

Mr banania, 2017



Fabrice Monteiro

Mr banania, 2017

the 8 mile wall

Canson Infinity Platine Fibre Rag 310gr

80 x 80 cm

Edition de 10 ex

Certificat d'authenticité signé par l'artiste

N° Inv. FM1901043H

Description :

La marque « Banania », mondialement connue, est fondée en 1914. En 1915 la marque s'identifie à un tirailleur sénégalais, hilare, et l'érige comme symbole de leur communication. En 1917, est ajoutée l'expression « Y a Bon » utilisée pour qualifier les tirailleurs et largement relayée par la presse française du temps de la première guerre mondiale. La représentation visuelle de ce personnage reprend les stéréotypes raciaux utilisés dans l'imagerie publicitaire dès 1890. Cette affiche apparaît comme raciste sur de multiples aspects. D'une part, elle diffuse une image enfantine du « nègre » liée à la volonté des autorités coloniales de minorer leur citoyenneté. D'autre part, le « banania » est un aliment français fabriqué exclusivement avec des produits des colonies et, à ce titre, l'utilisation de l'image d'un tirailleur sénégalais rapproche l'exploitation des matières premières du continent africain et l'exploitation des soldats africains pendant la première guerre mondiale. Dès 1948, Léopold Sédar Senghor s'oppose à cette image et dénonce son caractère raciste. Fabrice Monteiro suggère une représentation contemporaine de son « Banania », digne, une tasse de café à la main, loin du symbole publicitaire.