



COLECTIVO URBANO SUCRE





INDICE

Resumen.....	1
1. Introducción.....	1
2. Marco teórico.....	2
2.1 El derecho a la ciudad y los territorios del cuidado.....	2
2.2 Los mercados populares como hábitats sociales.....	2
3. Contexto local: el Mercado San Antonio en Sucre.....	3
4. Metodología.....	3
4.1 Técnicas empleadas.....	4
5. Resultados y hallazgos.....	4
5.1 Activación urbana y reconstrucción del tejido social.....	4
5.2 Círculos de intercambio de saberes.....	4
5.3 Prototipado comunitario.....	5
5.4 Espacios de memoria y registro colectivo.....	5
5.5 La Plataforma de Apoyo y Cuidado Emocional.....	5
5.6 Proyección y escalabilidad.....	5
6. Discusión.....	6
7. Reflexión arquitectónica: el mercado como organismo vivo.....	6
8. Conclusiones.....	7
9. Agradecimientos.....	7
10. Referencias.....	8



EL MERCADO SAN ANTONIO COMO ESPACIO DE DERECHOS: UNA LECTURA DESDE EL URBANISMO FEMINISTA EN SUCRE, BOLIVIA

Resumen

El presente artículo analiza la experiencia del proyecto “Voy al mercado, no me tardo”, desarrollado en el Mercado San Antonio, ubicado en el distrito 5 de la ciudad de Sucre, Bolivia, como un caso paradigmático de transformación de un espacio popular en un espacio de derechos. Desde la perspectiva del urbanismo feminista y el derecho a la ciudad, se reflexiona sobre cómo las prácticas cotidianas de las mujeres comerciantes configuran nuevas formas de habitar, resistir y transformar la ciudad.

El estudio demuestra que el mercado, más allá de ser un espacio económico, actúa como un hábitat social donde se tejen vínculos afectivos, redes de apoyo y procesos de cuidado colectivo. La intervención realizada entre 2020 y 2024 permitió consolidar un modelo participativo que integra contención emocional, asesoramiento legal y estrategias de sostenibilidad ambiental, incluyendo la gestión comunitaria de residuos.

Mediante una metodología cualitativa y participativa —basada en la observación, los círculos de saberes y el prototipado comunitario— se recogieron datos y testimonios que evidencian la potencia política y simbólica de las mujeres del mercado. Los resultados muestran que la reapropiación del espacio urbano desde la experiencia femenina contribuye a redefinir la noción de ciudadanía y a materializar el derecho a la ciudad desde abajo.

Palabras clave: urbanismo feminista, derecho a la ciudad, mercados populares, Sucre, género, espacio público, sostenibilidad comunitaria.



1. Introducción

En las ciudades latinoamericanas, los mercados populares han sido históricamente mucho más que lugares de intercambio comercial. Constituyen espacios donde se entrelazan la economía informal, las redes de solidaridad, la vida cotidiana y las relaciones comunitarias. Son territorios donde la supervivencia se entrelaza con la resistencia y donde las mujeres, en su mayoría migrantes o jefas de hogar, ejercen su derecho a habitar y transformar la ciudad desde su cotidianidad (Falú, 2009).

El Mercado San Antonio, ubicado en el Distrito 5 de Sucre, es uno de esos lugares. A lo largo de los años, se ha consolidado como un núcleo de actividad económica y social que sostiene la vida cotidiana de cientos de familias. Sin embargo, también es un espacio atravesado por desigualdades, precariedad laboral y problemáticas estructurales como la violencia de género.

El proyecto “Voy al mercado, no me tardo” surgió en 2020, en plena pandemia, con el objetivo inicial de acercar los servicios legales y psicológicos a las mujeres que no podían salir de los mercados para acudir a las instituciones. Durante su ejecución, se identificó la desconfianza hacia las instituciones públicas, lo que llevó a replantear la estrategia: en lugar de trasladar a las mujeres hacia las instituciones, se decidió transformar el propio mercado en un espacio seguro y de derechos.

La violencia contra las mujeres en Bolivia sigue siendo una problemática estructural. Según el Ministerio Público (2024), se registraron 50.325 casos de delitos contemplados en la Ley 348, de los cuales 37.601 corresponden a violencia familiar o doméstica. En Sucre, los Distritos 3, 5 y 6 concentran la mayor cantidad de casos. Las mujeres del mercado, al depender económicamente de sus agresores o desempeñarse en trabajos precarios, enfrentan múltiples barreras para romper los ciclos de violencia. El mercado, en este contexto, se convierte en un refugio simbólico y físico donde las caseras no solo comercian, sino que también comparten experiencias, estrategias de supervivencia y acompañamiento emocional.

Este artículo busca sistematizar dicha experiencia desde una mirada interdisciplinaria, combinando elementos del urbanismo, feminismo, la psicología comunitaria y la planificación participativa. La reflexión que aquí se presenta no se limita a narrar una intervención social, sino que propone una lectura crítica sobre cómo los espacios urbanos populares pueden ser resignificados como territorios del cuidado y la justicia social.



2. Marco teórico

2.1 El derecho a la ciudad y los territorios del cuidado

El concepto de “derecho a la ciudad”, formulado por Henri Lefebvre (1968), plantea que los habitantes deben poder participar en la producción y apropiación del espacio urbano. David Harvey (2012) amplía esta idea, señalando que ejercer ese derecho implica transformar la ciudad y, a la vez, transformarse a sí mismos.

Sin embargo, como advierten autoras feministas, este derecho no puede entenderse sin considerar las desigualdades de género. Ana Falú (2009) sostiene que las mujeres experimentan la ciudad de forma diferente, porque el espacio urbano ha sido históricamente diseñado desde una mirada androcéntrica. La inseguridad, la falta de servicios básicos y la informalidad laboral limitan su plena participación urbana.

Desde esta perspectiva, el urbanismo feminista propone una relectura del territorio: no como un conjunto de infraestructuras neutras, sino como un entramado de relaciones sociales atravesadas por el poder. Rita Segato (2016) enfatiza que los cuerpos femeninos son los primeros territorios colonizados, y que la recuperación de esos cuerpos y espacios implica un acto de resistencia.

El enfoque de los territorios del cuidado (Gutiérrez & García, 2021) profundiza esta mirada, reconociendo que el cuidado —de las personas, del ambiente y de la comunidad— debe ocupar un lugar central en el diseño y gestión de la ciudad. Los mercados, en este sentido, son infraestructuras del cuidado colectivo, donde las mujeres sostienen la vida más allá del intercambio económico.

2.2 Los mercados populares como hábitat social

Raúl Zibechi (2010) describe los espacios populares como “territorios en resistencia”, donde se producen formas de autonomía frente a la lógica del capital y el Estado. En los mercados, la economía popular se entrelaza con la reciprocidad y el apoyo mutuo, generando una comunidad que funciona como red de protección social.

En el contexto boliviano, los mercados también tienen un fuerte componente cultural y simbólico. Son espacios donde confluyen tradiciones indígenas y mestizas, prácticas comunitarias y economías familiares. Sin embargo, la planificación urbana formal los ha considerado durante mucho tiempo como “problemas de ordenamiento” antes que como ecosistemas sociales.

Repensar estos espacios desde un enfoque de derechos implica reconocer su valor no solo como nodos de intercambio, sino como lugares de identidad, memoria y participación ciudadana.



3. Contexto local: el Mercado San Antonio en Sucre

El Mercado San Antonio se ubica al sur del área urbana de Sucre, en un distrito que combina expansión residencial con comercio popular. El crecimiento urbano de esta zona ha sido irregular y marcado por la autoconstrucción, lo que refleja procesos típicos de las periferias latinoamericanas (Rolnik, 2019).

Durante la pandemia, este mercado se convirtió en un punto clave para el abastecimiento de alimentos de gran parte de la ciudad. Sin embargo, también se evidenciaron vulnerabilidades: falta de servicios básicos, precariedad laboral, exposición a riesgos sanitarios y, sobre todo, la presencia silenciosa de la violencia doméstica.

Las mujeres comerciantes —o “caseritas”, como se las conoce popularmente— trabajan largas jornadas, muchas veces acompañadas de sus hijos, y dependen del ingreso diario para sobrevivir. En entrevistas realizadas durante el proyecto, muchas expresaron miedo, desconfianza hacia las instituciones y sentimientos de soledad. A partir de estas voces, el equipo técnico comprendió que el mercado debía ser mucho más que un espacio económico: debía convertirse en un espacio de contención y de derechos.

En este contexto, el proyecto impulsó una serie de acciones articuladas que integraron el componente social, urbano y ambiental, bajo el principio de que no hay sostenibilidad sin cuidado y no hay derecho a la ciudad sin equidad de género.

4. Metodología

La investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo, participativo y etnográfico, combinando diversas herramientas de recolección de información y acción directa. El trabajo de campo se extendió durante cuatro años (2020–2024), con más de 80 mujeres participantes de manera activa.

4.1 Técnicas empleadas

- **Observación participante:** Se realizaron visitas semanales al mercado para registrar dinámicas cotidianas, interacciones y configuraciones espaciales.
- **Entrevistas en profundidad:** Se entrevistó a caseras, recolectoras, dirigentes y personal municipal para identificar percepciones y necesidades.
- **Grupos focales y círculos de saberes:** Se organizaron espacios de diálogo donde se abordaron temas de violencia, economía y medioambiente.
- **Prototipado comunitario:** Se desarrollaron acciones piloto dentro del mercado (composteras, murales, espacios de descanso) para observar su impacto real.



- **Sistematización participativa:** Mediante registros escritos y audiovisuales, se construyó una memoria colectiva del proceso.

El método combinó **investigación** y **acción**, inspirándose en la pedagogía de Paulo Freire, donde el conocimiento se construye con la comunidad, no sobre ella.

5. Resultados y hallazgos

5.1 Activación urbana y reconstrucción del tejido social

El primer eje del proyecto consistió en fortalecer la confianza entre las caseras mediante actividades colectivas. Se realizaron ferias culturales, jornadas de limpieza y talleres de arte urbano, que ayudaron a revalorizar el espacio y a fortalecer la identidad colectiva.

El mercado, tradicionalmente percibido como un lugar de trabajo precario, comenzó a transformarse en un lugar de encuentro y pertenencia. Las mujeres relataron sentirse más seguras y reconocidas, no solo como vendedoras sino como ciudadanas activas.

5.2 Círculos de intercambio de saberes

Estos encuentros se convirtieron en el corazón del proyecto. En ellos, las caseras compartían conocimientos prácticos —como la elaboración de compost, tejidos o alimentos tradicionales— y a la vez dialogaban sobre temas como la violencia simbólica, la salud mental y la autonomía económica.

Los círculos promovieron una pedagogía horizontal del aprendizaje mutuo. A través de la palabra compartida, se construyeron lazos de confianza que luego facilitaron los procesos de acompañamiento psicológico y legal.

5.3 Prototipado comunitario

Una de las principales innovaciones implementadas en el proyecto fue el desarrollo de un modelo de compostaje artesanal dentro del mercado. Este espacio genera diariamente más de dos toneladas de residuos orgánicos, los cuales, en su mayoría, eran previamente desechados sin tratamiento ni aprovechamiento posterior.

Con el propósito de revertir esta situación, se llevó a cabo un taller de capacitación en compostaje dirigido a las caseritas del mercado. La actividad tuvo como objetivo principal promover la creación de un modelo económico circular, basado en la valorización de los residuos orgánicos mediante su



transformación en abono. Este producto puede ser reutilizado en huertos familiares o comercializado, constituyéndose así en una fuente complementaria de ingresos.

Además del impacto económico, el modelo promovió un cambio en la percepción del residuo por parte de las participantes, quienes pasaron de considerarlo un desecho a reconocerlo como un recurso con potencial ecológico y productivo. Este proceso contribuyó al fortalecimiento del sentido de pertenencia y apropiación del espacio, consolidando prácticas sostenibles que articulan la gestión ambiental con la economía local.

5.4 Espacios de memoria y registro colectivo

La memoria del mercado se convirtió en una herramienta política. A través de relatos, fotografías y videos, las mujeres narraron su historia: su migración, su lucha por la independencia económica y su papel en la comunidad.

Este archivo vivo se consolidó en una exposición colectiva que visibiliza la historia del mercado como patrimonio cultural y social de Sucre.

5.5 La Plataforma de Apoyo y Cuidado Emocional

Este espacio, creado dentro del propio mercado, funciona como un punto de encuentro seguro para las caseras. Allí se ofrecen sesiones grupales de contención emocional, asesoramiento jurídico y acompañamiento psicológico.

El impacto fue profundo: muchas mujeres expresaron por primera vez experiencias de violencia que habían callado durante años. El acompañamiento colectivo permitió romper el aislamiento y construir redes de apoyo.

5.6 Proyección y escalabilidad

El modelo del Mercado San Antonio fue sistematizado en un manual metodológico para replicarse en otros mercados de Sucre. Esta documentación servirá como insumo para la Agenda Urbana Municipal, proponiendo incorporar el enfoque de género y cuidado en la planificación de equipamientos urbanos.

6. Discusión

La experiencia del Mercado San Antonio ofrece múltiples lecturas. En primer lugar, demuestra que los espacios informales pueden ser laboratorios de innovación social y urbana. La informalidad, lejos de ser un obstáculo, se convierte en una condición de flexibilidad que permite la auto organización.



En segundo lugar, confirma que el urbanismo feminista no es solo una teoría, sino una práctica situada que emerge desde los cuerpos y los afectos. Las mujeres del mercado producen ciudad a través de sus rutinas: limpian, cuidan, decoran, negocian y sostienen la vida. Estas acciones, aparentemente simples, son en realidad gestos de resistencia frente a la exclusión urbana.

Así mismo, el proyecto pone en evidencia la relación entre autonomía económica y libertad personal. Muchas de las caseras que participaron en los círculos de cuidado comenzaron a tomar decisiones más independientes, no solo en su vida laboral, sino también en sus relaciones familiares.

En términos urbanos, la intervención permitió resignificar el mercado como una infraestructura del cuidado, un concepto clave en la planificación contemporánea. Los espacios públicos deben garantizar seguridad, accesibilidad, bienestar y oportunidades de encuentro; el mercado, al integrar estos elementos, se convierte en un modelo replicable para otras ciudades.

La articulación entre lo ambiental y lo social también resulta innovadora. El compostaje comunitario transformó la gestión de residuos en una herramienta pedagógica y económica, demostrando que la sostenibilidad solo es posible cuando se basa en la participación ciudadana.

7. Reflexión arquitectónica: el mercado como organismo vivo

Cuando uno recorre el Mercado San Antonio con mirada arquitectónica, lo primero que percibe es que la infraestructura fue pensada desde la técnica, pero no desde la vida. Es un edificio que cumple con ciertas normas de construcción, pero que no dialoga con la forma en que las personas realmente habitan, venden, se relacionan y crean comunidad.

Esta falta de diálogo entre el diseño arquitectónico y la realidad social es algo que se repite en muchos mercados populares: se construyen infraestructuras estandarizadas, con pasillos, puestos y cubiertas bien trazadas en el papel, pero que no consideran la dimensión colectiva, cultural y cotidiana que da sentido al mercado.

En San Antonio, por ejemplo, el espacio no se pensó para las pausas, las charlas ni los vínculos entre las caseras; no se previeron zonas de encuentro, descanso o visibilidad. Los puestos fueron distribuidos de manera uniforme, sin reconocer que cada rubro tiene necesidades distintas de luz, ventilación, humedad o exposición.

Y esa rigidez termina forzando a las caseras a reconfigurar el espacio a su manera, creando soluciones improvisadas pero llenas de ingenio y afecto. Podemos ver que el mercado, tal como fue construido, no funciona mal porque la gente lo use mal, sino porque fue diseñado sin entender que un mercado es un organismo social, no solo una suma de metros cuadrados.

Por eso hoy, más que criticar el edificio, este recorrido busca reconocer las formas en que las caseras lo han vuelto habitable: las banderas que cuelgan, las plantas, los colores, las adaptaciones que corrigen lo que la arquitectura no supo prever.



Esta es una lección poderosa para la arquitectura y el urbanismo: los espacios públicos y populares no deben imponerse desde el diseño, sino construirse con quienes los viven cada día. El desafío no es hacer infraestructuras perfectas, sino espacios flexibles, vivos y colectivos, capaces de evolucionar junto con su comunidad.

8. Conclusiones

El caso del Mercado San Antonio reafirma que los mercados populares son más que infraestructuras económicas: son espacios de vida, resistencia y derechos. A través del urbanismo feminista y la metodología participativa, el proyecto “Voy al mercado, no me tardo” logró articular dimensiones sociales, ambientales, emocionales y ahora también arquitectónicas en un solo ecosistema comunitario.

Las principales conclusiones pueden resumirse en los siguientes puntos:

- El derecho a la ciudad debe entenderse también como el derecho a cuidar y ser cuidado en espacios seguros, accesibles y comunitarios.
- Los mercados populares funcionan como plataformas de empoderamiento femenino, memoria colectiva y educación ciudadana.
- La arquitectura con enfoque social debe aprender de las formas de habitar espontáneas y comunitarias.
- El enfoque de género transforma la estructura urbana hacia modelos más justos, sostenibles y humanos.
- El acompañamiento emocional y la confianza colectiva son la base para reconstruir el tejido social en contextos de vulnerabilidad.

El reto futuro consiste en consolidar políticas públicas que reconozcan a los mercados como espacios estratégicos del bienestar urbano. La experiencia de Sucre puede servir de referencia para otros municipios de Bolivia y América Latina que buscan integrar el cuidado, la equidad y la sostenibilidad en sus agendas urbanas.

9. Agradecimientos

Se agradece profundamente a las caseritas del Mercado San Antonio por su valentía, sabiduría y compromiso; al Colectivo Urbano Sucre y equipo técnico del proyecto “Voy al mercado, no me tardo”; y a las instituciones aliadas que acompañaron este proceso de transformación. Su trabajo demuestra que el cambio social empieza desde lo cotidiano, desde las manos que sostienen la vida en comunidad.



10. Referencias

Falú, A. (2009). Mujeres en la ciudad: de violencias y derechos. Red Mujer y Hábitat de América Latina.

Gutiérrez, M., & García, L. (2021). Territorios del cuidado: urbanismo y género en América Latina. Universidad Nacional de Córdoba.

Harvey, D. (2012). Ciudades rebeldes: del derecho a la ciudad a la revolución urbana. Akal.

Lefebvre, H. (1968). El derecho a la ciudad. Anthropos.

Ministerio Público. (2024). Estadísticas de delitos en Bolivia. La Paz: Ministerio Público.

Rolnik, R. (2019). Urban Warfare: Housing under the Empire of Finance. Verso.

Segato, R. (2016). La guerra contra las mujeres. Traficantes de Sueños.

Zibechi, R. (2010). Territorios en resistencia: cartografía política de las periferias urbanas latinoamericanas. Lavaca Editora.

