

VALLILA

Maximum impact in
a mini format

Un maximum
d'impact dans un
mini format.

Máximo impacto
en formato mini.

Massimo impatto in
formato mini

MINI GRAPHICS 2

MARLIES HOFSTEDE
PHOTOGRAPHY

Van Loosdrecht 119
2582 XC Den Haag
06 20 10 56 23
info@marlieshofstede.nl
www.marlieshofstede.nl

YOU
ARE
INVITED

PRISM

Vo-Deep Ep2

SANDU

**MINI
GRAPHICS
2**

常州大学图书馆
藏书章

MINI GRAPHICS 2

Maximum impact in a mini format
Un maximum d'impact dans un mini format.
Máximo impacto en formato mini.
Massimo impatto in formato mini



Translators of the foreword: French / Spanish / Italian translator:
Satèl·lit bcn - François Schapochnikoff / Reyes Bermejo Mozo /
Arrigo Frisano-Paulon

First published in 2012 by Sandu Publishing

Sponsored by: Design 360° – Concept and Design Magazine
Chief Editor: Wang Shaoqiang
Executive Editor: Daniela Huang
Chief Designer: Wang Shaoqiang
Book Designer: Leo Cheung
Sales Managers:
Niu Guanghui (China), Daniela Huang (International)
Address:
3rd Floor, West Tower,
No. 10 Ligang Road, Haizhu District,
510280, Guangzhou, China
Tel: (86)-20-84316758
Fax: (86)-20-84344460
sandu.sales@gmail.com
www.sandu360.com

Published by: Sandu Publishing Co., Limited
Size: 185×228 mm
First Edition: 2012

ISBN 978-988-15703-1-4

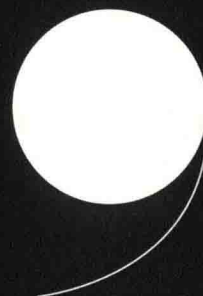
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopy, recording or any information storage and retrieval system, without prior permission in writing from the publisher.

Printed and bound in China



CONTENTS

Preface	004
Project	013
Interview	330
Biography	373
Acknowledgements	384



**MINI
GRAPHICS
2**

MINI GRAPHICS 2

Maximum impact in a mini format
Un maximum d'impact dans un mini format.
Máximo impacto en formato mini.
Massimo impatto in formato mini



Translators of the foreword: French / Spanish / Italian translator:
Satèl·lit bcn - François Schapochnikoff / Reyes Bermejo Mozo /
Arrigo Frisano-Paulon

First published in 2012 by Sandu Publishing

Sponsored by: Design 360° – Concept and Design Magazine
Chief Editor: Wang Shaoqiang
Executive Editor: Daniela Huang
Chief Designer: Wang Shaoqiang
Book Designer: Leo Cheung
Sales Managers:
Niu Guanghui (China), Daniela Huang (International)
Address:
3rd Floor, West Tower,
No. 10 Ligang Road, Haizhu District,
510280, Guangzhou, China
Tel: (86)-20-84316758
Fax: (86)-20-84344460
sandu.sales@gmail.com
www.sandu360.com

Published by: Sandu Publishing Co., Limited
Size: 185×228 mm
First Edition: 2012

ISBN 978-988-15703-1-4

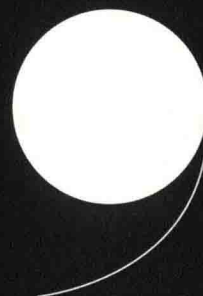
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopy, recording or any information storage and retrieval system, without prior permission in writing from the publisher.

Printed and bound in China



CONTENTS

Preface	004
Project	013
Interview	330
Biography	373
Acknowledgements	384



Scale is a funny thing, especially given the contemporary context – more and more designers probably can't imagine working for a big bloated company or agency as something desirable beyond a means for health insurance or a steady pay check. I used to think like that, but I've had a real dearth of decent bosses every time I've worked for a bigger agency¹.

More and more, beyond being what is available to most, freelance life is becoming the most appealing option². Independence alone is attractive – no clocks to punch, no weird unwanted co-workers, (theoretically) fewer concessions to design decisions, more autonomy... Being freelance is the maverick Wild West lone gunman image of today. The strange thing is that "the dream" is not merely attainable anymore, but more and more the norm. Post-industrial society has increasingly dismantled former employment structures, such as design studios and advertising agencies. I know this first-hand – it's what has guided my career so far. I could never get salaried positions at agencies when I was starting out and learned quickly to find my own clients and supplement them with contract gigs, both in-house and remote alike.

And this is where scale comes in – most freelance people I know lean on others who freelance to take on larger projects – I do this all the time. No matter how varied your skill set, one person cannot do everything. I've been running a design studio in Tokyo for the past seven years and have kept myself and a programmer employed full-time, bugging 3D animators, SEO specialists and others with highly focused capabilities when needed.

I've had a few chances to take it to the next level – to open a legitimate office, sign leases, take out loans, and essentially sign away the freedom that being small-scale brings. I have continually said "no thank you" to this opportunity – economies perennially feel too shaky in the world at large, clients are too flaky, and debt is already very much a factor³. I'd rather work with talented friends on the projects requiring a specific body of skills and save the hassle of structuring an office, a printer, an accountant, salaries, insurance, health insurance, et al.

And that's how most folks I know and work with in graphic design operate – keep things small. Keep it all reasonable. And beyond that, keep everything in perspective. We all have slow months, even those with offices and employees. We all have rent and bills and loans and mouths to feed. Sometimes it's boom, sometimes it's bust, but you keep your overhead low and your eyes on the prize.

I like the "mini" in "mini graphics": it's something we can take in and understand, both aesthetically and socio-economically. To take on projects that are "smaller in scale" is process-oriented. One can obtain a grander sense of scope and scale through taking ownership of aspects of a project rather than having a slice of a project delegated unto one. For example: the logo leads to the typographic palette, which leads to the color palette, which leads to the stationery, which wholly informs the website, which leads to the motion element, which informs the branding-out. Each project helps us gain a sense of what we are doing and who we, in essence, are as design practitioners. Small, in essence, equals control.

And that is the beauty of scale – you start small and wind up often able to contribute so much more than folks working for larger entities. Give me a small company's identity over a component of a component of a component of a multinational corporation's ad campaign any day – the client's budget will get stretched further and they'll be infinitely more pleased than the corporate creative director... and they'll tell their friends. And one'll get more work. And things will keep rolling on the small scale in a way that Google and Nike will never understand. You'll have the pay, the friends, the ever-important street cred, and the wiggle

Ian Lynam is a graphic designer and writer living in Tokyo. He runs a multidisciplinary design studio that focuses on pan-cultural identity design, motion graphics, and editorial design. He is a graduate of Portland State University (B.S. Graphic Design) and California Institute of the Arts (M.F.A. Graphic Design). His most recent book is *Design of Manga, Anime & Light Novels*. An Asia Pacific Design Award winner, he writes regularly for *Idea Magazine*, *Slanted Magazine*, *Néojaponisme*, and a host of design books.

Ian Lynam

Keeping it mini



room that your classmate stuck in a high-rise churning out work for the big boys will never have. Sure, they'll have the mortgage and the kids and the eco-friendly car, but they won't be able to drop it all and head to Malaysia for some beach time and amazing curry when the dreaded slow month rears its ugly head... and the reality is that they won't have the enterprising spirit to knuckle down and find some more small stuff when the going gets rough – they'll just find a lesser agency and downgrade to prop up a lifestyle that must be fed. "Mini" doesn't need much food or gas. It thrives on craft, quality and camaraderie. It doesn't advertise its side-projects as implicitly or charge for drinks at the corporate holiday party. It moves the world, but at its own pace and in its own time.

And when I say "mini", what I really mean are the independent designers making his or her way sans corporate design job. The most stressed, but the happiest. The ones with options. The ones tapping this out on an iPad at 3:30 in the morning with deadlines intact, a drink (or two) in the gullet and a happy partner because our time is flexible.

For those keeping it small, I salute you!



1 Which was always in the capacity of being a contract worker: to date, I've only ever been salaried as a design educator – never a designer working for a firm full-time.

2 Though I do wonder at times: a recent overview of waiters and waitresses in the U.S. showed that they'd rather take their chances on the tipping-based system rather than a salaried existence. I think the hopeful nature of freelancers is very much in line with American wait staff – we are all folks holding out for the big tip in lieu of proper careers and healthcare... Or maybe we just don't like bosses so much – it's the catch-22 of contemporary selfishness.

3 Thanks, graduate school – you were the best decision I ever made and the reason I pay \$500 a month to stay above water.

La taille d'une compagnie est un facteur étrange, surtout si l'on tient compte du contexte actuel – de plus en plus de designers ne s'imaginent pas et ne souhaitent sûrement pas travailler pour une agence ou une compagnie gigantesque à moins de vouloir une bonne mutuelle et un salaire régulier. C'est ce que je pensais auparavant, mais j'ai connu une véritable pénurie de patrons décents chaque fois que j'ai travaillé pour une agence importante¹.

Être free-lance est l'option qui est de plus en plus offerte à la plupart et c'est aussi la plus attractive². L'indépendance en elle-même suffit à séduire – plus de pointeuse, plus de collègues bizarres qu'on n'a pas choisis, moins de concessions (en théorie) quant aux décisions concernant le design, plus d'autonomie... Un cavalier du Far West, solitaire et indépendant, telle est l'image du free-lance aujourd'hui. Le plus étrange est que ce « rêve » n'est plus seulement accessible, mais est de plus en plus devenu la norme. La société post-industrielle a conduit au démantèlement des structures qui recrutent – bureaux d'études et agences de publicité. Je l'ai appris de première main – c'est ce qui a guidé ma carrière jusqu'à présent. Je n'arrivais jamais à obtenir un poste en tant que salarié lorsque j'ai débuté et j'ai rapidement appris à trouver ma propre clientèle et je lui proposais des contrats à durée déterminée en travaillant sur place ou à distance.

Et c'est là que la question de la taille entre en jeu – la plupart des free-lances s'appuient sur d'autres free-lances pour faire face à des projets plus importants – je le fais tout le temps. Peu importe l'étendue de vos compétences, une seule personne ne peut pas tout faire. Depuis les sept dernières années je dirige un bureau de design à Tokyo et j'emploie à temps plein, en plus de moi-même, un programmeur et je collabore avec des animateurs 3D, des spécialistes SEO et d'autres personnes aux capacités très ciblées quand cela est nécessaire.

J'ai eu à plusieurs reprises l'occasion de passer au stade supérieur – ouvrir un bureau traditionnel, signer des baux, faire des emprunts, et renoncer, finalement, à cette liberté qu'une petite structure apporte. À cette perspective j'ai toujours dit « non merci » – Dans ce monde, l'économie semble toujours être trop instable³, les clients inconstants et l'endettement un facteur d'une importance non négligeable. Je préfère travailler avec des amis de grand talent sur des projets qui nécessitent certains types de compétences et m'éviter les tracas de la gestion d'un bureau, d'une imprimante, d'un comptable, de salariés, d'assurances, de mutuelle santé, etc ...

Et c'est ainsi que beaucoup de personnes que je connais et avec qui je travaille procèdent dans le design – rester petit. Rester raisonnable. Et par dessus tout, garder le sens des proportions. Nous connaissons tous des mois creux, même ceux avec des bureaux et des employés. Nous payons tous un loyer, des factures, des emprunts, et nous avons tous des bouches à nourrir. Parfois c'est l'essor, parfois c'est l'échec mais on maintient nos frais généraux au minimum et on ne perd pas de vue nos objectifs.

J'aime le mot « mini » dans « mini graphic » c'est un concept que l'on intègre et que l'on comprend tant sur le plan esthétique que socio-économique. Se charger de projets de petite envergure c'est être axé sur la procédure. On a une meilleure vue d'ensemble lorsqu'on prend en charge les différentes étapes d'un procédé plutôt que de ne s'occuper que d'une partie. Par exemple; le logo mène à la palette typographique, qui conduit à la palette des couleurs, qui à son tour amène à la papeterie et son design. Ensuite entre en jeu le graphisme du site internet, qui amène aux animations graphiques, ce qui conduit au branding. Chaque projet nous apporte une meilleure compréhension de ce que nous faisons et de qui nous sommes, nous, en tant que professionnels du design. Petit veut essentiellement dire maîtrise.

Graphiste et auteur Ian Lynam vit au Japon. Il dirige un bureau pluridisciplinaire en design et se focalise sur l'identité visuelle interculturelle, l'animation graphique, et le graphisme éditorial. Il est diplômé de l'université d'état de Portland (Licence – graphisme) et de l'institut des Arts de Californie (Master – graphisme). Design of Manga, Anime & Light Novels est son ouvrage le plus récent. Lauréat du Asia Pacific Design Award, il collabore régulièrement à Idea Magazine, Slanted Magazine, Néojaponisme et une multitude de livres sur le design.

De Ian Lynam

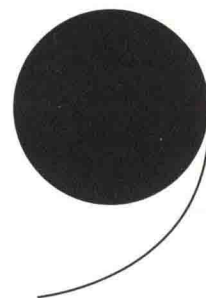
Rester «mini»



Et c'est là la beauté des petites structures, vous commencez petit et vous finissez souvent par apporter bien plus que ceux qui travaillent pour des entités plus importantes. Je préfère de loin m'occuper de l'identité visuelle d'une petite boîte, plutôt que d'être un maillon, d'un maillon du maillon de la campagne publicitaire d'une multinationale – le budget du client s'agrandira et il sera bien plus satisfait que le directeur de création d'une société, et il en parlera à ses amis. Et on aura plus de travail. Et cela continuera à petite échelle d'une façon que Google et Nike ne comprendront jamais. Vous aurez la paie, les amis, une crédibilité indispensable, et la marge de manœuvre que vos camarades, coincés dans leur tour et travaillant à la chaîne pour leur boss, n'auront jamais. Bien sûr ils auront un emprunt immobilier, des enfants, et une voiture écologique, mais ils ne pourront pas tout plaquer et partir en Malaisie pour la plage et un délicieux curry quand le mois creux montrera son horrible tête. Et la vérité est qu'il leur manquera cet esprit d'entreprise nécessaire pour s'y mettre et chercher quelques contrats quand les temps se compliquent, ils se limiteront à trouver un poste moins important dans une agence plus petite afin de maintenir un style de vie qui doit être alimenté. « Mini » n'a pas besoin de beaucoup de nourriture ou d'essence. Il fonctionne aux compétences, à la qualité et à la camaraderie. Il n'informe pas des projets parallèles aussi implicitement, ou il ne facture pas les boissons des fêtes organisées au bureau. Il change le monde, mais en prenant son temps, à son rythme.

Et quand je dis « mini », ce que j'entends vraiment par là c'est un ou une designer indépendant(e) qui fait son chemin sans un job dans une grosse entreprise. Les plus stressés, mais les plus heureux. Ceux qui ont le choix. Ceux qui à 3h30 du matin travaillent sur leur iPad et respectent les délais, avec un ou deux verres dans le gosier, et un partenaire heureux parce que notre temps est flexible.

A vous qui restez mini, je vous tire mon chapeau!



1 À ce jour j'ai seulement été salarié en tant que professeur de graphisme – jamais en tant que designer engagé à temps plein pour une entreprise.

2 Bien que parfois je m'interroge : une récente étude qui avait pour sujet les serveurs et serveuses aux États-Unis a révélé qu'ils préféreraient les risques d'un système basé sur la rémunération au pourboire plutôt que de vivre d'un salaire fixe. Je pense que la nature optimiste des free-lances est identique à celle des serveurs américains. Nous sommes tous des gens qui espérons le gros pourboire à la place d'une carrière classique et d'une mutuelle. Ou alors nous n'aimons peut-être simplement pas tant que ça les patrons. C'est la situation inextricable de l'égoïsme moderne.

3 Merci, licence et master! Vous êtes les meilleures décisions que je n'ai jamais prises et les 500 dollars que je paie par mois pour garder la tête hors de l'eau.

La escala es algo curioso, especialmente en el contexto actual. Probablemente, para la mayoría de los diseñadores la idea de trabajar para una empresa o una agencia enorme solo resulta atractiva como una forma de obtener el seguro médico o unos ingresos regulares. Yo solía pensar así, pero cuando he trabajado para agencias grandes, apenas he tenido jefes decentes¹.

Cada vez más, la vida del freelance es la alternativa más accesible y se está convirtiendo también en la más atractiva². La independencia ya es interesante en sí misma: sin horario fijo, sin tener que aguantar compañeros de trabajo raritos, sin tener que hacer (en teoría) tantas concesiones en el diseño, con una mayor autonomía, ... La imagen de los trabajadores independientes actuales es la del llanero solitario e inconformista del Lejano Oeste. Lo extraño es que «el sueño» va dejando de ser algo difícilmente alcanzable para convertirse en la norma. La sociedad postindustrial ha provocado la disolución de las estructuras laborales anteriores: los estudios de diseño y las agencias de publicidad. Lo sé de primera mano, porque es lo que ha guiado mi carrera hasta ahora. Como no podía acceder a puestos en plantilla en las agencias para las que trabajaba cuando empecé, pronto aprendí a buscar mis propios clientes y a compaginar esos trabajos con encargos puntuales en las propias empresas o desde casa.

Y aquí es donde la escala viene al caso: la mayoría de los trabajadores independientes que conozco colaboran con otros autónomos para aceptar proyectos más grandes. Yo lo hago constantemente. Por muchas habilidades que uno tenga, una sola persona no puede hacerlo todo. Llevo siete años dirigiendo un estudio de diseño en Tokio en el que hemos estado contratados a tiempo completo un programador y yo, y hemos contado con la colaboración de los animadores 3D, con su tabarra habitual, o con especialistas en posicionamiento web o en otros campos cuando nos ha hecho falta.

A lo largo de estos años, se me han presentado oportunidades para llevarlo más allá y montar una empresa en toda regla, firmar contratos de arrendamiento, pedir préstamos y renunciar a la libertad que supone el trabajar a pequeña escala. En esas ocasiones mi respuesta ha sido siempre: «Gracias, pero no.» En este mundo, las economías parecen tener una inestabilidad constante, con clientes demasiado volubles y la deuda como un factor fundamental³. Prefiero trabajar con amigos con talento en los proyectos en los que hacen falta especialistas de distintos ámbitos y ahorrarme el lío de montar una oficina con una impresora, un contable, varios sueldos, los seguros, el seguro médico y demás.

Así es como trabaja la mayoría de los colegas que conozco y con los que colaboro en esto del diseño gráfico: a pequeña escala, dentro de unos límites razonables y, sobre todo, relativizando las cosas. Todos tenemos meses flojos, incluso quienes tienen oficinas y empleados. Y alquileres, facturas y préstamos y bocas que alimentar. A veces estás hasta arriba y otras, de brazos cruzados, pero basta con contener el gasto y no desviarse del objetivo.

Ian Lynam es un diseñador gráfico y escritor afincado en Tokio. Dirige un estudio multidisciplinar dedicado al diseño y centrado en la creación de imagen corporativa basada en un enfoque multicultural, y en el grafismo animado y el diseño editorial. Es licenciado en diseño gráfico por la Universidad de Portland State y tiene un máster en Bellas Artes del California Institute of the Arts. Su último libro es *Design of Manga, Anime & Light Novels*. Ha sido galardonado con el premio al diseño Asia Pacific Design y colabora en varias publicaciones, como *Idea Magazine*, *Slanted Magazine*, *Néojaponisme*, y en un gran número de libros sobre diseño.



Ian Lynam

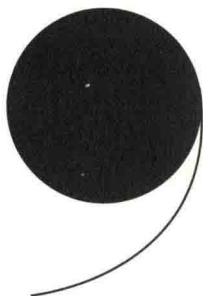
Hazlo «mini»

Me gusta el «mini» de los gráficos que presiden este libro, es algo muy fácil de entender y asimilar, tanto en el sentido estético como en el socioeconómico. Asumir proyectos a pequeña escala es algo centrado en el proceso. Uno capta mejor el alcance y la escala de un proyecto al llevar las riendas de algunos aspectos del trabajo que al serle asignada una parte aislada. Por ejemplo, el logotipo determina la paleta tipográfica que, a su vez, establece la paleta de colores. Esta marca el diseño de la papelería, que está estrechamente relacionado con el diseño web y el grafismo animado y conforma finalmente la imagen de marca. Cada uno de los proyectos nos ayuda a entender lo que hacemos y lo que somos, en esencia, al dedicarnos al diseño. Moverse a pequeña escala equivale a controlar.

Y precisamente eso es lo bueno de la escala: empiezas por lo pequeño y muchas veces acabas pudiendo hacer mucho más que quienes trabajan para clientes más grandes. Prefiero encargarme de la imagen de una empresa pequeña que del componente de un componente de un componente de la campaña de publicidad de una multinacional: el presupuesto del cliente se irá estirando y quedará mucho más satisfecho que el director creativo de una empresa, y correrá la voz. Y de ahí saldrá más trabajo. Y las cosas se irán encadenando a pequeña escala de una forma que Google y Nike nunca entenderían. Tendrás los ingresos, los amigos, la importantísima reputación y la libertad de acción que ya querría para sí tu compañero de facultad, que ha quedado atrapado en un puesto para una gran compañía, haciendo trabajos como churros desde la oficina de cualquier rascacielos. Sin duda, tendrá su hipoteca, sus niños y su coche ecológico, pero ninguna posibilidad de dejarlo todo para pasar unos días de playa en Malasia, disfrutando de un fantástico curry, cuando los proyectos empiecen a escasear... y lo cierto es que tampoco tendrá el espíritu emprendedor suficiente para remangarse y buscar algún encargo pequeño cuando las cosas se pongan difíciles. Se limitará a buscar un puesto menor en una agencia menos importante para mantener el estilo de vida que lleva. Lo «mini» no exige demasiados recursos. Se alimenta del saber hacer, la calidad y el compañerismo. No tiene que promocionar sus proyectos paralelos de forma implícita o financiarse con las bebidas de la fiesta de empresa. Mueve el mundo, pero a su ritmo y a su debido tiempo.

Y cuando digo «mini», a lo que me refiero es a ser un diseñador independiente labrándose una carrera sin tener un puesto en una empresa. Los más estresados, pero también los más felices. Los que tienen alternativas. Los que pueden estar redactando esto a las 3:30 de la madrugada en el iPad, sin dejar de cumplir los plazos de entrega, habiéndose tomado una copa (o dos) y bien avenida con su pareja porque tienen un horario flexible.

Desde aquí, presento mis respetos a todos los que están en lo «mini».



1 Siempre en calidad de trabajador independiente contratado por obra. Hasta la fecha, solo he trabajado en plantilla como profesor de diseño, no como diseñador para una firma a tiempo completo.

2 Aunque a veces uno duda: en un estudio reciente sobre los camareros en Estados Unidos se ha demostrado que prefieren arriesgarse a depender de las propinas que tener un sueldo fijo. Creo que la naturaleza optimista de los trabajadores independientes tiene mucho que ver con los camareros de Estados Unidos: todos tenemos la esperanza de que nos den una buena propina en lugar de contar con un trabajo en condiciones y un seguro médico... O tal vez sea simplemente que no nos gusta demasiado tener jefes; es la trampa 22, la trampa lógica, del egoísmo contemporáneo.

3 ¡Bendito posgrado! Porque fue la mejor decisión que tomé y por los 500 dólares mensuales que tengo que pagar para seguir a flote.

Le dimensioni sono una cosa strana, specialmente se inquadrate nel contesto della vita contemporanea: sono sempre di più i designer che probabilmente non riescono a immaginare che lavorare per un'azienda o un'agenzia grande e grossa, e ben gonfia, possa essere desiderabile, al di là di un mezzo per avere le ferie e le malattie pagate o una busta paga fissa. Questa era anche la mia idea, eppure ho avuto a che fare con ben pochi capiufficio decenti nelle mie esperienze con grandi agenzie¹.

La vita freelance sta diventando una possibilità per un numero sempre crescente di persone, e anzi in molti casi rappresenta l'opzione più attraente². L'indipendenza di per sé è allettante: niente cartellini da timbrare, nessun collega balordo da sopportare, meno concessioni alle decisioni sul design (almeno teoricamente), una maggiore autonomia – l'immagine del freelance oggi è quella del pistolero solitario e ribelle del Far West. Per quanto possa sembrare strano, «il sogno» non è più solo raggiungibile, ma sta rappresentando sempre di più la norma. La società postindustriale ha portato con sé un crescente smantellamento delle antiche strutture aziendali – gli studi di design e le agenzie pubblicitarie. L'ho provato sulla mia pelle, essendo ciò che ha guidato finora la mia carriera. All'inizio non riuscivo mai a farmi assumere da nessuna agenzia, così ho dovuto imparare rapidamente a trovarmi i clienti da solo e curare i loro progetti, fossero in sede o a distanza.

E qui entra in gioco la dimensione: la maggior parte dei freelance che conosco si appoggia su altri freelance per gestire i progetti più consistenti, e io stesso lo faccio continuamente. Si può anche essere bravi a fare un sacco di cose, ma nessuno può fare tutto da solo. Da sette anni gestisco uno studio di design a Tokyo in cui gli unici dipendenti sono me stesso e un programmatore, racimolando animatori 3D, specialisti SEO e altre figure professionali altamente specifiche quando necessario.

Mi è capitato di trovarmi di fronte alla possibilità di fare il passo successivo: aprire un ufficio come si deve, sottoscrivere contratti d'affitto, ricorrere a prestiti, e in fin dei conti firmare la condanna a morte la libertà, legata alla dimensione su piccola scala. Ho sempre risposto «no, grazie» – l'economia sembrava sempre troppo traballante su scala globale, i clienti troppo imprevedibili, e i debiti già anche troppo presenti³. Preferisco lavorare con amici di talento su progetti che richiedano un bagaglio specifico di competenze e risparmiarmi la seccatura di dove mettere in piedi un ufficio con una stampante, un commercialista, stipendi, assicurazioni, contributi e tutto il resto.

Così opera anche la maggior parte di quelli che conosco e con i quali collaboro nel design e nella grafica: su scala ridotta. Mantenendo tutto a dimensioni ragionevoli, e per di più, sempre nella giusta prospettiva. Un mese storto capita a tutti, anche a quelli con un ufficio e relativi dipendenti. Tutti dobbiamo pagare un affitto, le bollette, magari un'ipoteca, e tutti abbiamo delle bocche da sfamare. Ci saranno sempre alti e bassi, ma basta non esagerare con le pretese e rimanere coerenti con i propri obiettivi.

Sono d'accordo con il «mini» nella «mini grafica», è qualcosa che possiamo comprendere e metabolizzare, in senso sia estetico sia socio-economico. Occupandoci di progetti di dimensioni minori, non perdiamo di vista l'orientamento al processo stesso. È più facile cogliere al meglio il senso, la portata e le dimensioni di un progetto incaricandosi di tutti i suoi aspetti, anziché occupandosi di una sola porzione delegata di un progetto più grande. Ad esempio: dal logo si passa alla paletta tipografica, poi alla paletta dei colori, quindi alla cancelleria, da qui all'intera impostazione del sito internet, che determina gli elementi in movimento, da cui segue il branding out. Ogni progetto ci aiuta ad acquisire il senso di ciò che facciamo e in sostanza di ciò che siamo come professionisti del design. In sostanza, piccolo significa controllabile.

Ian Lynam è un designer grafico e scrittore. Vive a Tokyo e dirige uno studio di design multidisciplinare specializzato nel design di identità multiculturale, nella grafica in movimento e nel design editoriale. Ha studiato alla Portland State University (Laurea in Design Grafico) e al California Institute of the Arts (Master in Design Grafico). La sua opera più recente è Design of Manga, Anime e Romanzi Leggeri. Già vincitore del Premio Asia Pacific Design, scrive regolarmente per Idea Magazine, Slanted Magazine, Néojaponisme e un sacco di pubblicazioni sul design.



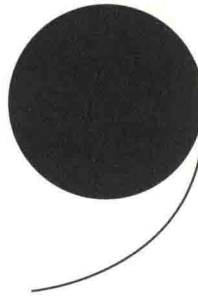
di Ian Lynam

Perché mini è meglio

Questo è il vero fascino della dimensione — si parte dal piccolo e spesso si finisce per poter dare molto di più di chi lavora per grosse aziende. Se fosse per me, sceglierei sempre l'identità di una piccola impresa piuttosto che una parte di una parte di una parte della campagna pubblicitaria di una multinazionale — il cliente sarà più elastico con il preventivo e infinitamente più soddisfatto rispetto al direttore creativo della grossa azienda... e spargerà la voce. E arriveranno altri lavori. E le cose continueranno a muoversi su piccola scala in un modo che Google e Nike non comprenderanno mai. Arriveranno risultati economici, molti amici, una solida reputazione (sempre indispensabile) e uno spazio di manovra che il nostro vecchio compagno di classe lanciato in carriera a sputare lavoro per le grosse case non può neanche sognare. D'accordo, a lui restano l'ipoteca e i figli e l'auto ecologica, ma di certo non potrà mai mollare tutto e farsi una settimana in spiaggia in Malaysia a mangiare un fantastico pollo al curry, approfittando del tanto temuto «mese storto»... e la realtà è che gli mancherà lo spirito imprenditoriale necessario a rimboccarsi le maniche e arrangiarsi in qualche modo nei momenti duri — finirà per trovare un'agenzia meno importante, adattandosi per mantenere uno stile di vita che in qualche modo deve essere sostenuto. «Mini» significa meno spese per il cibo o la benzina, è un concetto che si alimenta di mestiere, qualità e cameratismo. Non strombazzare i propri sottoprogetti in modo tanto subliminale, né mette in conto le bevande alle cene natalizie aziendali. Muove il mondo, ma al suo ritmo e con i suoi tempi.

E quando dico «mini», ciò che intendo veramente è il designer indipendente che va avanti a modo suo, senza il bisogno di essere assunto da un'azienda di design. Il più stressato ma il più felice. Quello con più possibilità di scelta. Quello che scrive articoli come questo alle 3.30 di notte sul suo iPad e riesce a rispettare tutte le scadenze, con un bicchiere (o due) nello stomaco e una persona al mio fianco felice perché il nostro tempo è flessibile.

Perché mini è meglio... alla nostra!



¹ situazione sempre legata alla condizione di lavoratore a contratto — la mia unica esperienza come dipendente rimane quella di istruttore nel design, e non ho mai lavorato come designer a tempo pieno per un'azienda.

² eppure a volte rifletto sul fatto che un recente sondaggio tra i camerieri e le cameriere negli Stati Uniti ha rivelato che preferiscono giocare sul sistema delle mance piuttosto che accettare una vita da dipendente; credo che la natura ottimista del freelance sia perfettamente in linea con i camerieri americani — in entrambi i casi ci affidiamo a una grossa mancia anziché a una carriera vera e propria con contributi pagati... o forse non ci piacciono proprio i capil È il Comma 22 dell'egoismo contemporaneo.

³ grazie, master post-laurea, per essere la migliore decisione che ho preso in vita mia e allo stesso tempo i 500 dollari che pago ogni mese per stare a galla.

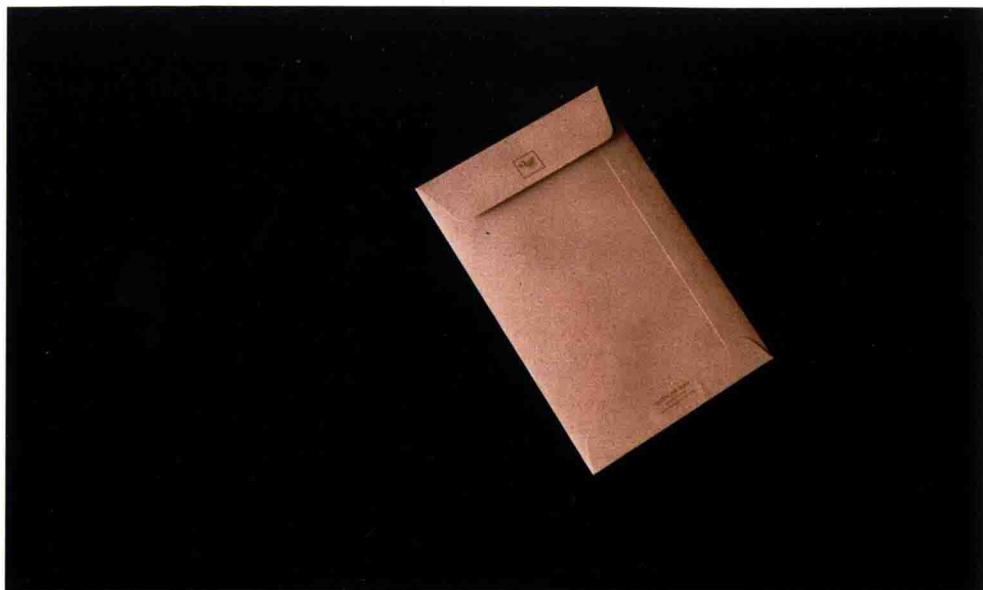
Brilliant design is not necessarily highly visible wall graphics or eye-catching packaging.

Surprise is more than often from the creativity embodied in a palm-sized card, an out-of-the-ordinary mailer or a piece of tactile print work. You never know as your name card is dressed with special materials and decorated with special types, it may help you impress the dealer and find collaborators. You can't imagine what a jaw-dropping moment it is when you are holding a bleeding rubber "heart" invite for an exhibition. You have no idea what's in the gift box until it is opened. Creative minds can blossom anywhere you can think of.

Herein, Mini Graphics 2 will lead you to adventures in a mini wonderland.

It is not about size. It is all about ideas and hearts.

Mini Wonderland



BIRTHDAY RING

Agency:

TT:NT

Work Type:

Greeting Card

It is believed that birth month flowers originated in the Roman Empire.

January-Carnation, February-Violet, March-Jonquil, April-Daisy, May-Hawthorn, June-Rose, July-Tulip, August-Poppy, September-Morning Glory, October-Cosmos, November-Chrysanthemum, December-Orchid.

A range of fold-out paper jewellery. The collection consists of twelve ring designs which are laser-cut and engraved from 200g/m² textured white paper come with engraved recycled brown envelope.

'Birthday ring' collection is a paper card that folds into a flower-shaped ring resembling the birth flower for each calendar month.

They are special birthday presents for the special day.

