

INDICE

	<i>pag.</i>
Presentazione, <i>Andrea Segrè</i>	1
Introduzione, <i>Bruna Zani</i>	5
Capitolo I – Gli Ogm: sì, no, forse, <i>Paola Villano, Andrea Segrè</i>	15
Capitolo II – Percezione e comunicazione del rischio Ogm, <i>Gabriele Prati, Luca Pietrantoni</i>	37
Capitolo III – Gli Ogm nella rappresentazione della stampa italiana, <i>Paola Villano</i>	59
Capitolo IV – Quanto siamo intenzionati a comprare un prodotto Ogm? Indagine su un campione di italiani, <i>Gabriele Prati, Brunna Zani, Luca Pietrantoni</i>	79
Capitolo V – Riflessioni conclusive, <i>Paola Villano</i>	101
Appendice	107
Bibliografia	117