

# RESEARCHING THE DIGITAL MULTIMEDIA ERA

---

Nelson Ribeiro

Rita Figueiras

Universidade Católica Portuguesa

	DE	NL	CH	AT	ES	PT	Todos os países
<b>Respondentes (n)</b>	81	25	18	12	42	50	228
<i>Cargo (n)</i>							
Diretor	23	3	1	-	6	18	51
Diretor adjunto	10	2	5	1	9	14	41
Coordenador de departamento ou de seção	34	6	7	2	6	15	70
Editor coordenador	14	14	5	9	21	3	66
<i>Características sócio-demográficas</i>							
% Feminino	15	21	28	42	31	12	20
Ø Idade	38	36	39	37	33	48	39
<b>Jornais</b>							
<i>% Distribuição</i>							
Local/regional	100	100	100	25	100	54	86
Nacional	-	-	-	75	-	46	14

		Portugal	Todos os Países
<p>A produção de uma boa edição impressa é a nossa primeira prioridade</p>	M	5.18	5.11
<p>A edição online é um subproduto</p>	M	2.53	2.89
<p>A edição para tablet é um subproduto</p>	M	2.39	3.10
<p>A edição <i>mobile</i> é um subproduto</p>	M	2.67	3.28

		PT	Todos os países
Percentagem de tempo investida na edição impressa	<i>M</i>	63.4	73.5
Percentagem de tempo investida na edição online	<i>M</i>	28.6	20.5
Percentagem de tempo investida na edição mobile	<i>M</i>	3.2	1.8
Percentagem de tempo investida na edição para tablet	<i>M</i>	2.2	1.5
Percentagem de tempo investida em outras tarefas	<i>M</i>	2.3	2.6

		PT	Todos os países
Existe uma pessoa responsável pela coordenação da distribuição dos conteúdos nos diferentes canais	<i>M</i>	4.42	4.02
A distribuição de conteúdos em diferentes canais é sempre coordenada em reuniões editoriais.	<i>M</i>	4.25	3.95
Existe uma estratégia editorial clara sobre a sequência em que devem ser distribuídos os conteúdos em cada canal.	<i>M</i>	4.76	4.02
A distribuição de conteúdos nos diferentes canais é definida caso-a-caso dependendo do tema/tópico.	<i>M</i>	4.84	4.69