



L'undicesima edizione del Rapporto sulla comunicazione prosegue il monitoraggio dei consumi dei media, misurati nella loro evoluzione decennale, e l'analisi delle trasformazioni avvenute nelle diete mediatiche degli italiani.

Oltre a ricostruire la mappa e la fenomenologia dei consumi mediatici, il Rapporto si focalizza sui processi di costruzione multimediale dell'informazione personalizzata, sull'articolazione dei profili degli utenti di Internet, sui principali cambiamenti nella nostra *digital life* e sulle nuove tendenze della comunicazione aziendale.

ISBN: 978-88-204-5431-9

€ 27,00