

EXTRAITS DE TEXTES ECRITS SUR CLAUDE GUENARD

« La leçon principale des œuvres de Claude Guénard est de nous entraîner dans un monde où l'autre n'est pas réduit à une image glacée, où il est un véritable acteur soudain placé dans l'arène d'un univers désormais sous le signe de la contradiction. Mais, c'est justement en transcendant ces contradictions qu'il nous est encore possible de vivre. Cela, Claude Guénard le sait depuis longtemps. » ([Texte intégral](#))

Damien SAUSSET
Critique d'art

« Or, il est bien clair qu'il ne s'agit pas d'une peinture nostalgique du passé. Bien au contraire, il faut y voir une volonté actuelle de renouveau et de revendication de l'image en peinture avec le souci de donner à voir pour le plaisir des yeux, ce que l'art contemporain avait oublié depuis quelques décennies. L'enjeu est celui aujourd'hui attendu d'une réconciliation avec le public. » ([Texte intégral](#))

GILBERT PELISSIER
Inspecteur Général d'Arts Plastiques Honoraire

« Entre violence et virulence, entre agressivité et tendresse, entre grotesque et allégorique, entre flamboiement de la couleur et charbonnement du dessin, entre image de soi, peintre et satyre et figuration de tous, témoins et martyrs, la peinture de Claude Guénard cherche sa voie et la trouve ... »

JEAN ARROUYE
Directeur Département Arts Plastiques, Faculté de Aix-Marseille

« Sa peinture n'atterrit pas en douceur, elle s'écrase sur la toile. De l'impact, comme un accélérateur de particules, on attend une explosion de lumière et un supplément de connaissance. Les corps n'y résistent pas. La toile encaisse le choc. A nous, sonnés debout de soutenir l'échange. »

« D'un cadre à l'autre sa vision du monde n'a pas beaucoup changé. Sur le ring ou sur la toile (et sur la toile, sur le terrain d'un baby-foot ou sur la scène d'un théâtre) tous les coups sont permis pourvus qu'ils respectent les règles de l'art. Les règles ? Des couleurs, le monde, et ce mouvement de l'un à l'autre qui détermine une certaine idée de la représentation. »

JEAN ROUAUD
Ecrivain – Prix Goncourt

CLAUDE GUÉNARD : DES FANTASMES MYTHIQUES

Claude Guénard use de la provocation et de l'érotisme pour faire naître des images éblouissantes. Ses œuvres sont des dessins modifiés, qu'il recompose et réordonne en images déjantées, politiquement chargées. Il déconstruit des formes basiques tirées de revues ou de photos qu'il a prises, et il dessine par-dessus des images sexuelles provocantes. Cela donne au final une iconographie sur-dessinée avec une force visuelle incendiaire. Le spectateur est confronté aux archétypes des fantasmes sexuels associés à ceux de l'artiste. L'artiste ne craint pas de révéler les tabous cachés de notre société, le secret ultime que chaque être humain, d'une façon ou de l'autre, dissimule dans son subconscient. L'œuvre de Guénard pourrait froisser certains esprits moralisateurs ou des mentalités conservatrices, mais en fin de compte, il plonge au cœur même de la libido telle que Sigmund Freud n'a pas craint de la démasquer.

Les dessins de Claude Guénard sont la quintessence d'une mythologie personnelle qui embrasse tradition et modernisme. Il propose des fragments déconstruits de désir et de sexualité enracinés dans une imagination urbaine.

Milagros Bello, Ph.D. – Commissaire d'exposition

Il y a chez Claude Guénard une certaine passion du jeu. Jeu de mots, jeu des corps, jeu des couleurs, jeu des matières, (libre) jeu des passions. Alors que Georges Bataille s'amuse dans les cafés parisiens à montrer des photographies de sacrifices humains aux personnes venant s'attabler, Claude Guénard, lui, joue à provoquer les gens venus s'attarder devant ses dessins nus et crus.

Seul le jeu désacralise, il est le principe du détournement, la liberté de changer le sens de tout ce qui sert le pouvoir. Ainsi, Claude Guénard désacralise, s'amuse avec les références artistiques obligées, les reliques de salle des ventes, les images de papier glacé. Il les chahute, les malmène, toujours avec malice et désir. Il culbute les valeurs de la représentation et crée des liens étroits entre les mots, le dessin et le modèle. « La vie est un jeu de mots » écrivait Tristan Tzara. En privant Chanel de son A, il crée « Chanel »/Schnell. Coco et l'occupant allemand ? Peu importe. Certains diront que Guénard s'emploie à briser les tabous. Et s'il s'amuse tout simplement à cacher le A emblématique sous le bac de pigment pur comme jadis le petit fils de Freud faisait disparaître sa bobine sous un lit ?

Pas de « Da », ici c'est Schnell. Vite. Dans un geste simultanément maîtrisé et déchaîné, Guénard déconstruit, réordonne, recompose des images pleines de fougues. Pulsions, frustrations, volonté de puissance, tout y est, dominé par la dérision et l'humour. C'est en jouant les jeux les plus beaux, écrivait Platon, que tout homme et toute femme doivent occuper leur vie. Claude Guénard l'a bien compris.

Diane Lisarelli

Journaliste aux Inrockuptibles

Claude Guénard est plus qu'un simple peintre : il est aussi sculpteur, philosophe et écrivain. Il utilise l'art comme messenger et c'est là la source de la controverse à propos de son travail. S'il peut être à première vue catalogué érotique, Claude Guénard transcende tous les styles et toutes les écoles. Son trait vif et précis et ses sculptures imaginatives sont sans pitié mais parlent en réalité de l'amour universel.

La controverse vient de ce qu'il réussit à montrer ce que d'autres n'osent pas montrer : une certaine sexualité qui semble guider le monde mais que nos sociétés judéo-chrétiennes taisent. Son travail est parfois dominé par la tension sexuelle entre le sexe et l'église, entre l'interdit et l'inéluctable. Il montre notre besoin d'explorer nos désirs et de redéfinir un amour plus vaste qui dépasserait les confins de notre éducation. Il voit l'amour dans tout et connaît le vrai sens du sentiment amoureux. Même quand il peint les chutes d'Igassu ou le quartier de Fisherman Wharf à San Francisco, on est touché par la sensualité puissante de son travail : vibrant et empli d'érotisme contenu.

Guénard cherche peut être seulement la vérité, la vie telle qu'elle devrait être, le monde tel qu'il est si rarement montré. Il paraît ainsi attiré par ces tabous qui rendent nos vies si

limitées et les expose nus et crus. Oui, nous avons un sexe et c'est agréable et beau, oui, il y a de la vie dans les fantasmes sexuels. Son message est une fenêtre ouverte sur un monde que nous connaissons si peu. C Guénard veut nous rapprocher de la vie, pas nous en éloigner. Par son œuvre, il dévoile ces courants d'émotion enfouis que nos sociétés n'osent exprimer. Il nous révèle ce que notre inconscient nous dit mais que les conventions sociales ne nous autorisent pas à exprimer. Pour paraphraser Vincent Van Gogh, Claude Guénard rend visible la vie telle que nous la ressentons et non pas ce que nous voyons d'elle.

Rien de surprenant à ce qu'il prenne aujourd'hui pour cible la publicité. Un bastion de faux semblants et d'images stéréotypées, régis par un système de règles très rigides. Réinterpréter la campagne d'affichage de Chanel, une marque qui ne se reconnaît aucune connotation sexuelle et dont la froideur, résultat de dizaines d'années d'une image policée, limite le message émotionnel était un point de départ tout trouvé.

Les publicités Chanel « revues et corrigées » par Guénard, laissent soudain apparaître la bad girl et le bad boy à travers les personnes idéales généralement représentées. Allant plus loin, un tableau détourné peut être un moyen de faire grincer les dents des aficionados de la marque : il associe le mot « vite » au nom de la marque privé de son « a », devenu ainsi Ch-nel, phonétiquement proche du mot vite en allemand. Le passé, flou et romantique entretenu par la célèbre créatrice avec l'occupant allemand, bien que notoire, reste un sujet tabou dans le monde de la mode : il est ici ravivé.

Choisir des marques de prestige telles que Chanel et secouer leur image statufiée et sans émotion pour montrer ce que ressent, dans son subconscient, le public au contact de cette marque est tout à fait visionnaire. De leur côté, les consommateurs voient en effet les marques de luxe selon un point de vue totalement différent : avec envie, désir, jalousie, concupiscence et leur besoin d'améliorer leur image d'eux-mêmes. Cette vérité, jamais avouée est devenue art à travers les yeux de Claude Guénard.

Nous serons ou secoués, étonnés ou envieux, stimulés ou dégoûtés par son œuvre mais Claude Guénard ne nous laissera pas indifférents.

Et, qui sait, il fera peut être au contraire monter les ventes de la marque... »

Marc Gobe
President & Editor
Emotional Branding LLC.

www.emotionalbranding.co

Claude Guenard is more than just a painter, he is a sculptor, a philosopher and a writer. He uses art as a message and this is where the controversy about his work starts. Easily categorized in the erotic genre, Guenard transcends any styles or any schools. His deftly strokes or imaginative sculptures are without pity but are mostly about his great love of the world.

Controversial he is since he thrive in showing what others don't dare to show, a certain

sexuality that seems to drive the world but is kept under wrap in our Judeo/ Christian societies. His work is sometimes dominated by the sexual tension between sex and church, the tension between the forbidden and the inevitable. He shows our needs to explore our desires and redefining love in a broader context that breaks the confine of our education. He sees love everywhere and what it means to feel in love. Even when he paints the iguassu falls or Fisherman Wharf in San Francisco, one has to be moved by the sensual power of the work. It is vibrant and full of pent up eroticism.

Guenard might be after all about the truth, about our real life as it should be, about the world as it is seldom expressed. He seems to always be attracted by the taboos that make life so limited to expose them crude and raw to our consciousness. Yes! we have a sex and it is fun and beautiful, yes! there is life in sexual fantasies . His message is opening a window to a world we know so little about. He wants us to be close to life and not walk away from it. As an artist he unveils the profound emotional undercurrents of our societies that won't express themselves. He shows us what our subconscious is telling us but our social reality do not authorize us to say or express. To paraphrase Vincent Van Gogh, Claude Guenard visualizes how we feel about life not only about how we see life.

It was not surprising then that it's next target would be Print Advertising. A bastion of fake and stereotyped images designed with extreme control around a rigid set of rules. Re-interpreting the Chanel print campaign, a brand who denies itself any sexual stimuli and whose coldness, the results of decade of perceived brand exactness limit the brand's emotional message is an interesting place to start.

The Chanel ads "retouched" by Guenard suddenly bring the bad girl or the bad boy out of the good girl or good boy generally portrayed. Furthermore, a painting " detournee" that associates the French word Vite with the brand name Ch-nel minus the letter A that phonetically means quick also in German is maybe a way to make Chanel aficionados cringe. The well known blurry romantic past of the fame fashion designer with the occupying Germans is a NO-NO in branding circles and there again is brought to life.

Taking prestige brands like Chanel and shaking their momified images and lack of emotions to show how people feel subconsciously about those brands is quite visionary. Indeed consumers look at luxury brands from a totally different perspective: with envy, lust, jaleousy, sexual desires and need for self- esteem. That truth, never told, now has become an art in the eyes of Claude Guenard.

Again we will be either elated or shaken, amazed or envious, stimulated or disgusted but Claude Guenard will not let us indifferent. He might even increase the sales of that brand!

Marc Gobe
President & Editor
Emotional Branding LLC.

www.emotionalbranding.co