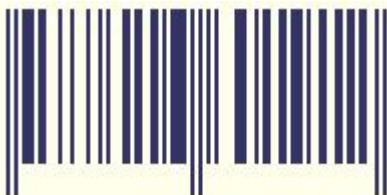


Enric Jardí

# Life is sho

arpa



## Enric, Jardí

El trabajo profesional de Enric Jardí se centra en el diseño editorial, las cubiertas de libros, la dirección de arte, la identidad corporativa y la tipografía. Es autor de varios libros, entre los que destacan Veintidós consejos sobre tipografía (que algunos diseñadores jamás revelarán) y veintidós cosas que nunca debes hacer con las letras (que algunos tipógrafos nunca te dirán), Pensar con imágenes y Life is sho.

Es coordinador del máster en Tipografía Avanzada y Diseño de Página en Eina (Universitat Autònoma de Barcelona) y ha sido profesor en diversas escuelas y universidades de Europa y Latinoamérica.

**riverside**  
*agency*

# Life is sho

Autor: Enric, Jardí

Arpa

ISBN: 978-84-16601-91-2 / Tapa dura / 354pp | 179 x 179 cm

Precio: \$ 49.900,00

La crisis dio de pleno en el mundo del diseño, y Enric Jardí, uno de los diseñadores gráficos más reconocidos de Barcelona, no fue inmune a ella. En 2010 su estudio, que había llegado a contar con ocho personas, empieza a retroceder. Los clientes se esfuman. Y los pocos que quedan «huelen sangre» y tratan de aprovecharse de él. Enric se ve obligado a despedir a sus trabajadores uno a uno. En el ámbito personal, surge una profunda crisis. No es ni la de los cuarenta ni la de los cincuenta, le pilla con cuarenta y seis.

En esa época Enric empezó a publicar en internet una serie de imágenes que llama Weekly Garden Thoughts, un juego de palabras con su apellido que podría traducirse de manera frugal como «Reflexiones gráficas de Enric Jardí». De alguna manera, los Weeklies le salvan la vida. Le permiten romper con la rutina de los encargos («Queremos un producto fresco pero comprometido, desacomplicado pero culto, urbano pero transversal») y reflexionar sobre los asuntos que más le preocupan, como el amor, la felicidad o la muerte.

Enric Jardí recopila ahora estos pensamientos gráficos en un libro de diseño que se parece mucho a un diario personal, a un álbum fotográfico y a un ensayo filosófico, y que lleva por título uno de los Weeklies que mejor reflejan lo que sintió en aquellos tiempos: que la vida es corta, que hay que aprovecharla y que es importante decir lo que uno piensa.

La crisis dio de pleno en el mundo del diseño, y Enric Jardí, uno de los diseñadores gráficos más reconocidos de Barcelona, no fue inmune a ella. En 2010 su estudio, que había llegado a contar con ocho personas, empieza a retroceder. Los clientes se esfuman. Y los pocos que quedan «huelen sangre» y tratan de aprovecharse de él. Enric se ve obligado a despedir a sus trabajadores uno a uno.