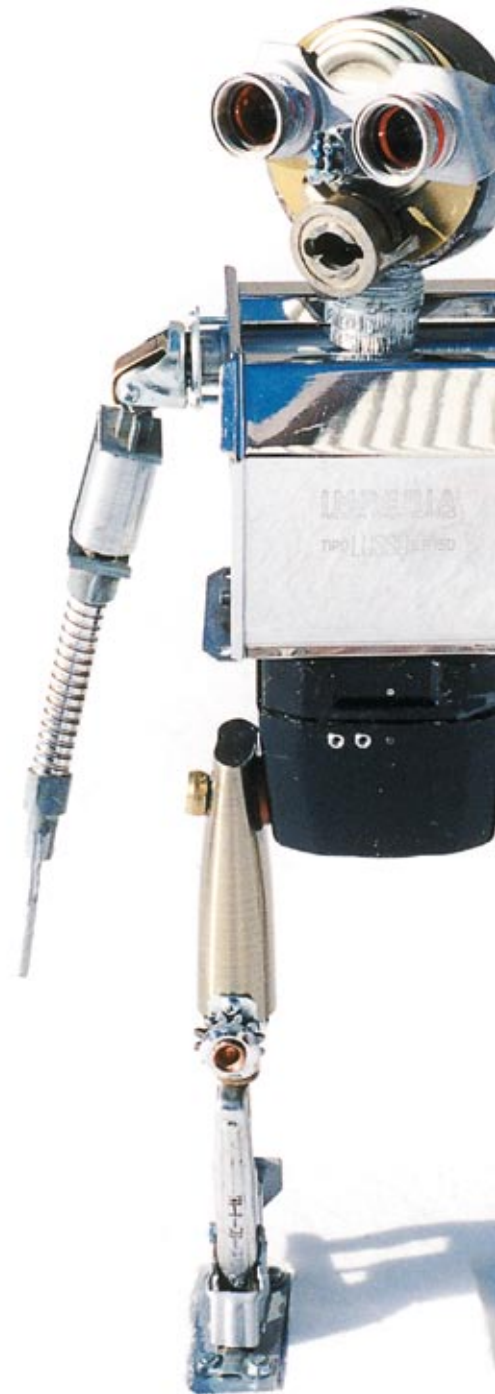


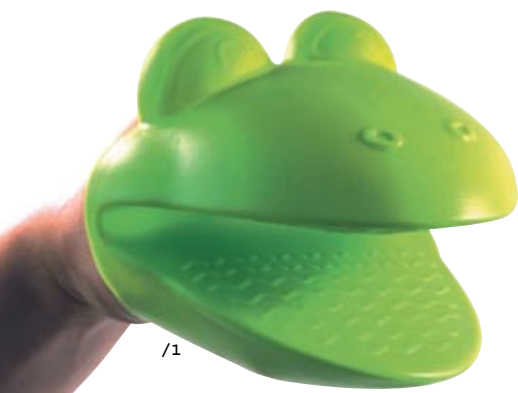
THE MAN- MACHINE



NOUS VIVONS DANS UN MONDE MÉDIATISÉ PAR LA TECHNOLOGIE, CETTE EXTENSION DU CORPS DE L'HOMME. DÉJÀ, AU DÉBUT DU XX^E SIÈCLE, LES ARTISTES FUTURISTES TENTAIENT D'AMORCER UN DIALOGUE ENTRE L'HOMME ET LA MACHINE. UNE ESTHÉTIQUE INSPIRÉE DE LA MACHINE VOYAIT LE JOUR ET LES OBJETS DEVENAIENT DE PLUS EN PLUS ANTHROPOMORPHIQUES. // THE WORLD WE LIVE IN IS MITIGATED BY TECHNOLOGY AS AN EXTENSION OF THE HUMAN BODY. SINCE THE EARLY 20TH CENTURY, FUTURISTIC ARTISTS STROVE TO INITIATE A DIALOGUE BETWEEN MAN AND MACHINE. A MECHANISTIC AESTHETIC APPEARED AND, CONCURRENTLY, OBJECTS BECAME INCREASINGLY ANTHROPOMORPHIC. // PAR/BY PATRICE-HANS PERRIER

La culture pop allait prendre le relais, au détour des années 1950, alors que des designers du calibre de Joe Colombo façonnaient des meubles empreints d'une sensualité toute humaine. Plus proche de nous, le designer Alessandro Mendini a dessiné pour Alessi un tire-bouchon aux formes féminines (4), qui semble s'apprêter à danser lorsqu'on l'utilise. Et que dire de *Her* en page couverture du magazine ? Fidèle à ses influences rock et baroques et sans cacher son évidente sensualité, le designer italien Fabio Novembre crée des assises moulées aux corps « parfaits » de la Femme et de l'Homme. Lancées cette année par Casamania, elles sont ludiques, colorées et provocantes (3).

Pop culture would step in at the turn of the 1950's, when designers of Joe Colombo's calibre were shaping pieces of furniture endowed with human sensuousness. Closer to us, designer Alessandro Mendini sketched for Alessi a corkscrew shaped as a woman who seems about to dance when the device is employed (4). And as for *Her*, on cover of our magazine? Italian designer Fabio Novembre stays true to his rock and baroque influences and hints toward his evident sensuality with these chairs moulded on "perfect" male and female silhouettes. Launched by Casamania this year, they are colourful, infused with humour and provocative (3).



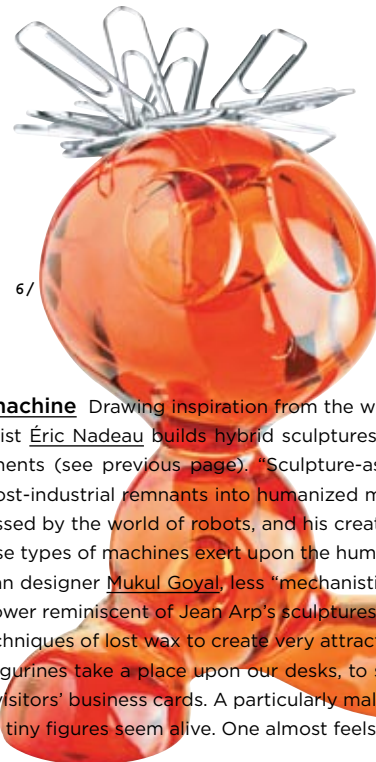
Jeux d'identité La designer graphique Ginette Caron (2+8), elle-même influencée dans son travail par ce qu'elle nomme des «grigris» (voir INT40, p.92), nous réfère à Giorgio Fonio*, professeur en sémiologie, pour des pistes de réflexions sur le sujet. Il estime que nous aimons nous identifier avec les objets qui peuplent notre espace domestique. Il pousse son raisonnement jusqu'à affirmer que l'anthropomorphisme remonte aux anciens cultes tribaux, lorsque les cultures primitives utilisaient des figurines animistes pour établir un pont entre culture et nature.

Curieusement, alors que les médias virtuels relativisent notre perception de l'espace, les objets usuels se transforment en personnages hybrides. Par exemple, la firme italienne Servettocose commercialise un valet de chambre aux formes curvilignes qui rappellent le corps humain. Pisolo (5) semble offrir ses fines épaules à une chemise qui l'habille comme s'il était une personne.

L'homme-machine S'inspirant du monde de la science-fiction, l'artiste montréalais Éric Nadeau façonne des sculptures hybrides à partir de composants industriels obsolètes (voir page précédente). Il utilise, de son propre aveu, la sculpture-assemblage «afin d'humaniser des êtres mécaniques»... tout droit sortis des rebus de notre monde post-industriel. Le monde des robots semble l'obnubiler, et ses créations témoignent de la fascination du genre humain pour ce genre de machines.

Moins «mécaniques», les créations du designer indien Mukul Goyal possèdent une puissance d'évocation poétique proche des sculptures de Jean Arp. Mukul Goyal utilise les techniques ancestrales de la cire perdue afin de façonner des personnages humanoïdes tout à fait sympathiques. De petites figurines viennent prendre place sur notre bureau, pour soutenir nos livres (7) ou recevoir les cartes d'affaires de nos visiteurs. La plasticité des alliages d'aluminium utilisés fait en sorte que ses petits personnages paraissent vivants. On serait presque tenté de leur prêter des sentiments!

*Giorgio Fonio a écrit plusieurs ouvrages sur la théorie de la forme et la structure rhétorique des langages visuels dont *Apollo e la sua ombra (Apollo et son ombre)*, aux Éditions Costa-Nolan, Milan, 2007. / *Giorgio Fonio has written many works on the theory of form and the rhetorical structure of visual language, such as *Apollo e la sua ombra (Apollo and his Shadow)*, published by Costa-Nolan, Milano, 2007.



Identity play Graphic designer [Ginette Caron](#) (2+8) shares a passion for what she calls “grigris” (see INT40, p.92), as it clearly manifests itself in her work. She refers us to [Giorgio Fonio](#), professor of semiology for insight upon the matter. According to Fonio, we like to identify ourselves with the objects that make up our home space. He pushes this reasoning so far as to state that anthropomorphism dates to ancient tribal cults, when primitive cultures used animist figurines to build a bridge between culture and nature.

Strangely, while virtual media influences our perception of space, current objects are evolving into hybrid characters. For example, the Italian firm [Servettocose](#) offers a chamber valet whose curves are those of the human body. Its *Pisolo* (5) wears any shirt as if it were a person doing so.

The man-machine Drawing inspiration from the world of science fiction, Montréal artist [Éric Nadeau](#) builds hybrid sculptures from obsolete industrial components (see previous page). “Sculpture-assembly allows me to transform post-industrial remnants into humanized mechanical beings.” He seems obsessed by the world of robots, and his creations manifest the fascination these types of machines exert upon the human kind.

The Indian designer [Mukul Goyal](#), less “mechanistic,” possesses a poetic evocative power reminiscent of Jean Arp’s sculptures. Mukul Goyal uses the ancestral techniques of lost wax to create very attractive humanoid characters. Small figurines take a place upon our desks, to support our books (7) or hold our visitors’ business cards. A particularly malleable aluminum alloy makes these tiny figures seem alive. One almost feels for them!

Page précédente / Previous page/ *B.B.R.O.*, [Éric Nadeau](#), 2005, [www.nadosculptures.com](#) 1/ *Hotheads*, [Winnif Pang](#) pour/for *Fred & Friends*, 2005, photo: TIME Magazine, [www.worldwidefred.com](#) 2/ *Identité visuelle / Visual branding, WA* pour/for [Knoll](#), [Ginette Caron](#), 2007, [www.ginettecaron.it](#), [www.knoll.com](#) 3/ *Him & Her*, [Fabio Novembre](#) pour/for *Casamania*, 2008, photo: [Settimio Benedusi](#), [www.novembre.it](#); [www.casamania.it](#) 4/ *Anna G.*, [Alessandro Mendini](#) pour/for [Alessi](#), 1994, photo: [Alessi](#), [www.alessi.com](#) 5/ *Pisolo*, [Carlo Ballabio & Alessandro Elli](#) pour/for [Servettocose](#), [www.servettocose.com](#) 6/ *Curly*, [Seventh Sense](#) pour/for [Koziol](#), 2001, [www.seventhsense.net](#), [www.koziol.de](#) 7/ *ID Bookends*, [Mukul Goyal](#), 2008, [www.mukulgoyal.com](#) 8/ *Identité visuelle / Visual identity, Grand Théâtre de Provence*, [Ginette Caron](#), 2007, [www.ginettecaron.it](#)