM concede el uso del local del Mercado Agrícola a la Asociación Federal de Agricultores Unidos del Uruguay<sup>25</sup>, pero debido al incumplimiento del mismo por parte de dicha Asociación, y luego de una larga negociación, se pone fin a dicha concesión pasando a estar bajo la gestión municipal<sup>26</sup>. El Mercado Agrícola pasó a ser gestionado por la Intendencia Municipal de Montevideo en setiembre de 2006, a partir de ese momento se comenzó a trabajar en la limpieza, seguridad y en tratar de ordenar el edificio y su entorno, buscando recuperar el monumento histórico.

Fue así que se armó un anteproyecto pero sin recursos porque como el Mercado había estado concesionado no entró en el Plan Quinquenal. La situación se mantuvo hasta que la Junta Departamental aprobó el dinero. Como tampoco tenían funcionarios, las primeras fueron quince mujeres de Trabajo por Uruguay, que, a través de un convenio del Centro Comunal con el Mides, empezaron a trabajar allí, limpiando, ordenando y levantando muros.

Luego el Departamento de Desarrollo Económico, que es a donde pertenece el Mercado, hizo un convenio con una cooperativa de jóvenes; y después llegaron funcionarios municipales.

Actualmente el personal del Mercado Agrícola está formado por la Directora, 10 municipales (7 varones y 3 mujeres), y la cooperativa ANIMATE integrada por 2 varones y 4 mujeres (se ocupa de la limpieza del Mercado Agrícola), además de un jefe del proyecto de reciclaje del MA, un gerente del proyecto, un contable y un arquitecto, algunos de los cuales son estudiantes becarios de la UdelaR.

En este proyecto de reciclaje se plantea mantener la actividad actual, venta de frutas y verduras, reformulando los espacios y reciclando sus instalaciones.

Se trata de convertir al Mercado Agrícola en un paseo obligado de nuestra ciudad, tanto para el ciudadano común, como para el turista; los que podrán comprar mercadería fresca y productos gastronómicos artesanales propios de cada región de nuestro país, o saborear gustosas comidas de diferentes regiones del mundo.

Reacondicionar este edificio, que es Patrimonio Histórico Nacional y ponerlo al servicio de los vecinos y vecinas revitalizando la zona, es una tarea impostergable.

---

24 La información referida a este punto es extraída de la práctica realizada en el año 2007, cuyos documentos se adjuntan, y del libro "un mercado, un barrio, un mundo" (IMM, 2008). Esta aclaración es hecha a fin de agilizar la lectura.

25 Véase Apéndice 3: Resoluciones municipales referidas al Mercado Agrícola.

26 Véase Apéndice 3: Resolución municipales referidas al Mercado Agrícola.

El objetivo es complementar esta labor con actividades culturales y educativas, fundamentalmente referidas a la tarea gastronómica, convirtiendo al mercado en una ventana abierta a la región y al mundo.

Se vienen organizando diferentes espectáculos en donde participan niños, niñas, jóvenes, vecinos y vecinas del barrio, y de otras zonas. Es la intención ofrecerles a ciudadanos o turistas un ámbito natural donde puedan interiorizarse de las costumbres gastronómicas del Uruguay al tiempo que degustan comida internacional, mientras disfrutan de los más variados espectáculos artísticos y/o culturales.

Este centenario edificio será capaz de potenciar la actual venta de frutas y verduras, transformando este predio en un paseo recreativo que revitalizará la zona, convirtiéndose también en una herramienta de integración y confraternidad con otros pueblos.

Dentro de estas actividades se encuentran las siguientes:

1. "Feria en el Mercado Agrícola". Esta actividad se realiza una vez al año, a fines de noviembre y dura una semana; se viene realizando desde el 2006. Está conformada por diversos "stands", que brinda la posibilidad a las personas de darse a conocer, ya sea exponiendo una institución u organización, como también la venta de productos. A partir del año 2007 Inchalá pasó a tener un stand propio.
2. Espectáculos de teatro, danzas, murgas, cine, bailes, coros, talleres de capacitación a nivel de educación primaria (2008), el local del Mercado Agrícola está disponible para realizar cualquier tipo de actividad, siempre que no perjudique a la zona.
3. Se festejan fechas patrias como el natalicio de Artigas, la declaratoria de la Independencia, día del patrimonio.
4. Se hacen homenajes y festejos a niños, mujeres, madres, padres, abuelos, día mundial de la mujer rural, en su respectivo día; utilizándose como local el del Mercado Agrícola y coordinando en conjunto con todo tipo de organizaciones e instituciones de la zona.
5. Se realizan actividades para promover los derechos y obligaciones de todas las personas, por ejemplo: la lucha contra la violencia doméstica, contra el cáncer, entre otras.
6. Se hacen actividades internacionales como el festejo del aniversario de Bolivia en el año 2007, el 80º aniversario del nacimiento del Che Guevara- Cuba. La idea es hacer del Mercado un lugar abierto a la región y al mundo.

7. Con respecto a las frutas y verduras, se hacen actividades como el curso cocina Uruguay (desde 2007), se reparten folletos, se colocan carteleras informando a los ciudadanos sobre la importancia de comer frutas y verduras según las estaciones, además de la higiene de los mismos. Se festeja el día del alimento saludable (2009).
8. Este año el Mercado Agrícola participó con un stand en la expo prado de turismo.
9. El local está abierto a todo el barrio para realizar reuniones vecinales, que incluso se realizan cada 15 días<sup>27</sup>.

### **3.4- Relatos de algunos actores locales involucrados en el tema de investigación**

#### 3.4.1- Relatos tomados del libro: "Un mercado, un barrio, un mundo"<sup>28</sup>

Con respecto a los actores involucrados en el tema de estudio, a continuación se exponen algunos fragmentos de las historias de vidas que se encuentran en el libro y que están vinculadas a las visiones que tienen sobre el Mercado Agrícola. Aparecen representantes de la IMM, del Mercado Agrícola, de la Junta Local, Club Montevideo, la Escuela N° 41, Cooperativa COVIFAME, bicicletero y vecino, dos permisarios del Mercado Agrícola, policlínica Crotoggini, Inchalá, Alpargatas, Club Goes, dos de la Cooperativa Terminal Goes- ahora denominada ANIMATE.

En primer lugar, el Intendente de Montevideo en referencia al Mercado Agrícola afirma:

*hoy el Mercado cobra un nuevo significado. Es el epicentro de un gran proyecto de reconstrucción, de rehabilitación urbana. Pero también, y al mismo tiempo, de la reconstrucción del entramado social (...). Entiendo que el Mercado va a volver a adquirir, con nuevas actividades, el significado que tenía, ese significado de una apuesta optimista hacia el futuro, de un centro donde se reúnan vecinos y vecinas, sectores sociales y empresariales muy diversos, para construir sociedad, para construir un país.*

---

27 Como ya se mencionó, cada una de las actividades que se realizan en el Mercado Agrícola, se encuentran archivadas en biblioratos, ya sea una copia de una invitación, recortes de artículos de diarios, revistas, folletos, cartas informativas y descriptivas de las actividades. De esto se encarga la directora del Mercado Agrícola.

28 Este punto contiene solamente la exposición de los relatos de los actores, aparecen citas textuales, lo cual puede resultar un tanto aburrido al lector pero se considera que es más productivo para su posterior análisis. El análisis aparece en el siguiente capítulo.

Con otras palabras la directora del Mercado Agrícola señala:

*el Mercado fue y es el epicentro del barrio, todo cuanto ocurre en la zona se comenta aquí, como en una caja de resonancia (...) Seguiremos trabajando en actividades culturales y sociales (...) Abrimos nuestras puertas a los escolares y al barrio en general. El Mercado se renueva con sus obras, pero fundamentalmente con el calor de sus vecinos y vecinas. (...) Los nuevos núcleos habitacionales le están cambiando la cara al barrio.*

Uno de los permisario del Mercado Agrícola, dice:

*soy parte de la tercera generación de mi familia que se encuentra en el Mercado Agrícola. Esto comenzó con mi abuelo, el cual tenía una pequeña chacra y comenzó a comercializar con el Mercado trayendo su propia producción. Luego de varios años de ir prosperando y ser uno de los más grandes mayoristas, vino mi padre y siguió el negocio familiar.*

*Con el tiempo, en el Mercado comenzó a decaer la venta por la competencia y se fue alguna gente. El otro mercado comenzó a prosperar y este disminuyó, viniendo sus peores años.*

*Muchos de los puesteros se trasladaron al otro mercado por razones económicas y por las desventajas del barrio. Así decae aún más el Mercado Agrícola. Después de esto comienzan los problemas de higiene y seguridad. Luego se da a una concesión y finalmente la Intendencia retoma la dirección del Mercado. Aquí es cuando asume Beatriz Silva y desde ese momento es que ha tenido una reconversión.*

*No será el Mercado mayorista de antes porque no es la función que cumple hoy, además sería ilógico con la ubicación que tiene, enfocararlo como tal. Pero sí apunta a una reconversión, sería un mercado minorista donde las personas puedan comprar, transitar y disfrutar su muy hermosa arquitectura puede parecerse a una feria techada, por decirlo de alguna manera, donde se consumen productos frescos que ingresan todos los días, gran diferencia con el Mercado Modelo donde sólo algunos días ingresa mercadería fresca. Otra ventaja que tiene este mercado es el lugar céntrico, se encuentra a pocas cuadras del Palacio Legislativo.*

*Actualmente somos minoristas, ha aumentado la venta y ha mejorado notoriamente la limpieza del lugar. Esto permite a la gente volver a comprar aquí, es un proceso lento ya que es de boca en boca porque no hay publicidad, pero es un proceso seguro.*

También aparece un antiguo permisario del Mercado Agrícola que cuenta su historia con respecto al Mercado Agrícola:

*En el año 46 vine al Mercado, después llegaron mis hermanos, éramos Rey Hnos., y ahora quedo yo (...). Pero la familia estaba desde el año 17 en el Mercado. Trabajamos todos, los 8 hermanos y los viejos. Se vendía toda clase de frutas y verduras. Me dejaban a mí las llaves, y en Navidad o fin de año cantidad de gente venía a buscar el hielo. Después surgió la competencia del Modelo, y todo decayó, hasta el Modelo mismo decayó.*

También aparecen las visiones de dos integrantes de la Cooperativa Goes, actualmente se llama Cooperativa ANIMATE. Una de las integrantes señala:  
*empezamos a trabajar aquí con la Cooperativa Germinar hace ya más de un año. Ahora formamos parte de la cooperativa Terminal Goes. Comenzamos 5 compañeros a tratar de mejorar el Mercado, que estaba en muy malas condiciones. Cuando vinimos estaba todo sucio, despintado, roto. Hicimos muchos trabajos que nunca antes habíamos hecho.*

*En el predio había ratas, mosquitos. Hicimos un trabajo de limpieza duro.*

*Esto está mucho mejor, la gente empezó a entrar, se anima a venir. Hacemos diversas actividades y todo mejoró bastante, y creemos que todavía puede mejorar muchísimo más.*

Otra de las integrantes de la Cooperativa afirma:

*cuando llegamos todo esto estaba muy feo, muy lúgubre. Lo primero fue la limpieza, luego seguimos con las reparaciones y la pintura. Éramos 5 mujeres que andábamos por ahí poniendo orden y limpieza.*

*Pero de a poco, la batalla se fue ganando, todo empezó a cambiar. Luego se sumaron los municipales y todo fue cambiando muy positivamente, también (...) los compañeros de Trabajo por Uruguay enviados por el Ministerio de Desarrollo Social, que colaboraron muchísimo.*

*Este era un lugar muerto que la gente del barrio no visitaba. Ahora es un lugar de visita permanente. La gente ya no sólo viene a comprar frutas y verduras, también viene a ver teatro, cine, danza. Este es un proyecto que está saliendo muy bien y que nos ha entusiasmado a todos quienes participamos en él.*

El Secretario de la Junta Local del CCZ N° 3 dice que “estamos convencidos de que en la medida en que el Mercado Agrícola y su entorno sigan prosperando como lo está haciendo, es una zona que está llamada a tener unos 2.000 o 3.000 habitantes más”.

Por su parte, la Presidenta de la Junta Local del CCZ N° 3 visualiza

*un importante cambio en la zona del Mercado, 203 años atrás no se veía a la gente transitando por allí, y a medida que se van construyendo las cooperativas llegan los proveedores, los camiones con la pala, la gente va a construir y cruzan al Mercado para comprar alimentos para cocinar... Todas cosas que antes no sucedían.*

*Ha cambiado la zona, el sólo hecho de limpiar la manzana, de sacar la basura del entorno, abrir la peatonal, no permitir que se genere un punto crítico allí; ha cambiado muchísimo. La circulación es otra, sobre todo para el peatón.*

*La gente ahora se sienta en la vereda a tomar mate, y han abierto nuevos comercios frente al Mercado.*

Una cooperativista perteneciente a COVIFAME señala:

*soy antigua en el barrio; recuerdo mi niñez, con mi abuela paseando por el Mercado Agrícola y haciendo los mandados.*

*En el siglo pasado el barrio era activo y lleno de movimiento. Hoy en día estamos tratando de recuperar ese movimiento y la cooperativa va a poner todo de sí para lograrlo.*

*Decidí entrar al sistema cooperativo porque es una filosofía de vida que comparto. En este sistema no existe el individualismo, todo se hace de acuerdo a la postura de la mayoría, la cual debo aceptar al igual que el respeto y la solidaridad por los demás. Éstos son los principios básicos del cooperativismo.*

*Al lado comienza a construirse la cooperativa COVICOA, que dará un gran empujón a la zona.*

Un ciclista del barrio que hace 20 años trabaja de eso y además siempre vivió allí, considera que "hoy en día es un barrio considerado peligroso, en aquel entonces era un barrio como cualquier otro, era más tranquilo, hasta se podía dormir la siesta con la ventana abierta. Esto cambió pero no es sólo en este barrio, pienso que en todo Montevideo pasa lo mismo".

Un pintor del barrio expresa que "cuando se montó el Mercado Agrícola - trajeron el andamiaje y el almacén de hierro de Bruselas- el barrio agarró carácter y se empezó a edificar".

La coordinadora de la Policlínica Municipal "Juan José Crottogini" cuenta que (...) dentro de la policlínica nos manejamos con nuestros programas, pero fuera de ella nuestra prioridad es la zona que rodea al Mercado Agrícola, por las carencias que tiene desde todo punto de vista".

La Maestra del turno vespertino del Centro Comunitario de Educación Inicial "Inchalá" considera:

*todas las instituciones de la zona estamos haciendo un gran esfuerzo para revitalizar la difícil situación. Últimamente, hemos establecido gran vínculo con el Mercado Agrícola, donde conjuntamente se han realizado actividades de integración muy positivas, a través de las cuales las familias han logrado acercarse tanto al Centro como a las actividades del Mercado. Logramos llevar a cabo actividades de teatro, remontamos cometas y expusimos en una feria distintas artesanías para darnos a conocer en la zona<sup>29</sup>.*

Un ex dirigente textil -Fábrica de Alpargatas- cuenta que:

*el Mercado Agrícola siempre estuvo muy presente en la vida de los trabajadores. No sólo porque era un lugar de compras a la salida de cada turno, sino porque en las épocas de conflicto con la patronal, los puesteros del Mercado eran un surtidor de solidaridad. Imposible olvidar aquellas lecciones de afecto y solidaridad. Nuestra olla sindical se paraba con las frutas y verduras que los puesteros nos hacían llegar a diario. (...).*

El Presidente del Club Goes sostiene:

*uno visita el barrio y aprecia fácilmente el despoblamiento que ha sufrido. Porque la pauperización avanzó sobre muchas zonas de Montevideo (...) pero nosotros además perdimos la gente. No sólo se pauperizó a niveles de indigencia, en buena parte de la zona, sino que a la vez se despobló. Todos esos baldíos que se ven hoy, eran todas casas y locales comerciales. Los barrios alrededor del Mercado le dieron la fama a la zona.*

*A primeras horas de la noche empezaban a llegar los agricultores a traer la mercadería, luego aparecían los compradores en la madrugada. A primera hora de la mañana se iban los compradores y comenzaba el movimiento del poder ciudadano, de la ama de casa que salía, el hombre que iba a trabajar, los niños que entonces íbamos al colegio o la escuela. Entonces era un barrio con una gran vida, y una vida continua”.*

---

29 Esta actividad fue realizada durante la práctica curricular en el año 2007.

### 3.4.2- El aporte desde el Trabajo Social<sup>30</sup>

En relación al trabajo social, el mismo se encuentra a dos niveles, por un lado el rol que cumple el trabajo social desde el CCZ N° 3, -descentralización, IMM- y por el otro desde la UdelaR a través de las pasantías de estudiantes para trabajar en los centros comunales zonales, y las prácticas curriculares de estudiantes de MIP II –en este caso, se hace referencia solamente a la práctica realizada en el año 2007-.

Por un lado, el área social del CCZ N° 3 está integrada por dos trabajadoras sociales, una pasante de trabajo social, además de otras disciplinas. Una de las trabajadoras sociales trabaja allí desde 1996 y la otra ingresó en el año 2008; respecto a la pasantía de trabajo social, la misma tiene una duración de un año, y los años que no hubieron pasantes fue por un tema de recorte presupuestal. Solamente se hará referencia a la trabajadora social que está desde el año 1996, ya que es la única que conoce e interviene desde entonces en el tema. Tanto la pasante como la profesional -incorporada en el año 2008- se dedican más a otras cuestiones.

Con respecto a las tareas en lo referente al Programa “Viví Goes” aparecen tareas de relevamiento de información, realización de informes, diagnósticos de la zona, participación del Concejo Goes, del Programa “Viví Goes”; hay un fuerte trabajo, en relación al programa “Viví Goes”.

Respecto al aporte del trabajo social en el Mercado Agrícola, la trabajadora social sostiene que la mayoría de las actividades las realiza la directora del Mercado Agrícola sin coordinación alguna con el CCZ. Lo cual no debería ser así, y más aún sabiendo que el CCZ tiene dentro del Consejo Vecinal una Comisión de cultura y otra de género. El gran desafío es cómo se articula todo ya que falta coordinación local por parte del Mercado Agrícola con el CCZ N° 3 y este desafío aumenta con las elecciones nacionales. De todos modos destaca el gran salto cualitativo y cuantitativo que ha pegado el Mercado Agrícola, y considera que ello fue posible por la gran eficacia y eficiencia de la Directora del Mercado.

Por otro lado, la práctica curricular se realizó durante el período comprendido entre junio-diciembre del año 2007. El subgrupo de estudiantes estaba formado por 5 estudiantes, pertenecientes al taller: “Programa Nuestros Niños” de la IMM. Se tenía como centro de práctica el Centro Comunitario de Educación Inicial “Inchalá”. La práctica se dividió en tres partes, las cuales se encuentran plasmadas en tres documentos. Se comenzó realizando un marco contextual tanto del centro de práctica, como de la zona donde se encuentra dicho centro para poder luego realizar una

---

<sup>30</sup> La información referida a este punto es extraída de los informes realizados durante la práctica en el año 2007 y el informe de la entrevista realizada en agosto del año 2009. Esta aclaración es realizada a fin de agilizar la lectura. Los informes sobre este tema se encuentran anexados en el apéndice N° 5.

estrategia de intervención y finalmente una evaluación- sistematización de la práctica en general. El proyecto realizado en esos meses tuvo como objetivo general “la reconstitución de los espacios comunitarios a partir de tres actores claves: el Mercado Agrícola, el centro “Inchalá” y los padres de los niño/as que asisten al centro”. Para ello se desarrollaron una serie de actividades en conjunto. A partir de entonces se creó un vínculo entre ambas instituciones que aún hoy persiste, además de que algunas de las familias relacionadas con el Centro también siguen participando de las actividades del Mercado, según lo expresaron tanto la directora del Mercado Agrícola como la maestra de “Inchalá”. Para profundizar sobre esta práctica se anexan los tres documentos.

## **4- ANÁLISIS DE LA REALIDAD A LA LUZ DE LAS CATEGORÍAS PLANTEADAS**

Este capítulo comienza planteando la identidad del Mercado Agrícola, mediante la división del proceso en tres etapas, marcadas cada una de ellas por acontecimientos históricos y fenómenos sociales, que permitirán servir de guía para todo el análisis. Luego, se pasará a indagar en la influencia de la globalización en este territorio, mostrando la relación global-local. Por último se analizan las palabras de algunos actores locales y se finaliza con el aporte del trabajo social en el Mercado Agrícola, en tanto actor local.

### **4.1- Analizando la identidad del Mercado Agrícola**

La identidad del Mercado Agrícola, en tanto proceso de construcción, “marca una cierta estructura tanto en hechos como en conflictos, no es estática, fluctúa en función de procesos históricos y políticos, (Femenías, M., 2007:81). En el Mercado Agrícola es posible visualizar este proceso que va desde 1906 hasta 2009, realizando una división del mismo en tres grandes etapas:

La primera etapa abarca desde sus orígenes -año 1906- hasta fines de la década de los '90. Dentro de la concepción que da Castells sobre la identidad colectiva, la define como “(...) el proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales (...)” (Castells, M., 1998:28). En este caso, ese atributo cultural está claramente marcado desde el surgimiento del Mercado Agrícola. Ello se percibe, en su construcción, su estructura edilicia, sus principales características, siendo un “proyecto inspirado en las revolucionarias construcciones metálicas del mercado de Les Halles, en París (...)” (Diario “La República”, 2007). Los orígenes del Mercado Agrícola muestran una vinculación con el exterior, con el mundo si se quiere decir; pero también una vinculación con otros mercados de Montevideo, como son el Mercado del Puerto y el Mercado de la Abundancia, ya que presentan similares estructuras edilicias. “Semejante a la construcción del Mercado del Puerto, de 1868 y al Mercado de la Abundancia, de 1909, el Mercado Agrícola está considerado como el mejor exponente de ese estilo arquitectónico” (Diario “La república”, 2007).

Desde entonces el Mercado Agrícola fue construyendo su identidad, hasta la creación del Mercado Modelo, “fue el principal centro de abastecimiento de frutas,

hortalizas y verduras de la ciudad de Montevideo" (Diario "El País", 2002). Pero además no sólo prosperaba con la actividad económica sino que era un importante referente para el barrio, "con la presencia del mercado, el barrio Goes comenzó a prosperar" (Diario "El País", 2002). En 1975 fue declarado Monumento Histórico Nacional y desde 1995 también es edificio de interés testimonial nombrado por la Intendencia de Montevideo (Diario "El País", 2002). Estos acontecimientos aportaron en la construcción de una identidad fuerte, con un reconocimiento importante, que brindaba recursos y servicios al barrio.

Una segunda etapa, va desde la década del '90 hasta fines del año 2005, que permite mostrar un contraste con la primera etapa, el proceso de deterioro de la identidad del Mercado Agrícola y su entorno. Este proceso de deterioro, hay que analizarlo teniendo en cuenta las políticas implementadas, los fenómenos sociales característicos de cada época, con la relación global-local. Sin embargo, en este caso solamente se mencionarán algunos acontecimientos. Entre ellos, se encuentra en la década del los '90 el cierre de la fábrica de Alpargatas, que está relacionado con el deterioro de la zona, el despoblamiento, crisis económicas. Luego, a fines de la década de los '90 la IMM hace la concesión con la Asociación Federal de Agricultores Unidos del Uruguay para que se encargue de la gestión del Mercado Agrícola. Más adelante, viene la crisis del año 2002, y hasta fines del año 2005 el Mercado Agrícola continúa en ese proceso de deterioro de su infraestructura y lo mismo ocurre con su entorno, ya que están vinculados. No viene al caso indagar si ese proceso de deterioro, ocurre primero en el Mercado Agrícola o en el barrio, o si se da simultáneamente.

Finalmente, una tercera etapa, que va desde el año 2006 hasta la actualidad, está marcada por el proceso de reconstrucción identitario del Mercado Agrícola. Se habla de una reconstrucción de su identidad ya que el Mercado Agrícola tuvo una fuerte identidad que se fue deteriorando y ahora no se pretende volver al pasado, solamente se toman sus orígenes y los elementos que lo hacen único y propio - estructura, venta de frutas y verduras-, todo lo que forma parte identificatoria de su primera etapa construida en un contexto diferente al actual ya que ha pasado más de un siglo desde su surgimiento. Por eso se habla de reconstrucción y no de construcción porque se trata de un proceso que tiene idas y vueltas. En teoría, a esto refiere Arocena cuando sostiene que

*la identidad es, en ciertas condiciones, una de las dimensiones claves del desarrollo. Los procesos de construcción de identidad, en esta perspectiva, "tienen algunas características bien precisas: reúnen el pasado, el presente y el proyecto en una*

*única realidad interiorizada por el conjunto de los miembros de la sociedad; se desarrollan en una realidad cultural (...) (Arocena, J., 1995:151).*

A grandes rasgos podría decirse que el pasado está formado por la estructura edilicia del Mercado Agrícola y la venta de frutas y verduras, el presente lo constituye su deterioro al igual que el de su entorno, los problemas que trajo aparejados y un indicio de búsqueda de soluciones. Este último punto ya sería el proyecto, el cambio positivo que se viene dando en el Mercado Agrícola con su restauración y su modernización, y los proyectos de mejora en la zona. En este caso, se hace difícil diferenciar mediante aspectos visuales los límites entre el presente y el proyecto ya que hay cosas que aún persisten.

Dentro de las actividades que se realizan en el Mercado Agrícola, aparecen aquellas referentes a mostrar las culturas de los distintos países. A su vez, con este proyecto de restauración y modernización, se pretende que el Mercado Agrícola no sólo recupere su reconocimiento nacional, sino que además tenga un reconocimiento mundial, ya que "a través de esta experiencia se busca tomarlos como modelos para la transformación de otros mercados minoristas de zonas urbanas de América Latina" (Diario "La República", 2009). "El trabajo se centra en cómo lograr que el mercado se transforme en un gran centro comercial para el desarrollo de toda la ciudad" (Diario "La República", 2007). No sólo se muestra la relación local-global sino local-nacional. De esta manera el Mercado Agrícola construye también su identidad, en primer lugar, mostrando sus similitudes con el Mercado de la Abundancia y el Mercado del Puerto en tanto los tres presentan el mismo estilo arquitectónico, pero también sus diferencias; en una entrevista a la Directora del Mercado Agrícola, en referencia a las aspiraciones que se tienen con este proyecto sobre el Mercado Agrícola, señala que "es llegar a ser algo parecido al Mercado del Puerto, pero distinto; algo similar al Mercado de la Abundancia, pero no igual"<sup>31</sup>. Es posible, entonces, ver la importancia del Mercado Agrícola en tres dimensiones, el Mercado como tal con su identidad propia, como epicentro del barrio Goes, y a nivel global en tanto modelo a seguir para otros mercados mundiales.

Respecto a ello, las palabras de Arocena se identifican con el proceso de reconstrucción identitario del Mercado Agrícola y su entorno. Al decir:

*en ciertas situaciones, (...) ha habido un deterioro de los tejidos sociales originales que ha producido el debilitamiento o la casi desaparición de los referentes identitarios. En ambos casos estamos ante grupos humanos que habitan un territorio pero que*

---

31 Véase Apéndice 6: artículo de una entrevista realizada a la Directora del Mercado Agrícola en el año 2007.

*difficilmente pueden ser llamados sociedades locales. Les falta un ingrediente esencial: su propio reconocimiento y el reconocimiento de los demás (Arocena, J., 1995:152).*

El Mercado Agrícola era un referente identitario que se fue debilitando y por medio de los proyectos que se están implementando se está encaminando a tener su propio reconocimiento y el de los demás. La experiencia con la empresa de España Mercasa, favorece ese reconocimiento o por lo menos se pretende que así sea, en tanto, “se busca tomarlos como modelos para la transformación de otros mercados minoristas de zonas urbanas de América Latina (Diario “La República”, 2009).

Cuando la IMM retoma la gestión total del Mercado Agrícola, se comienza a trabajar con más énfasis tanto en el Mercado como en el entorno. Luego de realizar los diagnósticos correspondientes se elaboran planes, programas y proyectos, que se concretizan en el Programa “Viví Goes”. Como ya se mencionó, dentro de éste existen varios proyectos pero aquí se toman como referencia tres de ellos, los del Mercado – proyectos de restauración y modernización del Mercado Agrícola- y el del entorno – habitar Goes-. Nuevamente se aclara que están todos vinculados, por lo tanto no se pueden analizar por separado, ya que el Programa “Viví Goes”, en su conjunto, en su totalidad se implementa a la vez.

Vale aclarar que desde el año 1990, cuando comienza el proceso de descentralización que se divide a Montevideo en 18 zonas, el zonal 3 considera la problemática del barrio Goes y la búsqueda de soluciones a los problemas. La mayoría de los proyectos que se están implementando en el Mercado y en su entorno tienen como antecedentes los trabajos realizados en aquellas épocas. Es todo un largo proceso que se inicia con la descentralización, y si bien sólo se menciona el actual Programa “Viví Goes”, este tiene sus antecedentes con sus modificaciones, avances. Sin embargo, solamente se mencionan pero no se desarrollaron por los límites de la investigación, y además no afecta a los objetivos de la misma. La diferencia estaría en que el análisis sería más rico y profundo. Por eso, se dice que esta investigación es simplemente un insumo, que más adelante se podría profundizar. Resumiendo, si bien, como ya se mencionó, desde 1990, se vienen implementando propuestas a través de las políticas descentralizadas para revertir la situación de deterioro de la zona, en cuanto a la situación del Mercado Agrícola esta empeoraba, incluso la concesión debió terminarse antes de tiempo debido al incumplimiento por parte de la Asociación. No se puede decir lo mismo del entorno, ya que el proceso de

recuperación en cuanto a las viviendas se comenzó a implementar con idas y vueltas desde el año 1990<sup>32</sup>.

#### **4.2- Aspectos de la globalización en el Mercado Agrícola y su entorno**

Tomando en cuenta esta división de etapas, es posible analizar la influencia de la globalización en el territorio del Mercado Agrícola. Así se analiza la relación global-local en el proceso de reciclaje del Mercado y se toman algunos aspectos claves del entorno que permiten afirmar dicha cuestión, ya que se ha repetido en varias oportunidades la cuestión del todo social, y que el Mercado y su entorno están estrechamente relacionados.

Para ello, se puede comenzar con lo planteado por García Canclini al decir que el análisis de la hibridación cultural puede explicarse por tres procesos, a saber: el descoleccionamiento, la desterritorialización y los géneros impuros (García Canclini, N., 1990:264). Solamente se tomarán en cuenta los dos primeros por ser los que mejor se aplican al contexto, y ambos aportan a la caracterización de la segunda etapa mencionada. Por un lado, el proceso de descoleccionamiento se observa en la vinculación del Mercado Agrícola y sus alrededores. A simple vista se percibe una mezcla de lo culto, lo viejo que sería el edificio del Mercado Agrícola -patrimonio histórico- además de los espacios edilicios fabriles abandonados, con lo popular, los asentamientos que hay alrededor. Si bien en algunas manzanas ya están implementando los proyectos de vivienda, aún se percibe esta situación que de a poco se trata de revertir.

A su vez, puede apreciarse que dentro del Mercado Agrícola también se produce este proceso de descoleccionamiento, en tanto a la vez que está resurgiendo como patrimonio histórico, con su tradicional venta de frutas y verduras, realiza espectáculos locales, regionales e incluso internacionales como ser el festejo por los cien años de independencia de Bolivia y Chile, además de otros espectáculos que buscan integrar las culturas (culturas híbridas). Serían los dos proyectos que hay en el mercado, el de restauración y el de modernización.

Por otro lado, también se observan procesos de desterritorialización en la zona del Mercado Agrícola dada la movilidad social que se produjo con el cierre de la Fábricas de Alpargatas y la Fábrica de Fósforos, que empleaba a miles de familias. Luego de su cierre, en los años 90, la zona se empobreció notablemente, desplazando a las familias que no podían costear sus alquileres a la periferia de Montevideo; una

---

<sup>32</sup> Véase Apéndice 5: Informes de entrevistas realizadas a la trabajadora social del CCZ N° 3.

consecuencia de ello ha sido el despoblamiento de la zona (desterritorialización). A medida que la población fue descendiendo en esta zona, el Mercado Agrícola fue descuidado por las autoridades, convirtiéndose poco a poco en un lugar propicio para la compra-venta de drogas y la prostitución. A la vez que fue llegando otra población, habitando los lugares despoblados alrededor del Mercado y formando asentamientos irregulares (reterritorialización).

Siguiendo con Canclini, por medio de este programa se busca revertir la fragmentación de la sociedad, para vincularlo con las tres etapas, estaría en el pasaje de la segunda etapa a la tercera. Tomando el caso concreto del entorno del Mercado Agrícola, en el barrio Goes, los sectores más carenciados "salen poco de sus espacios, periféricos o céntricos" (García Canclini, N., 1990:266). Por otro lado, "los sectores medios y altos multiplican las rejas en ventanas, cierran y privatizan calles del barrio" (García Canclini, N., 1990:266). Debido al problema de la constante y permanente inseguridad en el barrio Goes, que no es propia de esta zona, se puede ver claramente el aumento de rejas alrededor de casas, comercios, instituciones. Encerrados en sus lugares, a todos les llega la información, dado que los medios masivos de comunicación "se vuelven los constituyentes dominantes del sentido 'público' y simulan integrar un imaginario urbano disgregado" (García Canclini, N., 1990: 268). El tema de la inseguridad está en todos lados pero en este barrio se asocia a la fama que tenía el Mercado Agrícola al ser descuidado por las autoridades, y si bien se están haciendo cambios aún persiste.

Uno de los factores que incide en ello es la influencia que tienen los medios de comunicación,

*los medios lo dicen, y al parecer que ocurre como los medios quieren, se acentúa la mediatización social, el peso de las escenificaciones, las acciones políticas se constituyen en tanto imágenes de lo político [García Canclini, N., 1990: 26]. "Lo real es producido por las imágenes gestadas en los medios" (Verón, E., en García Canclini, N., 1990: 269).*

Por ejemplo, durante la práctica realizada en el año 2007, siendo que el proyecto del Mercado ya se venía implementando, los medios masivos de comunicación, la mayoría de las veces perjudicaban al Mercado Agrícola en su intento constante de resignificar el lugar, ya que éste sólo se nombraba o aparecía en las noticias como referencia al lugar más próximo donde ocurren los delitos, como ser algún robo, allanamiento de drogas. Sin embargo, muy poco se escuchaba acerca del cambio que se venía dando con el mismo.

Actualmente estas situaciones han ido disminuyendo, o tal vez lo que sucede es que ahora los medios de comunicación hablan en mayor medida de las cosas buenas que se están implementando y no tanto de lo malo, ya que los robos, la delincuencia sigue estando.

Tomando en cuenta el análisis realizado sobre la hibridización cultural, es posible, a su vez, identificar los tres tipos de identidades mencionados por Castells en el territorio.

*Las instituciones y organizaciones que se construyeron en torno al estado democrático y al contrato social entre capital y trabajo, se han convertido, en general, en caparazones vacíos, cada vez menos capaces de relacionarse con las vidas y los valores de la gente en la mayoría de las sociedades (Castells, M., 1998:394).*

Analizando las palabras que utiliza Castells se podría decir que el Mercado Agrícola tuvo una identidad legitimadora que estaría identificada entre el pasaje de la primera etapa a la segunda, en donde el deterioro del Mercado se constituyó en ese “caparazón vacío” del que habla el autor. La “identidad de resistencia” es el tipo de identidad que construye la gente que vive alrededor del Mercado Agrícola, como ser la manzana 861, las cooperativas de viviendas. El barrio tenía una identidad colectiva que se fracturó, entre otras cosas con el cierre de las fábricas, desvalorizadas por las primeras construyeron identidades de resistencia, trincheras. Finalmente respecto a la “identidad proyecto” es a lo que se aspira con el Programa “Viví Goes”, el mismo se elaboró tomando en cuenta la realidad en que se vive, que incluye las identidades de resistencia que se formaron en parte de la manzana 860 y 861. Con la implementación de estos proyectos estas situaciones se están revirtiendo, van mejorando.

#### **4.3- Analizando las visiones de los actores locales**

De más está decir que esta investigación no alcanza para evaluar el impacto que tiene el proyecto de reciclaje en la zona, pero sí es posible analizarlo desde las visiones de los propios actores. La IMM se planteó como duración de la implementación del proyecto del Mercado Agrícola desde 2006 hasta 2012, Se está en la mitad del proceso, es decir, que es posible realizar una evaluación del mismo en base a las palabras de los propios involucrados, y en base a la práctica realizada en el año 2007.

Buscando una concepción de actor local, se toma uno de los aspectos planteados por Arocena, que relaciona actor con la esencia social en la que desarrolla su acción (Arocena, J., 1995:25). Por un lado, se incluyen los vecinos organizados como ser el Consejo Vecinal, que intenta mejorar la calidad de vida del barrio, pero por el otro lado, también aparecen quienes se organizan para mantener y reproducir una determinada situación que genera resistencia y destrucción, sería la gente que está dentro de la manzana 861, que se resiste a desalojar el lugar donde vive por más precario que éste sea, y sabiendo que es por un tiempo determinado hasta la construcción de las viviendas para las “personas legales”<sup>33</sup>, pero también están los ocupantes que se resisten a irse de ahí, que fueron formando asentamientos en los terrenos baldíos alrededor del Mercado Agrícola.

También se utilizan algunos aspectos tomados por Barreiro quien subraya que el desarrollo local supone concertación, negociación, interacción entre actores locales, y que éstos últimos “son simultáneamente motor y expresión del desarrollo local” (Barreiro, F., 1988:145). Ello significa que sus habitantes no sólo reconozcan y acepten los problemas que se le presentan sino también que lleven a cabo “estrategias de desarrollo con modelos de participación popular” (Dávalos, R., 2004:38); utilizando los recursos disponibles de un modo óptimo, mejorando sus condiciones de vida y reconstituyendo así su identidad colectiva (Dávalos, R., 2004:38).

Siguiendo con Barreiro, es posible identificar la clasificación propuesta de actores locales en el territorio donde se ubica el Mercado Agrícola. Distingue entre tres tipos de actores locales. Por un lado están los actores “ligados a la toma de decisiones” que tiene que ver con aspectos políticos e institucionales, abarca a la IMM como la gran institución, que a través de políticas descentralizadas divide la ciudad de Montevideo en dieciocho zonas, el Mercado Agrícola pertenece al CCZ N° 3. Por otro lado, aparecen los actores “ligados a técnicas particulares” haciendo referencia a expertos profesionales, serían el trabajo social, maestro, psicóloga, arquitectos, entre otros. Por último se encuentran, los actores “ligados a la acción sobre el terreno”, que incluye a para este caso concreto a la población que rodea al Mercado Agrícola (Barreiro, F., 1988:145).

A continuación, cada uno de estos actores locales se desarrollará en relación exclusivamente con el objeto de estudio. Lo dicho hasta ahora permite mostrar que el espacio donde se ubica el Mercado Agrícola no es neutro, como dice Arocena,

---

33 El CCZ N° 3 dispone de un diagnóstico que permite identificar quiénes son ocupantes y quiénes no, el mismo fue realizado por una Organización No Gubernamental (ONG) que fue contratada por la IMM para realizar dicha investigación.

expresa la historia de los hombres, sus conflictos y sus sistemas de vida, sus trabajos y sus creencias. La memoria colectiva da un sentido a la relación entre pasado, presente y proyecto, "expresando así los contenidos profundos de la identidad colectiva. El retorno al pasado por la memoria, la lectura de las huellas que permite reconocerse en una historia, es una condición de la acción" (Arocena, J., en Arocena, J., 1995:35).

Cuando Pol y Valera vinculan identidad con calidad de vida, en cuanto al "sentimiento positivo o negativo que los ciudadanos desarrollan respecto a su hábitat, la vivencia de la ciudad (...)" (Pol, E., y Valera, S., 1998:27); esos sentimientos se perciben en las palabras de los actores. Lo positivo, sería el recordar el pasado tan glorioso del Mercado Agrícola y ver que hay posibilidades de recuperarlo. Es decir, no se quedan con una mirada del pasado, recordándolo con nostalgia sino por el contrario, expresan la recuperación, lenta pero progresiva, tanto del Mercado Agrícola como del entorno, lo cual provoca esas interrogantes a que alude Arocena sobre el pasado y el presente.

*La afirmación de la identidad local se basa en ese reconocerse en una historia colectiva (...), [donde se perciba] la existencia de una 'historia viviente' en cada uno de los actores. Solo adquiere toda su potencialidad cuando la fuerza de esa carga histórica provoca interrogantes sobre el presente y sobre el proyecto" (Arocena, J., 1995:150).*

Y lo negativo es el recordar el deterioro del Mercado Agrícola y de la zona, y algunos de los problemas que aún persisten, como es la inseguridad en el barrio.

El hecho de que cada actor local se pare desde un punto de vista particular permite agrupar a algunos de ellos según su accionar respecto al objeto de estudio. Es así como, el Intendente de Montevideo y la Directora del Mercado Agrícola hablan en general del Mercado y el barrio, todo uno. Luego los permisarios comparan el Mercado Agrícola con el Mercado Modelo, haciendo énfasis en la compra y venta de frutas y verduras. Siguiendo con la Cooperativa Animate, dos de sus integrantes se refieren a la limpieza del local. Respecto a la Junta Local, dos de sus integrantes mencionan el cambio propiciado por el Mercado Agrícola en la población, la influencia positiva que tiene para el barrio.

Si bien los cambios en el entorno se vienen impulsando desde 1990, y también en el Mercado, los actores recién con esta gestión del 2006 ven cambios. Tal vez es porque los cambios que se ven son los visuales. Ello se aprecia cuando uno de los permisarios realiza una breve historia del Mercado Agrícola que culmina diciendo: "(...)

y finalmente la Intendencia retoma la dirección del Mercado. Aquí es cuando asume Beatriz Silva y desde ese momento es que ha tenido una reconversión". A su vez, este permisario dice mucho en pocas palabras. Señala que es imposible que el Mercado Agrícola vuelva a ser lo que era antes porque el contexto es otro. Antes señaló que entre otras cosas el Mercado Agrícola se vino a abajo con la competencia del Mercado Modelo, y ahora señala, también reafirmando que no va a volver a ser lo que era, que va a ser distinto al Modelo "porque acá siempre las frutas y verduras son frescas, no pasando lo mismo en el Modelo". También muestra que con este cambio se puede atraer a la gente, con un lugar limpio, que le pierda el miedo, además de la excelente ubicación céntrica que tiene. Termina señalando que "(...) es un proceso lento ya que es de boca en boca porque no hay publicidad, pero es un proceso seguro". Se podría considerar que uno de los factores que marca la lentitud del proceso son los medios de comunicación, ya sea la falta de difusión del proyecto, los medios que señalan los aspectos negativos y no tanto los positivos que se vienen dando.

Un antiguo permisario también señala el decaimiento del Mercado Agrícola con el surgimiento del Mercado Modelo, pero continúa diciendo que éste último también decae con la crisis. Además señala el contraste de la seguridad que había antes y la inseguridad de ahora, o mejor dicho muestra la confianza y tranquilidad que existía en ese entonces: "Me dejaban a mi las llaves (...). Después surgió la competencia del Modelo, y todo decayó, hasta el Modelo mismo decayó".

En esto de que cada uno tiene su visión, o una parte del todo social, es que aparecen dos integrantes de la cooperativa Goes, que ahora se llama Animate, son las encargadas de la limpieza del local, junto con los municipales. Estos últimos además cumplen otras funciones dentro del local. Es por ello que su énfasis está en mostrar el antes y el después del Mercado en cuanto a su higiene y limpieza. Por ejemplo, en referencia al Mercado Agrícola, al decir:

*(...) estaba en muy malas condiciones (...), todo sucio, despintado, roto (...) en el predio había ratas, mosquitos (...). Y otra compañera señala: "(...) todo esto estaba muy feo, muy lúgubre. Lo primero fue la limpieza, luego seguimos con las reparaciones y la pintura (...). Este era un lugar muerto que la gente del barrio no visitaba.*

Y sumado a la limpieza, mencionan las actividades que allí se realizan que hace que la gente se acerque más todavía, no es sólo la limpieza del local lo que atrae a la gente sino también las diversas actividades realizadas, pero siempre aclaran que todavía se puede hacer mucho más, que es un proceso lento pero que va encaminado. Textualmente, "esto está mucho mejor, la gente empezó a entrar, se anima a venir.

Hacemos diversas actividades y todo mejoró bastante, y creemos que todavía puede mejorar muchísimo más”. A lo que la otra integrante agrega “pero de a poco, la batalla se fue ganando (...) La gente ya no sólo viene a comprar frutas y verduras, también viene a ver teatro, cine, danza (...)”.

Luego dos integrantes de la Junta Local señalan que el proyecto del Mercado está cambiando el entorno, mostrando su lado positivo. Visualizan grandes cambios, por un lado, la posibilidad de repoblar la zona -“estamos convencidos de que en la medida en que el Mercado Agrícola y su entorno sigan prosperando como lo está haciendo, es una zona que está llamada a tener unos 2.000 o 3.000 habitantes más” (secretario de la junta local)-. Por otro lado, la disminución de la inseguridad con el sólo hecho de limpiar el lugar, el aumento de la circulación de tránsito y personas, son cambios ya que hace dos años atrás no sucedían. Textualmente: “(...) un importante cambio en la zona del Mercado (...) La gente ahora se sienta en la vereda a tomar mate, y han abierto nuevos comercios frente al Mercado”. Acá aparece el cambio que se da respecto al problema de la inseguridad, algo tan simple como sentarse afuera a tomar mate, no podía hacerse debido a la peligrosidad de la zona, que aún persiste pero es visible su disminución.

Esto en sí, es lo mismo que dicen la Directora y el Intendente al referirse al Mercado Agrícola como el epicentro del barrio.

Los vecinos por su parte muestran el problema de inseguridad del barrio. “(...) En el siglo pasado el barrio era activo y lleno de movimiento. Hoy en día estamos tratando de recuperar ese movimiento y la cooperativa va a poner todo de sí para lograrlo” (cooperativista de covifame). El vecino y ciclista también enfatiza este problema: “hoy en día es un barrio considerado peligroso, en aquel entonces (...) era más tranquilo, hasta se podía dormir la siesta con la ventana abierta. Esto cambió pero no es sólo en este barrio, pienso que en todo Montevideo pasa lo mismo”.

Luego, se muestra el vínculo entre el Mercado Agrícola y algunas instituciones y/u organizaciones del barrio. La policlínica hace énfasis en las carencias que tiene “la zona que rodea al Mercado Agrícola (...) desde todo punto de vista”. La maestra de Inchalá sostiene: “todas las instituciones de la zona estamos haciendo un gran esfuerzo para revitalizar la difícil situación. Últimamente, hemos establecido gran vínculo con el Mercado Agrícola (...)”.

Un ex dirigente de la fábrica de alpargatas señala el vínculo que había entre ambos, que en tiempos difíciles de la fábrica se veía la solidaridad de los puesteros del mercado hacia ellos.

Por último el Presidente del Club Goes compara el pasado y el presente en cuanto al barrio en sí y al Mercado con el barrio, sin dejar de recordar que lo que ocurre allí no es sólo de la zona.

*Uno visita el barrio y aprecia fácilmente el despoblamiento que ha sufrido. Porque la pauperización avanzó sobre muchas zonas de Montevideo (...) pero nosotros además perdimos la gente. No sólo se pauperizó a niveles de indigencia, en buena parte de la zona, sino que a la vez se despobló. Todos esos baldíos que se ven hoy, eran todas casas y locales comerciales. Los barrios alrededor del Mercado le dieron la fama a la zona. (...) A primeras horas de la noche empezaban a llegar los agricultores a traer la mercadería, luego aparecían los compradores en la madrugada. A primera hora de la mañana se iban los compradores y comenzaba el movimiento del poder ciudadano, de la ama de casa que salía, el hombre que iba a trabajar, los niños que entonces íbamos al colegio o la escuela. Entonces era un barrio con una gran vida, y una vida continua.*

Hasta aquí se mostraron los actores locales "ligados a la acción sobre el terreno y algunos actores ligados a la toma de decisiones". Respecto a éstos últimos, "la existencia de procesos exitosos de desarrollo local necesita un componente identitario fuerte que estimule y vertebré el potencial de iniciativas de un grupo humano" (Arocena, J., 1995:23). Es así como se tomó la decisión de considerar al Mercado Agrícola como "el epicentro de un gran proyecto de reconstrucción, de rehabilitación urbana. Pero también, y al mismo tiempo, de la reconstrucción del entramado social", según palabras del intendente de Montevideo. A lo que la Directora del Mercado Agrícola agrega que "todo cuanto ocurre en la zona se comenta aquí, como en una caja de resonancia (...).

Se pueden tomar las palabras de Villasante para completar este análisis respecto la complejidad de la realidad y los problemas que allí aparecen en relación con las políticas descentralizadas a través de los municipios. "No hay una estructura local, una cultura local, una organización de la vida cotidiana consolidada, sino en cambio. Esta situación inestable de la vida local viene también favorecida por la situación de los propios municipios durante años (...)" (Villasante, T., 1984:208). Desde hace años, los barrios y pueblos muestran una realidad bastante distorsionada, y ahí es donde hay que actuar (Villasante, T., 1984:217). Ahí es donde el accionar de los actores ligados a la toma de decisiones, cobra total relevancia. Para el caso concreto de la investigación el gobierno local es la intendencia de Montevideo, que a partir de 1990 comenzó a implementar políticas descentralizadas en búsqueda de un mejor ejercicio de la ciudadanía a través de la participación de los propios involucrados

como forma de poder implementar en conjunto soluciones. Es así como el CCZ N° 3 viene implementando proyectos desde hace casi 20 años y han ido cambiando según las necesidades de la población. La propuesta de intervención del Programa “Viví Goes” está encaminada hacia “un proceso de constitución de identidad ciudadana que represente un ‘nosotros’, a partir de prácticas y proyectos específicos que se propongan el reconocimiento público y el compromiso de participación en la construcción de lo público” (Aquín, N., 2003:123). Si bien se conocen las deficiencias de estas políticas descentralizadas porque en su mayoría no logran llegar a la población objetivo, acá sólo se analizan los aspectos positivos porque de lo contrario la discusión al respecto abarcaría mucho espacio.

Respecto a una de las interrogantes planteadas sobre si se está cumpliendo con uno de los objetivos de proyecto: mejorar calidad de vida? Dicha pregunta no es posible responderla en su totalidad ya que para ello habría que analizar todo el Programa “Viví Goes”, pero lo que sí puede decirse es que los cambios en el Mercado Agrícola están mejorando al entorno en cuanto al aumento de la circulación de gente, por lo menos durante el día. En cuanto a las viviendas, en las cooperativas se está avanzando bastante. Cuando se realizó la práctica en el 2007, sólo dos cooperativas estaban habitadas, a dos años de ello hay grandes cambios respecto a condiciones habitacionales.

Tomando en cuenta las palabras de los actores, todos coinciden en que hay cambios notorios dentro del Mercado Agrícola y fuera de él. Sin embargo, no dejan de recalcar el problema de inseguridad que no es propio de este barrio. Las mejoras que se ven son en algunos aspectos de la calidad de vida: viviendas, seguridad, alumbrado ya que como se dijo en el marco teórico sólo se toman algunas dimensiones del concepto calidad de vida. Todos señalan el cambio positivo que tiene para el barrio, que de a poco está resurgiendo junto con los demás proyectos que se vienen implementando. No hay que dejar de señalar que por más que el Mercado Agrícola se recicle, si la gente no asiste, no hay cambios. “El Mercado sin el barrio y la gente no es, pero de alguna forma tampoco la gente y el barrio sin el Mercado son”<sup>34</sup>. Allí está la relación estrecha entre ambos; el Mercado Agrícola no es nada sin su gente y viceversa. Por eso la importancia de implementar proyectos al mismo tiempo, en el Mercado y en el entorno, recordando que las intervenciones en el entorno se vienen realizando desde 1990.

El trabajo comunitario es ante todo, “un proceso de transformaciones que se hace desde un lugar que puede ser la localidad, el barrio, el vecindario y la comunidad,

---

<sup>34</sup> Véase Apéndice 6: artículo de una entrevista realizada a la Directora del Mercado Agrícola en el año 2007.

y por tanto, no es ni en el lugar, ni para el lugar, sino desde y con el lugar” (Dávalos, R., 2004: 37). Para esto lo que se intenta hacer actualmente es que el barrio se apropie del Mercado vinculándose con éste y a su vez que el Mercado se vincule con el barrio, reforzando de este modo la identidad de la zona, promoviendo la apropiación (de los vecinos al Mercado y viceversa) y el sentido de pertenencia. Es así como lo real se hace posible; tomando siempre en cuenta que el proceso de globalización implica luchar por “ser modernos” pero conservando estilos de vida, pasajes, códigos de sociabilidad, tradiciones culturales. Sin esto último “vamos por el camino de convertirnos en un engranaje más del mercado mundial” (Arocena, F., 1994:70).

A esto último refiere la Directora del Mercado Agrícola al sostener que “no debemos perder de vista que para llevar adelante nuestro proyecto debemos mantener lo que el Mercado fue desde su inicio: un lugar de venta de frutas y verduras (...)”<sup>35</sup>. Es a esto que se refiere Arocena al plantear la necesidad de conciliar la herencia cultural del pasado con valores de la sociedad contemporánea, para evitar una crisis de identidad. (Arocena, F., 1994:69)

“La propuesta de desarrollo local implica necesariamente considerar múltiples dimensiones interactuando en un territorio dado: económicas, políticas, institucionales y cultural- identitarias. Son dimensiones que se condicionan mutuamente” (Marsiglia, J., y Pintos, G., 1999:283). En este caso, al solo considerar el ámbito cultural de la globalización implica una reducción de un proceso que es complejo pero de lo contrario se correría el riesgo de no ser tan preciso, y salirse de los objetivos. Además se considera que haciéndolo de esta manera alcanza para mostrar lo que se pretende exponer, ya que además se deja en claro la importancia del paradigma de la complejidad, que “implica el no reducir ni el todo a las partes, ni las partes al todo, ni lo uno a lo múltiple, ni lo múltiple a lo uno (...)” (Bermejillo, F., 1999:181).

Por último se pretende analizar el aporte de un actor local ligado a técnicas particulares como es el trabajo social. Se pretende mostrar la existencia o no de un aporte del trabajo social en el Mercado Agrícola. Lo primero que hay que mencionar entonces es que dentro del Mercado Agrícola no existe dicha disciplina. Tampoco hay un equipo interdisciplinario. Sin embargo, existe un aporte que está en su entorno, con la población de sus alrededores a través del Programa Goes (1990), Consejo Goes (2006) y el Programa Viví Goes, siempre desde la descentralización municipal, lo cual marca límites para la profesión.

---

<sup>35</sup> Véase Apéndice 6: artículo de una entrevista realizada a la Directora del Mercado Agrícola en el año 2007.

*El Trabajo Social aporta a la elaboración, adecuación e implementación de políticas sociales, a través del diseño y ejecución de programas y proyectos que signifiquen contribuciones a la solución de esas problemáticas. Asimismo, detecta y señala problemas emergentes que motivarían la generación de nuevas políticas (DTS-FCS, 1992:5).*

Es así como el trabajo social viene realizando intervenciones en la zona desde la década de los '90, participando en el Programa Goes, que surge en el año 1990, luego el Consejo Goes, que surge en el año 2006 y más adelante el entonces Programa Goes pasa a llamarse programa "Viví Goes".

Existen tres niveles de intervención profesional: nivel macro, intermedio y micro. Las tareas que desempeña esta profesional respecto al objeto de estudio y desde la descentralización, abarca el nivel macro ya que "se relaciona con la formulación, ejecución y evaluación de proyectos y programas en el marco de las políticas sociales" (DTS-FCS, 1992:6), concretamente en lo que respecta al Programa "Viví Goes". Pero además desarrolla su accionar en el nivel intermedio ya que trabaja con unidades territoriales, de desarrollo local, realizando intervenciones a nivel educativo promocional (DTS-FCS, 1992:6).

Por lo que se ha dicho la intervención de esta disciplina en los alrededores del Mercado Agrícola es fuerte, y con importante participación en la toma de decisiones. Es importante destacar que hace 13 años que está la misma profesional en el Zonal 3, lo cual implica en este caso, una apropiación del tema y un gran conocimiento sobre la zona. Es importante el trabajo interdisciplinario que hacen, tanto los informes, los diagnósticos que permitieron luego realizar los proyectos.

El otro aporte que aparece desde esta disciplina al Mercado Agrícola estuvo marcada por la práctica concreta realizada en el año 2007, que se trabajó el tema de los vínculos creándose uno entre el CCEI "Inchalá" y el Mercado Agrícola. Fue un aporte pequeño y concreto, la creación de un vínculo que aún persiste.

Resumiendo, si bien no existe un aporte de esta disciplina dentro del Mercado Agrícola el mismo está en las intervenciones que se realiza con la población. Sin embargo, uno de los problemas está en la falta de comunicación de las actividades a desarrollar por parte del Mercado Agrícola al área social del CCZ, lo cual permitiría una mayor difusión de las actividades, tomando en cuenta que el Consejo vecinal cuenta con una comisión cultural. Así lo ve el área social del CCZ, aunque no deja de reconocer en todo momento la iniciativa de la directora para lograr todo lo que está haciendo. Sin embargo, desde el Mercado Agrícola se considera que existe una relación con el CCZ, que es de donde provienen la mayoría de los recursos para

realizar una actividad, y con la trabajadora social, según lo expresado por la directora. Este tema, sería necesario trabajar la parte de las relaciones comunicacionales entre las partes para que la difusión sea mayor, ya que las actividades son para la población.

Para finalizar con este análisis y en base al objeto de estudio planteado es necesario señalar que en el marco teórico varios autores plantean como “un desafío contemporáneo”, tomando las palabras de Castells, que la cuestión está entender, de que manera puede darse la reconstrucción y/o construcción de identidades colectivas, locales, en los “procesos globalizados de segmentación e hibridización cultural”, parafraseando a Canclini. Teniendo en cuenta la incorporación de concepciones y elementos nuevos, que logren trascender la tradición, pero preservando siempre el patrimonio histórico como bien afirma Moneta. A la vez pensar que implementen políticas sociales que realmente atiendan los problemas de las población para que “lo posible se pueda volver probable y lo probable, realizable” (Rama, G., 1994:44).

Cómo se aplica lo dicho hasta aquí en lo que al tema de investigación refiere. Por un lado, el proyecto de modernización del Mercado Agrícola, permite también visualizar algunos aspectos de lo global en el Mercado Agrícola. Algunos ejemplos de ello son las diferentes actividades que se realizan en el Mercado Agrícola, además de la tradicional venta de frutas y verduras, como ser actividades recreativas, culturales y educativas. Algunos actores lo señalan, en el libro, al decir que

*es la intención ofrecerles a ciudadanos o turistas un ámbito natural donde puedan interiorizarse de las costumbres gastronómicas del Uruguay al tiempo que degustan comida internacional, mientras disfrutan de los más variados espectáculos artísticos y/o culturales.*

*Este centenario edificio será capaz de potenciar la actual venta de frutas y verduras, transformando este predio en un paseo recreativo que revitalizará la zona, convirtiéndose también en una herramienta de integración y confraternidad con otros pueblos.*

Es así cómo la siguiente frase cobra sentido al resumir toda la investigación: “Un mercado, un barrio, un mundo”.

## 5- REFLEXIONANDO DESDE EL TRABAJO SOCIAL

Para dar un cierre a este documento, aunque se ha dicho que el mismo pretende ser un insumo para profundizar sobre el tema, se exponen reflexiones respecto al tema de investigación, reflexiones personales sobre el proceso y sobre el aporte del trabajo social.

En primer lugar, respecto al problema de investigación planteado que fue: ampliar la aplicación en realidades locales concretas de los cambios que la globalización ha traído en los procesos identitarios. Luego del análisis realizado se considera que si bien no es un proceso fácil y además cada contexto tiene sus peculiaridades es posible que mercados de otros países tomen como ejemplo el proceso de restauración que se está implementando en el Mercado Agrícola, ya que además se tiene la ventaja de que es un proyecto internacional que toma al Mercado Agrícola como ejemplo a seguir y con ello se contribuye a construir ese reconocimiento que tenía y que fue perdiendo.

Sin embargo, queda claro o por lo menos se pretendía que así fuese, que no alcanza con el proceso de restauración, de reciclaje del Mercado Agrícola, sino que se necesita indudablemente de la modernización del Mercado Agrícola, que es a lo que se apunta con el otro proyecto que se está implementando al unísono. Y por último otro de los elementos a considerar que favorecen el proceso de reconstrucción identitario del Mercado Agrícola son los demás proyectos que integran al Programa "Vivi Goes" y que refieren hablando a grandes rasgos de una reconstrucción, restauración y modernización si se quiere de la población que rodea al Mercado Agrícola, que abarca otros barrios además del barrio Goes.

En síntesis, la reconstrucción de la identidad del Mercado Agrícola se realiza con varios proyectos que se implementan en conjunto, el proyecto de restauración, el proyecto de modernización del Mercado pero contando también con los proyectos de restauración de la población, ya que Mercado Agrícola no puede ser concebido como tal fuera del contexto donde se encuentra.

Entonces, en relación al cumplimiento con los objetivos planteados y la metodología utilizada, se considera que todo análisis siempre puede ser más rico en cuanto a contenido, y calidad. Sin embargo, evaluando esta investigación concreta y en base a las técnicas utilizadas se considera que si bien los objetivos fueron cumplidos no se realizaron en su totalidad. Respecto al objetivo de analizar la influencia de la globalización en el territorio local, en lo personal, no estaba consiente del alcance y la influencia que tienen los procesos de globalización, que implican un

desafío constante y permanente para poder tratar el tema de las identidades locales. Teniendo, siempre presente que en este trabajo solamente se trabajó con el aspecto cultural de la globalización.

En relación al segundo objetivo propuesto, que refería a la existencia o no de una mejora en la calidad de vida de la población, pasó lo mismo que con el objetivo anterior. Es posible visualizar una mejora pero sólo respecto a algunos aspectos como es el tema de la reconstrucción de viviendas, de la restauración de la zona.

En ambos casos, se considera que los objetivos si bien fueron cumplidos, su abordaje podría haber sido más profundo, porque seguramente quedaron muchas cuestiones por analizar. En sí, se espera que a través de este documento haya quedado demostrado que es posible construir, reconstruir identidades locales en el mundo de la globalización; y que dentro de algunos años se pueda hablar también de una sostenibilidad de la identidad del Mercado Agrícola, que va a ser posible siempre y cuando lo demás proyectos del Programa "Viví Goes" continúen implementándose con éxito, y o se adecuen según la complejidad de la realidad.

En lo personal, considero como muy productivo y positivo el haber realizado una investigación desde adentro, y que fue valiosa la práctica curricular realizada ya que de ahí surgió mi interés por el tema. En ese momento, se dejó "un granito de arena" en el proceso reconstrucción de los vínculos, que fue al vincular al CCE "Inchalá" con el Mercado Agrícola. Es un vínculo que aún persiste (concretamente identificado en el hecho), al igual que los niños que asisten al centro con sus familias, hoy siguen yendo al Mercado. Este vínculo podría haberlo hecho otro grupo de estudiantes, o quizás con el tiempo se hubiera dado naturalmente ya que cuando se realizó la práctica hacía solamente un año de la gestión del Mercado Agrícola en manos de la IMM.

*Nuestro empeño en esa dirección también se fortalece en las pequeñas batallas cotidianas, que (...) pueden consolidar políticamente el proyecto profesional colectivo, la forma de resistencia objetiva más coherente con las intenciones éticas asumidas (Barroco, M., 2003:245).*

El proceso de acercamiento al Mercado Agrícola no fue de un día para el otro, en lo que a mi respecta. En mayo del 2007 fue la primera vez que fui al Mercado, y durante todo el año siempre iba con alguna de mis compañeras de grupo o con todo el grupo, pero nunca fuimos solas por el tema de la inseguridad. Incluso recuerdo que en esa época cuando le contábamos a nuestra familia, amigos y/o compañeros sobre la

vinculación con el Mercado nos hacían saber que era un lugar peligroso, aunque algunos ya sabían del cambio positivo que se estaba dando en el Mercado. Sin embargo, al año siguiente y hasta ahora no tengo ningún problema en ir sola al Mercado. No sé que es lo que tiene el Mercado Agrícola pero desde entonces no dejo de "escuchar su voz"<sup>36</sup>.

En lo que respecta al Trabajo Social concretamente, un aspecto muy positivo a tener en cuenta son las intervenciones que se vienen realizando principalmente en su entorno, desde esta disciplina, desde la década de los '90.

Para el trabajo social, los procesos de hibridación analizados nos habilitan a comprender a través del conocimiento que nos aportan los distintos actores, los cambios en los comportamientos de conducta ya sea individual o colectiva. Siempre hablando de un grupo de individuos que pertenecen a un territorio determinado, siendo el lugar físico en donde se desarrolla su vida cotidiana y es allí donde el trabajador social realiza su ejercicio profesional. A mi parecer, el hecho de que un grupo humano comparta un pasado en común genera la posibilidad de que busquen espacios en donde manifestar sus intereses y descontentos, logrando la concientización de los problemas, así como la elaboración de proyectos personales o proyectos en común para modificar o mantener ciertas situaciones que hacen a la historia del territorio en el que se encuentra inserto ese grupo humano. A su vez, participar en pro de algo fortalece los vínculos entre las personas y en consecuencia, la identidad y el sentido de pertenencia de los integrantes de un mismo territorio.

Por mi parte, considero como sugerencia que dentro del Mercado Agrícola podría haber un equipo interdisciplinario que cuente entre otras profesiones con trabajo social, más que nada para difundir las actividades que se realizan, ya que la difusión es sólo de boca en boca. El trabajo social podría hacer aportes en el Mercado y para el barrio por ejemplo realizando intervenciones desde la dimensión educativo-promocional para promover las actividades del Mercado Agrícola.

Para terminar me gustaría cerrar parafraseando a dos autores que plantean lo siguiente:

*es necesario formar un profesional que sea capaz de ver lo invisible y de escuchar lo inaudible. Debemos formar el ser trabajo social para hacer trabajo social. Nadie puede dar lo que no tiene. Nadie puede valorar ni amar lo que no conoce. Pero esta relación entre ser y hacer es esencialmente dialéctica. Son dos componentes de una*

---

36 Al final del documento se expone una serie de fotos, de imágenes sobre el Mercado Agrícola, como forma de incluir la importancia de la visión de las cosas y se pretende que contribuya a invitar al lector a visitar el Mercado Agrícola. Ello se encuentra en el Apéndice 12: Visualizando el Mercado Agrícola.

*misma realidad dialéctica: somos haciendo y hacemos siendo. Esta es la esencia del trabajo social. Es un problema de fidelidad vinculada al ser y de finalidad vinculada al hacer (Agüero, J., Martínez, S., 2004:26).*

## BIBLIOGRAFÍA

- Aquín, N. (2003); "En torno a la ciudadanía", en Aquín, N. (comp.), Ensayos sobre ciudadanía. Reflexiones desde el Trabajo Social, Buenos Aires-Argentina, Editorial Espacio, pp. 15-25.
- Arocena, F. (1994); "Viernes ya no quiere ser Robinson Crusou", en Achugar, H.; Caetano, G. (comp.), Mundo, región, aldea. Identidades, políticas culturales e integración regional. Montevideo-Uruguay, Editorial Trilce, pp.58-70.
- Arocena, J. (1987); "Los paradigmas del desarrollo y lo 'local'". Cuadernos del Claeh, Revista Uruguaya de Ciencias Sociales N° 41, 2ª serie, Montevideo-Uruguay, Editorial CLAEH, pp. 5-21.
- \_\_\_\_\_ (1995); El desarrollo local. Un desafío contemporáneo, Caracas-Venezuela, Editorial Nueva Sociedad.
- \_\_\_\_\_ (1996); "La localización de las políticas sociales", en Peñalva, S.; Rofman, A. (comp.), Desempleo estructural, pobreza y precariedad. Buenos Aires-Argentina, Editorial Nueva Visión, pp.139-153.
- \_\_\_\_\_ (1999); "Por una lectura compleja del actor local en los procesos de globalización", en Marsiglia, J. (comp.), Desarrollo local en la globalización. Montevideo- Uruguay, Editorial CLAEH, pp.15-36.
- Barreiro, F. (1988); "Los agentes de desarrollo: una reflexión sobre el desarrollo local y sus protagonistas". Cuadernos del Claeh, Revista Uruguaya de Ciencias Sociales N° 45-46, Montevideo- Uruguay, Editorial CLAEH, pp. 143-154.
- Barroco, M. (2003); "Dimensión ética y política del proyecto profesional", en Montaña, Borgoni, Guerra (comp.), Servicio Social crítico. San Pablo- Brasil, Editorial CORTEZ, pp. 223-247.
- Beck, U. (1998); "Contribuyentes virtuales" -capítulo 1-; "Entre la economía mundial y la individualización, el estado nacional pierde su soberanía: ¿qué hacer?" –

capítulo 2-, ¿Qué es la globalización?, Barcelona-España, Editorial Paidós, pp.15-32.

- Bervejillo, F. (1999); "La reivindicación del territorio", en Marsiglia, J. (comp.), Desarrollo local en la globalización. Montevideo-Uruguay, Editorial CLAEH, pp.177-198.
- Castells, M (1998); La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Volumen 2: el poder de la identidad. Madrid- España. Editorial Alianza.
- Dabas, E. (1999); "Redes sociales: ¿Cómo construir la posibilidad de cambio?", Revista Regional de Trabajo Social N° 16, Año XIII, Montevideo-Uruguay, Editorial Eppal, pp. 21-26.
- Dávalos, R. (2004); "El trabajo comunitario y los talleres de transformación barrial. Una posibilidad para los grupos vulnerables", Revista Regional de Trabajo Social N° 32, Año XVIII, Montevideo-Uruguay, Editorial Eppal, pp. 37-47.
- DTS-FCS (1992); Documento de Plan de Estudios 1992 de la Licenciatura de Trabajo Social. Montevideo-Uruguay, Editorial Mimeo
- Eco U. (1997); Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura. Barcelona-España, Editorial Gedisea S. A.
- Femenías, M. (2007); El género del multiculturalismo, Buenos Aires-Argentina, Editorial Universidad Nacional de Quilmes.
- García Canclini, N (1990); Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernización. México, DF. Editorial Grijalbo.
- \_\_\_\_\_ (1994); "El debate sobre la identidad y el Tratado de Libre Comercio", en Achugar, H.; Caetano, G. (comp.), Mundo, región, aldea. Identidades, políticas culturales e integración regional. Montevideo-Uruguay, Editorial Trilce, pp.72-80.
- \_\_\_\_\_ (1995); Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México, DF. Editorial Grijalbo.

- \_\_\_\_\_ (1999); "Políticas culturales: de las identidades nacionales al espacio latinoamericano", en García Canclini, N.; Moneta, C. (coord.), Las industrias culturales en la integración latinoamericana, Buenos Aires-Argentina, Editorial Universitaria de Buenos Aires, pp. 33-54.
- \_\_\_\_\_ (2000); La globalización imaginada, Buenos Aires-Argentina, 1era edición 1999, Editorial Paidós.
- García, S. (2008); "Políticas de protección Especial. Protección especial en el campo de la infancia y la adolescencia. Cambios y continuidades en las políticas de infancia en el Instituto del Niño y Adolescente del Uruguay", Cuadernos de ENIA, Montevideo-Uruguay. Editorial ENIA.
- González, C. (2001); "El itinerario de la sociedad uruguaya", Revista Fronteras N° 4, DTS-FCS-UdelaR, Montevideo-Uruguay, pp. 13-26.
- Kosik, K. (1983); "El mundo de la pseudoconcreción y su destrucción" -capítulo 1-, Dialéctica de lo concreto. Barcelona-España, Editorial Grijalbo, pp. 25-37.
- Martinelli, M. (2001); "Notas sobre mediaciones: Algunos elementos para la sistematización de la reflexión del tema", en AA.VV., El diagnóstico social. Proceso de conocimiento e intervención profesional. Buenos Aires-Argentina, Editorial Espacio, pp. 66-72.
- Martínez, S., Agüero, J. (2004); "La educación popular como instrumento metodológico en la formación profesional del trabajador social", Revista Regional de Trabajo Social XVIII N° 32. Montevideo-Uruguay, Editorial Eppal, pp. 21-27.
- Marsiglia, J. (1999); Desarrollo local en la globalización. Montevideo-Uruguay, Editorial CLAEH.
- Marsiglia, J., Pintos, G. (1999); "La construcción del desarrollo local como desafío metodológico" en Marsiglia, J. (comp.) Desarrollo local en la globalización. Montevideo-Uruguay, Editorial CLAEH, pp.281-302.

- Matus, T. (1992); "trabajo Social: ¿una disciplina en tensión evolutiva?", Revista de Trabajo Social, N° 61, Santiago de Chile-Chile, pp. 37-43.
- Moneta, C. (1999); "Identidades y políticas culturales en procesos de globalización e integración regional", en García Canclini, N.; Moneta, C. (coord.), Las industrias culturales en la integración latinoamericana, Buenos Aires, Argentina, Editorial Universitaria de Buenos Aires, pp. 19-29.
- Pol, E., y Valera, S. (1998); "Calidad de vida, identidad y sostenibilidad", Revista de Trabajo Social N° 149, Revista Regional de Trabajo Social N° 32, Año XVIII, Montevideo-Uruguay, Editorial Eppal, pp. 21-36.
- Rama, G. (1994); "Complejidades del proceso de integración en lo político y en lo social", en Achugar, H.; Caetano, G. (comp.), Mundo, región, aldea. Identidades, políticas culturales e integración regional. Montevideo-Uruguay, Editorial Trilce, pp.44-57.
- Tonón, G. (2006); "Calidad de vida y trabajo social. Una experiencia de integración docencia- investigación", Revista Regional de trabajo Social N° 36, Año XX, Montevideo-Uruguay, Editorial Eppal, pp.10-14.
- Villasante, T.R. (1984); Comunidades locales. Análisis, movimientos sociales y alternativas, Madrid-España, Editorial Hombre- Sociedad- Ciudad.

### **Fuentes documentales**

- Aguirre, M. (2008); Aproximación al tema: Paradigmas de desarrollo. Ficha de lectura, material de uso interno. UdelaR, FCS-DTS, Montevideo-Uruguay
- Boccagni, A. (2007); Trabajo teórico individual: "Lo local globalizado", realidad o utopía?, enmarcado dentro del Área de Teoría y Metodología de la Intervención profesional II- MIP II, UdelaR, FCS-DTS, Montevideo-Uruguay.

- Boccagni, A (2009); documento anteproyecto de la tesina- “‘Lo local globalizado’. El Mercado Agrícola y su identidad. ¿Realidad o utopía?”, enmarcado dentro de la asignatura Seminario optativo: “Salud, sociedad y Trabajo Social”. Prof. Teresa Dornell. UdelaR, FCS-DTS, Montevideo-Uruguay.
- Documento “Marco Contextual”, primer documento realizado por el grupo de estudiantes de Trabajo Social, MIP- Supervisión “Programa ‘Nuestros Niños’”, Centro de práctica: Centro de Educación Inicial “Inchalá”, (2007), Montevideo-Uruguay.
- Documento Propuesta de intervención- Triangulando esfuerzos. Grupo de supervisión Programa “Nuestros Niños”, subgrupo “Inchalá” (2007), UdelaR, FCS- DTS, Montevideo-Uruguay.
- Documento (sistematización) “Triangulando esfuerzos”, tercer documento por el grupo de estudiantes de Trabajo Social, MIP- Supervisión “Programa ‘Nuestros Niños’”, Centro de práctica: Centro de Educación Inicial “Inchalá”, (2007), Montevideo-Uruguay.
- Diario “El País” (2002); “Mercado Agrícola ya comenzó el reciclaje del histórico edificio, que en dos años se convertirá en centro comercial y gastronómico”. El País Digital. Martes 31 de diciembre de 2002, Año 85 – N° 29238. Internet Año 7 – N° 2348 / Montevideo-Uruguay.
- Diario “La República” (2007); “Mercado Agrícola será referente de proyecto continental que impulsa el BID”, Montevideo-Uruguay. 27 de noviembre de 2007. Recuperado:2008, 20 de setiembre, en:  
<http://www.larepublica.com.uy/lr3/larepublica/2007/11/17/comunidad/285062/mercado-agricola-sera-referente-de-proyecto-continental-que-impulsa-el-bid/>

- Diario “La República” (2009); “Mercado Agrícola recupera su esencia”. Montevideo-Uruguay. 19 de enero de 2009. Recuperado: 2009, 15 de marzo en: [www.larepublica.com.uy/.../349571-mercado-agricola-recupera-su-esencia](http://www.larepublica.com.uy/.../349571-mercado-agricola-recupera-su-esencia) -
- Informes de las entrevistas realizadas a la trabajadora social del CCZ N° 3 - Ana Delgado, en el año 2007 y 2009. Montevideo-Uruguay.
- Dornell, T. (s.d); “Desarrollo social”, Servicio de documentación en trabajo social. Montevideo-Uruguay, Fondo de Cultura Universitaria.
- Fernández, S. (2002); “La glocalización de la comunicación”. Revista Ámbitos 7-8: 151-163. Recuperado: 2009, 8 de marzo, en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/7-8/arti08.htm>).
- IMM- UNICEF (1997); Programa “Nuestros Niños”: Modelo de intervención socio-educativa en el marco de una política de descentralización y participación ciudadana, Montevideo-Uruguay.
- Intendencia Municipal de Montevideo -IMM- (2007); Descentralización-Presupuesto Participativo, Montevideo-Uruguay. Recuperado: 2007, 21 de noviembre, en: <http://www.montevideo.gub.uy/descentra/>
- \_\_\_\_\_ (2008a); Programa “Viví Goes”, perteneciente al CCZ N° 3. Montevideo-Uruguay. Recuperado: 2009, 20 de julio en: <http://www.montevideo.gub.uy/proyecto/3021/>
- \_\_\_\_\_ (2008b); “Un Mercado, un Barrio, un Mundo”. Libro DVD participativo. Montevideo, Uruguay.
- Morales, L. (2007); Artículo de entrevista realizada a la Directora del Mercado Agrícola, Revista Voces del Frente Amplio. Montevideo-Uruguay. Formato digital.

Recuperado: 2009, 20 de julio en: <http://www.vocesfa.com.uy/No137/137%2012-13%20Mercado%20agricola%20x%20Luis%20Morales.pdf>

- Organización Panamericana de la Salud/ OMS (2005); Documento de exposición de la Organización Panamericana de Salud /OMS. "Renovando la Atención Primaria de Salud en las Américas. Mayo 2005, versión en español.
- Programa Guía Digital de Montevideo (2000); Ingenieros Consultores Asociados (ICA). Montevideo-Uruguay.
- Programa Google Earth (2009); Geosistemas SRL.
- Resoluciones municipales referidas al Mercado Agrícola IMM. Montevideo-Uruguay.  
Recuperado: 2009, 23 de agosto <[http://www.montevideo.gub.uy/resoluciones\\_municipales/](http://www.montevideo.gub.uy/resoluciones_municipales/)