

La publicité est un reflet de la société dans laquelle on vit.

Logique donc que les affiches au Burkina ne répondent pas aux mêmes logiques et aux mêmes stéréotypes qu'ailleurs. Exemples :

- la foisonnante publicité pour les cubes de bouillon Maggi (qui concurrence le soumbala traditionnel), qui met en avant des femmes plus "en forme" (comme on dit ici) que nos top-models anorexiques.

En outre, on remarque que la femme sur la fiche a le teint sensiblement plus clair que les personnes à l'avant-plan de la photo. Beaucoup de femmes se dépigmentent en effet la peau (au risque de l'abîmer).

Les blancs veulent bronzer, les noirs veulent avoir le teint clair... l'uniformisation de l'humanité est en marche !

- les concours passionnent les gens. Et dans un pays où la voiture est rare, les gros lots qui font rêver le plus de gens sont... les motos

- parfois, un éléphant ou une girafe vient agrémenter une annonce. Quoi de plus normal, ils font partie du paysage local, même si rares sont les gens qui se déplacent pour "raison simplement touristique"

- dans un pays où la plupart des gens n'ont pas d'électricité et encore moins de frigidaires, le lait en poudre se vend bien ! En plus, il est (sur)vitaminé à en croire les étiquettes

- pas de crise bancaire dans un pays où on en est à faire la promotion de la simple idée de l'*ouverture* d'un compte bancaire (bien que l'inclusion bancaire revienne sur le devant de la scène dans les pays industrialisés...)

{gallery}lau-marc/201012/affiches{/gallery}