

JAUMIE PLENSA

El escultor barcelonés, único español junto a Miquel Barceló entre los 500 artistas vivos más cotizados del mundo, hace balance de su carrera en un libro-escultura que recoge lo mejor de su obra.

TITULA SU LIBRO 58, POR SU EDAD. ¿SE SIENTE MAYOR?

Envejecer me excita. Es importante para la creación porque ahora puedo hablar de cosas que mi edad antes no me permitía. **¿POR**

EJEMPLO? Los recuerdos. Ya existe más pasado que futuro y eso es bueno, porque la vida es tan extraordinaria que solo recordar lo que ha ocurrido es mejor que imaginar lo que está por a llegar. **¿YA NO**

SUEÑA? Hay un momento en el que los sueños y la memoria se confunden y ya no sé lo que es real o imaginado, lo que he vivido y lo que he deseado. **DICE QUE SUS OBRAS SON PERFECTAS. ¿PECA DE**

VANIDAD? En absoluto, el arte refleja la vida, y la mía es perfecta. Cada paso que he dado, hasta los más errados, han servido para llegar a ser quien soy, no hay actos fallidos. Por eso siento que todo encaja a la perfección.

¿SU ESCULTURA DEBE EXPLICARSE? El arte sin enigma está muerto, se convierte en entretenimiento, distracción, lo opuesto a la sabiduría. Vivimos una época en la que todo es explicable, exigimos respuestas, cuando lo interesante es encontrar preguntas.

¿TIENE UNA DEFINICIÓN PARA LA BELLEZA? Lo hermoso es el misterio, la inquietud de no llegar a conocer algo del todo. Esto mismo ocurre también con las personas.

SE VENDE

Las tiendas de los museos ya no son lo que eran. De las postales de dudoso gusto se ha pasado a productos de diseño que, a veces, requieren más tiempo que las propias exposiciones. En un osado juego para difuminar la cada vez más confusa frontera entre obra de arte y *merchandising*, la Academia de España en Roma ha propuesto a sus alumnos de la promoción 2013-2014 (una veintena de artistas de diferentes disciplinas, como Fernando Renes, Isabel Banal o Joaquín Secall, autor de la versión *perversa* de la baraja infantil de familias de la imagen) la creación de una serie de productos para ser vendidos en una de esas tiendas. El resultado se recoge en el libro *The Pop-up Royal Academy / The Shop* (La Fábrica, 18 €) y en la exposición a propósito que puede verse en la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando de Madrid hasta el 5 de abril.



LITERATURA ILUSTRADA

AUSTRAL, editorial célebre por las portadas puntillistas de sus libros, moderniza las cubiertas de sus clásicos con la diseñadora Begoña Berrueto. ¿El próximo? *El Quijote*.