



Doctorat Giuseppe Di Donna  
 Prof. Gianni Haver  
«Analyse et développement de l'image de la  
 femme dans la communication commerciale  
 des la Suisse Romande et le Tessin »



*This research is a deeper analysis of the woman's image inside the press advertising of the French and Italian part of Switzerland (7 cantons).*

*This analysis will compare:*

- the woman's image in advertising with the woman's image inside the Swiss social & economic environment*
- the woman's image in advertising 2008-2010 with the woman's image of '70*
- the Swiss woman's image of French and Italian cantons with the French and Italian woman's image in France and Italy.*



- Questa ricerca si articola attraverso un percorso attento e professionale sulla figura della donna nella comunicazione commerciale svizzera.
- Il lavoro si compone di varie fasi:
  - nella prima si evidenzia la figura femminile all'interno della società svizzera con specifica attenzione ai sei cantoni della Suisse Romande ed a quello ticinese.
  - In una fase successiva si andrà a verificare invece lo scostamento tra questa immagine e quella rappresentata dalla comunicazione commerciale, attraverso una verifica dei media svizzeri di lingua francese ed italiana.
- L'analisi spazierà anche nel periodo degli anni '70 andando a comparare le differenze sostanziali di rappresentazione.
- Verrà fatta inoltre anche un'analisi sulla produzione della comunicazione, es. agenzie di pubblicità e case di produzione, come pure sulla distribuzione dei "manufatti" comunicativi attraverso periodici e quotidiani, ma tenendo conto anche di altri mezzi.
- Verrà inoltre effettuata un'analisi sullo scostamento tra l'immagine femminile proposta dai media delle Suisse Romande e quelli francesi, come pure tra quelli del Canton Ticino e quelli italiani.
- L'analisi specifica della comunicazione commerciale sarà di tipo categoriale, ma anche semiotico, utilizzando le griglie di Erving Goffmann ("Gender Advertisements"), attualizzandole e implementandole con un'analisi semiotica che non tenga conto solo del testo, ma soprattutto del visual.
- La ricerca concluderà il suo obiettivo con la verifica effettiva dello scostamento tra l'immagine rappresentata e l'immagine sociale della donna svizzera di lingua francese e italiana.