

Indice

Introduzione 7

1. Da *Carosello* agli spot 11

- 1.1. *Carosello* e la vetero-televisione 11
- 1.2. I limiti di *Carosello*: le regole e la censura 16
- 1.3. Perché *Carosello* piaceva tanto ai bambini 20
- 1.4. Le nuove forme della pubblicità televisiva 23
- 1.5. Com'è cambiata la pubblicità per bambini 28
- 1.6. Cartoni animati e magia 32

Per riassumere... 34

2. L'esposizione alla pubblicità e i comportamenti di consumo 35

- 2.1. Quanta pubblicità guardano i bambini 35
- 2.2. Quanti bambini guardano la pubblicità e perché 40
- 2.3. La mediazione della famiglia 43
- 2.4. La socializzazione ai consumi 49

Per riassumere... 58

3. La ricezione e gli atteggiamenti 60

- 3.1. Che cosa capiscono i bambini della pubblicità 60
- 3.2. Che cosa pensano i bambini della pubblicità 72

Per riassumere... 80

4. Gli effetti indesiderati 82

- 4.1. Gli stereotipi di genere in televisione e in pubblicità 82

- 4.2. **Gli stereotipi di genere nella pubblicità per bambini** 85
- 4.3. **Lo sviluppo nel bambino dell'identità di genere** 88
- 4.4. **La pubblicità di prodotti alimentari** 93

Per riassumere... 102

Appendice 103

Glossario 113

Bibliografia 119