

ALLEGATO B

Decreto Rettore Sapienza, Università di Roma n. 2539/2023 del 06/10/2023
Codice concorso - 2023POA015

Paola Panarese Curriculum Vitae

I - Profilo sintetico

Professoressa associata di Sociologia dei processi culturali e comunicativi (SPS-08) presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CoRis) della Sapienza, Università di Roma, dal 2015.
Insegna, nell'A.A. 2023-2024, *Sociologia dell'esperienza di consumo, Gender e Media Studies – Laboratorio di analisi dei contenuti medialità e Comunicazione di marca*, nella Facoltà di Scienze politiche, Sociologia, Comunicazione della Sapienza.
Svolge attività di docenza e ricerca, occupandosi in particolare di Gender and Media Studies, giovani, generazioni e pratiche culturali, comunicazione pubblicitaria e Cultural Heritage.
Ha la responsabilità scientifica dell'Unità di Ricerca GeMMA (Gender and media matters) e dell'Osservatorio Mediamonitor minori del Dipartimento CoRis.
È Presidente del corso di laurea magistrale in Gender Studies, Culture e politiche per i media e la comunicazione della Sapienza.

II –Informazioni generali

Nome e cognome	Paola Panarese
Data di nascita	
Luogo di nascita	
Cittadinanza	Italiana
Codice fiscale	
Indirizzo	
Telefono	
E-mail	
Conoscenze linguistiche	Italiano (madrelingua), Inglese (C1) e Spagnolo (B1)

III – Formazione e titoli

Anni	Istituzione	Titolo
2022	MUR	Abilitazione scientifica nazionale alle funzioni di Professore di I fascia nel Settore Concorsuale 14/C2 - Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi (tornata ASN 2021/2023 – Abilitazione del 1° giugno 2022)
2014	MUR	Abilitazione scientifica nazionale alle funzioni di Professore di II fascia nel Settore Concorsuale 14/C2 – Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi (tornata ASN 2012 - Abilitazione del 31 gennaio 2014)
2006	Sapienza, Università di Roma	Dottorato in Scienze della comunicazione e delle relazioni pubbliche (Titolo del 29 maggio)
2002	Sapienza, Università di Roma	Laurea quinquennale in Scienze della comunicazione (con voto 110/110 e lode) (Titolo del 15 maggio 2002)

IV – Ruoli accademici

Inizio	Fine	Istituzione	Posizione
1/11/2015	-	Sapienza, Università di Roma	Professoressa associata di Sociologia dei processi culturali e comunicativi (SPS/08)
01/03/2007	30/10/2015	Sapienza, Università di Roma	Ricercatrice e tempo indeterminato di Sociologia dei processi culturali e comunicativi (SPS/08)

Va – Esperienze didattiche - Corsi universitari

A.A.	Istituzione	Insegnamento
2023-2024	Sapienza, Università di Roma	<i>Comunicazione di marca</i> (48 ore, nel corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa)
2023-2024	Sapienza, Università di Roma	<i>Sociologia dell'esperienza di consumo</i> (48 ore, nel corso di laurea triennale in Comunicazione pubblica e d'impresa)
2023-2024	Sapienza, Università di Roma	<i>Gender e media studies. Laboratorio di analisi dei contenuti mediali</i> (24 ore, nel corso di laurea magistrale in Gender Studies, Culture e politiche per i media e la comunicazione)
2022-2023	Sapienza, Università di Roma	<i>Advertising e brand communication</i> (48 ore, nel corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa)
2022-2023	Sapienza, Università di Roma	<i>Sociologia dell'esperienza di consumo</i> (48 ore, nel corso di laurea triennale in Comunicazione pubblica e d'impresa)
2022-2023	Sapienza, Università di Roma	<i>Gender e media studies. Laboratorio di analisi dei contenuti mediali</i> (24 ore, nel corso di laurea magistrale in Gender Studies, Culture e politiche per i media e la comunicazione)

2021-2022	Sapienza, Università di Roma	<i>Advertising e brand communication</i> (72 ore, nel corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa)
2021-2022	Sapienza, Università di Roma	<i>Sociologia dell'esperienza di consumo</i> (48 ore, nel corso di laurea triennale in Comunicazione pubblica e d'impresa)
2020-2021	Sapienza, Università di Roma	<i>Advertising e brand communication</i> (144 ore, in due canali del corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa)
2019-2020	Sapienza, Università di Roma	<i>Advertising e brand communication</i> (144 ore, in due canali del corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa)
2018-2019	Sapienza, Università di Roma	<i>Pubblicità e strategie di comunicazione integrata</i> (140 ore, in due canali del corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa)
2018-2019	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Metodologia progettuale della comunicazione visiva 1</i> (50 ore, nel corso di laurea triennale in Fashion Styling and Communication)
2018-2019	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Metodologia progettuale della comunicazione visiva 2</i> (34 ore, nel corso di laurea triennale in Fashion Styling and Communication)
2017-2018	Sapienza, Università di Roma	<i>Pubblicità e strategie di comunicazione integrata</i> (136 ore, in due canali del corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa)
2017-2018	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Marketing culturale e pubblicità</i> (56 ore, nel corso di laurea triennale in Fashion Styling and Communication)
2016-2017	Sapienza, Università di Roma	<i>Pubblicità e strategie di comunicazione integrata</i> (136 ore, in due canali del corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa)
2015-2016	Sapienza, Università di Roma	<i>Pubblicità e strategie di comunicazione integrata</i> (72 ore, nel corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa)
2015-2016	Sapienza, Università di Roma	<i>Laboratorio di strategie pubblicitarie</i> (24 ore, nel corso di laurea triennale di Comunicazione pubblica e d'impresa)
2014-2015	Sapienza, Università di Roma	<i>Pubblicità e strategie di comunicazione integrata</i> (72 ore, nel corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa)
2014-2015	Sapienza, Università di Roma	<i>Laboratorio di strategie pubblicitarie</i> (24 ore, nel corso di laurea triennale di Comunicazione pubblica e d'impresa)
2013-2014	Sapienza, Università di Roma	<i>Pubblicità e strategie di comunicazione integrata</i> (72 ore, nel corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa)
2013-2014	Consorzio Nettuno e Sapienza	<i>Organizzazione dello spettacolo e degli eventi</i> (20 ore di corso in teledidattica)
2012-2013	Sapienza, Università di Roma	<i>Pubblicità e media planning</i> (48 ore, nel corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa)

2012-2013	Sapienza, Università di Roma	<i>Laboratorio di strategie pubblicitarie</i> (32 ore, nel corso di laurea triennale di Comunicazione pubblica e d'impresa)
2012-2013	Consorzio Nettuno e Sapienza	<i>Organizzazione dello spettacolo e degli eventi</i> (20 ore di corso in teledidattica)
2011-2012	Sapienza, Università di Roma	<i>Pubblicità e strategie di comunicazione integrata</i> (64 ore, nel corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa)
2011-2012	Sapienza, Università di Roma	<i>Laboratorio di strategie pubblicitarie</i> (32 ore, nel corso di laurea triennale di Comunicazione pubblica e d'impresa)
2011-2012	Consorzio Nettuno e Sapienza	<i>Organizzazione dello spettacolo e degli eventi</i> (20 ore di corso in teledidattica)
2010-2011	Sapienza, Università di Roma	<i>Pubblicità e strategie di comunicazione integrata</i> (64 ore, nel corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa)
2010-2011	Sapienza, Università di Roma	<i>Laboratorio di strategie pubblicitarie</i> (24 ore, nel corso di laurea triennale di Comunicazione pubblica e d'impresa)
2010-2011	Sapienza, Università di Roma	<i>Ideazione e gestione degli eventi</i> (32 ore, nel corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa)
2010-2011	Consorzio Nettuno e Sapienza	<i>Organizzazione dello spettacolo e degli eventi</i> (20 ore di corso in teledidattica)
2009-2010	Sapienza, Università di Roma	<i>Pubblicità e strategie di comunicazione integrata</i> (64 ore, nel corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa)
2009-2010	Sapienza, Università di Roma	<i>Processi culturali e comunicativi</i> (24 ore, nel corso di laurea triennale di Scienze e tecnologie della comunicazione)
2009-2010	Università Pontificia Salesiana	<i>Teorie e tecniche della pubblicità</i> (15 ore, nel corso di laurea triennale in Scienze della comunicazione)
2009-2010	Consorzio Nettuno e Sapienza	<i>Organizzazione dello spettacolo e degli eventi</i> (20 ore di corso in teledidattica)
2008-2009	Sapienza, Università di Roma	<i>Pubblicità e strategie di comunicazione integrata</i> (48 ore, nel corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa)
2008-2009	Sapienza, Università di Roma	<i>Processi culturali e comunicativi</i> (32 ore, nel corso di laurea triennale in Scienze e tecnologie della comunicazione)
2008-2009	Università Pontificia Salesiana	<i>Teorie e tecniche della pubblicità</i> (30 ore, nel corso di laurea triennale in Scienze della comunicazione)
2008-2009	Consorzio Nettuno e Sapienza	<i>Tecniche della comunicazione pubblicitaria</i> (20 ore di corso in teledidattica)
2007-2008	Sapienza, Università di Roma	<i>Istituzioni di sociologia della comunicazione</i> (45 ore, nel corso di laurea triennale in Scienze della comunicazione)

2007-2008	Sapienza, Università di Roma	<i>Linguaggi e stili della comunicazione d'impresa</i> (30 ore, nel corso di laurea triennale in Scienze della comunicazione)
2007-2008	Università Pontificia Salesiana	<i>Teorie e tecniche della pubblicità</i> (36 ore, nel corso di laurea triennale in Scienze della comunicazione)
2007-2008	Consorzio Nettuno e Sapienza	<i>Tecniche della comunicazione pubblicitaria</i> (20 ore di corso in teledidattica)
2006-2007	Sapienza, Università di Roma	<i>Istituzioni di sociologia della comunicazione</i> (30 ore, nel corso di laurea triennale di Scienze e tecnologie della comunicazione)
2006-2007	Sapienza, Università di Roma	<i>Cultura della comunicazione</i> (15 ore, nel corso di laurea triennale di Scienze e tecnologie della comunicazione)
2006-2007	Università Pontificia Salesiana	<i>Teorie e tecniche della pubblicità</i> (24 ore, nel corso di laurea triennale in Scienze della comunicazione)

Vb – Esperienze didattiche - Lezioni in seminari, master, Dottorati di ricerca e corsi di formazione postlaurea

A.A.	Istituzione	Lezioni
2022-2023	Wellesley College	<i>Pubblicità e genere</i> (3 ore – 16 gennaio 2023, lezione nell'ambito del corso di <i>Italian language and culture</i> di Flavia Laviosa, presso la DILIT a Roma)
2022-2023	Sapienza, Università di Roma	<i>Genere e media</i> (3 ore nel Dottorato Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing))
2021-2022	Wellesley College	<i>Il femminicidio nei media italiani</i> (1 ora – 22 marzo 2022, lezione nell'ambito del corso di <i>Italian language and culture</i> di Flavia Laviosa, in remoto)
2021-2022	Sapienza, Università di Roma	<i>Giovani, media e pratiche culturali</i> e <i>Genere e media</i> (6 ore nel Dottorato Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing))
2020-2021	Sapienza, Università di Roma	<i>Genere, media e pratiche culturali, Genere e media e Rischio, trasgressione e avventura tra i giovani</i> (9 ore nel Dottorato Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing))
2018-2019	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Fashion marketing and management</i> (34 ore nel master in Alta moda)
2018-2019	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Fashion communication</i> (4 ore nel corso di formazione in Fashion marketing & advertising)
2017-2018	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Marketing e brand identity</i> (24 ore nel Corso di Alta Formazione in Comunicazione della moda)
2017-2018	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Fashion marketing and branding</i> (20 ore nel master nel in Alta moda)
2017-2018	Luiss, Business School	<i>Branding e innovazione</i> (3,5 ore nel master MaMa – Marketing Management)

2017-2018	Università di Siviglia	<i>Young people, media and dangerous games, Gender and advertising</i> (8 ore nell'ambito del progetto Erasmus+)
2016-2017	Sapienza, Università di Roma	<i>Giovani, media e pratiche culturali e Il discorso pubblicitario</i> (6 ore nel Dottorato Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing)
2016-2017	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Marketing e brand identity</i> (20 ore nel Corso di Alta Formazione in Comunicazione della moda)
2016-2017	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Marketing, brand identity e strategie di comunicazione integrata</i> (42 ore nel corso di formazione in Fashion marketing & advertising)
2016-2017	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Fashion System</i> (20 ore nel Master in Alta moda)
2016-2017	Università di Siviglia	<i>Young people and cultural practises e Gender studies in Italy</i> (8 ore nell'ambito del progetto Erasmus +)
2015-2016	Sapienza, Università di Roma	Lezione su <i>Giovani, media e pratiche culturali</i> (3 ore nel Dottorato Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing)
2015-2016	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Comunicazione di marketing e comunicazione integrata</i> (20 ore per il Corso di Alta Formazione in Comunicazione della moda)
2014-2015	Sapienza, Università di Roma	Lezione su <i>Giovani, media e pratiche culturali</i> (3 ore nel Dottorato Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing)
2014-2015	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Comunicazione di marketing e comunicazione integrata</i> (20 ore per il Corso di Alta Formazione in Comunicazione della moda)
2013-2014	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Marketing e brand identity</i> (30 ore nel Corso di Alta Formazione in Comunicazione della moda)
2013-2014	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Marketing e strategie di comunicazione integrata</i> (26 ore nel Corso di Alta Formazione in Comunicazione della moda)
2013-2014	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Strategie di comunicazione integrata</i> (42 ore nel Corso di formazione di Fashion Marketing e Advertising)
2013-2014	Sapienza, Università di Roma	<i>Pubblicità e comunicazione integrata ed Eventi di comunicazione</i> (16 ore nel Master Digi.com)
2012-2013	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Marketing e strategie di comunicazione integrata</i> (26 ore nel Corso di Alta Formazione in Comunicazione della moda)
2012-2013	Luiss Business School	<i>Linguaggi e strategie per l'eco-mobilità</i> (6 ore nel master in Eco-mobility management)
2012-2013	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Marketing e advertising</i> (30 ore nel corso di formazione in Fashion Marketing e advertising)

2011-2012	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Comunicazione di marketing e advertising</i> (30 ore nel Corso di Alta Formazione in Comunicazione della moda)
2011-2012	Accademia del Costume e della Moda di Roma	<i>Comunicazione di marketing e advertising</i> (32 ore nel corso di formazione in Fashion Marketing e advertising)
2011-2012	Sapienza, Università di Roma	<i>Ideazione e gestione degli eventi</i> (8 ore nel master COR - Comunicazione e organizzazione)
2010-2011	Polo Regionale dei Beni Culturali	<i>Strategie di pubblicità e comunicazione integrata</i> (20 ore nell'IFTS per Esperto in Comunicazione dei beni culturali)
2010-2011	Ateneo Impresa	<i>Pubblicità e comunicazione integrata per lo show business</i> (16 ore nel master del Marketing e Comunicazione dello Show Business)
2010-2011	Università di Modena e Reggio Emilia	<i>Come comunica la pubblicità</i> (2 ore in un seminario a cura di Vanni Codeluppi)
2009-2010	Regione Lazio	<i>I linguaggi della pubblicità</i> (3 ore nel corso di formazione Comunicare l'eccellenza)
2008-2009	Sapienza, Università di Roma	<i>Laboratorio di pubblicità</i> (5 ore nel master di Mediaeducation MED)
2008-2009	Scuola Superiore di Polizia	<i>Linguaggi e tecniche della comunicazione pubblicitaria</i> (4 ore nel Master Sicurezza)
2007-2008	Università telematica Unitel	<i>Strategie pubblicitarie a confronto e Il processo decisionale d'acquisto e le variabili di decisione</i> (8 ore di lezione in un master in teledidattica sulla comunicazione d'impresa)
2007-2008	Università Suor Orsola Benincasa di Napoli	<i>Tradizioni di consumo e pratiche di comunicazione nell'era post-spot</i> (4 ore di lezione nel Dottorato SESA)
2007-2008	Università degli studi di Roma 3	<i>Tecniche della pubblicità per il consumatore (postmoderno)</i> (3 ore di lezione nel master Globalizzazione dei Mercati e Tutela dei Consumatori)
2007-2008	Scuola Superiore di Polizia	<i>Linguaggi e tecniche della comunicazione pubblicitaria</i> (4 ore nel Master Sicurezza)
2007-2008	Regione Lazio	<i>L'uso del testo nell'audiovisivo</i> (6 ore in un corso di formazione per formatori)
2007-2008	Sapienza, Università di Roma	<i>Laboratorio di pubblicità</i> (10 ore nel master di Mediaeducation MED)
2006-2007	Sapienza, Università di Roma	<i>Strategie della comunicazione</i> (13 ore nell'ambito del Corso di Alta Formazione Ideazione e management dei progetti europei)
2006-2007	Sapienza, Università di Roma	<i>Laboratorio di pubblicità</i> (10 ore nel master di Mediaeducation MED)

2006-2007	Reggio Emilia	<i>Formazione di comunicazione a formatori e operatori (24 ore nel corso di formazione del Progetto Equal A.I.M. Approcci integrati per adattabilità e miglioramento della qualità del lavoro)</i>
2006-2007	CESTUD – Centro Studi per lo sviluppo e l'innovazione	<i>Pubblicità e marketing (4 ore Corso di Alta Formazione di Europrogettazione e mondializzazione dei mercati)</i>
2006-2007	Università degli studi di Roma 3	<i>Tecniche della pubblicità per il consumatore postmoderno (3 ore di lezione nel master Globalizzazione dei Mercati e Tutela dei Consumatori)</i>
2006-2007	Scuola Superiore di Polizia	<i>Tecniche della comunicazione pubblicitaria (3 ore nel Master Sicurezza)</i>
2006-2007	Università degli Studi Gabriele d'Annunzio di Chieti e Pescara	<i>Pubblicità e oltre. Tecniche di comunicazione d'impresa per il consumatore postmoderno (2 ore in un seminario)</i>
2005-2006	Regione Lazio	<i>Organizzazione degli eventi culturali (20 ore nel corso IFTS per Tecnico superiore per l'organizzazione ed il marketing del turismo integrato)</i>
2005-2006	Agenzia delle Entrate	<i>Stili e tecniche di comunicazione efficace (6 ore in un corso di formazione per dirigenti)</i>
2005-2006	Istituto Superiore di Polizia	<i>Comunicazione (2 ore nel Master di secondo livello in "Scienze della Sicurezza)</i>
2005-2006	Sapienza, Università di Roma	<i>Comunicazione e consumi culturali (2 ore nel Lobby Master)</i>

Via – Responsabilità scientifica di progetti di ricerca nazionali e internazionali, finanziati sulla base di bandi competitivi

Anni	Nome progetto	Finanziatore/Ruolo/Partner	Finanziamento
2023-in corso	IMAGES. Inclusive Machine learning system using Art and culture for tackling Gender and Ethnicity Stereotypes	Ente finanziatore: MUR, fondi PNRR Linea di finanziamento: PRIN PNRR 2022 Ruolo: PI del PRIN Unità di ricerca: Sapienza, Università di Roma e CNR (Istituto di Scienze e Tecnologie della Cognizione)	224.001 euro
2021-in corso	STEP. Social Tourism E-Platform	Ente finanziatore: Regione Lazio Ruolo: Responsabile scientifica dell'Unità di ricerca di Sapienza Capofila: Dipartimento di Ingegneria dell'Impresa Lucertini dell'Università degli studi di Roma Tor Vergata	113.536 euro

18 giugno-19 luglio 2021	I DISPOSITIVI NARRATIVI DEL FEMMINICIDIO NELLA STAMPA ITALIANA E SPAGNOLA	Ente finanziatore: Università di Siviglia Linea di finanziamento: VI plan proprio de INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA 2021 Ruolo: Visiting Professor	6.000 euro
2021-2022	CONTAMINATION LAB CELIO. Progetto di ricerca, formazione e incubazione d'impresa su tecnologie e beni culturali	Ente finanziatore: Regione Lazio Ruolo: Responsabile scientifica Partner: Digilab, Centro di ricerca di Sapienza, Università di Roma, Istituto di Scienze del Patrimonio Culturale del CNR, CulturMedia LegaCoop, CoopCulture, Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia, Sovrintendenza Capitolina ai Beni Culturali	29.925 euro
2020-2022	ON THE STEPS OF AENEAS. A Common Cultural Heritage between Italy and Turkey	Ente finanziatore: Unione Europea Linea di finanziamento: Grant Scheme for Common Cultural Heritage: Preservation and Dialogue between Turkey and the EU Ruolo: Responsabile scientifica dell'Unità di ricerca di Sapienza, Università di Roma Capofila: Associazione Rotta di Enea Partner: Comune di Edremit (Turchia)	113.844 euro
2019-2022	YOUTH RISK-TAKING AND SOCIAL MEDIA CHALLENGES. Perception and Experience of Risk in Online Dangerous Games	Ente finanziatore: Sapienza, Università di Roma Ruolo: Responsabile scientifica Linea: Bando competitivo di Ateneo 2019	12.000 euro
2016-2018	MODELLI DI FEMMINILITÀ E MASCHILITÀ. La percezione delle immagini pubblicitarie di genere tra i preadolescenti e gli adolescenti italiani	Ente finanziatore: Sapienza, Università di Roma Ruolo: Responsabile scientifica Linea: Bando competitivo di Ateneo 2015	8.000 euro

2014-2016	GIOVANI E GIOCHI PERICOLOSI. Esperienza e percezione del rischio tra gli adolescenti italiani	Ente finanziatore: Sapienza, Università di Roma Ruolo: Responsabile scientifica Linea. Bando competitivo di Ateneo 2013	7.500 euro
-----------	--	---	------------

Vib – Partecipazione a progetti di ricerca nazionali e internazionali, finanziati sulla base di bandi competitivi e con reti di ricerca nazionali o internazionali

Anni	Nome progetto	Finanziamento/linea/PI	Output
15 ottobre 2023-in corso	Di.G.I.T. Digital practices, Gender, and Intimacy in Teens' everyday life	Ente finanziatore: MUR Finanziamento: 202.469 euro Linea di finanziamento: PRIN 2022 Partner: Università di Padova, LINK CAMPUS University e Sapienza Università di Roma PI: Marco Cosimo Scarcelli	
1 gennaio 2023-in corso	NET4FUTURE Evolution of networking technologies for a future sustainable and inclusive society	Ente finanziatore: Unione Europea Finanziamento: 156.661 euro Linea di finanziamento: NextGenerationEU - NRRP, Mission 4 Component 2 Investment 1.3 Progetto Sapienza per lo Spoke 2 RESTART, nell'ambito del PE 14 NET4FUTURE PI: Andrea Baiocchi	Partecipazione al convegno internazionale ISPA (XIII International Symposium on Image and Signal Processing and Analysis – Roma 2023) con Stefania Colonnese e Andrea Baiocchi, con un intervento dal titolo <i>The EXtended Reality Quality Riddle: a Technological and Sociological Survey</i>
1 dicembre 2022-	LUOGHI E CULTURE DEL NEW URBAN TOURISM A ROMA. Percorsi partecipativi e strategie di comunicazione	Ente finanziatore: Unione Europea Finanziamento: 186.147 euro Linea di finanziamento: NextGenerationEU - NRRP, Mission 4 Component 2 Investment 1.3 Progetto Sapienza per lo Spoke 9 CREST - Cultural Resources for Sustainable Tourism, nell'ambito del PE 5 CHANGES - Cultural Heritage Active Innovation for Next-Gen Sustainable Society PI: Stefania Parisi	

2020-2023	NEW_TIMES. Network per il Tracciamento e l'Interattività nei Musei degli End Users	<p>Ente finanziatore: Regione Lazio</p> <p>Linea di finanziamento: Gruppi di Ricerca</p> <p>Finanziamento: 142.340 euro</p> <p>Partner: Digilab Centro di ricerca di Sapienza, Università di Roma, CTIF, Centro per le Teleinfrastrutture della Facoltà di Ingegneria elettronica dell'Università di Roma Tor Vergata, Società Cooperativa CoopCulture e del Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia</p> <p>PI: Alberto Marinelli</p>	<p>Partecipazione all'ESA Conference (Barcellona 2021). Relazione con Vittoria Azzarita dal titolo <i>Cultural Consumption in the Covid-19 Era. Understanding the Impact of the Crisis on Cultural Participation and Engagement in Italy.</i></p> <p>Partecipazione all' ESA RN05 Mini Mid Term Meeting (Bologna 2023). Relazione, con Vittoria Azzarita, dal titolo <i>Comprendere il comportamento dei visitatori nei musei attraverso sistemi di monitoraggio WI-Fi e LTE. Un approccio multidisciplinare all'audience engagement e development</i></p>
-----------	--	---	--

2018-2022	<p>WOMAN HACKING, PERIL THRIVING. Icts-Related Sexist (Self)stereotypes among Young and Older People</p>	<p>Ente finanziatore: Sapienza, Università di Roma</p> <p>Finanziamento: 11000 euro</p> <p>Partner: Sapienza, Università di Roma, LUMSA e l'Internet Interdisciplinary Institute dell'open University of Catalonia</p> <p>PI: Simone Mulargia</p>	<p>Partecipazione al convegno internazionale IAMCR 2021 (Nairobi, 11-15 luglio 2021) con Francesca Belotti, Simone Mulargia, Francesca Comunello e Mireia Fernández-Ardèvol con un intervento dal titolo <i>How (Not) To Give into Stereotypes. Intersections between ICTs-Related Sexism and Ageism in Italy</i></p> <p>Partecipazione al convegno SISCC 2023 (Bari, 22-23 giugno 2023) con un intervento dal titolo <i>Come nascono gli stereotipi di genere ed età legati all'uso delle tecnologie digitali? Un viaggio esplorativo nelle convinzioni degli/ delle italiani/e</i></p> <p>Partecipazione al convegno internazionale ICA 2023 (Toronto, 25-29 maggio) con Francesca Comunello, Francesca Belotti, Simone Mulargia e Mireia Fernández-Ardèvol, con un intervento dal titolo <i>When awareness is not enough (to break stereotypes): intersections between ICTs-related sexism and ageism in Italy</i></p>
2017-2018	<p>WEB REPUTATION E COMPORTAMENTI A RISCHIO ONLINE. Una ricerca sui giovani di Campania, Lazio e Lombardi</p>	<p>Ente finanziatore: AGCOM e CORECOM di Campania, Lazio e Lombardia</p> <p>PI: Mario Morcellini</p> <p>Partner: Sapienza, Università di Roma, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, Università Federico II di Napoli e LUMSA</p>	<p>P. Panarese, C. Miraglia, <i>Un pubblico in crescita. Video online, touch media e socializzazione al consumo dei bambini in età prescolare</i>, COMUNICAZIONE PUNTODOC, 2017, vol. 18, p. 165-174</p>

2012-2015	LE PROFESSIONI DELLO SPAZIO PUBBLICO OLTRE LA CRISI	<p>Ente finanziatore: MiUR</p> <p>Linea di ricerca: PRIN 2011</p> <p>Partner: Sapienza, Università di Roma, Università di Napoli Suor Orsola Benincasa, Università di Pisa, Università di Genova, Università del Salento.</p> <p>PI: Mario Morcellini</p>	<p>P. Panarese, G. Peruzzi, E. Valentini, <i>Profili, competenze, percezioni delle professioni dell'area politico-sociale dal punto di vista dei datori di lavoro</i>, in F. Faccioli, B. Mazza (a cura di), <i>Le professioni intellettuali nello spazio pubblico tra crisi, innovazione e nuove identità</i>, Maggioli, Rimini, 2017, pp- 115-178.</p>
2008-2010	CATTIVE NOTIZIE. Ricerca Nazionale su immigrazione e asilo nei media italiani	<p>Ente finanziatore: Ministero della solidarietà sociale</p> <p>Partner: Sapienza, Università di Roma, Alto Commissariato delle Nazioni Unite, FNSI, OdG e una rete di Università italiane</p> <p>PI: Mario Morcellini</p>	<p>P. Panarese, <i>Questioni di valore. Il giornalismo sull'immigrazione alla prova della deontologia</i>, in M. Binotto, M. Bruno, V. Lai (a cura di), <i>La gigantografia in nero. Ricerca su immigrazione, sicurezza e asilo nei media italiani</i>, 2012, Lulu Press, Raleigh (North Carolina), pp. 138-150. P. Panarese, <i>Errori di stampa. Le violazioni deontologiche nel giornalismo</i>, in M. Binotto, M. Bruno, V. Lai (a cura di), <i>Tracciare confini. L'immigrazione nei media italiani</i>, Franco Angeli, Milano, 2016, pp. 112-122</p>
2007-2013	INF@NZIA DIGI.TALES 3.6	<p>Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013</p> <p>Partner: Università di Trento, Università di Salerno, Università di Napoli Federico II, iCampus, Interactive Media, Engineering Ingegneria Informatica S.p.A. e Fastweb, Università di Trento, Università di Salerno, Università di Napoli Federico II, iCampus, Interactive Media, Engineering Ingegneria Informatica S.p.A. e Fastweb</p> <p>PI: Mario Morcellini</p>	<p>P. Panarese, <i>Generazioni (anche) online. Nativi digitali dalle esistenze multimediali</i>, in P. Aroldi (a cura di), <i>Media+Generations. Identità generazionali e processi di mediatizzazione</i>, Vita e pensiero, Milano, 2011, pp. 183-197</p>
2005-2008	STREETMONITOR. Osservatorio sul mediattivismo, sulle	<p>Ente finanziatore: Ministero dell'Istruzione e della Ricerca sociale</p> <p>Finanziamento: 31500 euro</p>	<p>Ciclo di seminari <i>Street readings</i></p>

	televisioni di quartiere e sulle nuove emittenti	Linea di ricerca: PRIN 2005 PI: Giovambattista Fatelli	
2002-2004	EQUAL. Etnequal social communication	Ente finanziatore: Fondo sociale Europeo EQUAL Partner: Sapienza, Università di Roma, Galgano International, Rai, Caritas, Amnesty International e Federazione Nazionale della Stampa Italiana (FNSI).	P. Panarese, <i>Il racconto dell'immigrazione. Cronaca di una male diffuso</i> , in <i>Problemi dell'Informazione</i> , n. 1, marzo 2005, pp. 48-54 Panarese, P. Dominici, <i>Notizie fuori luogo. Questioni di responsabilità</i> , in M. Binotto, V. Martino (a cura di), <i>Fuori luogo. L'immigrazione e i media italiani</i> , RAI ERI e Lucio Pellegrini editore, Roma, 2004, pp. 129-148.

VIc - Responsabilità scientifica di ricerche affidate da qualificate istituzioni pubbliche o private

Anno/i	Nome progetto	Ente finanziatore	Attività
2019	ATTITUDES AND BEHAVIOURS OF SUBSCRIBERS, NON-SUBSCRIBERS AND LAPSED SUBSCRIBERS TOWARDS THE PLAYSTATION PLUS SERVICE	Sony Computer Entertainment Italia	Progettazione e coordinamento scientifico della ricerca
2018-2019	FISH-MAN-PLACE	Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali	Coordinamento della ricerca (con Andrea Rocchi)
2015	PRATICHE DI CONSUMO, APPRENDIMENTO E SOCIALITÀ. Le figurine Panini come oggetti culturali per i bambini tra i 6 e gli 11 anni	Panini S.p.A.	Progettazione e coordinamento della ricerca (con Stefania Parisi)
2014-2015	PLAYSTATION PLUS. Esperienze d'uso	Sony Computer Entertainment Italia	Progettazione e coordinamento della ricerca
2013-2014	CORRIERE DELLO SPORT – STADIO. Percezioni e modalità di acquisto e consumo di lettori abituali e occasionali	Corriere dello Sport	Progettazione e coordinamento della ricerca
2013-2014	BE THE GAMER. I comportamenti di gioco degli hard gamers italiani	Sony Computer Entertainment Italia	Progettazione e coordinamento della ricerca

2011	IL DIRITTO D'AUTORE E LA SUA EVOLUZIONE. Percezione del copyright negli stili di vita degli studenti della Sapienza	Comitato Paritetico Crui-Siae-Aie-Autori Ed Editori	Progettazione e coordinamento della ricerca (con Giovanni Prattichizzo)
2008-2010	BUSINESS E GAMING. Marketing, fund raising e recruiting, in relazione al gaming e ai social media	Sony Computer Entertainment Italia	Progettazione e coordinamento della ricerca (con Francesca Comunello)
2007-2008	COMUNICARE A SCUOLA. Laboratori di ricerca e formazione cooperativa	IX Commissione Consiliare della Regione Lazio	Progettazione e coordinamento della ricerca (con Ida Cortoni)
2007-2008	TELEDUCHIAMOCI	Ministero della Pubblica Istruzione e Ufficio Scolastico Regionale della Regione Lazio	Progettazione e coordinamento della ricerca (con Ida Cortoni) e formazione di formatori sulla Media education

VId – Responsabilità scientifica di Osservatori o gruppi di ricerca permanenti

Anni	Osservatorio/unità di ricerca	Output principali
2016 - in corso	<p>Osservatorio Mediamonitor Minori, del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza, Università di Roma, sulle pratiche medial e culturali giovanili. Diretto con Ida Cortoni</p> <p>Dal 2007 al 2015 Coordinamento operativo</p>	<p>P. Panarese, V. Azzarita, M. Grasso (in uscita a dicembre 2023), <i>Narrazioni a reti unificate. La rappresentazione delle Social media challenge nei media informativi e su X (Twitter)</i>, <i>PROBLEMI DELL'INFORMAZIONE</i>, vol. 48, n. 3, pp. 425-448.</p> <p>P. Panarese (in uscita a fine novembre 2023), <i>Social media challenge. Processi, attori e rappresentazioni delle sfide virali negli ambienti digitali</i>, Franco Angeli, Milano.</p> <p>P. Panarese, V. Azzarita (2021), <i>The Impact of the Covid-19 Pandemic on Lifestyle: How Young people have Adapted Their Leisure and Routine during Lockdown in Italy</i>, <i>YOUNG</i>, vol. 29, n. 4, pp. 1-30.</p> <p>P. Panarese, V. Azzarita (2021), <i>Nuove pratiche, antichi divari? La partecipazione culturale online in Italia tra opportunità di coinvolgimento e rischi di esclusione</i>, <i>STUDI CULTURALI</i>, vol. 18, n. 3, pp. 369-392.</p> <p>P. Panarese (2020), I. Mingo, <i>Youth Risk-taking and Leisure: A Multifactorial Model in the Italian Context</i>, <i>YOUNG</i>, vol. 28, n. 5, pp. 1-21.</p> <p>P. Panarese, D. Germani (2020), <i>Fattori di rischio e manifestazioni di disagio tra hardcore gamer e casual gamer. Un contributo al dibattito sul rischio di dipendenza da videogiochi</i>, in S. Mauceri, L. Di Censi, <i>Adolescenti iperconnessi: un'indagine sui rischi di dipendenza da tecnologie e media digitali</i>, Armando editore, Roma, pp. 95-113.</p> <p>V. Giordano, P. Panarese, S. Parisi (eds.) (2017), <i>Rischio, trasgressione, avventura. Esperienza e percezione del limite tra gli adolescenti</i>, Franco Angeli, Milano.</p>

		<p>F. D'Ascenzo, M. Morcellini, P. Panarese (2016), A. Rocchi, <i>Giovani, Futuro, Lavoro</i>, Cacucci editore, Bari.</p> <p>P. Panarese (2013), <i>L'età dell'incertezza. Gli orizzonti aperti e i confini mobili della giovinezza come età sociale</i>, in Z. Formella, A. De Filippo, <i>La solitudine di Icaro. Il disagio dei giovani tra adolescenza ed età adulta</i>, Alpes Italia, Roma, pp. 3-17.</p> <p>V. Giordano, M. Farci, P. Panarese (eds.) (2012), <i>Oltre il senso del limite. Giovani e giochi pericolosi</i>, Franco Angeli, Milano.</p> <p>P. Panarese (2012), <i>Questioni capitali. I giovani tra protagonismo culturale e invisibilità sociale</i>, in <i>In.formazione. Semestrare di studi e ricerche</i>, n. 9, pp. 30-35.</p> <p>P. Panarese (2011), <i>Valori in corso. Luoghi non comuni sui giovani e la loro morale</i>, in <i>In.formazione. Semestrare di studi e ricerche</i>, n. 7, 2011, pp. 9-12.</p> <p>P. Panarese (2010), <i>Consumi in gioco. I comportamenti culturali di un network di videogiocatori</i>, in <i>In.formazione. Semestrare di studi e ricerche</i>, n. 6, pp. 47-51.</p> <p>P. Panarese (2009), <i>La pubblicità sui banchi di scuola. Proposte per un percorso laboratoriale di analisi tecnica e critica della comunicazione pubblicitaria</i>, in I. Cortoni (a cura di), <i>Una scuola che comunica. Vol. 1</i>, Erickson, Gardolo (TN), pp. 245-258.</p> <p>P. Panarese (ed.) (2009), <i>Una scuola che comunica. Vol. 2</i>, Erickson, Gardolo (TN)</p> <p>P. Panarese (2009), <i>Fansubbing. Fatti nuovi e valori antichi nella relazione tra bit generation e new media</i>, in <i>In.formazione. Semestrare di studi e ricerche</i>, n. 4, pp. 18-23.</p> <p>P. Panarese (2008), <i>Giovani immaginari. Valori e paure nello schermo dei media</i>, in <i>In.formazione. Semestrare di studi e ricerche</i>, n. 3, pp. 53-57.</p> <p>Morcellini, P. Panarese (2007), <i>Mediaevo o Rinascimento? Un'interpretazione del nodo giovani-consumi culturali</i>, in <i>Quaderni di Sociologia</i>, n. 44, pp. 9-29.</p> <p>P. Panarese, F. Evangelisti (2007), <i>Sapienza live. La creatività giovanile sul palcoscenico della contemporaneità</i>, in <i>In.formazione. Semestrare di studi e ricerche</i>, n. 2, pp. 87-88.</p> <p>P. Panarese (2007), <i>Avanguardie del loisir. Una lettura dei consumi culturali giovanili</i>, in <i>In.formazione. Semestrare di studi e ricerche</i>, n. 1, pp. 34-38.</p>
--	--	---

<p>2022 - in corso</p>	<p>Unità di ricerca GeMMa (Gender and Media Matters) del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza</p> <p>Dal 2010 componente del gruppo fondatore dell'Unità (inizialmente diretta da Milly Buonanno) e del Comitato Scientifico</p>	<p>P. Panarese (2023), <i>Sexualized Female confidence: A new gender display in over 50 years of Italian fashion advertisements</i>, in <i>Journal of Italian Cinema and Media Studies</i>, vol. 11, n. 2, pp. 255-276.</p> <p>F. Faccioli, P. Panarese (2022), <i>Genere e media. Temi, percorsi e prospettive</i>, <i>Sociologia della comunicazione</i>, vol. 63, n. 1, pp. 5-26.</p> <p>F. Faccioli, P. Panarese (2022), <i>Riflessioni su genere e media studies in Italia. Uno sguardo retrospettivo per guardare avanti. Intervista a Milly Buonanno</i>, <i>Sociologia della comunicazione</i>, vol. 63, n. 1, pp. 27-43.</p> <p>P. Panarese, C. Miraglia, M. Grasso (2021), <i>I delitti passionali del giornalismo italiano. L'ordine di genere nel trattamento giornalistico del femminicidio di Elisa Pomarelli</i>, <i>PROBLEMI DELL'INFORMAZIONE</i>, vol. 32, n. 3, pp. 413-437</p> <p>P. Panarese, S. Parisi, F. Comunello (2021), <i>Abitare gli spazi digitali. Prospettive di genere su immaginari, estetiche e pratiche culturali in rete</i>, <i>MEDIASCAPES JOURNAL</i>, vol. 18, n. 2, pp. 3-15.</p> <p>P. Panarese, C. Farina (2021), <i>Decostruzioni artistiche dell'eteronormatività. Riflessioni a partire da un'intervista a Charlie G Fennel sul rapporto tra arte, digitale e politica di genere</i>, <i>MEDIASCAPES JOURNAL</i>, vol. 18, n. 2, pp. 80-90.</p> <p>M. Buonanno, F. Faccioli, P. Panarese, F. Comunello, G. Ciofalo, S. Leonzi, M. Gavrilina, A.L. Natale, F. Ieracitano (2020), <i>Gender and media studies in Italy: The GEMMA research programme</i>, <i>JOURNAL OF ITALIAN CINEMA & MEDIA STUDIES</i>, vol. 8, n. 2, pp. 269, 288.</p> <p>P. Panarese (2020), <i>Inevitabili cliché? La presbiopia morale dei pubblicitari italiani nella produzione delle immagini di genere</i>, in M. Buonanno, F. Faccioli, <i>Genere e media. Non solo immagini</i>, Franco Angeli, Milano, pp. 69-92.</p> <p>P. Panarese (2019), <i>Specchi deformanti e illusioni ottiche. Immagini pubblicitarie di genere nella lettura dei professionisti del settore</i>, <i>HERMES</i>, vol. 15, 2019, p. 159-184.</p> <p>P. Panarese (2019), <i>Micromachoism and Gender Violence. An Investigation into Subtle Sexism in Italian and Spanish Journalism</i>, in J.C. Suárez Villegas, S. Marín Conejo, P. Panarese, <i>Comunicación, género y educación. Representaciones y (de)construcciones</i>, Dykinson, Madrid, pp. 548-553.</p> <p>P. Panarese, J.C. Suarez Villegas (2018), <i>La responsabilidad de los demás. La actitud moral de los publicistas italianos frente a los estereotipos de género</i>, in A.V., <i>Comunicación y música: mensajes, manifestaciones y negocios</i>, pp. 1832-1860.</p> <p>P. Panarese (2017), <i>Slow Motion. Images of Women in Vogue Italia's Fashion Advertisements over the Last Fifty Years</i>, in G. Motta, A. Biagini, <i>Fashion through History. Costumes, Symbols,</i></p>
------------------------	--	---

		<p><i>Communication</i> vol. 1, Cambridge Scholars Publishing, Newcastle Upon Tyne, pp. 496-507.</p> <p>P. Panarese, C. Landi (2017), <i>Gender continuum in Italian advertising: The representation of the LGBT identities according to the professionals</i>, in G. Rata, M. Ali Icbay, H. Arslan (eds.), <i>Recent Developments in Sociology and Social Work</i>, E-BWN, pp. 99-108.</p> <p>P. Panarese (2017), <i>An Apparent Freedom. Micromachismo in the Resexualization of Female Bodies in Italian Fashion Advertising</i>, in P. Panarese, L.A. Rico Guadarrama, J. Vilchis Valero, J.C. Villegas Suarez (eds.), <i>La desigualdad de género invisibilizada en la comunicación</i>, Dickinson, Madrid, pp. 797-808.</p> <p>P. Panarese (2016), <i>Moral Presbyopia. Italian advertising practitioners' conceptualisation of gender representation</i>, in Luis Guadarrama Rico (ed.), <i>Controversial Matters on Media Ethics</i>, Dickinson, Madrid, pp. 27-55</p> <p>P. Panarese (2015), <i>Selling Gender. The Representation of Boys and Girls in the Italian Toy Commercials</i>, in <i>Italian Journal of Sociology of Education</i>, vol. 7, pp. 335-361.</p> <p>P. Panarese (2014), <i>Old-fashioned Women. The Representation of Female Image in the Italian Television Advertising</i>, in <i>Proceedings of II international Conference Gender and Communication</i>, Dickinson, Madrid, pp. 101-115.</p> <p>P. Panarese, <i>Eccezioni alla regola. Trend vecchi e nuovi nell'iconografia pubblicitaria dei generi</i>, in M. Buonanno (ed.), <i>Il prisma dei generi. Immagini di donne in televisione</i>, Franco Angeli, Milano, 2014.</p>
--	--	---

VIe – Partecipazione a Comitati Scientifici di Osservatori di ricerca

Anni Ruolo

2023 - in corso	Componente del Comitato scientifico dell'Osservatorio GEMINI-Gender Equality & Diversity nei Media Audiovisivi, della LINK Campus University, istituito nell'ambito delle attività del progetto di ricerca internazionale GEMINI-Gender Equality Through Media Investigation and New Training Insights, e diretto da Valentina Re.
2023 - in corso	Componente del Comitato scientifico-professionale dell'Osservatorio nazionale STEP. Ricerca e Informazione sulla violenza contro le donne, diretto da Flaminia Saccà e nato dalla convenzione tra il Dipartimento di Psicologia dei processi di sviluppo e socializzazione della Sapienza, Università di Roma, e i Comitati Pari Opportunità della Federazione Nazionale della Stampa, dell'Usigrai, l'Ordine gei giornalisti, GIULIA giornaliste e Università della Tuscia. Referente per la linea di ricerca su violenza di genere e comunicazione di marca.

VIf – Altre attività di ricerca

Partecipazione a team di ricerca del Dipartimento di Sociologia e Comunicazione della Sapienza, Università di Roma.

Anni	Ricerca
2020-in corso	<i>La mediatizzazione della fruizione culturale. Implicazioni su socialità pubblica, inclusione sociale, offerta culturale</i> (Coordinamento: Francesco D'Amato – bando competitivo di Ateneo)
2018-2020	<i>Technology Addiction. Nuove forme di dipendenza digitale in età adolescenziale</i> (Coordinamento: Sergio Mauceri - bando competitivo di Ateneo).
2015-2016	<i>Gender and Media Matter. Rappresentazione e ricezione delle identità di genere nel media system</i> (Coordinamento: Silvia Leonzi - bando competitivo di Ateneo).
2013-2014	<i>Oltre il senso del limite. I divertimenti estremi e il piacere del rischio tra gli adolescenti</i> (Coordinamento: Valeria Giordano – bando competitivo di Ateneo).
2012-2013	<i>Giovani: percorsi biografici e politiche territoriali</i> (Coordinamento: Antonietta Censi – bando competitivo di Ateneo).
2011-2012	<i>I percorsi del giovane Werther. Uno studio sul suicidio in adolescenza</i> , ricerca per il Consiglio Regionale del Lazio
2010-2011	<i>Generation gap. I divari sociali e tecnologici tra nativi e migranti digitali</i> (Coordinamento: Ida Cortoni – bando competitivo di Ateneo).
2009-2011	<i>La Sapienza di comunicare. Knowledge management e produzione culturale nell'università</i> (Coordinamento: Mihaela Gavrilă – bando competitivo di Ateneo)
2009-2010	<i>Progetto di sistemazione dell'Area Archeologica Centrale di Roma</i> (Coordinamento: Raffaele Panella – bando competitivo di Ateneo Federato)
2008-2009	<i>Comland: un network per la comunicazione multimediale</i> (Coordinamento: Silvia Leonzi – bando competitivo di Ateneo)
2008-2009	<i>La casa di Circe. Analisi dei consumi e degli stili di vita dei giovani correlati con le dipendenze patologiche nei luoghi di aggregazione giovanile della Regione Lazio</i> . Ricerca per la Regione Lazio.
2008-2009	<i>Loisir. Ricerca sulle attività del tempo libero degli italiani</i>
2008-2009	<i>Pensare l'Università. Ricerca-intervento su riforma, didattica e innovazione</i> (Coordinamento: Mario Morcellini – bando competitivo di Ateneo Federato)
2007-2008	<i>L'Università fra crisi e futuro. Il ruolo dei media e della politica di fronte all'Alta Formazione e all'Università</i>
2007-2008	<i>Norme sull'Università nella XIV Legislatura</i> ricerca per il MiUR (Coordinamento: Mario Morcellini)
2006-2007	<i>La radio che non immagini, ricerca per la RAI sulla percezione di RADIO RAI 3</i> (Coordinamento: Geraldina Roberti)
2005-2007	<i>Viaggio nella memoria</i> (Coordinamento: Silvia Leonzi – bando competitivo di Ateneo)
2005-2006	<i>Children, Media, War, ricerca sulla percezione infantile del conflitto in Iraq</i>
2004-2007	<i>Terza.com, Osservatorio sulla comunicazione sociale e l'editoria del Terzo Settore</i>
2004-2007	<i>Unimed. Osservatorio sulla Media education</i>
2003-2004	<i>Etica e comunicazione ricerca-intervento</i> , commissionata dal CEEM, Centro Europeo di Etica dei Media
2003-2004	<i>Nonsolomedia. Luoghi e percorsi del tempo libero</i> , per l'Assessorato alla Pianificazione Scolastica della Provincia di Roma
2003-2004	<i>Progetto speciale di ricerca per la tutela dei minori</i> , per l'AGCOM

VIg - Formale attribuzione di incarichi di insegnamento o di ricerca (*fellowship*) presso qualificati atenei e istituti di ricerca esteri o sovranazionali

Data/e	Istituzione	Attività	Output
18 giugno 2021- 19 luglio 2021	Università di Siviglia	Fellowship per la ricerca I DISPOSITIVI NARRATIVI DEL FEMMINICIDIO NELLA STAMPA ITALIANA E SPAGNOLA. Linea di finanziamento: bando competitivo VI plan proprio de INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA 2021 Finanziamento: 6000 euro	P. Panarese, C. Miraglia, M. Grasso (2021), <i>I delitti passionali del giornalismo italiano. L'ordine di genere nel trattamento giornalistico del femminicidio di Elisa Pomarelli,</i> PROBLEMI DELL'INFORMAZIONE, vol. 32, n.3, pp. 413-437. J.C. Suárez Villegas, N. Martínez Pérez, P. Panarese (2021), <i>Cartografía de los micromachismos: dinámicas y violencia simbólica,</i> Dykinson, Madrid P. Panarese, J.C. Suárez Villegas (2022), <i>Tra le righe. Una riflessione sulla rappresentazione giornalistica italiana del femminicidio</i> , in D. Ricci, V. Castagna, F. M. da Silva, <i>Estudos de Género em contexto italiano e de língua portuguesa/ Studi di Genere in contesto italiano e di lingua portoghese (des)construir o género/ (de)construire il genere</i> , Todas as Musas, San Paolo, pp. 198-204.

VIIa – Principali convegni internazionali: organizzazione e partecipazione

Convegno/conferenza	Luogo	Data	Attività
IAFFE International Conference 2024 <i>Caught between the Digital Revolution and a Crisis of Democracy. Feminist Economics Responses and Imaginations for the Future</i>	Sapienza, Università di Roma	3-5 luglio 2024	Organizzazione del convegno in collaborazione con IAFFE (International Association for Feminist Economics)
4S - Society for Social Studies of Science International Conference 2023. <i>Caught between the Digital Revolution and a Crisis of Democracy. Feminist Economics Responses and Imaginations for the Future</i>	Honolulu	8-11 novembre 2023	Relazione in remoto con Mariacristina Sciannamblo, Francesca Belotti e Stefania Parisi, dal titolo <i>Rethinking digitally mediated feminism beyond postfeminist ideologies insights from Italian feminist activists</i> (CFP, non- presenting author)

IX International Conference on Gender and Communication GENDERCOM	Università di Cádiz	30-31 ottobre 2023	<p>Organizzazione, co-direzione con Juan Carlos Suarez Villegas (Università di Siviglia), Antonia Viñez Sánchez e Juan Sáez Durán (Università di Cádiz).</p> <p>Relazione, con Maddalena Carbonari e Cosimo Miraglia, dal titolo <i>Gender Roles and Aesthetics in Male, Female, and Gender Fluid Virtual Influencers on Instagram: A Content Analysis</i></p> <p>Relazione, con Marta Grasso, dal titolo <i>Unfair Algorithms. Mapping The Current Research Landscape on Gender Biases in Algorithmic Systems</i></p>
ISPA 2023. XIII <i>International Symposium on Image and Signal Processing and Analysis</i>	Roma	18-19 settembre 2023	<p>Relazione, con Stefania Colonnese e Andrea Baiocchi, con un intervento dal titolo <i>The EXTended Reality Quality Riddle: a Technological and Sociological Survey</i> (CFP, non-presenting author)</p>
VXXIII Annual ICA Conference	Toronto	25-29 maggio 2023	<p>Relazione, con Francesca Comunello, Francesca Belotti, Simone Mulargia e Mireia Fernández-Ardèvol, dal titolo <i>When Awareness is not Enough (to Break Stereotypes): Intersections Between ICTs-related Sexism and Ageism in Italy</i> (CFP, non-presenting author)</p>
ESA RN05 Mini Mid-Term Meeting <i>The Sociology of Consumption: Bonding beyond boundaries</i>	Università di Bologna	28 agosto 2023	<p>Relazione, con Vittoria Azzarita, dal titolo <i>Comprendere il comportamento dei visitatori nei musei attraverso sistemi di monitoraggio WI-Fi e LTE. Un approccio multidisciplinare all'audience engagement e development</i></p>

			(CFP, non-presenting author)
VIII International Conference on Gender and Communication GENDERCOM	Università degli studi della Toscana	11-14 ottobre 2022	Organizzazione, co-direzione con Juan Carlos Suarez Villegas (Università di Siviglia), e Sonia Maria Melchiorre (Università della Toscana). Moderazione di un panel e relazione, con Stamatia Portanova, dal titolo <i>Virtual influencer in una prospettiva di genere. Il caso di Lil Miquela tra social fiction e cyberspace</i>
Convegno di chiusura del progetto Europeo <i>On the Steps of Aeneas: a Common Cultural Heritage between Italy and Turkey</i>	Edremit	29 giugno 2022	Relazione, con Vittoria Azzarita, dal titolo <i>A.R.I.S.T.E Aeneas Route Information System for Tourism and Education</i>
Convegno internazionale <i>Media and Gender: History, Representation, Reception</i>	Università degli studi della Repubblica di San Marino	11 maggio 2022	Relazione, con Maddalena Carbonari, dal titolo <i>Instagram e il sex appeal dell'inorganico. Estetiche di genere nei ritratti online dei computer base influencer</i> (CFP, non-presenting author)
III International Conference <i>Italian cinema and media: Past and present, continuity and change, expectations for the future</i>	American University of Rome	16-18 giugno 2022	Relazione dal titolo <i>Good Giants, Raptus and Unrequited Love. The Journalistic Narration of Elisa Pomarelli's Femicide in the Italian Press</i> (CFP)
I Congreso Internacional de Investigación y Transferencia en comunicación INTRACOM	Università de La Laguna, Tenerife	7-10 dicembre 2021	Organizzazione del convegno e membro del comitato scientifico
International Conference <i>Gender and Media Matters. Widening the Horizons of the Field of Study</i>	Sapienza, Università di Roma	15-16 ottobre 2021	Progettazione, organizzazione e direzione del convegno. Apertura dell'evento e chiusura con un intervento dal titolo <i>Sexualized Confidence. A new Gender Display in over Fifty Years of Female Images</i>

			<i>in Italian Fashion Advertisements</i>
ESA Conference 2021 <i>Sociological Knowledges for alternative futures</i>	Barcellona	2 settembre 2021	Relazione con Vittoria Azzarita (in remoto) dal titolo <i>Cultural Consumption in the Covid-19 Era. Understanding the Impact of the Crisis on Cultural Participation and Engagement in Italy</i> (CFP)
IAMCR 2021, <i>Rethinking borders and boundaries. Beyond the global/local dichotomy in communication studies</i>	Nairobi	11-15 luglio 2021	Relazione (in remoto), con Francesca Belotti, Simone Mulargia, Francesca Comunello e Mireia Fernández-Ardèvol, dal titolo <i>How (not) To Give into Stereotypes. Intersections between ICTS-related Sexism and Ageism in Italy</i> (CFP - non-presenting author)
I International Conference <i>La Sociedad Post-Covid</i>	Università di Siviglia	7-8 luglio 2021	Relazione dal titolo <i>#Iorestoacasa. Changes in Lifestyles and Family Relationship during the First Lockdown in Italy</i> (invito)
Convegno intermedio del progetto Europeo <i>On the Steps of Aeneas: a Common Cultural Heritage between Italy and Turkey</i>	Sapienza, Università di Roma e Parco del Colosseo	25-26 gennaio 2021	Organizzazione, co-direzione (con Giovanni Cafiero) e relazione dal titolo <i>Patrimonio culturale e tecnologie digitali tra innovazione, ricerca e pratiche di valorizzazione</i>
ESA Midterm conference <i>Sociology of Consumption</i>	Oslo University	28-29 agosto 2020	Relazione, con Vittoria Azzarita, (in remoto) dal titolo <i>Traditional Disparities in Digital Cultural Consumption. Online Cultural Participation in Italy across Generations</i> (CFP)
II International Conference on Human-Computer Interaction HCI 2020	Copenhagen	19-24 July 2020	Relazione (in remoto) dal titolo <i>Online Cultural Participation in Italy. The Role of Digital Media across Generations</i> (CFP)

V Congreso Internacional Micromachismo en la Educación y la Comunicación	Università di Siviglia	1-2 ottobre 2020	Progettazione, organizzazione e co-direzione, con Juan Carlos Suarez Villegas (Università di Siviglia). Relazione con Cosimo Miraglia e Marta Grasso, dal titolo <i>Against the "Good Giant". The (Micro)machist Journalistic Narration of Elisa Pomarelli's Femicide</i> (CFP)
XI Congreso Internacional de Comunicación Social LATINA <i>Las nuevas narrativas, en el entorno Social</i>	Tenerife	2-5 dicembre 2019	Relazione, con Juan Carlos Suárez Villègas, dal titolo <i>El Discurso de Género en los Políticos/as Españoles y Italianos/as en Twitter En la Campaña Electoral a las Elecciones Europeas. Un Análisis Comparativo</i> (CFP)
ECREA Conference <i>Media, Gender and Sexuality in Contemporary Europe. Resistances and Redefinitions through Performances, Production and Consumption</i>	Università di Padova	15-16 novembre 2019	Relazione dal titolo <i>Deforming Mirrors and Optical Illusions. Production of Gender Images in Italian Advertising</i> (CFP)
Conferenza internazionale <i>El Tiempo en Nuestro Tiempo</i>	Università di Siviglia	3 maggio 2019	Relazione dal titolo <i>The Time of Uncertainty. Open Horizons and Mobile Boundaries of Youth as a Social Age Range</i> (invito).
V Congreso Internacional de Ética de la Comunicación	Università di Siviglia	28-29 marzo 2019	Relazione dal titolo <i>Un estudio comparado sobre el tratamiento informativo de la violencia de género entre España e Italia</i> (invito).
IV Congreso Internacional Micromachismo en la Educación y la Comunicación	Università di Siviglia	10-11 ottobre 2019	Organizzazione e co-direzione del convegno con Juan Carlos Suárez Villègas (Università di Siviglia) e relazione con Cosimo Miraglia, dal titolo <i>Le dimensioni del discorso politico sul genere. Un'analisi dei tweet dei leader di partiti e movimenti italiani</i>

			<i>e spagnoli nella campagna elettorale per le Europee 2019</i>
X Congreso Internacional Comunicación Social LATINA <i>Las nuevas narrativas, en el entorno Social</i>	Tenerife	3-7 dicembre 2018	Relazione, con Juan Carlos Suárez Villègas, dal titolo <i>Someone Else Responsibility. The Point of View of Italian Advertising Practitioners about the Production of Gender Portrayals</i> (CFP).
V Congresso Internacional em Estudos de Género no Contexto Italiano e em Língua Portuguesa	Università di Lisbona	7-9 novembre 2018	Relazione dal titolo <i>Il micromachismo nel giornalismo italiano. Analisi del sessismo sottile nell'informazione, per la prevenzione della violenza di genere</i> (CFP)
Convegno internazionale <i>The Power of Fashion, Cultural History, Communication</i>	Sapienza, Università di Roma	22-23 maggio 2018	Relazione, con Stefania Parisi, dal titolo <i>La costruzione sociale della Parigina. storia, stile e icone di moda dall'Esposizione Universale del 1900 ad oggi</i> (invito)
III Congreso Internacional Micromachismo en la Educación y la Comunicación	Università di Siviglia	11-12 ottobre 2018	Progettazione, organizzazione e co-direzione, con Juan Carlos Suárez Villègas (Università di Siviglia) e relazione di chiusura dell'evento con un intervento dal titolo <i>Micromachismo and Gender Violence. A Research on Subtle Sexism in Italian and Spanish Journalism</i>
International Conference about New Narratives. <i>Between Information and Fiction: from Deregulation to Transmedia Integration</i>	Università Autonoma di Barcellona	3-5 luglio 2017	Relazione, con Juan Carlos Suárez Villègas, dal titolo <i>Docu-publicidad. La nueva narrativa publicitaria en la comunicación de marcas</i> (CFP, non-presenting author)
International Conference <i>Innovations and tensions. Italian cinema and media in a global world</i>	American University of Rome	9-10 giugno 2017	Intervento, con Stefania Parisi, dal titolo <i>Fertility Day, Fertility Fake. Studio su una campagna</i>

			<i>istituzionale e la sua contro-campagna creativa (CFP)</i>
IV International Conference on Gender and Communication GENDERCOM	Università di Siviglia	7-9 marzo 2017	Progettazione, organizzazione e co-direzione, con Luis Alfonso Guadarrama Rico (Università Autonoma dello Stato del Messico), Rosario Lacalle Zalduendo (Università Autonoma di Barcellona) e Juan Carlos Suárez Villégas (Università di Siviglia)
II Congreso Internacional Micromachismo en la Educación y la Comunicación	Università di Siviglia	30-31 ottobre 2017	Progettazione, organizzazione e co-direzione e relazione dal titolo <i>Machismo e micromachismo. Sessismo benevolo e maschilismo sottile nella produzione della pubblicità italiana</i>
XI European Conference on Social and Behavioral Sciences	Sapienza, Università di Roma	1-4 settembre 2016	Relazione, con Chiara Landi, dal titolo <i>Gender Continuum in Italian Advertising. The Representation of LGBT Identities according to the Professionals (CFP)</i> .
I Congreso Internacional Micromachismo en la Educación y la Comunicación	Università di Siviglia	27-28 ottobre 2016	Progettazione, organizzazione e co-direzione, con Juan Carlos Suarez Villegas (Università di Siviglia) e relazione dal titolo <i>An Apparent Freedom. Micromachoism in the Resexualization of Female Bodies in Italian Fashion Advertising</i>
III International Conference on Gender and Communication GENDERCOM	Università di Siviglia	7-8 aprile 2016	Relazione dal titolo <i>Inevitable Cliché. Production Processes of Gender Images in the Italian Advertising (invito)</i>
International Conference Fashion Through History. Costumes,	Sapienza, Università di Roma	20-21 maggio 2015	Relazione dal titolo <i>Slow Motion. Images of Women in Vogue's Fashion</i>

Symbols, Communication			<i>Advertisements over the last 50 Years</i> (CFP)
II International Conference on Gender and Communication GENDERCOM	Università di Siviglia	2-4 aprile 2014	Relazione dal titolo <i>Old-fashion Women. The Representation of Female Image in the Italian Television Advertising</i> (CFP)
III European Conference on Social and Behavioral Sciences	Sapienza, Università di Roma	6-8 febbraio 2014	Progettazione, organizzazione e chairperson (con Ida Cortoni e Nicoletta Stame) del panel <i>Youth and Digital Media. Skills and Processes of Digital Education</i> (CFP)
International Conference USE IT	John Cabot University	16 settembre 2011	Relazione dal titolo <i>Zoom on Knowledge, Perceptions and Practices related to Copyright. A Multivariate Analysis</i> (CFP)
Convegno internazionale <i>Media+Generations. Identità generazionali e processi di mediazione</i>	Università Cattolica di Milano	11-12 settembre 2009	Relazione dal titolo (<i>Also</i>) <i>Online Generations. Digital Natives or Multimedial Young People?</i> (CFP)
V World Media Summit for Children	Johannesburg	24-28 marzo 2007	Relazione, con Ida Cortoni ed Emanuela Tumolo, dal titolo <i>Mediamonitor Minori Observatory</i> (CFP)

VIIb – Principali convegni nazionali: organizzazione e partecipazione

V Convegno della Società Scientifica Italiana di Sociologia, Cultura, Comunicazione <i>Mondi possibili. Tra crisi, conflitti e pratiche creative</i>	Università degli studi di Bari Aldo Moro	22-23 giugno 2023	Relazione, con Francesca Belotti, Simone Mulargia, Francesca Comunello e Mireia Fernández-Ardèvol, dal titolo <i>Come nascono gli stereotipi di genere ed età legati all'uso delle tecnologie digitali? Un viaggio esplorativo nelle convinzioni degli/ delle italiani/e</i> (CFP)
IV Convegno della Società Scientifica Italiana di Sociologia, Cultura, Comunicazione	Università Federico II Napoli	23/24 giugno 2022	Relazione, con Carlotta Antonelli, dal titolo <i>Disinformazione e social media challenge. Contenuti e prassi</i>

SISCC <i>Qualcosa è cambiato? La trasformazione dei saperi</i>			<i>diffusive di Blue Whale, Momo Game e Jonathan Galindo Challenge</i> (CFP, non-presenting author)
Convegno <i>Il PNRR e la valorizzazione dei territori tra pubblico e privato. Tecnologie, progettazione, sostenibilità, partenariati</i>	Sapienza, Università di Roma	1° marzo 2022	Relazione dal titolo <i>L'esperienza del ConLab e le nuove comunità di progetto</i> (invito)
III Convegno della Società Scientifica Italiana di Sociologia, Cultura, Comunicazione SISCC <i>Le reti dei valori. I valori delle reti</i>	In remoto	24-25 giugno 2021	Relazione dal titolo <i>L'estetica della differenza nei ritratti delle virtual influencer. Uno studio sulle rappresentazioni di genere delle modelle digitali su Instagram</i> (CFP)
III Convegno della Società Scientifica Italiana di Sociologia, Cultura, Comunicazione SISCC <i>Le reti dei valori. I valori delle reti</i>	In remoto	24-25 giugno 2021	Relazione, con Vittoria Azzarita, dal titolo <i>Buone, brutte o cattive? Le social media challenge tra rappresentazione giornalistica e pratiche di socialità online</i> (CFP)
AIS (Sezione PIC) <i>Incontro seminariale Lockout/Look Out</i>	Università di Ferrara, Università Enna Kore (in remoto)	20-21 maggio 2021	Relazione, con Vittoria Azzarita, dal titolo <i>Più digitali, più coinvolgenti? L'evoluzione degli eventi culturali in tempo di pandemia, tra piattaforme e sfide connesse all'inclusione</i> (CFP - non-presenting author).
I Convegno della Società Scientifica Italiana di Sociologia, Cultura, Comunicazione SISCC <i>Screen cultures. Cinque parole chiave per la ricerca del XXI secolo. Immaginari, narrazioni, media industries, audience practices, tecnologie</i>	Sapienza, Università di Roma	21-22 febbraio 2019	Relazione dal titolo <i>Specchi deformanti e illusioni ottiche. Le routine produttive delle immagini di genere nella pubblicità italiana</i> (CFP)
Winter School <i>Rete e Capitale Sociale</i>	Università di Salerno	3-5 dicembre 2013	Intervento, con Simone Mulargia, dal titolo <i>Over the game. Il valore delle relazioni sociali tra i videogiocatori hard</i> (CFP)
Convegno <i>Per una sociologia pubblica. La traccia di Antonio De Lillo nella ricerca sui giovani</i>	Sapienza, Università di Roma	19 aprile 2013	Progettazione e organizzazione (come membro del comitato scientifico e organizzativo) del convegno
VII Incontro Nazionale degli studenti e dei docenti di Scienze della comunicazione. <i>Fare rete nella comunicazione.</i>	Università di Bologna	21 ottobre 2010	Relazione con Francesca Comunello, dal titolo <i>Business e Gaming. Gioco e social network nella rete d'impresa</i> (invito)

<i>Università, istituzioni, imprese in tempi di crisi</i>			
Convegno nazionale ANS <i>Giovani, Media, Società. Come saremo domani</i>	Sapienza, Università di Roma	21 maggio 2010	Relazione dal titolo <i>Linguaggi e piattaforme della nuova pubblicità</i> (invito).
Convegno nazionale AIS (sezione PIC) <i>Reti socievoli. fare ricerca nel/ sul web sociale</i>	Università degli studi di Urbino	20 novembre 2009	Relazione dal titolo <i>Gioco e reti sociali al servizio dell'impresa. L'esperienza di consumo degli utenti del Playstation Network</i> (CFP).
Convegno nazionale AIS (sezione PIC) <i>Culture giovanili e mondi digitali: ripensare il rapporto media-minori</i>	Sapienza, Università di Roma	1° luglio 2008	Relazione dal titolo <i>Pre-visioni di comunicazione, giovani e consumi culturali</i> (invito).

VIII. Terza missione

Partecipazione alle seguenti occasioni di trasferimento scientifico e culturale al di fuori del contesto accademico:

Evento <i>Pari opportunità o opportunità tra pari?</i> nell'Aula Magna del Rettorato di Sapienza, Università di Roma, l'8 marzo 2023. Intervento dal titolo <i>La donna nella comunicazione mediatica: strumenti contro le discriminazioni</i> .
Progetto Celo <i>Misoginia, stereotipi, parità di genere</i> , presso l'Università degli studi della Tuscia, l'11 novembre 2022. Intervento nella tavola rotonda di chiusura per docenti e studenti universitari e delle scuole superiori.
XXIV edizione della Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico a Paestum, il 28 ottobre, 2022. Intervento in un seminario, con Vittoria Azzarita, dal titolo <i>Modelli e processi per il rapporto pubblico-privato nel patrimonio culturale</i> .
Progettazione e realizzazione di iniziative formative e di orientamento, per studenti, start up, imprese e cittadinanza, nell'ambito delle attività del laboratorio di valorizzazione del patrimonio culturale del CONLAB CELIO.
Rassegna <i>Roma Racconta</i> presso il Museo di Roma in Trastevere, il 4 novembre 2021. Lezione dal titolo <i>Ciao Femmina. Corpi, sguardi e ruoli delle donne nelle immagini di moda e pubblicità</i> .
III Convegno Internazionale della Casa Editrice Erickson <i>Supererori fragili. Adolescenti oggi tra disagi e opportunità</i> , a Rimini, il 10-11 maggio 2019. Chair person e intervento di apertura dal titolo <i>Sensation seeking, trasgressione e avventura: che cosa rappresenta l'attrazione per il rischio degli adolescenti?</i>
Settimana della Sociologia, alla Sapienza, Università di Roma, il 15 ottobre 2019. Organizzazione, chairperson e apertura, con Ida Cortoni, del panel <i>Usi e abusi del digitale tra i giovani. Esperienze, prospettive e interventi educativi</i>
Social Media Week, a Roma il 22 settembre 2014. Intervento in una tavola rotonda dal titolo <i>Osservatorio Social Radio</i>
LUISS, 17 aprile, 21 maggio e 19 novembre 2012. Chairperson nel seminario Marketing Talk Show.
Convegno di Assoutenti <i>Lealtà verso i consumatori per la pubblicità di domani</i> a Roma il 29 febbraio 2012. Intervento dal titolo <i>Iperboli, insidie e illusioni in pubblicità</i> .

Presentazione della ricerca <i>La donna usata in pubblicità</i> per AIART Associazione Spettatori a Roma il 25 maggio 2012. Intervento dal titolo <i>Risultati della ricerca "La donna usata dalla pubblicità"</i>
Top Management Forum a Milano il 31 novembre 2011. Intervento dal titolo <i>L'età dell'incertezza. La comunicazione di marketing nell'epoca post spot</i>
Evento <i>On the Move 2013. Pubblicità Progresso e la comunicazione sociale</i> , alla Sapienza, Università di Roma il 10 aprile 2013. Intervento di chiusura.
Convegno <i>I percorsi del giovane Werther: quando una vita deraglia. Rappresentazioni culturali e simboliche del suicidio in adolescenza</i> per l'Associazione La Maieutica, presso la Sapienza, Università di Roma, il 10 marzo 2011. Intervento dal titolo <i>I numeri del suicidio, tra misura e zone d'ombra.</i>
10 ore su <i>Strategie di pubblicità e comunicazione integrata</i> per il corso di formazione del Comune di Narni <i>I giovani sono il presente</i> nel 2010.
Seminario <i>Media education: essere giovani nell'era digitale</i> del CORECOM Umbria a Perugia, il 2 dicembre 2010. Intervento dal titolo <i>Luoghi non comuni su giovani, media e comportamenti culturali.</i>
Convegno <i>M'imprendo</i> , a Roma il 31 marzo 2009. Intervento dal titolo <i>Sottrarre i giovani all'invisibilità. Esperienze di cambiamento nei consumi di media e tecnologie.</i>
Conferenza presso il Campidoglio <i>Roma in un'immagine</i> , il 7 luglio 2009. Intervento dal titolo <i>Di-segnare la città. Una prima analisi comparativa di alcuni city brand internazionali.</i>
Comune di Napoli, Seminario <i>Liberi tra due mondi</i> , 5 novembre 2008. Intervento dal titolo <i>Fuori luogo. L'immigrazione e i media italiani.</i>
Regione Lazio, Convegno <i>Alcol, droga e nuovi consumi del mondo giovanile</i> , a Roma, il 24 settembre 2009. Intervento dal titolo <i>La casa di Circe. Alcol, droghe e consumi nei risultati di una ricerca nella Regione Lazio.</i>
Regione Lazio, Convegno <i>Angeli con la faccia sporca. Gli adolescenti tra mitologia e condanna</i> , a Roma il 21 novembre 2007. Intervento dal titolo <i>Un altro punto di vista. Giovani e consumi culturali.</i>
<i>Media e minori, usi e abusi.</i> 8 ore di formazione nel Corso di aggiornamento per pediatri e specializzandi in Pediatria Pediatra advocate del bambino, presso l'Università degli studi di Torino nel 2006.
Winter school <i>Medi@tando</i> del Centro Zaffiria per l'educazione ai media a Bellaria (RN), il 1° dicembre 2006. Intervento dal titolo <i>Al passo con la socializzazione. Laboratorio di ricerca e sperimentazione.</i>
OIRD, Convegno <i>Tutela e diritti del fanciullo: aspetti giuridici, sociali e psicologici dell'infanzia</i> , a Roma, il 19 maggio 2005. Intervento dal titolo <i>I minori, un pubblico speciale.</i>

IX. Attività gestionali e partecipazione a organi collegiali elettivi

Anni	Ruolo
30 novembre 2022-in corso	Presidente del corso di laurea magistrale in Gender Studies, Culture e politiche per i media e la comunicazione di Sapienza, Università di Roma (D.R 3463/2022)
1° novembre 2020-in corso	Componente eletta della Giunta del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, di Sapienza, Università di Roma, come rappresentante dei professori e delle professoressa associati/e

1° novembre 2020- in corso	Componente eletta della Giunta della Facoltà di Scienze politiche, Sociologia, Comunicazione, di Sapienza, Università di Roma, come rappresentante dei professori e delle professoresse associati/e
13 giugno 2013-30 ottobre 2015	Componente eletta del Senato Accademico di Sapienza, Università di Roma, come rappresentante dei ricercatori e delle ricercatrici della Macroarea F (Facoltà di Economia, Giurisprudenza, Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione)
2008-in corso	Membro di diverse commissioni di gestione del corso di laurea magistrale di Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa prima (Responsabile qualità, Commissione verifica requisiti, Commissione Orientamento e tutorato, Commissione didattica) e il corso di laurea Magistrale in Gender Studies, Culture e politiche per i media e la comunicazione poi (Commissione verifica requisiti, Responsabile qualità, Commissione Orientamento e tutorato, Commissione passaggi e abbreviazioni di percorso) del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale di Sapienza, Università di Roma.
2018-2022	Membro di diverse commissioni di gestione del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (Commissione Orientamento, Commissione Ricerca, Commissione Internazionalizzazione) di Sapienza, Università di Roma.

X. Partecipazione a collegi di Dottorato

Data/e

Attività

2019-in corso	Partecipazione al Collegio Docenti del Dottorato in COMUNICAZIONE, RCERCA SOCIALE e MARKETING di Sapienza, Università di Roma (Cicli XXXV, XXXVI, XXXVII, XXXVIII, XXXIX)
2018-2022	Supervisione delle tesi di Dottorato internazionale di: Agustín Amate Bonachera, dell'Università Autonoma di Barcellona (titolo: <i>El ojo ilustrado. La geometría secreta en la fotografía, la publicidad y la comunicación audiovisual</i>) Raquel Martín Lopez, dell'Università Ceu Cardenal Herrera di Valencia (titolo: <i>Comunicación de la preocupación ambiental de las principales empresas de fast fashion españolas e italianas</i>) Miriam Suárez Romero, dell'Università di Siviglia (titolo: <i>Representación mediática del liderazgo político femenino. Estudio de caso de Angela Merkel durante la crisis económica en España</i>).
2016-2018	Partecipazione al Collegio Docenti del Dottorato in COMUNICAZIONE, RCERCA SOCIALE e MARKETING di Sapienza, Università di Roma (Cicli XXXII, XXXIII)
2013-2016	Partecipazione al Collegio Docenti del Dottorato in COMUNICAZIONE, RCERCA, INNOVAZIONE di Sapienza, Università di Roma (Cicli XXIX, XXX e XXXI)
2012-2013	Partecipazione al Collegio Docenti del Dottorato in COMUNICAZIONE, TECNOLOGIA, SOCIETÀ di Sapienza, Università di Roma (Ciclo XXVIII)
2007-2012	Partecipazione al Collegio Docenti del Dottorato in Scienze della Comunicazione di Sapienza, Università di Roma (Cicli XXIII, XXIV, XXV, XXVI, XXVII)
2007-oggi	Supervisione di tredici tesi del Dottorato di Sapienza, Università di Roma (Vittoria Azzarita, Monika Bukat, Maddalena Carbonari, Francesco Catarinozzi, Claudia D'Antoni, Michele Dentico, Carolina Farina, Anna Angela Franchitto, Gianluca Giraud, Marta Grasso, Chiara Landi, Cosimo Miraglia, Giada Stallone)

XIa. Direzione o partecipazione a comitati scientifici o editoriali di riviste

Date	Rivista	Ruolo
1° settembre 2019 - in corso	<i>ANÀLISI. Quaderns de comunicació i cultura</i> (ISSN: 2340-5236)	Componente del Comitato Scientifico
1° novembre 2018 - in corso	<i>Revista Latina De Comunicación Social</i> (ISSN: 1138-5820)	Componente del Comitato Scientifico
1° luglio 2017 - in corso	<i>COMUNICAZIONE PUNTO DOC</i> (ISSN: 2282-0140)	Componente del Comitato Scientifico
1° giugno 2012-30 giugno 2016	<i>COMUNICAZIONE PUNTO DOC</i> (ISSN: 2282-0140)	Componente del Comitato Editoriale
15 gennaio 2006-30 novembre 2015	<i>IN.FORMAZIONE. SEMESTRALE DI STUDI E RICERCHE SUI GIOVANI</i>	Componente del Comitato Editoriale

XIb. Direzione o partecipazione a comitati scientifici o editoriali di collane

Date	Collana	Ruolo
1 marzo 2018-in corso	<i>MEDIA E WEB COMMUNICATIONS.</i> Edita da Fausto Lupetti editore, Bologna	Componente del Comitato Scientifico
2 maggio 2016-in corso	<i>MANAGEMENT, INNOVAZIONE E COMUNICAZIONE.</i> Edita da Cacucci editore, Bari	Componente del Comitato Scientifico
1° aprile 2012-in corso	<i>SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE.</i> Edita da Franco Angeli, Milano	Coordinamento del Comitato editoriale (con Valentina Martino e Laura Minestrone)

Inoltre, referee per riviste quali:

Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura
COMUNICAZIONE PUNTO DOC
Gender/Sexuality/Italy
In-formazione
Journal of Social and Political Psychology
Modern Italy
Problemi dell'informazione
Sage Open
Scuola democratica
Sicurezza e scienze sociali
Sociologia e ricerca sociale
YOUNG

XII. Pubblicazioni. Elenco completo

N. Monografie

1	P. Panarese, C. De Luca (in uscita a febbraio 2024), <i>La pubblicità nell'era digitale. Approcci e tecniche del digital advertising</i> , Carocci, Roma.
2	F. D'Ascenzo, P. Panarese, A. Rocchi (2018), <i>Giovani, Futuro, Valori</i> , Libreria universitaria edizioni, Padova.
3	F. D'Amato, P. Panarese (2016), <i>Pubblicità e comunicazione integrata. Modelli, processi, contenuti</i> , Carocci, Roma.
4	F. D'Ascenzo, M. Morcellini, P. Panarese, A. Rocchi (2016), <i>Giovani, Futuro, Lavoro</i> , Cacucci editore, Bari.
5	F. D'Ascenzo, P. Panarese, A. Rocchi (2016), <i>Indagare le aspettative dei giovani universitari: una ricerca empirica</i> , Cacucci editore, Bari.
6	P. Panarese (2010), <i>Quel che resta della pubblicità. La comunicazione di marketing nell'epoca post spot</i> , Logo Fausto Lupetti Editore, Bologna.
7	P. Panarese (2006), <i>I nodi etici della Rete. Condivisione e proprietà intellettuale</i> , Guerini e Associati, Milano.
8	P. Panarese, E. Tumolo (2005), <i>Piccoli inviati speciali. Leggere e scrivere il giornale in classe</i> , Carocci Faber, Roma.

Curatele

9	P. Panarese (in uscita a fine novembre 2023), <i>Social media challenge. Processi, attori e rappresentazioni delle sfide virali negli ambienti digitali</i> , Franco Angeli, Milano.
10	J.C. Suárez Villegas, N. Martínez Pérez, P. Panarese (2021), <i>Cartografía de los micromachismos: dinámicas y violencia simbólica</i> , Dykinson, Madrid.
11	J.C. Suárez Villegas, S. Marín Conejo, P. Panarese (eds.) (2019), <i>Comunicación, género y educación. Representaciones y (de)construcciones</i> , Dykinson, Madrid.
12	L.A. Guadarrama Rico, J.C. Suárez Villegas, P. Panarese (eds.) (2019), <i>Comunicación de las identidades sexo-genéricas. Resistencias y avances en derechos y libertades</i> , Dykinson, Madrid.
13	V. Giordano, P. Panarese, S. Parisi (eds.) (2017), <i>Rischio, trasgressione, avventura. Esperienza e percezione del limite tra gli adolescenti</i> , Franco Angeli, Milano.
14	L.A. Guadarrama Rico, P. Panarese, J. Vilchis Valero, J.C. Suarez Villegas (eds.) (2017), <i>La desigualdad de género invisibilizada en la comunicación</i> , Dickinson, Madrid.
15	V. Giordano, M. Farci, P. Panarese (eds.) (2012), <i>Oltre il senso del limite. Giovani e giochi pericolosi</i> , Franco Angeli, Milano.
16	F. Comunello, P. Panarese (eds.) (2010), <i>Business e gaming. Gioco e social network nella rete d'impresa</i> , Nuova Cultura, Roma.
17	P. Panarese (ed.) (2009), <i>Una scuola che comunica. Vol. 2</i> , Erickson, Gardolo (TN).

Articoli scientifici

18	P. Panarese, V. Azzarita, M. Grasso (in uscita a dicembre 2023), <i>Narrazioni a reti unificate. La rappresentazione delle Social media challenge nei media informativi e su X (Twitter)</i> , <i>PROBLEMI DELL'INFORMAZIONE</i> , vol. 48, n.3, pp. 425-448.
19	P. Panarese (2023), <i>Sexualized female confidence: A new gender display in over 50 years of Italian fashion advertisements</i> , <i>JOURNAL OF ITALIAN CINEMA AND MEDIA STUDIES</i> , vol. 11, n. 2, pp. 255-276.
20	P. Panarese (2022), <i>Book Review: Le norme traviate. Saggi sul genere e sulla sessualità nel cinema e nella televisione italiana by Sergio Rigoletto</i> , <i>GENDER/SEXUALITY/ITALY</i> , vol. 9, n. 1, pp. 125-126.
21	F. Faccioli, P. Panarese (2022), <i>Genere e media. Temi, percorsi e prospettive</i> , <i>SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE</i> , vol. 63, n. 1, pp. 5-26.
22	F. Faccioli, P. Panarese (2022), <i>Riflessioni su genere e media studies in Italia. Uno sguardo retrospettivo per guardare avanti. Intervista a Milly Buonanno</i> , in <i>SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE</i> , vol. 63, n. 1, pp. 27-43.
23	P. Panarese, V. Azzarita (2021), <i>The Impact of the Covid-19 Pandemic on Lifestyle: How Young people have Adapted Their Leisure and Routine during Lockdown in Italy</i> , <i>YOUNG</i> , vol. 29, n. 4, pp. 1-30, doi: 10.1177/11033088211031389.
24	P. Panarese, V. Azzarita (2021), <i>Nuove pratiche, antichi divari? La partecipazione culturale online in Italia tra opportunità di coinvolgimento e rischi di esclusione</i> , <i>STUDI CULTURALI</i> , vol. 18, n. 3, pp. 369-392.
25	P. Panarese, C. Miraglia, M. Grasso (2021), <i>I delitti passionali del giornalismo italiano. L'ordine di genere nel trattamento giornalistico del femminicidio di Elisa Pomarelli</i> , <i>PROBLEMI DELL'INFORMAZIONE</i> , vol. 32, n. 3, pp. 413-437, doi: 10.1445/102514
26	P. Panarese, S. Parisi, F. Comunello (2021), <i>Abitare gli spazi digitali. Prospettive di genere su immaginari, estetiche e pratiche culturali in rete</i> , <i>MEDIASCAPES JOURNAL</i> , vol. 18, n. 2, pp. 3-15.
27	P. Panarese, C. Farina (2021), <i>Decostruzioni artistiche dell'eteronormatività. Riflessioni a partire da un'intervista a Charlie G Fennel sul rapporto tra arte, digitale e politica di genere</i> , <i>MEDIASCAPES JOURNAL</i> , vol. 18, n. 2, pp. 80-90.
28	P. Panarese (2020), I. Mingo, <i>Youth Risk-taking and Leisure: A Multifactorial Model in the Italian Context</i> , <i>YOUNG</i> , vol. 28, n. 5, pp. 1-21.
29	M. Buonanno, F. Faccioli, P. Panarese, F. Comunello, G. Ciofalo, S. Leonzi, M. Gavrila, A.L. Natale, F. Ieracitano (2020), <i>Gender and media studies in Italy: The GEMMA research programme</i> , <i>JOURNAL OF ITALIAN CINEMA & MEDIA STUDIES</i> , vol. 8, n. 2, pp. 269, 288.
30	P. Panarese (2019), <i>Specchi deformanti e illusioni ottiche. Immagini pubblicitarie di genere nella lettura dei professionisti del settore</i> , <i>H-ERMES</i> , vol. 15, p. 159-184.
31	M. Binotto, P. Panarese, S. Parisi (2019), <i>Networked activism e reframing di una campagna pubblica. Strategie comunicative e partecipazione politica nella contestazione al Fertility Day</i> , <i>COMUNICAZIONE POLITICA</i> , vol. 2, p. 173-196.
32	P. Panarese, J.C. Suárez Villegas (2018), <i>Docupublicidad. La función del pathos en el storytelling del documental publicitario</i> , <i>ANÁLISI</i> , vol. 58, pp. 63-76.
33	P. Panarese, C. Miraglia (2017), <i>Un pubblico in crescita. Video online, touch media e socializzazione al consumo dei bambini in età prescolare</i> , <i>COMUNICAZIONE PUNTO DOC</i> , vol. 18, p. 165-174
34	P. Panarese (2015), <i>Selling Gender. The Representation of Boys and Girls in the Italian Toy Commercials</i> , <i>ITALIAN JOURNAL OF SOCIOLOGY OF EDUCATION</i> , vol. 7, pp. 335-361.

35	P. Panarese (2014), <i>I net babies come target pubblicitario. L'attenzione della comunicazione di marketing per i bambini in età prescolare</i> , in <i>In.formazione</i> , vol. 12, pp. 88-93.
36	P. Panarese (2013), <i>Consumo. Femminile, singolare</i> , in <i>COMUNICAZIONE PUNTO DOC</i> , n. 8, pp. 123-133.
37	P. Panarese (2012), <i>Tra villaggio globale e società di massa. La questione sempreverde degli effetti dei media</i> , in <i>COMUNICAZIONE PUNTO DOC</i> , n. 6, pp. 227-230.
38	P. Panarese (2012), <i>Questioni capitali. I giovani tra protagonismo culturale e invisibilità sociale</i> , in <i>In.formazione. Semestrale di studi e ricerche</i> , n. 9, pp. 30-35.
39	P. Panarese (2012), <i>Donne a una dimensione. Le immagini femminili riflesse dagli spot Tv italiani</i> , in <i>Psicologia contemporanea</i> , n. 234, pp. 12-16.
40	P. Panarese, E. Valentini (2012), <i>La qualità percepita: soddisfazione e punti di vista dei corsisti</i> , <i>IN.FORMAZIONE</i> , Semestrale di studi e ricerche, n. 10, pp. 65-70.
41	P. Panarese (2011), <i>Valori in corso. Luoghi non comuni sui giovani e la loro morale</i> , <i>IN.FORMAZIONE</i> Semestrale di studi e ricerche, n. 7, pp. 9-12.
42	P. Panarese (2011), <i>Quando la norma è violare le norme</i> , in <i>VIVAVERDI</i> , n. 4, p. 19.
43	P. Panarese, <i>Consumi in gioco. I comportamenti culturali di un network di videogiocatori</i> (2010), <i>IN.FORMAZIONE</i> Semestrale di studi e ricerche, n. 6, pp. 47-51.
44	V. Lai, P. Panarese (2010), <i>Prove di cambiamento. Nella galassia dell'informazione: mensile della Federazione nazionale della stampa italiana</i> , n. 1, pp. 14-15.
45	P. Panarese (2009), <i>Fansubbing. Fatti nuovi e valori antichi nella relazione tra bit generation e new media</i> , in <i>IN.FORMAZIONE</i> Semestrale di studi e ricerche, n. 4, pp. 18-23.
46	P. Panarese (2008), <i>Giovani immaginari. Valori e paure nello schermo dei media</i> , in <i>IN.FORMAZIONE</i> Semestrale di studi e ricerche, n. 3, pp. 53-57.
47	M. Morcellini, P. Panarese (2007), <i>Mediaevo o Rinascimento? Un'interpretazione del nodo giovani-consumi culturali</i> , in <i>QUADERNI DI SOCIOLOGIA</i> , n. 44, pp. 9-29.
48	P. Panarese, F. Evangelisti (2007), <i>Sapienza live. La creatività giovanile sul palcoscenico della contemporaneità</i> , <i>IN.FORMAZIONE</i> Semestrale di studi e ricerche, n. 2, pp. 87-88.
49	P. Panarese (2007), <i>Avanguardie del loisir. Una lettura dei consumi culturali giovanili</i> , <i>IN.FORMAZIONE</i> Semestrale di studi e ricerche, n. 1, pp. 34-38.
50	P. Panarese (2005), <i>La generazione che non c'è. I giovani con cui la scuola crede di fare i conti</i> , <i>Mediaduemila</i> , n. 9, p. 23.
51	P. Panarese (2005), <i>Il racconto dell'immigrazione. Cronaca di una male diffuso</i> , <i>PROBLEMI DELL'INFORMAZIONE</i> , vol. 30, n. 1, marzo, pp. 48-54.

Saggi e capitoli di libri

52	P. Panarese, M. Carbonari (2023), <i>Il sex appeal dell'inorganico nei social network sites. Una lettura di genere delle estetiche dei virtual influencer</i> , in M.E. D'Amelio, L. Gorgolini, <i>Media and Gender History, Representation, Reception</i> , Bologna University Press, Bologna, pp. 219-225.
53	P. Panarese, V. Azzarita (in uscita a fine novembre 2023), <i>Social media challenge. Definizioni, approcci e dimensioni prevalenti</i> , in P. Panarese (ed.), <i>Social media challenge. Processi, attori e rappresentazioni delle sfide virali negli ambienti digitali</i> , Franco Angeli, Milano, pp. 27-41.

54	V. Azzarita, M. Grasso, P. Panarese (in uscita a fine novembre 2023), <i>Sfide online e fake news. La narrazione mediale dei controversi suicide games</i> , in P. Panarese (ed.), <i>Social media challenge. Processi, attori e rappresentazioni delle sfide virali negli ambienti digitali</i> , Franco Angeli, Milano, pp. 106-123.
55	G. Grippo, P. Pastore, P. Panarese (in uscita a fine novembre 2023), <i>Digitale, giovani e pandemia: alcune evidenze empiriche</i> , in P. Panarese (ed.), <i>Social media challenge. Processi, attori e rappresentazioni delle sfide virali negli ambienti digitali</i> , Franco Angeli, Milano, pp. 15-26.
56	P. Panarese (in uscita a fine novembre 2023), <i>Prefazione</i> , in P. Panarese (ed.), <i>Social media challenge. Processi, attori e rappresentazioni delle sfide virali negli ambienti digitali</i> , Franco Angeli, Milano, pp. 7-14.
57	P. Panarese, J.C. Suárez Villegas (2022), <i>Tra le righe. Una riflessione sulla rappresentazione giornalistica italiana del femminicidio</i> , in D- Ricci, V. Castagna, F. M. da Silva, <i>Estudos de Género em contexto italiano e de língua portuguesa/ Studi di Genere in contesto italiano e di lingua portoghese (des)construir o género/ (de)costruire il genere</i> , Todas as Musas, San Paolo, pp. 198-204.
58	J.C. Suárez Villegas, N. Martínez Pérez, P. Panarese (2021), <i>Prefazione</i> , in J.C. Suárez Villegas, N. Martínez Pérez, P. Panarese, <i>Cartografía de los micromachismos: dinámicas y violencia simbólica</i> , Dykinson, Madrid, pp. 9-16.
59	P. Panarese, V. Azzarita (2020), <i>Online Cultural Participation in Italy. The Role of Digital Media Across Generations</i> , in Gao Q., Zhou J. (eds.), <i>Human Aspects of IT for the Aged Population. Healthy and Active Aging. HCII 2020. Lecture Notes in Computer Science</i> , Springer, Chum, pp. 643-660.
60	P. Panarese (2020), <i>Inevitabili cliché? La presbiopia morale dei pubblicitari italiani nella produzione delle immagini di genere</i> , in M. Buonanno, F. Faccioli, <i>Genere e media. Non solo immagini</i> , Franco Angeli, Milano, pp. 69-92.
61	I. Mingo, P. Panarese, S. Nobile (2020), <i>#IoRestoACasa: i mutamenti negli stili di vita e nelle relazioni familiari</i> , in C. Lombardo, S. Mauceri, <i>La società catastrofica. Vita e relazioni sociali ai tempi del Covid-19</i> , Franco Angeli, Milano, pp. 58-76.
62	P. Panarese, D. Germani (2020), <i>Fattori di rischio e manifestazioni di disagio tra hardcore gamer e casual gamer. Un contributo al dibattito sul rischio di dipendenza da videogiochi</i> , in S. Mauceri, L. Di Censi, <i>Adolescenti iperconnessi: un'indagine sui rischi di dipendenza da tecnologie e media digitali</i> , Armando editore, Roma, pp. 95-113.
63	P. Panarese (2019), <i>Micromachoism and Gender Violence. An Investigation into Subtle Sexism in Italian and Spanish Journalism</i> , in J.C. Suárez Villegas, S. Marín Conejo, P. Panarese, <i>Comunicación, género y educación. Representaciones y (de)construcciones</i> , Dykinson, Madrid, pp. 548-553.
64	J.C. Suarez Villegas, P. Panarese (2019), <i>Identidades sexuales y discurso de género en la comunicación</i> , in L.A. Guadarrama Rico, J.C. Suárez Villegas, P. Panarese (eds.), <i>Comunicación de las identidades sexo-genéricas. Resistencias y avances en derechos y libertades</i> , Dykinson, Madrid, pp. 8-17.
65	P. Panarese, S. Parisi (2019), <i>The Social Construction of the Parisienne: Reflections In Contemporary Popular Publishing on an Historical Icon of Femininity</i> , in G. Motta, <i>La forza della moda. Potere, rappresentazione, comunicazione</i> , Edizioni Nuova Cultura, Roma, pp. 119-128,
66	P. Panarese, J.C. Suarez Villegas (2018), <i>La responsabilidad de los demás. La actitud moral de los publicitas italianos frente a los estereotipos de género</i> , in A.V., <i>Comunicación y música: mensajes, manifestaciones y negocios</i> , pp. 1832-1860.
67	P. Panarese (2017), <i>Slow Motion. Images of Women in Vogue Italia's Fashion Advertisements over the Last Fifty Years</i> , in G. Motta, A. Biagini, <i>Fashion through History. Costumes, Symbols, Communication vol. 1</i> , Cambridge Scholars Publishing, Newcastle Upon Tyne, pp. 496-507.

68	P. Panarese, G. Peruzzi, E. Valentini (2017), <i>Profili, competenze, percezioni delle professioni dell'area politico-sociale dal punto di vista dei datori di lavoro</i> , in F. Faccioli, B. Mazza (a cura di), <i>Le professioni intellettuali nello spazio pubblico tra crisi, innovazione e nuove identità</i> , Maggioli, Rimini, pp. 115-178
69	V. Giordano, P. Panarese, S. Parisi (2017), <i>Introduzione. Stereotipi pericolosi. Le ragioni di uno studio sulla conoscenza e la pratica dei divertimenti estremi tra gli adolescenti</i> , in V. Giordano, P. Panarese, Stefania Parisi (eds.), <i>Rischio, trasgressione, avventura. Esperienza e percezione del limite tra gli adolescenti</i> , Franco Angeli, Milano, pp. 8-22.
70	I. Mingo, P. Panarese (2017), <i>Cauti, ignari e spericolati. Percezione ed esperienza dei giochi pericolosi tra i giovani</i> , in V. Giordano, P. Panarese, Stefania Parisi (eds.), <i>Rischio, trasgressione, avventura. Esperienza e percezione del limite tra gli adolescenti</i> , Franco Angeli, Milano, pp. 34-68.
71	P. Panarese, S. Parisi (2017), <i>Conclusioni. La caduta e l'atterraggio. Considerazioni finali sulla (presunta) attrazione fatale degli adolescenti per il rischio</i> , in V. Giordano, P. Panarese, Stefania Parisi (eds.), <i>Rischio, trasgressione, avventura. Esperienza e percezione del limite tra gli adolescenti</i> , Franco Angeli, Milano, pp.142-151.
72	I. Mingo, P. Panarese (2017), <i>Appendice metodologica</i> , in V. Giordano, P. Panarese, Stefania Parisi (eds.), <i>Rischio, trasgressione, avventura. Esperienza e percezione del limite tra gli adolescenti</i> , Franco Angeli, Milano, pp. 156-168.
73	P. Panarese, C. Landi (2017), <i>Gender continuum in Italian advertising: The representation of the LGBT identities according to the professionals</i> , in G. Rata, M. Ali Icbay, H. Arslan (eds.), <i>Recent Developments in Sociology and Social Work</i> , E-BWN, pp. 99-108.
74	P. Panarese, L.A. Rico Guadarrama, J. Vilchis Valero, J.C. Villegas Suarez (eds.) (2017), <i>La desigualdad de género invisibilizada en la comunicación</i> , in <i>La desigualdad de género invisibilizada en la comunicación</i> , Dickinson, Madrid, pp. 13-15.
75	P. Panarese (2017), <i>An Apparent Freedom. Micromachismo in the Resexualization of Female Bodies in Italian Fashion Advertising</i> , P. Panarese, L.A. Rico Guadarrama, J. Vilchis Valero, J.C. Villegas Suarez (eds.), <i>La desigualdad de género invisibilizada en la comunicación</i> , in <i>La desigualdad de género invisibilizada en la comunicación</i> , Dickinson, Madrid, pp. 797-808.
76	P. Panarese (2016), <i>Moral Presbyopia. Italian advertising practitioners' conceptualisation of gender representation</i> , in Luis Guadarrama Rico (ed.), <i>Controversial Matters on Media Ethics</i> , Dickinson, Madrid, pp. 27-55.
77	P. Panarese (2016), <i>Errori di stampa. Le violazioni deontologiche nel giornalismo</i> , in M. Binotto, M. Bruno, V. Lai, <i>Tracciare confini. L'immigrazione nei media italiani</i> , Franco Angeli, Milano, pp. 112-122.
78	P. Panarese (2015), <i>Affari in gioco. L'esperienza di consumo degli utenti del Playstation Network</i> , in G. Boccia Artieri (a cura di), <i>Gli effetti sociali del web</i> , FrancoAngeli, Milano, pp. 201-210.
79	P. Panarese (2014), <i>Old-fashioned Women. The Representation of Female Image in the Italian Television Advertising</i> , in <i>Proceedings of II international Conference Gender and Communication</i> , Dickinson, Madrid, pp. 101-115.
80	P. Panarese (2014), <i>Eccezioni alla regola. Trend vecchi e nuovi nell'iconografia pubblicitaria dei generi</i> , in M. Buonanno (ed.), <i>Il prisma dei generi. Immagini di donne in televisione</i> , Franco Angeli, Milano, pp. 160-184.
81	P. Panarese (2013), <i>Il senso del luogo</i> , in R. Panella (a cura di), <i>Roma la città dei Fori</i> , Prospettive edizioni, Roma, pp. 120-127.
82	P. Panarese (2013), <i>L'età dell'incertezza. Gli orizzonti aperti e i confini mobili della giovinezza come età sociale</i> , in Z. Formella, A. De Filippo, <i>La solitudine di Icaro. Il disagio dei giovani tra adolescenza ed età adulta</i> , Alpes Italia, Roma, pp. 3-17.

83	P. Panarese (2012), <i>Giocchi pericolosi. Una rassegna dei "nuovi" comportamenti giovanili a rischio</i> in V. Giordano, M. Farci, P. Panarese, <i>Oltre il senso del limite. Giovani e giochi pericolosi</i> , Franco Angeli, Milano, pp. 18-32.
84	P. Panarese (2012), <i>Questioni di valore. Il giornalismo sull'immigrazione alla prova della deontologia</i> , in M. Binotto, M. Bruno, V. Lai (a cura di) <i>La gigantografia in nero. Ricerca su sicurezza, immigrazione e asilo nei media italiani</i> , Lulu Press, Raleigh (North Carolina), pp. 138-150.
85	P. Panarese (2012), <i>Affari sociali. La comunicazione di marketing per il non profit</i> , in A. Santomartino, M. Binotto, <i>Manuale dell'identità visiva per le organizzazioni non profit</i> , Logo Fausto Lupetti Editore, Bologna, pp. 19-63.
86	P. Panarese (2011), <i>Generazioni (anche) online. Nativi digitali dalle esistenze multimediali</i> , in P. Aroldi (a cura di), <i>Media + Generations. Identità generazionali e processi di mediatizzazione</i> . Vita e Pensiero, Milano, pp. 183-197.
87	P. Panarese (2011), <i>Immagini, parole ed esperienze sul suicidio. Una ricerca tra i giovani della Regione Lazio</i> , in Z. Formella, A. De Filippo, <i>Il Suicidio in adolescenza. Quando una vita deraglia</i> , Alpes Italia, Roma, 2011, pp. 23-38.
88	P. Panarese, E. Tumolo (2010), <i>Effetto CSI. La fiction sul banco degli imputati</i> , in A. Pitasi (a cura di), <i>Regole e finzioni. Il sistema giudiziario nella fiction cine-televisiva</i> , Franco Angeli, Milano, pp. 94-109.
89	P. Panarese (2009), <i>Dottorati di ricerca: il quadro normativo</i> , in A. Masia, M. Morcellini, (a cura di), <i>L'Università al futuro. Sistema, progetto, innovazione</i> , Giuffrè, Milano, pp. 172-181.
90	P. Panarese (2009), <i>Un esperimento di coinvolgimento dei cittadini: il 5 per mille</i> , in A. Masia, M. Morcellini, (a cura di), <i>L'Università al futuro. Sistema, progetto, innovazione</i> , Giuffrè, Milano, pp. 218-220.
91	P. Panarese (2009), <i>L'accesso all'offerta formativa. La questione dei diritti</i> , in A. Masia, M. Morcellini, (a cura di), <i>L'Università al futuro. Sistema, progetto, innovazione</i> , Giuffrè, Milano, pp. 158-166.
92	M. Morcellini P. Panarese (2008), <i>Generazioni anche online: tra empowerment e rischi</i> in 9° <i>Rapporto Nazionale sulla condizione dell'infanzia e dell'adolescenza</i> , Erispes - Telefono azzurro, Roma, pp. 483-494.
93	P. Panarese, M. Morcellini, I. Cortoni (2007), <i>Consumi culturali in movimento</i> , in M. Morcellini, I. Cortoni, <i>Provaci ancora, scuola. Idee e proposte contro la svalutazione della scuola nel tecnoevo</i> , Erickson, Trento, pp. 61-92.
94	P. Panarese (2007), <i>L'accesso all'offerta formativa. La questione dei diritti</i> , in V. Martino, E. Valentini, <i>Il sistema Università nella XIV legislatura. Riforme e questioni aperte</i> , Pensa Multimedia, Lecce, 2007, pp. 31-41.
95	P. Panarese (2007), <i>Un esperimento di coinvolgimento dei cittadini: il 5 per mille</i> , in V. Martino, E. Valentini, <i>Il sistema Università nella XIV legislatura. Riforme e questioni aperte</i> , Pensa Multimedia, Lecce, pp. 134-137.
96	P. Panarese, P. Dominici (2004), <i>Notizie fuori luogo. Questioni di responsabilità</i> , in M. Binotto, V. Martino (a cura di), <i>Fuori luogo. L'immigrazione e i media italiani</i> , RAI ERI e Lucio Pellegrini editore, Roma, pp. 129-158.

XIII. Pubblicazioni selezionate ai fini della valutazione

Numero Titolo

1	P. Panarese (2023), <i>Sexualized female confidence: A new gender display in over 50 years of Italian fashion advertisements</i> , in JOURNAL OF ITALIAN CINEMA AND MEDIA STUDIES, vol. 11, n. 2, pp. 255-276.
2	F. Faccioli, P. Panarese (2022), <i>Genere e media. Temi, percorsi e prospettive</i> , SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE, vol. 63, n. 1, pp. 5-26.
3	P. Panarese, V. Azzarita (2021), <i>The Impact of the Covid-19 Pandemic on Lifestyle: How Young people have Adapted Their Leisure and Routine during Lockdown in Italy</i> , YOUNG, vol. 29, n. 4, pp. 1-30, doi: 10.1177/11033088211031389.
4	P. Panarese, S. Parisi, F. Comunello (2021), <i>Abitare gli spazi digitali. Prospettive di genere su immaginari, estetiche e pratiche culturali in rete</i> , MEDIASCAPES JOURNAL, vol. 18, n. 2, pp. 3-15.
5	P. Panarese, V. Azzarita (2021), <i>Nuove pratiche, antichi divari? La partecipazione culturale online in Italia tra opportunità di coinvolgimento e rischi di esclusione</i> , STUDI CULTURALI, vol. 18, n. 3, pp. 369-392.
6	P. Panarese, C. Miraglia, M. Grasso (2021), <i>I delitti passionali del giornalismo italiano. L'ordine di genere nel trattamento giornalistico del femminicidio di Elisa Pomarelli</i> , PROBLEMI DELL'INFORMAZIONE, vol. 32, n. 3, pp. 413-437, doi: 10.1445/102514
7	P. Panarese, C. Farina (2021), <i>Decostruzioni artistiche dell'eteronormatività. Riflessioni a partire da un'intervista a Charlie G Fennel sul rapporto tra arte, digitale e politica di genere</i> , MEDIASCAPES JOURNAL, vol. 18, n. 2, pp. 80-90.
8	P. Panarese (2020), <i>Inevitabili cliché? La presbiopia morale dei pubblicitari italiani nella produzione delle immagini di genere</i> , in M. Buonanno, F. Faccioli, <i>Genere e media. Non solo immagini</i> , Franco Angeli, Milano, pp. 69-92.
9	I. Mingo, P. Panarese, S. Nobile (2020), <i>#IoRestoACasa: i mutamenti negli stili di vita e nelle relazioni familiari</i> , in C. Lombardo, S. Mauceri, <i>La società catastrofica. Vita e relazioni sociali ai tempi del Covid-19</i> , Franco Angeli, Milano, pp. 58-76.
10	P. Panarese, D. Germani (2020), <i>Fattori di rischio e manifestazioni di disagio tra hardcore gamer e casual gamer. Un contributo al dibattito sul rischio di dipendenza da videogiochi</i> , in S. Mauceri, L. Di Censi, <i>Adolescenti iperconnessi: un'indagine sui rischi di dipendenza da tecnologie e media digitali</i> , Armando editore, Roma, pp. 95-113.
11	P. Panarese, I. Mingo (2020), <i>Youth Risk-taking and Leisure: A Multifactorial Model in the Italian Context</i> , YOUNG, 2020, vol. 28, n. 5, pp. 1-21.
12	M. Binotto, P. Panarese, S. Parisi (2019), <i>Networked activism e reframing di una campagna pubblica. Strategie comunicative e partecipazione politica nella contestazione al Fertility Day</i> , COMUNICAZIONE POLITICA, vol. 2, p. 173-196
13	F. D'Amato, P. Panarese (2016), <i>Pubblicità e comunicazione integrata. Modelli, processi, contenuti</i> , Carocci, Roma.
14	P. Panarese (2015), <i>Selling Gender. The Representation of Boys and Girls in the Italian Toy Commercials</i> , in ITALIAN JOURNAL OF SOCIOLOGY OF EDUCATION, vol. 7, pp. 335-361.
15	P. Panarese (2014), <i>Eccezioni alla regola. Trend vecchi e nuovi nell'iconografia pubblicitaria dei generi</i> , in M. Buonanno (ed.), <i>Il prisma dei generi. Immagini di donne in televisione</i> , Franco Angeli, Milano, pp. 160-184.

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi del Dlgs 196 del 30 giugno 2003 e dell'art. 13 GDPR (Regolamento UE n. 2016/679)

Roma, 23/11/2023

In fede