

I minori sui social vivono il riflesso del consumismo voluto dagli adulti

L'intrattenimento destinato all'infanzia è stato a lungo sfruttato come strumento per veicolare persuasive campagne di marketing. Basti pensare che in Italia un'intera generazione è cresciuta con il Carosello, noto programma pubblicitario trasmesso da Rai 1 dal 3 febbraio 1957 al 1º gennaio 1977. Con l'avvento dei social media, si è però diffusa la percezione secondo cui la mercificazione dell'infanzia ha assunto contorni più preoccupanti e invasivi. Molti ritengono che internet stia contribuendo a erodere progressivamente la "sacralità" dell'infanzia, trasformandola in un ingranaggio della ma...

**Questo è un articolo di approfondimento riservato ai nostri abbonati. Scegli l'abbonamento che preferisci (al costo di un caffè la settimana) e prosegui con la lettura dell'articolo.**

**Se sei già abbonato effettua l'accesso qui sotto o utilizza il pulsante "accedi" in alto a destra.**

#### **ABBONATI / SOSTIENI**

L'Indipendente non ha alcuna pubblicità né riceve alcun contributo pubblico. E nemmeno alcun contatto con partiti politici. **Esiste solo grazie ai suoi abbonati.** Solo così possiamo garantire ai nostri lettori un'informazione veramente libera, imparziale ma soprattutto senza padroni. **Grazie** se vorrai aiutarci in questo progetto ambizioso.

Username

Password

Ricordami

Accedi

[Password dimenticata](#)