

Les bords de route foisonnent tellement d'écriteaux, de pancartes, de calicots et autres affiches qu'on n'y prêterait presque plus attention.

Pourtant, ils méritent parfois le coup d'oeil. Quelques illustrations :

- commençons par le calicot flottant à l'entrée de Fada, au péage : "Visa d'entrée - 5000 francs aux Yadcés". Il s'agit en fait pour la communauté locale de charrier l'ethnie rivale. C'est ce qu'on appelle la parenté à plaisanterie : tout une série d'ethnies ont une "parenté à plaisanterie" avec d'autres ethnies, au nom de laquelle l'ethnie prétendument inférieure peut se permettre de tancer l'autre. Le plus souvent même vertement et ostensiblement... La victime, bon public, en rit et le tout conforte ainsi la cohésion sociale générale.

A bien y réfléchir, le système gagnerait à être importé en Belgique : le flamand pourrait se moquer ouvertement du bruxellois, qui toiserait le wallon, qui tournerait le flamand en ridicule... le tout dans l'hilarité générale !

- ensuite, aperçu à Ouaga à deux pas du rond-point des Nations-Unies, le "Yes we can" de la Fédération Burkina des amis de Barack Obama. L'Afrique n'est pas peu fière qu'un de ses fils soit (enfin) à la tête de la première puissance mondiale...

- le sponsoring aussi s'affiche sur les panneaux, comme ici où le logo de la marque locale de préservatifs accompagne un texte plein de bon sens : " En nous protégeant par l'usage de la capote, par la sagesse, par la fidélité "

- enfin, le sens commercial se manifeste parfois dans des partenariats surprenants, comme ce cyber visiblement appuyé par Bill Gates et modestement nommé " Cyber Bilgaite Space "

{gallery}lau-marc/200902/affiches{/gallery}