

■ Para Jose Dávila el mural ayudará a que “los comerciantes y los clientes habituales levanten la mirada unos segundos más, noten la extraordinaria arquitectura de Zohn y renueven su relación con un lugar que siempre ha formado parte de su vida”.



Angel Llamas

REBECA PÉREZ VEGA

Desde lo alto, el Mercado San Juan de Dios vuelve a parecer un tianguis. No porque haya cambiado su arquitectura, sino porque el color regresó a ocupar el lugar que Alejandro Zohn imaginó hace casi siete décadas.

Jose Dávila (Guadalajara, 1974) recorrió los pasillos, observó frutas, verduras, textiles, plásticos y artesanías, y encontró que la identidad del inmueble ya estaba escrita en esa mezcla cotidiana de colores. Su intervención no buscó imponer una firma personal, sino reunir esa paleta dispersa sobre los techos de 190 locales, donde hoy un mural de 33 mil mosaicos de Cerámica Suro cubre una superficie de mil 500 metros cuadrados, el más grande de Jalisco.

La pieza dialoga con uno de los edificios más emblemáticos de la arquitectura moderna mexicana. Inaugurado en 1958 y declarado Monumento Artístico de la Nación en 2005, el Mercado Libertad sintetiza la visión de Zohn, quien reinterpretó el tianguis mexicano mediante paraboloides hiperbólicos de concreto aparente y un lenguaje arquitectónico que el decreto presidencial reconoce por su innovación estructural y su sensibilidad hacia los materiales locales. Dávila retomó esa misma lógica: si Zohn convirtió las lonas del tianguis en arquitectura permanente, él transformó su diversidad cromática en un paisaje visible desde el aire.

La obra artística, de la que Dávila habla en entrevista, forma parte de una rehabilitación integral de 37 millones de pesos impulsada por el Ayuntamiento de Guadalajara, que no precisó cuánto costó el mosaico, aunque confirmó que el artista tapatío, uno de los creadores tapatíos y mexicanos con mayor proyección internacional con exposiciones en museos de Suiza, Alemania, Italia, España, Brasil y Estados Unidos, entre ellos el Museum of Modern Art, en Nueva York, y el Museo de Arte Reina Sofía, en Madrid, desarrolló el concepto y la propuesta artística sin cobrar honorarios.

- El Mercado San Juan de Dios no es sólo un espacio comercial, sino un Monumento Artístico de la Nación y una de las obras más representativas del arquitecto Alejandro Zohn. ¿Cómo asumiste la responsabilidad de intervenir un edificio con ese peso histórico, arquitectónico y simbólico, pensando también en tu formación como arquitecto?

Mi formación como arquitecto me permitió leer la estruc-



■ Para Dávila lo que Alejandro Zohn hizo al reinterpretar los techos de los tianguis en una construcción fija es sobresaliente e inspirador.

EL MURAL QUE MIRA DE NUEVO A SAN JUAN DE DIOS

El artista tapatío Jose Dávila conceptualizó una obra monumental de 33 mil mosaicos multicolores y habla sobre el reto de intervenir un Monumento Artístico de la Nación sin alterar la esencia de la obra de Alejandro Zohn



Jose Dávila Artista

“Para mí, el verdadero horizonte de esta obra es que, con el tiempo, se integre a la vida del mercado con naturalidad y pertenencia”.

tura, las jerarquías, los recorridos y la lógica espacial del mercado, pero también me hizo más consciente de la dificultad del encargo. Intervenir un edificio de esta importancia implicaba tomar decisiones precisas: comprender qué podía transformarse, qué debía permanecer intacto y cómo una nueva capa podía relacionarse con la obra de Zohn.

Me interesaba reconocer la inteligencia con la que Zohn interpretó el tianguis y responder desde el presente.

Mi aportación tiene la misión de enriquecer la experiencia de quienes trabajan todos los días en el mercado y de quienes lo visitan o lo recorren por primera vez, al mismo tiempo, asumir con claridad que estaba entrando en una historia arquitectónica y colectiva de gran significación. Asumí el proyecto como una obra al servicio de la comunidad.

¿Cómo nació la idea conceptual de la pieza y qué buscabas comunicar a través de esa escala monumental?

Después del incendio (en 2022), la reconstrucción no consistía únicamente en recuperar estructuras y locales. También abría la posibilidad de construir una imagen capaz de acompañar el regreso de la actividad y reconocer la continuidad del mercado. El material visual para lograrlo ya estaba ahí, en el propio mercado, en los colores de sus frutas, verduras, ropa, textiles, plásticos, artesanía y demás objetos, y los aglutiné en los techos de las nuevas estructuras que se levantaron sobre la zona que se había incendiado. Esa paleta de colores nace del mercado mismo, no es una firma personal, es una forma de reconocimiento de lo que ahí ya existe, pero que estaba fragmentado.

La escala de la obra responde a la escala del edificio y de su vida pública. San Juan de Dios funciona casi como una pequeña ciudad, de modo que la intervención tenía que tener suficiente presencia para establecer una relación con el conjunto, sin convertirse en un objeto autónomo.

- Has señalado que esta intervención es un homenaje al diseño original de Alejandro Zohn. ¿Qué elementos de la arquitectura del mercado se recuperan, interpretan o dialogan directamente con tu propuesta?

Siempre me llamó la atención que las cubiertas del patio fueran una interpretación muy sofisticada de las lonas tensadas de los tianguis. Zohn tomó un elemento efímero y popular y lo transformó en arquitectura de concreto permanente. Mi intervención continúa esa misma lógica de trabajar sobre las lonas de los tianguis. Si él abstraía la tensión y la forma de aquellas lonas, yo intenté abstraer su diversidad y su color. De hecho, el mural bien podría ser la imagen a color de un tianguis visto desde una fotografía aérea.

Creo que un homenaje de verdad se reconoce justo en el diálogo que genera, en que la obra nueva haga más visible a la anterior. Mi gesto principal fue señalar que las cubiertas de Zohn conservan la memoria

formal de las lonas, señalar que el mercado produce una cultura cromática propia y señalar que ambas cosas pertenecen a una misma historia y una misma cultura.

- El decreto que otorgó al mercado la categoría de Monumento Artístico destaca la innovación estructural de Zohn, el uso del concreto aparente, los paraboloides hiperbólicos y la reinterpretación contemporánea del tianguis mexicano. ¿De qué manera esas características arquitectónicas influyeron en las decisiones estéticas de la obra?

Una de las cualidades más extraordinarias de la arquitectura de Zohn es la tensión entre el peso material del concreto y la ligereza visual de las cubiertas. Los paraboloides hiperbólicos producen la sensación de una superficie continua, casi suspendida sobre el espacio. Esa condición determinó dónde y cómo podía aparecer el color.

El mural sólo existe porque la arquitectura del mercado lo cobija y lo sostiene; si quitáramos el edificio, el mural perdería todo su sentido. El color va sobre las nuevas cubiertas metálicas de los locales, y las cáscaras de concreto de Zohn no se tocaron en absoluto: siguen soberanas y más a la vista que antes.

- El mercado ha sido, desde 1958, un punto de encuentro para comerciantes, habitantes y visitantes de Guadalajara. ¿Cómo tradujiste esa idea de convivencia, intercambio y movimiento cotidiano al lenguaje del mosaico?

El arquitecto y teórico finlandés Juhani Pallasmaa ha insistido en que la arquitectura se experimenta con todo el cuerpo. Un mercado lo demuestra de manera inmediata: se recorre, se escucha y se huele; su sentido surge de la simultaneidad de todas esas experiencias. Por eso no quise representar escenas del mercado, sino traducir su condición a un lenguaje abstracto. El mosaico me permitía trabajar con unidades distintas que, al reunirse, producen una superficie común. Esa lógica se acerca a la del mercado, donde puestos, oficios, mercancías y personas diversas conforman cada día un orden cambiante.

No es un orden predeterminado ni estático, sino que se renueva continuamente mediante el trabajo y el intercambio. La elección del material también responde a la duración y al uso cotidiano. El mosaico está históricamente ligado a la arquitectura pública, resiste la intemperie y permite un mantenimiento adecuado para un lugar de actividad intensa. Es una metáfora de la propia condición del mercado, donde tantas individualidades conforman un mosaico de múltiples colores todos los días y forman un todo.

- Muchas de tus obras dialogan con la arquitectura, ¿qué diferencia percibes entre al trabajar sobre un edificio patrimonial vivo, que continúa funcionando diariamente, en comparación con otros proyectos de arte público?

En un mercado la obra se en-

■ Los colores que utilizó el artista son lo que ya distinguían a este espacio.



cuentra con un público muy amplio, que no tiene por qué compartir las referencias ni los códigos del arte contemporáneo. Eso obliga a que la experiencia pueda sostenerse antes de cualquier explicación. Trabajar para un público diverso no significa simplificar la obra, sino permitir que su relación con el espacio, el color y el recorrido sea directa; la obra debe tener un contenido transparente, que pueda llamar la atención de un niño de cinco años y de un anciano de 85.

- La declaratoria de Monumento Artístico busca preservar la esencia del edificio y obliga a que cualquier intervención respete sus valores originales. ¿Cómo fue el proceso para encontrar un equilibrio entre imprimir tu propia voz artística y conservar la identidad concebida por Alejandro Zohn?

En una obra pública de esta escala, la voz del artista está al servicio del sitio. La pregunta importante era qué podía aportar la intervención al sentido del lugar. Mi voz artística está presente en la identificación de los colores del sitio, en la composición, en la escala y en la manera de relacionar el mo-

saico con la arquitectura, pero en un edificio patrimonial esa voz no puede ser el único criterio; tiene que ponerse a prueba frente a la historia del lugar, sus usos y la experiencia de quienes lo habitan. Zohn concibió una arquitectura capaz de dar orden, dignidad y continuidad a la vida de un mercado. Preservar esa identidad implica cuidar sus valores esenciales y, al mismo tiempo, permitir que el edificio responda a nuevas circunstancias. San Juan de Dios no es un objeto detenido en el tiempo. Es una obra viva.

- San Juan de Dios forma parte de la memoria colectiva de Guadalajara y de la identidad de varias generaciones. ¿Qué esperas que descubran los comerciantes, los clientes habituales y quienes visiten el mercado por primera vez al encontrarse con esta obra?

Para los que visitan por primera vez, la intervención señala algo muy claro: la arquitectura de Zohn nació de observar el tianguis y abstraerlo. El color del mercado es una manifestación de la cultura popular mexicana. El mural reúne ambos elementos y vuelve visible su parentesco.