

INSTITUTO DISTRITAL DE PARTICIPACIÓN Y ACCIÓN COMUNAL (IDPAC)
SUBDIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN
CASA DE EXPERIENCIAS DE LA PARTICIPACIÓN

PROPUESTA EDITORIAL DE SISTEMATIZACIÓN
AMPLIANDO LA PARTICIPACIÓN:
ESPACIOS NO CONVENCIONALES DE LA PARTICIPACIÓN

Los índices en materia de participación ciudadana, son bajos, según estudios estadísticos frente a este tema¹. Desde la función pública se afirma que es muy poca la gente interesada en los mecanismos formales de participación, sin dejar de lado que es posible identificar maneras de vivir la participación ciudadana no reconocidas o interpeladas por los mecanismos tradicionales. En este sentido, sabemos que participar no solamente se relaciona con la vinculación a espacios formales dispuestos desde múltiples escenarios institucionales. Participar involucra ejercicios y experiencias comunitarias que se alimentan en colectivo, en la vida del barrio y la vereda, gestionadas autónomamente por sujetos, por gente, que se toma el tiempo de organizarse frente a intereses comunes, sin que esto implique estar conectados con canales oficiales de participación.

Promover la participación significa ampliar su panorama, profundizar en su ejercicio en los distintos contextos locales, interpelar dinámicas comunitarias, acciones ciudadanas que no necesariamente hacen parte de los circuitos formales de participación y que sin embargo, integran el tejido de las redes, vecinales y solidarias; redes en las que se movilizan, desde otras formas de organización, pobladores y pobladoras de los territorios en Bogotá.

¹ Secretaría Distrital de Planeación (2017) Encuesta multipropósito. <http://www.sdp.gov.co/gestion-estudios-estrategicos/estudios-macro/encuesta-multiproposito/en-cuesta-multiproposito-2017>

Estas experiencias comunitarias, que se enraízan en la vida cotidiana en común, la vida del barrio que se comparte, evidencian que la participación es un ejercicio cotidiano, creativo y transformador, dinámico, que pulsa entre tensiones y consensos, propósitos compartidos y trabajos en conjunto relacionados con el objetivo de intervenir eficazmente en las decisiones que el gobierno toma para la ciudad.

Frente a la creciente desconfianza ciudadana en las instituciones y la llamada crisis de la participación, es necesario abrir la conversación sobre este panorama en Bogotá, convocando nuevos interlocutores que permitan justamente, ampliar la participación desde una escucha activa que resulte en un repertorio de acciones incidentes para que estas experiencias locales no formalizadas, sean incluidas en la agenda pública de la ciudad.

Estas experiencias de participación, presentes en la vida del barrio y la vereda, hacen parte de las realidades comunitarias de sus contextos locales y frente a las problemáticas que viven en los territorios que habitan, expresan su visión.

Con el objetivo de ampliar la participación ciudadana, estas acciones ciudadanas deben ser reconocidas por la institucionalidad distrital, promoviendo su participación como derecho, ejercicio y condición, garantizando así que sus voces tengan incidencia en el panorama de la participación. Para lograr esto es imprescindible reconocerlas, como experiencias valiosas y legítimas, sumando sus voces en una gran conversación sobre la participación, en la que la posibilidad de escucha activa por parte de los escenarios institucionales, es la condición para un diálogo que resulte incidente.

¿Qué entendemos por “Nuevos sujetos”?

Con “Nuevos sujetos” hacemos referencia a experiencias ciudadanas de participación en las localidades de Bogotá, experiencias comunitarias (porque se relacionan con la vida del barrio o

la vereda, con el tejido común de la vida) y que no están formalizadas en los mecanismos institucionales disponibles en el distrito, experiencias de otras maneras de pensar y hacer la participación, organizadas de manera autónoma en relación a intereses, necesidades y deseos compartidos, para incidir en el mejoramiento de sus condiciones de vida.

De acuerdo con la necesidad de ampliar la participación ciudadana y generar espacios para su ejercicio, proponemos interpelar la vida del barrio, iniciando con la identificación de *tenderos/as de barrio* en unos puntos específicos de la localidad de Suba, como parte inicial del mapeo de estas experiencias que en el amplio panorama de la participación, no están siendo parte de escenarios incidentes en la construcción de una agenda pública que les incluya, teniendo en cuenta la discusión actual de la reactivación económica, frente a la pandemia por Covid-19, por ejemplo.

Buscando interpelar otra experiencia colectiva relacionada con participación no formal, o mejor aún, no formalizada en los espacios institucionales disponibles en el distrito, se propone, al finalizar el aparte dedicado al mapeo con “tenderos/as de barrio” indagar (a través de una entrevista semiestructurada), la dinámica de participación de los conductores de servicio de transporte privado intermediado por la plataforma UBER, en principio con 3 líderes de este sector de la movilidad en la ciudad, que tiene formas autónomas de organización frente a necesidades e intereses compartidos.

La caracterización de las experiencias de participación relacionadas con tenderos/as de barrio, permitirá acercarnos como IDPAC a otras formas de participar en la ciudad de Bogotá, en el marco de la garantía de una participación incidente que reconoce la diversidad en las expresiones ciudadanas e impulsa iniciativas que generan escenarios de encuentro y co creación, frente a la construcción de ciudad.

¿Cuál es el contexto de los “tenderos/as de barrio” en Bogotá?

Las tiendas de barrio para la Federación Nacional de Comerciantes -Fenalco- son “negocios microempresariales que generalmente son desarrollados por un grupo familiar, en el que se expendan artículos de primera necesidad (leche, pan, azúcar, panela, etc.) comestibles, bebidas, licores y misceláneas (artículos de papelería, regalos, etc.) y productos de aseo.” (Sanclemente, 2017, p. 368). Como es evidente, la definición oficial de la Federación, resuelve afirmar lo concerniente a las tiendas de barrios, fundamentalmente desde la lógica de negocio. Frente a esta visión, proponemos, interpelar estas experiencias locales de tenderos/as de barrio que se relacionan con la vida en comunidad, considerando que las tiendas hacen parte de la vida común en la ciudad, que son espacios vitales para la cotidianidad y el tejido social en las localidades de Bogotá, espacios vitales precisamente para la gente del barrio que reconoce en la tienda, mucho más que un negocio en el que se compra variedad de productos. La tienda de barrio es un lugar donde se conversa y se teje la vida en comunidad.

Este enfoque en el que la vida de barrio va poblando de sentido lugares, nos permite preguntarle a la institucionalidad por el reconocimiento de formas y expresiones de participación ciudadana, más allá de sus mecanismos e instancias tradicionales. Con ese propósito de abrir el objetivo a otro panorama participativo, nos preguntamos por la tienda de barrio, como un lugar en el que también, cabe la participación.

El crecimiento y desarrollo del país y la ciudad, especialmente, en términos económicos no puede pensarse sin tener en cuenta a la tienda de barrio. Ejemplo de ello es que dichas tiendas representan “el 52% del mercado de consumo masivo en el país” (Portafolio, 2019, párr. 1) y asimismo, “entre el 63 % y 65 % de los alimentos que compran los colombianos se hace a través de las tiendas de barrio, superando a los almacenes de cadena y a las grandes superficies”² (El Tiempo, 2017, párr. 1). No obstante, aunque estas tiendas son esenciales económicamente

² “De acuerdo con Fenalco, en el país existen aproximadamente 720.000 establecimientos en los barrios, de los cuales 215.000 son tiendas tradicionales. La primera cifra hace referencia a todo tipo de comercio, como panaderías, salones de belleza, papelerías y misceláneas. Mientras que la segunda, la de las tiendas tradicionales, solo tiene en cuenta aquellos lugares que manejan unas 45 categorías diferentes de productos, como la canasta básica, dulces y bebidas. De esas 215.000, 120.000 están vinculadas con Fenalco (...).” (El Tiempo, 2017, párr. 5).

para la ciudad y el país, se ha desconocido y relegado la importancia del factor socio-político al que también aportan. Lo anterior, trayendo a colación a la Revista Dinero (2003) citada por Ramírez (2008), “(...) la tienda no solo es un sitio donde se compran y venden productos; es el lugar en donde se discute la problemática del barrio y la del país” (Ramírez, 2008, p. 38).

La tienda de barrio es sin duda un espacio vital para la vida común de la ciudad. Más allá de su reconocimiento como lugar comercial, la tienda de barrio como lugar de encuentro, permite que se genere una relación que “va más allá de la un comprador y un vendedor” (Portafolio, 2018, párr. 7). La tienda de barrio es precisamente el espacio en donde se construyen relaciones vecinales, de proximidad, relaciones solidarias de forma más directa entre la gente del barrio. Allí se desarrollan “prácticas comerciales basadas en la confianza mutua entre tenderos y consumidores” (Ramírez, 2008, p. 40) y gracias a la interacción social que se lleva a cabo, se concibe la tienda como parte de la comunidad. La tienda de barrio se construye como un lugar de encuentro de las vitalidades barriales, un lugar estrechamente vinculado con las dinámicas diarias de la comunidad local -“cuando me encuentro con un vecino en la tienda, lo saludo y hablamos de nuestras familias, de las alegrías y de las tristezas y celebramos dichos acontecimientos” (Ramírez, 2008, p. 43)-. La tienda se constituye como un espacio cercano para las personas que habitan un mismo territorio. Parafraseando a Ramírez (2008), la tienda es vista como un espacio de encuentro social en el que se tejen relaciones comunitarias, donde convergen amigos y vecinos. La tienda es significativamente importante en el cotidiano de la vida del barrio, tanto así que en el imaginario ciudadano un barrio sin tiendas no es un barrio.

Hablar de la tienda como un espacio fundamental en la vida del barrio no es posible sin reconocer la importancia del tendero o la tendera, más allá de la definición referida por cualquier diccionario, en la que básicamente el tendero es entendido como el “propietario, encargado o dependiente de una tienda, en especial de comestibles” (Oxford Languages, 2021, párr. 1). Si la tienda de barrio en esta iniciativa trasciende su abordaje netamente comercial, los tenderos/as no se restringen a su labor en la transacción pecuniaria. Los y las tenderas son personas que gracias a la cercanía que tienen con la comunidad del mismo barrio “se convierten

en el verdadero conocedor de la situación económica y social que vive la gente de la localidad y un termómetro de los buenos o malos tiempos por los que pueda atravesar la población.” (El Herald, 2017, párr. 5). A lo anterior se agrega que las y los tenderos son quienes atienden las necesidades diarias de consumo de la población con más bajos ingresos porque son estos últimos quienes compran en las tiendas por “convivencia (cercanía, oportunidad); calidad (surtido, variedad, servicio); precios (descuentos, financiación) y especialidad (almacenes especializados y/o relación con el dueño de la tienda)” (Ramírez, 2008, p. 40). En otras palabras, según Ramírez (2008) citando a Prahalad (2005), las personas con menores ingresos compran en las tiendas de barrio porque al “recibir ingresos día a día, deben fiar y/o comprar pocas cantidades” (Ramírez, 2008, p. 41). Todo lo anterior permite que la población reconozca a los y las tenderas como líderes de la comunidad porque, bajo cualquier circunstancia e independiente de la condición económica, prestan un servicio a toda la comunidad llevando todos los productos de primera necesidad y de la canasta familiar a los habitantes que se encuentran lejos de los centros de comercio. Son “el alma del barrio; es el consejero por naturaleza, conoce todo lo que pasa y hasta se transforma en una figura que imparte servicio y seguridad sin dejar de ser el motor comercial de la zona” (El Herald, 2017, párr. 5).

Sin embargo y pese a lo señalado, los y las tenderas del barrio no cuentan con el mismo reconocimiento, asignado por la comunidad, por parte de las instituciones. Muchas veces su visión frente a la construcción de ciudad, no es interpelada, pues los tenderos/as de barrio no resultan figurando en el panorama incidente de la participación ciudadana. La mayoría de los programas dispuestos para ellos y ellas se concentran en verlos como sujetos de deberes y responsabilidades frente al consumidor, pero no como sujetos que tienen demandas y que son esenciales en los ejercicios participativos que se puedan llevar a cabo en una comunidad. El más claro ejemplo de ello se puede evidenciar en la poca atención que se le presta a la calidad de vida del tendero/a del barrio, olvidando las particularidades de su trabajo. Desde la institucionalidad se le ha invitado, a lo largo de los años, “a proteger y garantizar la efectividad (...) de los derechos de los consumidores” (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f., párr. 11), a que se “afilien y aporten a salud, pensión y riesgos laborales” (Mintrabajo, 2017, párr. 3),

a “ingresar a las Zonas de Comercio Legal” (Fenaltiendas, 2020), a capacitarse, entre otras, dejando a un lado su condición como sujeto con demandas y necesidades.

Se olvida que no gozan de un descanso pues

la apertura de domingo a domingo es más una obligación por generar ingresos que por gusto, ya que no cuentan con otra entrada de dinero, y el hecho de cerrar un día a la semana les puede significar a ellos dejar de ganar entre COP 500.000 y COP 1.000.000, y en ocasiones hasta más dinero. Por esta razón, ellos ven el cerrar un día a la semana como una decisión que puede perjudicar la viabilidad económica de su tienda. (Rodríguez, et al., 2018, p. 34).

Se olvida que pocos de ellos y ellas pueden disfrutar de vacaciones, “las vacaciones anuales van determinadas según el nivel de deuda que tenga cada tendero, ya que los que tienen menor nivel de deuda tienden a viajar más, y esto corresponde a que el nivel de deuda ha sido contraído desde una entidad bancaria no regulada o gota a gota” (Rodríguez, et al., 2018, p. 34). Se olvida que la mayoría de ellos/as decidieron abrir una tienda porque en el lugar donde estaban empleados no contaban con un salario adecuado o, asimismo, porque se encontraban desempleados (Rodríguez, et al., 2018, p. 33). Se olvidan los grandes esfuerzos que realizan por continuar como economía ante la amenaza y expansión de las grandes cadenas de supermercados. Se olvida su exposición a extorsiones por parte de las bandas criminales” (El Tiempo, 2017, párr. 12). Y se olvidan sus condiciones socio-demográficas, según Fenalco citado por Kaosenlared (2019), del total de la población colombiana “4,25 personas son empleadas en este negocio, siendo mujeres el 55% de las cuales un 40% son cabeza de hogar, siendo la edad promedio de 42 años; en cuanto a los estudios realizados, el 31% adelantaron primaria, el 47% son bachilleres, el 14% técnicos y el 8% son universitarios”.

No obstante, dicho contexto nacional no disiente mucho del distrital en lo relacionado con las realidades de los tenderos/as de barrio. Aunque la información que hoy día se encuentra en la ciudad de Bogotá con respecto a las tiendas de barrio y por ende, a los tenderos/as de barrio

es poca y limitada, algunos estudios (no muy actuales), han permitido recoger algunos datos importantes. Entre ellos, que puede haber entre 85.000 y 110.000 tiendas en la ciudad, según Páez y Pérez citado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2010). Además, las cifras aportadas por el VI Censo de Comercio realizado por Servinformación, arrojan que “por cada 94 hogares hay 1 tienda de barrio” en la ciudad (Revista Semana, 2016, párr. 5). Asimismo, se expone que “las tiendas de barrio son más importantes en las zonas de mayor pobreza y es precisamente allí donde aparecen con mayor densidad” (Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos [UESP] citado por FAO, 2010). Complementando lo señalado, “en las localidades de más bajos recursos, las tiendas ofrecen una salida al desempleo para miles de familias, así como acceso a productos alimenticios básicos para millones más” (FAO, 2010, párr. 2). Por último, sobre las tiendas de barrio de Bogotá debe decirse que “son predominantemente negocios familiares que funcionan dentro de la unidad doméstica.” (FAO, 2010, párr. 10). Continuando con la poca información que puede consultarse sobre este sector en Bogotá, se identifica que

el 53 por ciento de los tenderos son hombres y el 47 por ciento mujeres. Aunque hay tenderos de todas las edades, un poco más de la mitad tiene entre 45 y 60 años, y el 40 por ciento tiene entre 26 y 44 años. La gran mayoría (83 por ciento) está casado o en unión libre, y el núcleo familiar típico se compone de 5 personas. El nivel educativo no supera, por lo general, el de la escuela secundaria. Sólo el 19 por ciento de los encuestados tiene estudios tecnológicos o universitarios, pero un porcentaje considerable ha recibido cursos de manipulación de alimentos ofrecidos por la Secretaría de Salud (Páez y Pérez citado por FAO, 2010)

Finalmente, es importante señalar que en el contexto distrital, los tenderos/as de barrio no se sienten recogidos en procesos organizativos ya existentes, esto se soporta en que “operan de manera aislada y descoordinada. Prácticamente ninguno de los tenderos entrevistados por la Alcaldía manifestó estar afiliado a una asociación, gremio o cooperativa” (UESP y UD citado por FAO, 2010), lo que ha ocasionado que las tiendas tengan muy poco poder de negociación

frente a sus proveedores. En otras palabras, se profundiza la existencia de la asimetría en la información que manejan los pequeños comerciantes y los productores e intermediarios, provocando que la mayoría de tenderos se entere de los precios de venta a través de sus propios proveedores y que usen el precio sugerido por el proveedor como el precio de venta (UESP y UD citado por FAO, 2010). Lo anterior conlleva a que, por un lado, el tendero/a de barrio no tenga mayor incidencia sobre sus intereses prioritarios y, por otro lado, no se sienta acogido o no reconozca canales, procesos y espacios participativos que le permitan movilizar sus demandas frente a su visión de ciudad.

¿Qué entendemos por prácticas innovadoras de la participación?

Con “prácticas innovadoras de la participación” nos referimos a diversas expresiones colectivas de participación ciudadana que pueden identificarse en los contextos locales y que a través de distintas estrategias, buscan incidir en el mejoramiento de las condiciones de vida colectiva y son implementadas en espacios no convencionales de participación.

Respecto a las acciones ciudadanas locales que pueden considerarse como prácticas innovadoras de participación, desde la Casa de Experiencias de la Participación hemos identificado en principio y gracias a la puesta en marcha del piloto de “Maletas viajeras”, prácticas innovadoras de participación relacionadas con Bibliotecas comunitarias y Huertas Comunitarias. A partir de estos espacios, entendidos como unos puntos de encuentro del tejido social local, en los que se teje participación a través de otras estrategias ciudadanas que desbordan los mecanismos instituidos de participación, se incide en el horizonte local manifestando, a través de procesos de integración ciudadana, otras maneras de activarse como ciudadanía que participa. Esta estrategia de identificación estaría más enfocada en los procesos colectivos, a saber, justamente en las prácticas de participación propuestas desde otros repertorios de acción ciudadana.

Estas “prácticas innovadoras de la participación” se generan en las localidades de Bogotá, a través de la Gestión Comunitaria en relación con lo público, siendo iniciativas autónomas y autogestionadas que tienen que ver con la apropiación social del territorio y estimulan la participación local, además de convertirse en referentes de importancia en la vida del barrio y la vereda.

A través de la entrega de los materiales incluidos en las “Maletas viajeras” la CEP ha identificado algunas expresiones colectivas que no se enmarcan en ejercicios de participación, formalizados pero que sin duda, configuran prácticas sociales relacionadas con la participación ciudadana en distintas localidades de Bogotá. La propuesta de trabajo de caracterización de estas expresiones relacionadas con espacios no convencionales de participación, se concentrará en el diálogo con de estos ejercicios o prácticas no tradicionales de participación³ en las que se comparte un horizonte de trabajo colectivo, y como espacios no convencionales de participación (en el caso de Bibliotecas comunitarias y Huertas comunitarias), se generan unas dinámicas muy particulares relacionadas con iniciativas que buscan incidir en cada uno de los territorios comunes. Adicional a esto, hemos identificado cómo la noción de “cuidado”, incluida también en el PDD “ Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI” como un lugar para agenciar la construcción de ciudad, puede reconocerse como el hilo conductor de los espacios no convencionales de participación aquí propuestos como espacios en los que convergen “prácticas innovadoras de la participación”, evidenciando que Bibliotecas

³ Dentro de la esfera institucional que se concentra en las dinámicas de participación, es posible hacer esta distinción en la medida en que, ya existen unos espacios y ejercicios (expresiones) de participación ciudadana, con trayectoria de reconocimiento, Espacios y dinámicas resultantes de estos espacios tradicionales como mesas, consejos, se relacionan con formas organizativas que ya se encuentran cartografiadas en este caso, por el IDPAC. Sin embargo, buscando precisamente abrir el panorama de la participación ciudadana, a otras expresiones, esta apuesta de identificación de prácticas innovadoras de participación se concentrará en ejercicios, repertorios, maneras de abordar la participación en un contexto local compartido, que no están ligados con esas formas tradicionales de organizarse y expresar necesidades, intereses y apuestas de transformación frente a la vida en común.

Comunitarias y Huertas Comunitarias son espacios colectivos del cuidado comunitario. Aquí entonces encontramos una relación con las llamadas ciudadanías⁴

¿Cuál es el contexto de las Bibliotecas comunitarias?

Desde la Casa de Experiencias de la Participación, las Bibliotecas comunitarias se conciben como espacios no convencionales de participación, en los que se activan dinámicas de participación, desde otras visiones de la misma, relacionadas con el panorama local, el cuidado comunitario y la construcción de ciudad.

Las bibliotecas comunitarias son espacios diversos que no solo se configuran tradicionalmente como una biblioteca pública⁵, sino que al ser gestadas, gestionadas e ideadas en contextos particulares y por los mismos habitantes de los territorios, tienen propuestas y visiones de ciudad muy ricas y variadas, que van más allá de la mediación de lectura, aunque un motor de

⁴ “La ciudadanía como una forma de reivindicarnos sujetos en una sociedad que ponga la sostenibilidad de la vida en el centro, que se organice en torno a las necesidades de las personas. Poner el cuidado de la vida en el centro, el cuidado de las vidas, de todas, sin que sea posible excluir ninguna, sin que sea posible excluir a nadie. La ciudadanía sólo puede ser un concepto universal, aplicable a todas y todos, reconocer derechos a unas no puede hacerse en base a la negación de derechos de otros. Se trata de reconocer a la gente en su diversidad, reconocer la vida en su pluralidad y en la imposibilidad de encorsetarla, de reducirla a normas. Y, desde ahí, destronar a los mercados, transformar la organización social, instaurar las necesidades de las personas, los cuidados a las personas, como nuevo eje colectivo. Hablar de ciudadanía es poner la vida en el centro de la organización socioeconómica, haciendo responsable a la sociedad en su conjunto de su mantenimiento y destronando a la hoy dominante lógica del beneficio. Cuestionarnos las formas de jerarquía establecidas, las formas de convivencia perversas y opresoras, que asfixian la vida. La ciudadanía no puede excluir, porque toda persona ha de ser, o poder ser, parte de una red amplia y horizontal de cuidados; o de múltiples redes colectivas y autogestionadas. La ciudadanía es universal. Ciudadanía como lucha contra las relaciones de dominación, una apuesta por el cuidado mutuo no jerárquico y sin privilegios. Donde la responsabilidad y la acción con respecto a la sostenibilidad de la vida no ha de recaer en repetir estructuras de dominación y privilegios, ni en la invisibilización a la que se ve abocado actualmente el trabajo de cuidados.” HACIA UN DERECHO UNIVERSAL DE CUIDADANÍA (SI, DE CUIDADANÍA) de Carolina Junco, Amaia Pérez Orozco, Sira del Río. Disponible en https://www.formacaocaleidos.com.br/files/Mauricio-derecho_universal_cuidadania.pdf

⁵ Según la UNESCO la biblioteca pública es un centro local de información que facilita a sus usuarios todas las clases de conocimiento e información. Los servicios de la biblioteca pública se prestan sobre la base de igualdad de acceso para todas las personas, sin tener en cuenta su edad, raza, sexo, religión, nacionalidad, idioma o condición social. Deben ofrecerse servicios y materiales especiales para aquellos usuarios que por una u otra razón no pueden hacer uso de los servicios y materiales ordinarios, por ejemplo, minorías lingüísticas, personas con discapacidades o personas en hospitales o en prisión.

su trabajo sea la lectura, la escritura y la oralidad. Un ejemplo de ello fue la acción realizada en el marco del 9S, por algunas bibliotecas comunitarias de la localidad de Suba, donde en un ejercicio de memoria, restauración y otros elementos constitutivos en la construcción de paz, convirtieron simbólicamente el CAI de la Gaitana en una biblioteca comunitaria, generando que esta propuesta fuera replicada en otros CAIs.

En este sentido las bibliotecas comunitarias en Bogotá y en Colombia se han venido planteando, como espacios de democratización del libro, la información, la memoria local, entre otros. Y de acceso a la educación, a la cultura, la paz, la reconciliación y la justicia social. Este es un escenario importante para la participación ciudadana y de innovación, porque las bibliotecas comunitarias constantemente están leyendo los territorios, construyendo historias, conversando con los vecinos, haciendo memoria, relatos de vida. Son espacios para la creación, el encuentro, la reflexión y la construcción de una vida más digna desde el ser y la colectividad.

En Bogotá existen aproximadamente cien bibliotecas comunitarias según las caracterizaciones realizadas por la SCR D en el año 2020, estas por lo general son espacios autogestionados e independientes a la institucionalidad, muchas de ellas no se consideran bibliotecas públicas, por esta razón no hacen parte de ejercicios de redes públicas de bibliotecas. Por otro lado, han venido realizando ejercicios de redes autónomos a nivel local y distrital, espacios también muy valiosos en la visión de ciudad. En su mayoría trabajan con niños y niñas y han sido fundamentales en el apoyo a la crisis educativa que ha tenido Bogotá debido a la pandemia.

La propuesta de trabajo con Bibliotecas Comunitarias se localizaría en tres localidades, caracterizando las prácticas innovadoras de participación que se dinamizan en colectivo en este espacio no convencional de participación ciudadana, a partir de 3 expresiones que, haciendo parte de la estrategia de “Maletas viajeras”, puedan abordarse frente a su proceso organizativo en la ruralidad y su visión de la participación en Bogotá.

Buscando reconocer aprendizajes y oportunidades que resultan de las dinámicas de trabajo en Red, que desde lo institucional no suelen ser tan apoyadas, se plantea el reconocimiento de otras formas de expresar la participación más vinculadas con lo comunitario.

¿Cuál es el contexto de las Huertas comunitarias?

Es posible rastrear un circuito de huertas urbanas en la ciudad que ha tomado fuerza en sintonía con esfuerzos ciudadanos interesados en la apropiación y protección de sus espacios locales, así como la defensa del medio ambiente en el contexto urbano y el fortalecimiento de la soberanía alimentaria. Especialmente en el 2020 iniciativas ciudadanas autogestionadas, concernientes al manejo de residuos, se volvieron populares en diferentes zonas de Bogotá y es muy interesante su dinámica de trabajo en red, a partir del cuidado del medio ambiente.

En esta propuesta de caracterización de prácticas innovadoras de participación se abordarán 3 de estas expresiones localizadas, buscando caracterizar sus acciones, ampliando el panorama de la participación, desde otros puntos de vista.

Propuesta editorial de sistematización sobre espacios no convencionales de participación para el 2023.

El texto anterior da cuenta de la información recabada a partir de lo encontrado en fuentes secundarias de información, pero que orientan y guían la propuesta editorial de sistematización basada en el reconocimiento de espacios no convencionales de la participación. En ese orden, el presente texto será el preámbulo de la publicación consolidada que se lanzará en el año 2023, la cual se nutrirá de fuentes primarias en tanto se realizará a partir de 3 experiencias vitales, narradas desde las personas que hacen parte de las tiendas de barrio, las bibliotecas comunitarias y las huertas comunitarias como espacios no convencionales de participación.

Referencias bibliográficas

1. Cámara de Comercio de Bogotá [CCB]. (2007). *Perfil económico y empresarial. Localidad Suba*. Recuperado de: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/2888>
2. Filomena, R. (01 de noviembre de 2017). EL TENDERO. *El Heraldo*. Recuperado de: <https://www.elheraldo.co/cartas-de-los-lectores/el-tendero-417887>
3. Kaosenlared. (04 de septiembre de 2019). Colombia. El tendero de barrio, una labor a dignificar. *Kaosenlared*. Recuperado de: <https://kaosenlared.net/colombia-el-tendero-de-barrio-una-labor-a-dignificar/>
4. Ministerio del Trabajo. (22 de agosto 2017). *Tenderos, a formalizarse: Mintrabajo*. Recuperado de: https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/mintrabajo-es-noticia/2017/-/asset_publisher/cvI53RAFXSgp/content/tenderos-a-formalizarse-mintrabajo
5. Nocua, A. (26 de noviembre de 2020). Suba, Usaquén y Chapinero agrupan el 32,8% de las empresas de Bogotá. Recuperado de: <http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/emprendimiento/suba-usaquen-y-chapinero-agrupan-el-328-de-las-empresas-de-bogota>
6. Observatorio de Desarrollo Económico [ODE]. (2019). *Boletín localidades 2019. Suba*. Recuperado de: http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/sites/default/files/files_articles/boletin_suba.pdf
7. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación [FAO]. (2010). *Análisis socioeconómico de tiendas de alimentación en áreas urbanas de bajos recursos en Latinoamérica. Informe del caso de estudio BOGOTÁ*. Recuperado de: <http://www.fao.org/3/as334s/as334s.pdf>
8. Portafolio. (21 de agosto de 2019). Tiendas de barrio representan el 52% del mercado de consumo masivo. *Portafolio*. Recuperado de:



<https://www.portafolio.co/economia/tiendas-de-barrio-representan-el-52-del-mercado-de-consumo-masivo-532791>

9. Ramírez, E. (2008). *¿Por qué las tiendas de barrio en Colombia no han fracasado frente a la llegada de las grandes cadenas de supermercados?* *Revista Entornos*, 21(1), 37 - 50. Recuperado de: <https://journalusco.edu.co/index.php/entornos/article/view/389/722>
10. Revista Semana. (14 de junio de 2016). El 21% de los negocios en Colombia son tiendas de barrio. *Revista Semana*. Recuperado de: <https://www.semana.com/economia/articulo/tiendas-de-barrio-y-negocios-mas-comunes-en-colombia/224631/>
11. Rodríguez, et al. (2018). Calidad de vida: tenderos en Bogotá. *Revista Ploutos*, 8(2), 28 -36. Recuperado de: <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/plou/article/view/2197/1858>
12. Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). *Superindustria y tenderos de Bogotá, de la mano para proteger a los consumidores*. Recuperado de: <https://www.sic.gov.co/noticias/superindustria-y-tenderos-de-bogota-de-la-mano-para-proteger-a-los-consumidores>.
13. Sanclemente, J. (2012). *La reputación del tendero de barrio ante su mercado y sus consecuencias*. (Tesis doctoral). Universidad EAFIT, Medellín. Recuperado de: https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/1189/JuanCarlos_SanclementeT%E9llez_2012.pdf?sequence=1
14. Secretaría Distrital de Planeación [SDP]. (2020). *Documento Técnico: Índice de Distribución de Recursos de los Fondos de Desarrollo Local (IDR-FDL) 2017-2020*. Recuperado de: http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/indice_distribucion_recursos_fdl_17-20.pdf.
15. Secretaría Distrital de Planeación [SDP]. (2009). *Conociendo la localidad de Suba: Diagnóstico de los aspectos físicos, demográficos y socioeconómicos*. Recuperado de: <http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/documentos/11%20Localidad%20de%20Suba.pdf>



CASA de
EXPERIENCIAS
de la **PARTICIPACIÓN**
IDPAC

16. Toro, P. (25 de agosto de 2017). Las tiendas de barrio siguen siendo preferidas por los colombianos. *El Tiempo* Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/dia-nacional-del-tendero-y-la-situacion-de-las-tiendas-en-colombia-123672>
17. Tovar, É. (09 de julio de 2018). 'Ser tenderos es como tener un negocio por cárcel'. *Portafolio*. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/tendencias/este-es-mi-oficio-ser-tendero-es-como-tener-un-negocio-por-carcel-518880>