

1. Dati Generali

Responsabile della ricerca

Cognome	NATALE
Nome	LUCIA ANNA
Qualifica	Professore Associato
Regime	Tempo Pieno
Data di nascita	20/08/1956
Dipartimento	COMUNICAZIONE E RICERCA SOCIALE
Macroarea	F - Scienze Economiche, Giuridiche e Sociali
E-mail	lucia.natale@uniroma1.it

Sotto settore ERC del proponente

SH3_12 - Communication and information, networks, media

Recapito telefonico del proponente

3492192171

Curriculum del proponente

 Curriculum 2020_Ricerca Ateneo .pdf

Titolo della ricerca

La radio per l'empowerment femminile: i programmi per e delle donne

Abstract

Oggetto di questa ricerca è il ruolo della radio nel definire le identità maschili e femminili e nel promuovere l'uguaglianza di genere. Si intende esplorare, in una prospettiva storico-sociale, l'agire della radio specificamente orientato all'empowerment femminile. Si focalizzerà l'attenzione sul caso della radio italiana e su una selezione di programmi radiofonici che, nel corso del tempo e in diversi contesti socio-culturali, abbiano in qualche modo comunicato l'identità femminile e i rapporti tra i generi. Si svilupperà un'analisi qualitativa dei testi, con riferimento a momenti chiave di trasformazione della radio e della società (dal periodo fascista ad oggi), utilizzando a supporto anche altre fonti scritte e audiovisive (film e documentari d'epoca, periodici e annuari aziendali, immagini pubblicitarie, testi di canzoni, ecc.). Riconoscendo ai media un ruolo centrale nei processi di costruzione delle identità di genere, la ricerca mira in ultima analisi a delineare il contributo specifico della radio all'evoluzione del ruolo e dell'immagine della donna nel lungo percorso di trasformazione della società

italiana.

2. Informazioni sull'attività di ricerca

Durata prevista del progetto in mesi

12

Parole chiave CUN (in ordine di priorità)

1. EMPOWERMENT
2. GENERE
3. MASS MEDIA

Parole chiave (libere)

1. Radio e empowerment femminile

Sotto settori ERC (in ordine di priorità)

1. SH3_12 - Communication and information, networks, media
2. SH5_8 - Cultural studies, cultural identities and memories, cultural heritage
3. SH6_12 - Gender history; Cultural History; History of Collective Identities and Memories

Componenti strutturati del gruppo di ricerca

Cognome e nome	Qualifica	Dipartimento	Macroarea	Sotto sett. ERC
GAVRILA Mihaela	Professore Associato	COMUNICAZIONE E RICERCA SOCIALE	F	SH3_12

Dottorando/Assegnista/Specializzando componente non strutturato del gruppo di ricerca

Cognome e nome	Qualifica	Dipartimento	Macroarea	Sotto sett. ERC
KOLA EDUARD	Dottorando	COMUNICAZIONE E RICERCA SOCIALE	F	SH3_12

Altro personale aggregato Sapienza o esterni, titolari di borse di studio di ricerca

Cognome	Nome	Qualifica	Dipartimento/Organizzazione
Calomino	Simone	Studente Magistrale	Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale

Inquadramento della ricerca proposta in ambito nazionale ed internazionale

Istituzioni internazionali riconoscono alla radio, il mezzo di comunicazione più diffuso al mondo, un ruolo centrale nel promuovere

l'accesso all'informazione, la libertà di espressione e l'uguaglianza di genere (sito Unesco, 2018), soprattutto nelle aree del mondo culturalmente ed economicamente svantaggiate. Numerose sono le iniziative dell'Unesco e di altre istituzioni internazionali nel sostenere la nascita in varie parti del mondo di radio comunitarie gestite dalle donne e per le donne, per diffondere conoscenza della loro condizione e dei loro diritti. Quando si parla di radio ed empowerment femminile si fa quasi sempre riferimento a questo tipo di iniziative e alla criticità della condizione della donna in paesi poveri, prevalentemente di religione islamica, e culturalmente arretrati. Sul tema è stata anche prodotta una pubblicistica varia, fatta di Rapporti, qualche libro e articoli scientifici (tra i più recenti: Pepicelli 2014; Heywood 2020).

Non c'è dubbio, tuttavia, che l'empowerment femminile sia una questione di attualità anche per le economie occidentali più avanzate, e che costituisca un tema al centro dell'attenzione nel campo dei Gender and Media Studies. Ma è più raro, in questo ambito, trovare i due termini - radio ed empowerment femminile - associati. Questo settore di studi internazionale, che si è sviluppato a partire dagli anni '80-'90 del Novecento e ha dato vita nel tempo a molteplici approcci e declinazioni di interesse, ha innanzitutto portato l'attenzione sulla natura costruttiva delle identità maschili e femminili e sul ruolo dei media, in particolare della televisione, come possibile risorsa per l'empowerment femminile (a partire da Meyrowitz 1985).

A lungo prevalentemente centrati sulle rappresentazioni delle identità di genere e sull'analisi del presente, questi studi sembrano ora orientarsi in nuove direzioni di ricerca, da un lato estendendo l'attenzione ai soggetti e alle istituzioni dei media, ai processi produttivi, ai nuovi media (pur restando prevalentemente focalizzati su televisione e cinema); dall'altro lato, lasciando emergere primi segnali di attenzione verso il rilancio di una prospettiva storica (praticata in passato dai film studies e dagli studi femministi sulla televisione) nell'analisi dei rapporti tra genere e media (Buonanno 2020).

In questo processo di ridefinizione degli orientamenti nulla però sembra cambiare riguardo al limitato interesse nei confronti della radio. A livello internazionale, tra libri e articoli, si contano negli anni duemila una trentina circa di titoli sul tema donne e radio, prevalentemente tesi ad esplorare gli aspetti produttivi e professionali legati alla presenza delle donne in radio (tra gli altri: Crisell 2004; Halper 2001; Hilmes and Loviglio 2002). Tra questi, pochi ma pregevoli quelli che dedicano uno spazio più o meno approfondito ai programmi per le donne (Andrews 2012; Feldman 2007; Lloyd 2019; Mitchell 2000). In Italia, che comunque ha dato vita a un promettente filone di studi su genere e media, si rileva solo qualche qualche titolo sparso (Rizza e Fenati 2004 sui programmi; Rella e Cavarra sul lavoro in radio 2011; Perrotta 2015 sulle giornaliste radiofoniche).

In questo contesto, la presente ricerca si basa sul riconoscimento del ruolo centrale della radio nel promuovere l'uguaglianza di genere, e si muove nel solco scientifico dei Gender and Media studies. L'attenzione prevalente è sui contenuti e le rappresentazioni in tema di genere, pur non slegandola dai soggetti che operano in radio e dalle politiche produttive. Aderisce inoltre ai più recenti segnali di rivalutazione di un approccio storico allo studio dei rapporti tra genere e media, che consenta di ricostruire l'agire e l'impegno della radio in una questione centrale qual è appunto l'empowerment femminile e la ridefinizione dei rapporti tra i generi.

Descrizione obiettivi progetto, conoscenza dello stato dell'arte nel tema specifico e impianto metodologico

Gli studi su genere e media hanno evidenziato il ruolo dei media come possibile risorsa per la diffusione di idee, pratiche, atteggiamenti modernizzanti sulla condizione della donna e sui rapporti tra i generi. In questo ambito, sono numerosi gli studi sulla televisione, ma scarsi quelli sulla radio, che nonostante sia il medium più diffuso al mondo e abbia dimostrato una straordinaria capacità di adattamento ai nuovi scenari tecnologici, resta tra i media di comunicazione vecchi e nuovi quello meno studiato. Non a caso, è stato per questo definito "the invisible medium" (Lewis, Booth 1990) o "the forgotten medium" (Pease, Dennis 1995).

Questa ricerca intende innanzitutto colmare un vuoto, proponendosi di esplorare, in prospettiva storico-sociale, l'agire della radio specificamente orientato all'empowerment femminile nella comunicazione, con particolare riferimento ai contenuti radiofonici sulla donna o rivolti alle donne. Si proverà a delineare, attraverso la radio, l'evoluzione del ruolo e dell'immagine della donna lungo il percorso di trasformazione della società italiana, con l'obiettivo di comprendere in che modo e in quali situazioni la comunicazione radiofonica possa risultare importante nella definizione delle identità maschili e femminili e nel promuovere l'uguaglianza di genere. In questo senso, il lavoro intende porsi come un contributo italiano in direzione di quella "alternative cultural history" della radio di cui parla Andrews (2012, p. IX).

Al centro dell'attenzione è il caso della radio italiana e dei programmi radiofonici che, nel corso del tempo e in diversi contesti socio-culturali, hanno contribuito a comunicare la femminilità e i rapporti tra i generi. Si farà riferimento a momenti chiave di trasformazione nella storia della radio e della società italiana, e si focalizzerà l'attenzione su una selezione di programmi particolarmente significativi di un modo di essere e/o di immaginare la donna e la condizione femminile.

In base ad una prima ricognizione, si potrebbero preliminarmente individuare i seguenti programmi e fasi di svolta su cui concentrare l'attenzione: le varie "rubriche per le signore" degli anni Venti-Trenta del periodo fascista; i primi contenitori rivolti alle donne nel dopoguerra, come *Casa serena*, che sembra tuttavia perpetuare immagini e ideologie del passato; gli anni Settanta, quando emergono i primi tentativi di tematizzazione dei cambiamenti che investono l'universo femminile (con programmi come *Sala F* 1976 o *Noi voi loro donna* 1978); e via via fino agli anni duemila, che hanno visto il moltiplicarsi dei programmi radiofonici per le donne (come *Nessuna è perfetta* nel 2016 o *Donne in prima linea* nel 2018) e la nascita di radio al femminile (come "Radio Incontro Donna" nel 2016).

Si effettuerà un'analisi qualitativa del contenuto dei programmi, tramite un'apposita Scheda di rilevazione, tesa ad individuare tematiche e modalità di trattazione, protagonisti, strategie di confezionamento del programma, ecc. Ove reperibili e pertinenti, si

utilizzeranno a supporto dell'analisi altre fonti scritte e audiovisive (film e documentari d'epoca, periodici e annuari aziendali, immagini pubblicitarie, testi di canzoni, ecc.), utili a render conto anche del discorso pubblico generato intorno alla produzione, i protagonisti e i testi dei programmi.

Si prevede inoltre di dedicare una parte della ricerca all'esplorazione delle modalità con le quali le radio europee hanno affrontato nel tempo le questioni femminili. Un interessante grandangolo di osservazione è offerto dal monitoraggio delle candidature e dei prodotti premiati all'interno del PRIX Italia, il concorso rivolto ai broadcaster di tutti i continenti più longevo al mondo (dal 1948). La profondità storica dell'iniziativa e la rilevante copertura internazionale dei programmi in concorso permettono di comprendere, attraverso l'analisi dei prodotti, l'evoluzione quantitativa e qualitativa delle tematiche femminili e delle voci delle donne all'interno delle radio globali. Solo nell'ultima edizione del Prix Italia (Roma 2019) due dei premi per la radiofonia sono stati attribuiti a programmi delle e per le donne: il Radio Documentario danese "La vittima perfetta" e il Radio Drama francese "I percorsi del desiderio". Potrà essere svolta anche un'analisi dei contenuti mediali e delle sinossi dei prodotti vincitori per la radiofonia, pertinenti rispetto al progetto, riferiti all'ultimo quinquennio.

Riferimenti bibliografici

Andrews M. (2012), *Domesticating the Airwaves: Broadcasting, Domesticity and Femininity*, Continuum International Publishing Group, London/New York

Buonanno M. (2020), *Processo per stupro: femminismo, televisione, testimonianza*, in Buonanno M. e Faccioli F. (ed), *Genere e media: non solo immagini*, FrancoAngeli, Milano

Crisell A. (ed) (2004), *More than a Music Box. Radio Cultures and Communities in a Multimedia World*, Berghahn Books, New York

Feldman S. (2007), *Desperate Housewives. 60 Years of BBC Radio's Woman's Hour*, Westminster University, London

Halper D.L. (2001), *Invisible stars. A Social History of Women in American Broadcasting*, M.E. Sharpe, New York

Heywood E. (2020), *Radio Journalism and Women's Empowerment in Niger*, "Journalism Studies"

Hilmes M. and Loviglio J. (eds) (2002), *Radio Reader. Essays in the Cultural History of Radio*, Routledge, New York/London

Lewis P.M., Booth J. (1990), *The Invisible Medium. Public, Commercial, and Community Radio*, Howard University Press, New York

Lloyd J. (2019), *Gender and Media in the Broadcast Age: Women's Radio Programming at the BBC, CBC, and ABC*, Bloomsbury Publishing, New York

Meyrowitz J. (1985), *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*, Oxford University Press, Oxford

Mitchell C. (ed) (2000), *Women and Radio. Airing Differences*, Routledge, New York

Pease E.C., Dennis E.E. (eds), (1995), *The Forgotten Medium*, Transaction Publishers, New Brunswick

Pepicelli R. (ed) (2014), *Le donne nei media arabi. Tra aspettative tradite e nuove opportunità*, Carocci, Roma

Perrotta M. (2015), *Corpi senza voce o voci senza corpo? Donne al microfono nell'informazione radiofonica*, "Problemi dell'informazione", 3/2015, pp. 503-525

Rella P. e Cavarro R. (ed) (2011), *Uomini e donne nelle radio private a Roma*, Franco Angeli, Milano

Rizza E. e Fenati B. (2004), *La radio e i programmi radiofonici al femminile nel contesto internazionale*, in Demaria C., Rizza E., Fenati B., Giovagnoli A., Ardito A., Allegrini A., *Le ricerche del progetto Portico. Pari opportunità, tecnologie, informazioni/comunicazione per l'occupazione*, Pitagora, Bologna, pp. 39-60

Unesco 2018, <http://www.unesco.org>

Innovatività della ricerca, e potenzialità di realizzare un avanzamento delle conoscenze rispetto allo stato dell'arte

Non esiste, almeno per quanto riguarda il caso italiano, un'analisi dei contenuti dei programmi per le donne che consenta interpretazioni su come i media, in particolare la radio, contribuiscano alla diffusione delle conoscenze sui temi della condizione femminile; né esiste una ricostruzione storica di questo tipo di programmi finalizzata a mettere in luce l'evoluzione dell'immagine della donna e le interazioni tra radio e società.

In questo senso, la ricerca si pone come un primo contributo di analisi centrata sui programmi radiofonici delle e per le donne, e in prospettiva storica.

Il lavoro, inoltre, arricchirebbe il filone italiano dei Gender and Media Studies di un contributo originale sulla radio, medium tanto resiliente quanto negletto.

Descrizione delle attività e dei compiti dei partecipanti

Una prima fase della ricerca prevede un'approfondita ricognizione della letteratura nazionale e internazionale sul tema e la messa a punto della metodologia e degli strumenti di analisi. Questa parte sarà svolta congiuntamente dalla proponente Natale e da Mihaela Gavrilă.

La seconda fase prevede la ricognizione storica e il reperimento dei relativi documenti audiovisivi tra i programmi radiofonici delle e per le donne, nonché l'avvio del lavoro di schedatura e analisi dei programmi. Questa parte sarà gestita e svolta dalla proponente, con la collaborazione del personale aggregato e di altro personale con incarico di collaborazione esterna.

In questa fase, si avvierà anche la parte di confronto internazionale tramite la ricognizione tra le radio europee e l'analisi dei prodotti presentati al Prix Italia. Questa parte sarà gestita e realizzata da Gavrilă con la collaborazione del personale aggregato.

L'ultima fase della ricerca si concentrerà sulla individuazione e l'analisi dei programmi a tema femminile di oggi (quelli più recenti o ancora in onda), cui si dedicheranno la proponente e Gavrilă.

Eventuali altri partner esterni e ruolo nel progetto

3. Elenco delle migliori pubblicazioni negli ultimi 5 anni

Indicatori relativi alla produttività scientifica del proponente

	Indicatore A	Indicatore B	Indicatore C
Valore soglia SC 10/C1 - SSD L-ART/06	26	5	2
Valore dell'indicatore calcolato dall'Ateneo al 31/03/2020	8	1	0

Eventuali mesi di congedo ai fini del calcolo dell'indicatore A -

Eventuali mesi di congedo ai fini del calcolo degli indicatori B e C -

Indicatori relativi alla produttività scientifica dei Componenti il gruppo di ricerca

Cognome e Nome		Indicatore A	Indicatore B	Indicatore C
GAVRILA Mihaela	Valore soglia SC 14/C2 - SSD SPS/08	12	3	1
	Valore calcolato dall'Ateneo al 31/03/2020	31	5	4
	Eventuali mesi di congedo (indicatore A)	-		
	Eventuali mesi di congedo (indicatori B e C)	-		

Pubblicazioni del responsabile della ricerca

Pubblicazione	Impact Factor
Handle: 11573/1403111 -02 Pubblicazione su volume Non solo madri. La maternità nella fiction televisiva 1 2020 - NATALE, LUCIA ANNA In: Genere e media: non solo immagini. Soggetti, politiche, rappresentazioni, FrancoAngeli, 2020, pp. 177-198 - ISBN: 978-88-917-9101-6	-

2	<p>Handle: 11573/1380159 -01 Pubblicazione su rivista</p> <p>Gender and media studies in Italy. The GEMMA research programme</p> <p>2020 - Buonanno, Milly; Faccioli, Franca; Panarese, Paola; Comunello, Francesca; Ciofalo, Giovanni; Leonzi, Silvia; Gavril, Mihaela; Natale, Anna Lucia; Ieracitano, Francesca</p> <p>In: JOURNAL OF ITALIAN CINEMA & MEDIA STUDIES, Intellect Ltd, 2020, Vol. 8, Iss. 2, pp. 269-288 - ISSN: 2047-7368 - doi: 10.1386/jicms_00021_1</p>	-
3	<p>Handle: 11573/1120772 -02 Pubblicazione su volume</p> <p>In the Beginning There Was the Radio. Contexts and Genres of Radio Entertainment</p> <p>2018 - Natale, LUCIA ANNA</p> <p>In: Italian Pop Culture: Media, Products, Imageries, Viella, 2018, pp. 123-142 - ISBN: 978-88-6728-939-4</p>	-
4	<p>Handle: 11573/786864 -01 Pubblicazione su rivista</p> <p>Tra modernità e tradizione. Donne e madri nella fiction televisiva italiana</p> <p>2015 - Natale, LUCIA ANNA</p> <p>In: SCIENZE E RICERCHE, Agra Editrice Srl, 2015, Iss. n. 9 - luglio 2015, pp. 21-26 - ISSN: 2283-5873</p>	-
5	<p>Handle: 11573/508402 -02 Pubblicazione su volume</p> <p>Sulle onde sonore. Strategie e usi sociali della musica alla radio (1924-1940)</p> <p>2015 - Natale, LUCIA ANNA</p> <p>In: La musica alla radio, 1924-1954. Storia, effetti, contesti in prospettiva europea, Bulzoni, 2015, pp. 57-79 - ISBN: 978-88-7870-971-3</p>	-

Pubblicazioni dei Componenti il gruppo di ricerca

	Pubblicazione	Impact Factor	Partecipante
1	<p>Handle: 11573/1380159 -01 Pubblicazione su rivista</p> <p>Gender and media studies in Italy. The GEMMA research programme</p> <p>2020 - Buonanno, Milly; Faccioli, Franca; Panarese, Paola; Comunello, Francesca; Ciofalo, Giovanni; Leonzi, Silvia; Gavril, Mihaela; Natale, Anna Lucia; Ieracitano, Francesca</p> <p>In: JOURNAL OF ITALIAN CINEMA & MEDIA STUDIES, Intellect Ltd, 2020, Vol. 8, Iss. 2, pp. 269-288 - ISSN: 2047-7368 - doi: 10.1386/jicms_00021_1</p>	-	GAVRILA Mihaela
2	<p>Handle: 11573/136665 -02 Pubblicazione su volume</p> <p>Adolescenti. Il prisma dei generi tra media system e rivolta contro le istituzioni</p> <p>2020 - Gavril, Mihaela</p> <p>In: Genere e Media: non solo Immagini. Soggetti, politiche rappresentazioni, FrancoAngeli, 2020, pp. 130-156 - ISBN: 9788891791016</p>	-	GAVRILA Mihaela
3	<p>Handle: 11573/1326349 -02 Pubblicazione su volume</p> <p>Entertainment. The golden resource of italian cultural and media industries</p> <p>2019 - Gavril, Mihaela; Morcellini, Mario; Mulargia, Simone</p> <p>In: World entertainment media. Global, regional and local perspectives, Routledge. Taylor&Francis Group, 2019, pp. 106-116 - ISBN: 9781138094024</p>	-	GAVRILA Mihaela
4	<p>Handle: 11573/1294834 -01 Pubblicazione su rivista</p> <p>Radio theatre in Italy. Storytelling between public service broadcasting and new digital spaces</p> <p>2019 - Gavril, Mihaela</p> <p>In: INDEX.COMUNICACIÓN, Departamento de Ciencias de la Comunicación y Sociología - Universidad Rey Juan Carlos, 2019, Vol. Vol. 9, Núm. 2 (2019) Radioteatro Desde la época dorada al futuro de la ficción sonora en multipantallas, Iss. 9(2) 2019, pp. 75-98 - ISSN: 2174-1859</p>	-	GAVRILA Mihaela
5	<p>Handle: 11573/1097243 -02 Pubblicazione su volume</p> <p>Dentro il laboratorio Media. I nuovi professionisti dell'audiovisivo tra scenari sociali, cambiamenti organizzativi e innovazione digitale</p> <p>2018 - Gavril, M.</p> <p>In: Il futuro dello spazio pubblico. Nuove professioni per nuove esigenze sociali, Maggioli Editore, 2018, Vol. 1, pp. 113-140 - ISBN: 978-88-916-2324-9</p>	-	GAVRILA Mihaela

Pubblicazioni dei Dottorandi/Assegnisti/Specializzandi componenti il gruppo di ricerca

	Pubblicazione	Impact Factor	Partecipante
	Nessuna pubblicazione		

4. Dettaglio richiesta di finanziamento del progetto

Preventivo costi della ricerca entro i limiti previsti nel bando

Voce di spesa	Importo	Descrizione
Strumenti e attrezzature (beni inventariabili)	450	Acquisto di materiale elettronico, libri e materiale documentaristico audiovisivo.
Personale da reclutare per supporto alla ricerca o cofinanziamento per assegno di ricerca	1850	Spese per incarico di collaborazione esterna per il lavoro di ricognizione e schedatura dei programmi.
Borse di studio per attività di ricerca	0	
Rimborso spese per professori e ricercatori visitatori	0	
Missioni e partecipazione a convegni	400	Spese per partecipazione a convegni sui temi della ricerca.
Organizzazione convegno	400	Spese per convegni e seminari ai fini della divulgazione dei risultati di ricerca.
Spese di consumo per la ricerca: calcolo, materiali, lavorazioni, stampa, criogenia, manutenzione, componenti di consumo per la ricerca (cavi, connettori, provette, ecc.)	200	Spese di cancelleria, copisteria, carta, ecc.
Spese per le pubblicazioni (incluse quelle in open access)	700	Spese per la produzione di una o più pubblicazioni sui risultati della ricerca, ivi comprese eventuali traduzioni.
Totale	4000	

5. Finanziamenti ottenuti e consuntivo

Ultimi due anni di finanziamenti ottenuti per Progetti d'Ateneo

Anno	Progetto Finanziato	Fondo assegnato	Fondo non ancora utilizzato	Motivazione per mancato utilizzo fondo
2018				
		Nessun finanziamento		
2019				
		Nessun finanziamento		

Consuntivo scientifico per gli ultimi due anni di finanziamento ottenuto (risultati e pubblicazioni relative)

Altri eventuali finanziamenti da enti/organismi pubblici o privati, nazionali o internazionali ottenuti negli ultimi due anni dal proponente e da tutti i componenti del gruppo di ricerca

Finanziamento			
Titolare	Ente finanziatore	Importo	Perc. impegno
Mihaela Gavrilă	MIBAC - Ministero dei Beni e delle Attività culturali - Direzione cinema	80000	10%
Titolo progetto		Data Inizio	Data Fine
Cine Onu Italia		05/2018	07/2019
Titolare	Ente finanziatore	Importo	Perc. impegno
Mihaela Gavrilă	MIUR - MIBACT - Piano Cinema per la scuola	149000	20%
Titolo progetto		Data Inizio	Data Fine
You Trailer. Un festival per il Rinascimento digitale del cinema italiano		01/2019	12/2019

6. Informazioni aggiuntive

In caso di assegnazione del finanziamento il sottoscritto accetta che titolo della ricerca, abstract e finanziamento assegnato vengano resi pubblici.

Indirizzo e-mail del Direttore del Dipartimento

direttorecoris@uniroma1.it

Indirizzo e-mail del Responsabile Amministrativo Delegato (RAD)

bianca.ciabatti@uniroma1.it

Inviando la presente domanda si accetta il trattamento dei dati personali obbligatorio ai sensi del GDPR n. 2016/679, come da informativa pubblicata sulla [pagina bandi di ricerca](#).