

Universidade Técnica de Lisboa  
Instituto Superior de Economia e Gestão

Doutoramento em Economia

*Desenvolvimento e Comunicação*

*A comunicação por Carta no Tempo Presente e a sua Relação com o Desenvolvimento  
Económico, Social e Cultural em Portugal*

Volume II

Custódia do Sacramento Ferro Costa

Orientador: Professor Doutor Adelino Augusto Torres Guimarães

Júri:

Presidente: Reitor da Universidade Técnica de Lisboa

Vogais: Doutor Adelino Augusto Torres Guimarães, professor catedrático do  
Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa  
Doutor Manuel Fernando Cília de Mira Godinho, professor associado do  
Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa  
Doutor Nuno Paulo Sousa Arrobas Crato, professor associado do  
Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa  
Doutora Maria Helena Almeida Silva Guimarães, professora auxiliar da  
Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho  
Doutora Maria Fernanda Fernandes Garcia Rollo, professora auxiliar da  
Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa  
Mestre Luís Filipe Nunes Coimbra Nazaré, na qualidade de especialista

Lisboa, Abril de 2008

## Anexos

Índice:

Anexos ao capítulo 1.2.: Quadros 1 a 9 .....	245
Anexos ao capítulo 2.: Quadros 10 a 19 .....	247
Anexos ao capítulo 5.: Quadros 20 a 36 e Textos 1 a 3 .....	253
Anexos ao capítulo 6.: Quadros 37 a 401 .....	271
Índice de Quadros .....	489
Índice de Figuras .....	500

Anexos ao capítulo 1.2.: Quadros 1 a 9

**Quadro 1:** Multibanco em Portugal, 1993 e 2006

	Anos													
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Caixas Multibanco (Nº)	2645	3187	3510	4249	4873	5563	6552	7913	8547	9001	9553	10108	10766	11489
Levantamentos (Milhões)	86,5	106,2	121,7	140	163,3	187,2	228,1	251,3	275,8	296,9	307,5	329,1	347	364,6
Caixas Multibanco (Índice, Base 100: 1993)	100	120	110	121	115	114	118	121	108	105	106			
Levantamentos (Índice, Base 100: 1993)	100	123	115	115	117	115	122	110	110	108	104			
Correlação mesmo ano	0,79													
Caixas: Correlação Operações ano n com n-1	0,99													

Fonte: 1993 a 2002 Sales Index, Markttest, 2004; de 2003 a 2006 www.ine.pt

**Quadro 2:** Acesso à Internet em Portugal, 1997 a 2007

	Anos											
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	
Nº de subscritores (1)	88670	172698	645146	2110828	3055964	4943498	6775035					
Nº de clientes (1) (a)					466813	666876	905046	1243118	1482111	1582049	1727374	
% de agregados domésticos (2)			5%	9%	13%	16%	22%	26,20%	31,50%	35,20%	35,20%	

Fonte: (1) www.anacom.pt ; (2) www.ine.pt (a) alteração de subscritor para cliente

**Quadro 2 A:** Prestadores do Serviço de Acesso à Internet, 2000 a 2006

	Anos											
	2000	2001	2002	2003	2004				2005	2006		
				1º Trim.	2º Trim.	3º Trim.	4º Trim.					
Número de Prestadores Registados	41	51	57	52	36	36	39	38	39	39		
Número de Prestadores em Actividade	29	30	32	25	23	25	26	30	30	28		

Fonte: www.anacom.pt Maio 2005; dados anuais de 2004 a 2006: www.ine.pt

**Quadro 3:** Empresas com presença na Internet, 2000-2007 (%)

	Anos						
	2000	2001	2003	2004	2005	2006	2007
Empresas com presença na Internet	26	37	25	29	37	35	42

Fonte: OCT/ICO, IUTIC Empresas 2000; INE, IUTIC Empresas 2001; a partir de 2003: Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação nas Empresas 2003 - 2007

**Quadro 4:** Empresas a praticar comércio electrónico, 2000-2007 (%)

Anos	2000	2001	2003 (a)	2004	2005	2006	2007
Empresas que praticam comércio electrónico	8	18	14	21	26	23	24

Fonte: OCT/ICO, IUTIC Empresas 2000; INE, IUTIC Empresas 2001; (a) desde 2003 (+ 10 emp); Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação nas Empresas 2003 - 2007

**Quadro 5:** Taxa de penetração do telefone em Portugal, 1977 e 2006

	Anos						Média UE 2002	2006
	1977	1992	2002	2004	2005	2006		
Postos fixos de telefone (n°)	-	-	4463993	4238270	4281119	4233701	4233954	
Taxa de penetração (n° postos por 100 habitantes)	8,8	-	41,7	40	41	40	40	
Assinantes de telefone móvel (n° assinantes)	-	37 mil	8,5 Milh	9,773 Milh	9,35 Milh	11,64 Milh	12,226 Milh	
Assinantes de telefone móvel (n° assinantes por 100 habitantes)	-	0,4	82,5	92,8	89,3	110,1	115,3	
População(n°)				10529255	10474685	10569592	10599095	

Fonte: INE "Trinta anos de 25 de Abril. Um retrato estatístico", capítulo: Transportes e Comunicações; pp.73- 77; [www.ine.pt](http://www.ine.pt); INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação nas Empresas 2003 - 2007; (a) a partir de 2002, taxa recalculada com EU 27; em 2002=50%; dados trabalhados

**Quadro 6:** Utilizadores de Computador por escalão etário, 2000-2007 (%)

Escalões Etários	15-19 anos	20-24 anos	25-29 anos	30-39 anos	40-49 anos	>50 anos
Ano 2000	81	68	55	37	27	11
Ano 2001	85	77	65	48	38	20
Escalões Etários	16-24 anos	25-34 anos	35-44 anos	45-54 anos	55-64 anos	65-74 anos
Ano 2002	55	40	28	19	8	3
Ano 2003	71	51	36	28	13	4
Ano 2004	73	54	38	29	13	4
Ano 2005	78	57	42	30	15	3
Ano 2006	83	63	44	32	17	4
Ano 2007	90	66	49	33	21	6

Fonte: OCT/ICP, IUTIC População Portuguesa, 2000; OCT, IUTIC, População Portuguesa, 2001; desde 2002: Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação nas Empresas 2002 - 2007; a fontes diferentes correspondem escalões etários diferentes

**Quadro 7:** Utilizadores de computador por nível de escolaridade, 2000-2007 (%)

Nível de Escolaridade	Sem Habilitações	1º Ciclo ens.básico		2º Ciclo ens.básico		3º Ciclo ens.secundário		Curso Médio/superior
		...	3	8	18	32	42	
Ano 2000				8		32		92
Ano 2001	3		18		42		87	97
<b>Até 3º Ciclo</b>								
Ano 2002		15					72	82
Ano 2003		22					81	90
Ano 2004		22					83	92
Ano 2005		24					86	90
Ano 2006		27					87	91
Ano 2007		30					88	94

Fonte: OCT/ICP, IUTIC População Portuguesa, 2000; OCT, IUTIC, População Portuguesa, 2001; desde 2002: Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação nas Empresas 2002 - 2007; a fontes diferentes correspondem níveis de agregação diferentes

**Quadro 8:** Utilizadores da Internet, 1996-2006 (%)

Anos	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Utilizadores da internet	2	3	6	6	22	30	19,4	25,7	29,3	32	35,6

Fonte: Eurobarómetro, Flash 47 (1996-1997), Flash 49 (1998), Flash 51 (1999); OCT, IUTIC População Portuguesa 2000, 2001; desde 2002: Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação nas Empresas 2002 - 2007;

**Quadro 9:-** Utilizadores da Internet por escalão etário, 2000-2007 (%)

Escalões Etários	15-19 anos	20-24 anos	25-29 anos	30-39 anos	40-49 anos	>50 anos
Ano 2000	54	45	34	17	10	4
Ano 2001	72	58	45	26	16	7
Escalões Etários	16-24 anos	25-34 anos	35-44 anos	45-54 anos	55-64 anos	65-74 anos
Ano 2002	43	30	18	12	4	1
Ano 2003	56	37	22	18	7	1
Ano 2004	64	43	30	20	8	2
Ano 2005	70	46	34	21	10	2
Ano 2006	75	54	36	24	12	3
Ano 2007	85	58	41	26	17	4

Fonte: OCT/ICP, IUTIC População Portuguesa, 2000; OCT, IUTIC, População Portuguesa, 2001; desde 2002: Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação nas Empresas 2002 - 2007

**Anexos ao capítulo 2.: Quadros 10 a 19**

**Quadro 10 :** Estradas e caminhos, continente (km)

Anos	1893	1896	1900	1923	1924	1930	1931	1951	1961	1970	1971	1980
km	12325	13169	14230	13314	13328	14045	14304	16884	27909	32337	32674	33985

Nota: Até 1980 as estradas são estradas e caminhos, a partir de 1987 são só estradas

Fonte: Anuários Estatísticos INE 1900, 1923, 1924, 1930, 1931, 1951, 1961, 1970, 1980



**Quadro 11:** Condução de Malas de correio, de 1928 a 1964 (1000 km)

Anos	Via ordinária										Caminho de Ferro		TOTAL	Fonte:
	A pé	A cavalo	Em bicicleta e motorizada	De barco	Em carro de tracção animal	Em carro de tracção mecânica/autonível	Auto-Ambulâncias	Em Ambulâncias Ferroviárias						
1928	4.473	605		42	704	956						10.129	Anuário CTT 1928	
1931	8.908	1.220		61	953	3.076						17.568	Anuário CTT 1931	
1932	9.516	1.179		56	1.012	3.277						19.027	Anuário CTT 1932	
1933	9.613	1.164		60	889	3.576						19.288	Anuário CTT 1933	
1934	9.679	1.200		68	749	3.957						19.700	Anuário CTT 1934	
1935	9.541	1.228		72	815	3.923						19.625	Anuário CTT 1935	
1936	9.559	1.216		72	789	4.204						19.974	Anuário CTT 1936	
1937	9.658	1.239		72	784	4.208						20.095	Anuário CTT 1938	
1938	9.872	1.159		103	677	4.312						20.280	Anuário CTT 1942	
1939	9.894	962	228	80	683	4.554						20.534	Anuário CTT 1942	
1940	9.829	982	258	85	722	4.538						20.547	Anuário CTT 1942	
1941	9.933	998	283	172	718	4.664						20.850	Anuário CTT 1942	
1942	10.086	1.020	325	68	1.064	4.133						20.101	Anuário CTT 1943	
1943	10.278	1.046	335	84	1.266	3.851						20.341	Anuário CTT 1943	
1944	10.774	1.102	369	88	1.305	3.585						20.703	Anuário CTT 1964	
1945	10.702	1.076	385	80	1.216	3.969						20.898	Anuário CTT 1964	
1946	10.766	1.074	427	76	1.135	4.509						21.556	Anuário CTT 1964	
1947	10.124	1.014	457	81	977	4.243						20.506	Anuário CTT 1964	
1948	10.398	1.018	449	91	1.069	4.449						21.033	Anuário CTT 1964	
1949	10.433	1.007	462	96	985	4.478						21.028	Anuário CTT 1964	
1950	10.520	986	445	80	883	4.570						21.134	Anuário CTT 1964	
1951	10.565	988	471	51	798	4.528						21.051	Anuário CTT 1964	
1952	10.585	947	527	55	763	4.718			75			21.288	Anuário CTT 1964	
1953	10.570	879	576	44	728	4.861			277			21.502	Anuário CTT 1964	
1954	10.611	848	683	47	712	4.970			419			21.857	Anuário CTT 1964	
1955	10.524	837	803	50	694	5.211			533			22.219	Anuário CTT 1964	
1956	10.450	820	848	47	677	5.655			672			22.739	Anuário CTT 1964	
1957	10.431	812	959	43	661	5.893			725			23.137	Anuário CTT 1964	
1958	10.186	785	1.175	45	609	6.252			771			23.612	Anuário CTT 1964	
1959	9.826	682	1.223	45	519	6.762			778			23.590	Anuário CTT 1964	
1960	9.689	659	1.434	49	483	7.073			778			23.920	Anuário CTT 1964	
1961	9.553	632	1.586	45	440	7.358			778			24.103	Anuário CTT 1964	
1962	9.490	579	1.801	46	395	7.630			778			24.658	Anuário CTT 1964	
1963	9.357	566	1.977	50	376	7.781			778			24.825	Anuário CTT 1964	
1964	9.008	544	2.330	62	368	7.979			778			25.303	Anuário CTT 1964	

**Quadro 12:** População activa por sectores de actividade, 1900 a 1930

	1900		1911		1930	
	n°	%	n°	%	n°	%
Pop empregada	2446095		5960056		3947296	
Agricultura, Silvicultura, Caça e Pesca	1529035	63%	3488306	59%	1897152	48%
Indústria, construção, energia e água	459633	19%	1248915	21%	686860	17%
Serviços	457427	19%	1222835	21%	1363284	35%

Fonte: Anuário Estatístico INE

**Quadro 13:** População activa por sectores de actividade, 1953 a 1995 (1 de 2)

Anos	1953	1954	1955	1956	1957	1958	1959	1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974
Agricultura, Silvicultura, Caça e Pesca	49%	49%	48%	46%	45%	45%	44%	43%	42%	40%	39%	37%	35%	33%	32%	31%	29%	28%	26%	25%	24%	23%
Indústria, gás, água e construção	24%	24%	25%	26%	27%	28%	28%	28%	29%	29%	30%	31%	33%	34%	34%	34%	34%	34%	35%	36%	36%	36%
Serviços	27%	27%	28%	28%	28%	28%	28%	29%	29%	30%	31%	32%	32%	33%	34%	36%	37%	39%	39%	40%	40%	41%

**Quadro 13:** População activa por sectores de actividade, 1953 a 1995 (2 de 2)

Anos	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Agricultura, Silvicultura, Caça e Pesca	23%	24%	23%	21%	21%	19%	18%	17%	17%	17%	17%	16%	16%	15%	14%	13%	13%	13%	13%	13%	12%
Indústria, gás, água e construção	35%	35%	35%	36%	36%	38%	38%	38%	38%	38%	37%	37%	38%	38%	38%	37%	36%	36%	35%	34%	34%
Serviços	41%	41%	42%	43%	43%	43%	44%	44%	45%	45%	46%	47%	46%	47%	49%	50%	51%	52%	53%	54%	54%

Fonte: Banco de Portugal

**Quadro 14:** Tráfego de correspondência nacional, 1880 a 1990 (n°)

Anos	Correspondência Normal	Correspondência Total	Anos	Correspondência Normal	Correspondência Total
1880	26.827.451	28.458.711	1961	302.980.000	347.160.001
1900	51.539.591	54.955.734	1962	354.268.000	398.987.001
1911	78.001.588	82.596.377	1963	361.136.000	407.252.001
1913	87.677.285	93.496.327	1964	367.825.000	415.069.001
1919	107.508.618	115.633.794	1965	373.644.000	421.702.001
1928	107.236.278	118.305.156	1966	379.070.000	427.425.001
1933	114.099.736	127.801.752	1967	383.643.000	432.013.001
1934	133.194.779	149.015.854	1968	388.507.000	437.327.001
1935	132.913.022	150.901.179	1969	393.820.000	444.011.001
1936	144.600.300	160.205.149	1970	390.790.000	443.024.001
1937	144.600.300	159.170.525	1971	402.918.000	456.465.001
1938	168.018.900	185.025.104	1972	472.596.000	528.490.125
1940	148.127.000	156.582.699	1973	507.351.000	566.355.964
1941	152.363.000	160.792.594	1974	455.468.000	517.503.873
1942	145.885.200	153.936.643	1975	387.742.000	453.044.457
1943	160.943.200	169.666.987	1976	403.299.000	432.938.001
1945	177.388.300	187.392.966	1977	444.021.000	468.316.001
1947	193.751.400	217.763.295	1978	409.617.000	433.259.001
1948	194.736.000	219.865.388	1979	400.695.000	424.523.001
1949	183.346.800	207.569.315	1980	408.561.000	433.607.001
1950	197.708.700	221.252.209	1981	359.749.000	378.966.001
1951	196.184.600	220.681.442	1982	365.481.000	385.459.001
1952	204.347.000	233.453.301	1983	381.306.000	401.968.001
1953	218.254.000	249.294.401	1984	377.951.000	397.391.001
1954	226.459.000	258.779.801	1985	408.533.000	430.834.001
1955	253.427.000	288.418.201	1986	428.310.000	451.038.001
1956	275.184.000	314.936.801	1987	498.001.000	517.037.001
1957	285.045.000	323.346.301	1988	547.695.000	568.812.001
1958	289.129.000	329.034.001	1989	595.106.000	618.270.001
1959	295.187.000	335.899.501	1990	647.994.000	671.121.001
1960	293.563.000	337.451.301			

Fonte: Anuários e Relatórios CTT

**Quadro 15:** População residente e Famílias, 1890 a 2001 (n°)

Anos	Famílias	Anos	População Residente
1890	1.248.483	1900	5.446.760
1900	1.300.082	1911	5.999.146
1911	1.411.327	1920	6.080.135
1920	1.426.242	1930	6.802.429
1930	1.663.776	1940	7.755.423
1940	1.811.645	1950	8.510.240
1950	2.047.439	1960	8.889.392
1960	2.356.982	1970	8.663.252
1970	2.345.225	1981	9.833.014
1981	2.924.443	1991	9.867.147
1991	3.147.403	2001	10.356.117
2001	3.650.757		

**Quadro 16:** Estações e Postos de Correio e de Venda de Selos, 1900 a 1990 (n°)

Anos	Estações	Postos	Anos	Estações	Postos	Anos	Estações	Postos
1900	413	4.108	1955	776	8.811	1975	1018	10.995
1913	547	5.449	1956	788	9.029	1976	1025	11.056
1926	537	6.227	1957	795	9.198	1977	1042	11.029
1934	559	6.374	1958	808	9.319	1978	1044	11.260
1935	561	6.407	1959	821	9.375	1979	1046	10.926
1936	564	6.452	1960	834	9.465	1980	1047	10.467
1937	562	6.484	1961	847	9.582	1981	1039	10.247
1938	564	6.561	1962	856	9.889	1984	1060	7.418
1939	559	6.806	1963	878	9.964	1985	1068	6.843
1940	609	6.611	1964	895	10.131	1986	1068	6.736
1941	631	6.681	1965	913	10.360	1987	1062	6.384
1942	650	6.742	1966	922	10.524	1988	1062	6.202
1943	658	6.831	1967	935	10.644	1989	1063	5.993
1944	662	6.985	1968	941	10.868	1990	1112	6.064
1945	681	6.936	1969	953	10.910			
1950	730	7.985	1970	958	11.009			
1951	746	8.152	1971	968	11.084			
1952	756	8.292	1972	982	11.114			
1953	762	8.395	1973	1001	11.159			
1954	769	8.587	1974	1010	11.058			

Fonte: Anuários e Relatórios CTT

**Quadro 17: Recursos 1990 a 2003 e Variação 2002/1990**

Anos	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Variação 2002/1990
<b>ATENDIMENTO</b>															
Estações Correio (EC)	1.045	1.044	1.021	1.000	1.001	1.007	1.006	1.006	1.006	1.010	1.014	1.021	1.029	1.022	-2%
Balcões Exteriores Correio (BEC)	56	49	41	44	41	34	39	39	47	50	43	42	45	40	-20%
Estações Móveis (EM)	12	13	15	14	14	14	14	14	15	15	16	16	16	16	33%
Total	1.113	1.106	1.077	1.058	1.056	1.055	1.059	1.059	1.068	1.075	1.073	1.079	1.090	1.078	-2%
Lojas Financeiras	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	
Postos Correio	1.211	2.277	2.693	2.660	2.623	2.538	2.587	2.634	2.659	2.714	2.722	2.766	2.758	2.471	128%
Postos Venda de Selos	11.680	10.885	10.945	10.115	10.748	10.000	9.500	9.259	9.995	10.203	10.037	6.331	4.848	4.280	-58%
<b>DISTRIBUIÇÃO</b>															
Centros Distribuição Postal	443	442	440	399	425	417	426	430	431	428	426	418	413	408	-7%
Giros Distribuição Postal	5.787	5.780	5.902	5.798	5.825	5.915	6.076	6.099	6.133	6.235	6.299	6.379	6.441	6.421	11%
Marcos e Caixas	21.676	21.976	20.124	20.255	20.302	18.141	18.492	18.510	18.621	18.698	18.766	18.766	18.573	18.583	-14%
Apartados	66.971	72.740	89.632	99.622	107.926	106.837	107.800	128.161	125.973	135.049	138.663	142.100	146.499	157.356	119%
<b>TRANSPORTES</b>															
Automóveis	1.258	1.324	1.554	1.777	1.696	2.000	2.160	2.366	2.760	2.801	2.699	2.559	2.358	2.732	87%
Outros Veículos	1.253	1.217	1.423	1.476	1.486	1.559	1.733	1.576	1.427	1.388	1.514	1.375	1.371	1.281	9%
Total	2.511	2.541	2.977	3.253	3.182	3.559	3.893	3.942	4.187	4.189	4.213	3.934	3.729	4.013	49%
<b>RECURSOS HUMANOS</b>															
Efectivos em 31 Dez	15.846	16.057	14.884	13.792	13.647	14.479	14.425	14.686	14.276	14.253	14.395	14.981	14.883	13.852	-6%
Contratados a Termo em 31 Dez	1.196	1.345	1.859	1.555	1.991	504	1.169	1.276	2.072	2.608	2.765	2.415	1.574	1.421	32%
Potencial Trabalho (103 horas)	31.735	31.964	31.339	30.237	28.912	29.053	29.350	30.605	31.732	32.715	31.250	31.629	31.236	29.006	-2%
<b>INDICADORES</b>															
Tráfego por Habitante (1)	68	76	82	88	91	95	100	106	114	119	123	127	121	117	78%

Fonte: Anuário Estatístico CTT

**Quadro 18:** Tráfego de Correspondências

Anos	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
NACIONAL	619992	698502	760680	824198	958422	1044715	1146495	1299334	1413432	1530957	1566381	1676580,5	1630293,2	1507234
INTERNACIONAL (Expedição)	49788	52136	53482	54575	49321	49652	52039	53541	58240	60537	61444,99	63320,212	65191,365	55732

Fonte: Anuário CTT

**Quadro 19:** Tráfego postal total

Anos	Un: milhares de objectos		
	1999	2000	2002
Tráfego total (Fonte: INE)	1 178 062	1 213 830	1 325 985
Tráfego total (Fonte: CTT)	1.605.618	1.637.521	1.748.703
			1.703.409

Anexos ao capítulo 5.: Quadros 20 a 36 e Textos 1 a 3

**Quadro 20: Síntese das teorias e modelos da riqueza, crescimento e desenvolvimento económico (4 p.)**

Abordagens	Corrente / Autor(es)/período	Fundamento da riqueza/prosperidade	Consequências	Variável ou variáveis operacionalizáveis
	Mercantilistas séc XVI, XVII	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comércio Externo (excedente em metais preciosos)</li> </ul>	Dominação Proteccionismo	Exportações Importações; - saldo da BC;
	Fisiocratas Franceses séc XVII	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produção agrícola</li> <li>• Comércio Externo</li> <li>• (stock de moeda para as transacções)</li> </ul>	Leis naturais (génese do liberalismo) Individualismo	- PIB agrícola -Exportações Importações;
	Clássicos Ingleses e a Economia no LP	<ul style="list-style-type: none"> <li>• População</li> <li>• trabalho</li> <li>• capital</li> <li>• terra</li> <li>• estado da técnica</li> </ul> Também:	No L.P. o crescimento da População leva a rendimentos decrescentes	Produto f Trabalho/população, Estado da Técnica
	A. Smith séc XVIII	<ul style="list-style-type: none"> <li>• divisão do trabalho e</li> <li>• a livre concorrência</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liberalismo económico</li> </ul>	Riqueza= f trabalho e concorrência
<i>Reflexões filosóficas, (o racional, concebível, lógico)</i>	Malthus séc XVIII, XIX	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O Sector industrial</li> </ul>	No L.P. estagnação pela pobreza do sector agrícola	Riqueza/Pobreza = f sector agrícola
	D. Ricardo séc XVIII, XIX	Também <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comércio internacional e vantagens comparativas</li> <li>• Distribuição do Produto pelas classes sociais</li> </ul>	No L.P. Estado estacionário devido à diminuição da tx de lucro (pela subida dos salários)	

<i>Corrente / Autor(es)/período</i>	<i>Fundamento da riqueza/prosperidade</i>	<i>Consequências</i>	<i>Variável ou variáveis operacionalizáveis</i>
S. Mill séc XIX	Também • Liberdade individual • Utilitarismo		
<i>Corrente / Autor(es)/período</i>  Karl Marx séc XIX (deriva dos clássicos)	<i>Fundamento da riqueza/prosperidade</i>  Também • Estrutura social • Sistema político	<i>Consequências</i>  No L.P. colapso do capitalismo: por diminuição dos salários para manter lucros, levando à diminuição do consumo e descida dos negócios e logo Taxa de juro	<i>Variável ou variáveis operacionalizáveis</i>  Produto f Trabalho, capital, terra e pt Inv f Tx Lucro Salários f Inv Emprego f inv Desemprego f inovações tecnol Consumo f salários <input type="checkbox"/> Txa lucro f <input type="checkbox"/> salários
Reflexões filosóficas, (o racional, concebível, lógico)  Schumpeter séc XX (deriva dos clássicos)	Também • Poupança e taxa de juro • Inv cp e de lp • Inovação/mudança tecnológica • Empresário e clima social (comportamento atitudes e valores da sociedade) • Desenvolvimento=mudanças qualitativas	No LP o estado limite é o Socialismo pelo êxito do capitalismo devido à intervenção estatal na produção e distribuição	Produto f trabalho, capital, terra tecnologia

<i>Abordagens</i>	<i>Corrente / Autor(es)/período</i>	<i>Fundamento da riqueza/prosperidade</i>	<i>Consequências</i>	<i>Variável ou variáveis operacionais/variáveis</i>
<i>Modelação analítico-matemática</i>	Neoclássicos séc XX	Fundamental: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Equilíbrio</li> <li>• Raciocínio marginal</li> <li>• otimização</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equilíbrio como axioma</li> <li>• Perde a visão de LP Visão estática de cp</li> </ul>	
	Leon Walras séc XIX, XX	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equilíbrio geral</li> <li>• Concorrência perfeita (teioeiro)</li> <li>• Utilidade</li> <li>• Produtividade marginal</li> </ul>	Análise micro económica	Preços e quantidades de equilíbrio geral
	A. Marshal séc XIX, XX	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equilíbrio parcial num mercado</li> <li>• Concorrência perfeita</li> <li>• Optimização de comportamentos de Produtores e consumidores</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preço e quantidade de um bem no seu mercado</li> <li>• Valor e custo marginais</li> <li>• Excedente do produtor e do consumidor</li> </ul>
	J M Keynes primeira metade do séc. XX	Investimento e despesas públicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise macroeconómica</li> <li>• Curto prazo</li> <li>• Intervenção do estado na economia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produto f Procura efectiva</li> <li>• multiplicador</li> </ul>
	Harrod (e Domar) meados do séc. XX	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mão de obra</li> <li>• produto por trabalhador</li> <li>• capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise de LP, pesquisa das condições de estagnação por afastamento do equilíbrio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poupança necessária ao Investimento, dados o PT e a população f tx juro</li> <li>Consumo aumenta o investimento -- acelerador</li> </ul>
	R. Solow e Swan (neo-Keynesianos) Pós 50	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acumulação de capital</li> <li>• Crescimento população</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equilíbrio ricos e equilíbrio pobres</li> <li>• Convergência condicionada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelo global da economia</li> <li>Riqueza=<math>f(K, L, PT)</math></li> </ul>

	<b>P4</b> <i>Corrente / Autor(es)/período</i>	<i>Fundamento da riqueza/prosperidade</i>	<i>Consequências</i>	<i>Variável ou variáveis operacionais</i>
<i>Modelação analítico-matemática calibragem empírica</i>	Economia do Desenvolvimento séc XX <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hirschman</li> <li>• Rosenstein Rodin</li> <li>• Arthur Lewis</li> <li>• Myrdal</li> <li>• Fleming</li> </ul> (pós anos 40 até anos 70)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estratégias para ec. interna e externa</li> <li>• Big push</li> </ul> Crescimento equilibrado Substituição importações e subsídios às exportações	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspirada nos novos países</li> <li>• Confusão entre teoria e política económica</li> <li>• Alguns insucessos levam ao vazio desta corrente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ability to invest</li> <li>• Escolhas da Política Económica</li> </ul>
<i>De volta a reflexão filosófica ou em busca da nova interdisciplinaridade</i>	Crescimento endógeno (Anos 80 e 90)  Amartya Sen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• I&amp;D</li> <li>• Apendizagem</li> <li>• Poupança endógena</li> </ul> Desenvolvimento Humano e não só o produto = riqueza	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Externalidades =&gt; concorrência imperfeita =&gt; cai a hipótese da Concorrência perfeita</li> </ul> Novas temáticas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Liberdade</li> <li>• Identidade</li> <li>• escolhas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelo global da economia Riqueza=f(PT/I&amp;D, e poupança endógena)</li> </ul> IDH

### Texto 1: Anexo sobre o erro amostral

No processo de tratamento de dados através de amostras, importa cuidar do método de selecção e da dimensão das mesmas.

Os objectivos são de garantir que a amostra seleccionada para o universo a estudar seja dele representativa e que os resultados sejam extrapoláveis para o Universo.

O processo de selecção aleatório é o que garante o segundo objectivo. Este processo ocorre quando cada elemento da população tem uma probabilidade igual e conhecida de fazer parte da amostra. Este processo de selecção permite calcular o erro amostral.

Estamos no caminho da incerteza “...quando ... a amostra detida é apenas uma das muitas amostras possíveis, que poderiam ser obtidas as quais, naturalmente, dariam diferentes indicações ou diferentes valores para as medidas descritivas”. Assim, para avaliar a estabilidade das medidas descritivas é necessário conhecer de algum modo o que se passa com a família de amostras alternativas (que podiam ter sido obtidas mas que não foram) de modo a tentar determinar, para cada medida descritiva, um **erro de amostragem**.” (Murteira, 1993 p.11).

No nosso caso, não pôde ser seguido um procedimento aleatório o que é desde logo uma limitação teórica de alguma importância. Tão pouco nos é possível repetir o estudo sobre novas amostras do mesmo Universo, num mesmo ano, isto é, “*validar resultados recolhendo e analisando novas colecções*.” (Ib idem p 12 )

Contamos apenas com a repetição do estudo em 6 anos diferentes, de 1997 a 2002, em que se os Universos são os mesmos – Países de Desenvolvimento Humano Elevado e Baixo.

Do facto de a composição dos Universos sofrer alterações nos países que os compõem, de ano para ano, cada amostra de cada ano não é rigorosamente uma *nova colecção*, apenas constitui uma repetição do estudo num Universo da mesma natureza noutra momento do tempo. É este o nível de controlo que se consegue neste trabalho.

Por este motivo procurámos analisar a variabilidade e a estabilidade das amostras trabalhadas nos seis anos. Se não houvesse modificação dos fenómenos em estudo ao longo dos seis anos então as amostras seriam novas colecções e a sua maior variabilidade seria uma vantagem do ponto de vista de controlo do erro amostral. Dado que efectivamente ocorrem variações nos fenómenos em estudo de ano para ano, muito embora se trate de fenómenos de natureza mais estrutural, a estabilidade vem a ser uma virtude das amostras estudadas.

Do ponto de vista dos cuidados a ter na realização do procedimento amostral a variabilidade das populações produz mais erros do que a sua estabilidade, e homogeneidade.

Neste estudo a variabilidade maior ocorre no tráfego postal, já que as restantes quatro variáveis em análise estão normalizadas para um intervalo entre zero e um. Dado que os

universos são definidos em função de uma variável normalizada neste intervalo, o Índice de Desenvolvimento Humano, a variabilidade no tráfego que é aquilo que pretendemos estudar, tem presença garantida nos dados finais.

Determinou-se também para cada amostra o seu erro amostral, considerando a medida descritiva mais comumente utilizada, a proporção de Bernoulli (p) na sua hipótese mais pessimista ( $p=0,5$ ), e tendo em conta a construção de um Intervalo de Confiança a 95%, também este o procedimento mais comum, e aplicando a correção para populações finitas<sup>1</sup>.

Estamos assim em presença de um estudo em que:

- o Universo está rigorosamente definido e totalmente identificado
- o método de selecção de amostra não é (rigorosamente) aleatório
- a dimensão da amostra tratada em cada estudo não foi decisão do investigador mas resultou da disponibilidade de dados existente.

**Texto 2: Anexo sobre multicolinearidade e método de inclusão e exclusão de variáveis na relação funcional a estimar**

O conceito de multicolinearidade refere-se à ocorrência de correlação linear forte entre as variáveis explicativas, exógenas de uma relação funcional.

O seu estudo em SPSS é feito através do cálculo da Tolerância. Para cada variável independente é calculada a tolerância= $1-R_i^2$ , em que o  $R_i^2$  é o quadrado da correlação entre cada variável  $i$  e as restantes variáveis exógenas da relação funcional. Consequentemente os valores da tolerância variam entre zero e um. Se estiver próximo de zero a variável a que respeita é uma combinação linear quase perfeita das restantes, o que torna instáveis as estimativas dos parâmetros da relação funcional em análise. Em SPSS o valor de defeito da tolerância é 0,0001, sendo que as variáveis que passa este critério são que são incluídas na equação a estimar. É recomendado no entanto que uma tolerância até 0,1 seja o limite da rejeição e uma variável visto que isso representa um  $R_i^2$  superior a 0,9 com as restantes variáveis exógenas o que já é suficiente para a sua rejeição. O inverso deste valor de Tolerância, que também é fornecido pelo SPSS, é o VIF (variance inflation factor), daí que variáveis com baixos valores de tolerância presente valores elevados de VIF; serão iguais ou maiores do que 10 os VIF das variáveis a rejeitar quando o critério de rejeição for o da tolerância entre 0 e 0,1. Valores inferiores a 10 recomendam a retenção da variável na estimação.

---

<sup>1</sup> A expressão analítica fica: Erro Amostral= $\text{Raiz} [(4pq)(N-n)/n(N-1)]$ , em que  $p$  é a proporção de indivíduos no universo com uma determinada característica,  $q=1-p$  é a proporção de indivíduos que não possuem essa característica,  $n$  é a dimensão da amostra e  $N$  a dimensão do Universo.

Método Forward de selecção de regressores (variáveis exógenas, argumentos da função f).

Este método faz entrar na estimação os regressores um por um; escolhe em primeiro lugar aquele que tiver a maior correlação positiva ou negativa com a variável endógena; em cada passo seguinte faz entrar uma das restantes variáveis seguindo o critério da maior correlação parcial; a cada nova entrada faz o ensaio de que o coeficiente que a relaciona com a variável endógena seja zero utilizando o teste t ou o teste F (que é o quadrado de t); insere a variável se a decisão do teste é de rejeição da hipótese – caso que equivale a rejeitar a afirmação de que o parâmetro que a relaciona com a variável endógena pode ser zero - e recusa a inserção no caso contrário.

O método Stepwise funciona do mesmo modo que o método Forward com uma diligência adicional: em cada nova entrada de uma variável efectua um teste às que já entraram devido à possibilidade de entre elas existir multicolinearidade, caso em que é recomendada a remoção.

### **Texto 3: Anexo sobre medida da qualidade dos ajustamentos**

De uma forma simples pode dizer-se que o  $R^2$  mede a variação de Y (variável endógena) pelas variáveis exógenas presentes no modelo. Em rigor, porém, só deve ser assim interpretado se se tratar de um modelo linear.

“Sometimes the  $R^2$  is interpreted as a measure of quality of the statistical model, while in fact it measures nothing more than the quality of the linear approximation.” (Verbeek, 2002 p. 21)

Dado que este coeficiente aumenta sempre que se acrescenta uma variável exógena ao modelo, mesmo que ela não traga qualquer capacidade explicativa adicional para a variável endógena, costuma-se analisar um coeficiente ajustado - o  $R^2$  ajustado - que acrescenta ao  $R^2$  uma correcção do número de graus de liberdade que é igual ao número de regressores. “This goodness-of-fit measure has some punishment for the inclusion of additional explanatory variables in the model and, therefore, does not automatically increase when regressors are added to the model. In fact, it may decline when a variable is added to the set of regressors.” (Verbeek, 2002 p.22).

**Quadro 21:** Médias das variáveis do estudo macro

Resultados do tratamento dos dados em SPSS							
<b>Países Desenvolvimento Humano Baixo (DHB)</b>							
<b>Médias</b>							
	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>Média</b>
Cartas/Habitante	1,0	0,8	0,9	0,9	1,4	1,3	1,0
IDH	0,407	0,405	0,402	0,412	0,404	0,423	0,409
I Esp Vida	0,402	0,411	0,386	0,405	0,344	0,341	0,382
I Educ	0,428	0,434	0,440	0,449	0,484	0,518	0,459
I. PIB	0,391	0,370	0,382	0,382	0,384	0,410	0,387
<b>Países Desenvolvimento Humano Elevado (DHE)</b>							
<b>Médias</b>							
	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>Média</b>
Cartas/Habitante	178	165	144	118	142	174	154
IDH	0,873	0,870	0,869	0,863	0,867	0,878	0,870
I Esp Vida	0,854	0,844	0,849	0,840	0,844	0,842	0,846
I Educ	0,916	0,923	0,913	0,905	0,907	0,928	0,915
I. PIB	0,850	0,842	0,846	0,844	0,847	0,862	0,849

Nota sobre os oito quadro seguintes: a coluna “Cartas” – contém o número de cartas expedidas por habitante por ano; a coluna “IDH” – contém o Índice de Desenvolvimento Humano; a coluna “IEV” – contém o Índice de Esperança de vida; a coluna “IED” – contém o Índice de Educação; a coluna “IPIB”- contém o Índice do PIB medido em Paridade de Poder de Compra.

**Quadro 22:** Ano 1997 – Países Desenvolvimento Humano Elevado

Rank	Nome	Cartas	IDH	IEV	IEd	IPIB (a)	
39	Argentina		11	,827	,800	,910	,770
7	Australia		218	,922	,890	,990	,890
5	Belgium		329	,923	,870	,990	,910
34	Chile		23	,844	,830	,890	,810
45	Costa Rica		7	,801	,850	,850	,700
26	Cyprus		65	,870	,880	,900	,830
36	Czhec Republic		75	,833	,810	,910	,780
11	France		432	,918	,890	,970	,900
14	Germany		249	,906	,870	,950	,890
24	Hongkong, China		184	,880	,890	,830	,920
20	Ireland		160	,900	,860	,950	,890
23	Israel		100	,883	,880	,900	,870
19	Italy		99	,900	,890	,930	,890
4	Japan		202	,924	,920	,940	,920
30	Korea (Rep.)		85	,852	,790	,950	,820
17	Luxembourg		323	,902	,860	,890	,960
32	Malta		120	,850	,870	,870	,810
2	Norway		555	,927	,890	,980	,920
44	Poland		40	,802	,790	,920	,700
28	Portugal		108	,858	,840	,910	,830
22	Singapore		186	,888	,870	,850	,940
42	Slovaquia		80	,813	,800	,910	,730
33	Slovenia		196	,845	,820	,910	,800
21	Spain		104	,894	,880	,950	,850
43	United Arab Emirates		39	,812	,830	,730	,880
10	United Kingdom		318	,918	,870	,990	,890
3	United States of America		685	,927	,860	,970	,950
40	Uruguai		4	,826	,820	,910	,750

**Quadro 23:** Ano 1998 – Países Desenvolvimento Humano Elevado

Rank	Nome	Cartas	IDH	IEV	IEd	IPIB (a)	
35	Argentina		11	,837	,800	,910	,800
4	Australia		225	,929	,890	,990	,900
41	Bahrain (Kingdom of)		50	,820	,800	,850	,810
30	Barbados		116	,858	,860	,910	,800
7	Belgium		344	,925	,870	,990	,910
38	Chile		23	,826	,830	,900	,750
22	Cyprus		67	,886	,880	,920	,860
34	Czech Rep.		72	,843	,820	,910	,800
46	Estónia		45	,801	,730	,950	,720
11	Finland		326	,917	,870	,990	,890
12	France		436	,917	,890	,970	,890
26	Hongkong, China		178	,872	,890	,830	,890
43	Hungary		120	,817	,770	,910	,770
18	Ireland		169	,907	,860	,960	,900
23	Israel		98	,883	,880	,910	,860
19	Italy		101	,903	,890	,930	,890
9	Japan		202	,924	,920	,940	,910
31	Korea (Rep.)		78	,854	,790	,950	,820
17	Luxembourg		337	,908	,860	,890	,970
44	Poland		63	,814	,800	,920	,720
28	Portugal		116	,864	,840	,920	,830
40	Slovakia		90	,825	,800	,910	,760
29	Slovenia		188	,861	,830	,930	,830
21	Spain		109	,899	,890	,960	,850
45	United Arab Emirates		40	,810	,830	,730	,860
10	United Kingdom		327	,918	,870	,990	,890
3	United States of America		682	,929	,860	,970	,950
39	Uruguai		6	,825	,820	,910	,740

**Quadro 24: Ano 1999 – Países Desenvolvimento Humano Elevado**

	Rank	Nome	Cartas	IDH	IEV	IEd	IPIB (a)
	34	Argentina	12	,842	,800	,920	,800
	2	Australi	230	,936	,900	,990	,920
	40	Bahrain (Kingdom of)	55	,824	,800	,850	,820
	32	Brunei Darussalam	29	,857	,850	,860	,870
	39	Chile	22	,825	,840	,900	,740
	41	Costa Rica	7	,821	,850	,860	,750
	46	Crotia	60	,803	,810	,880	,720
	25	Cyprus	70	,877	,880	,870	,880
	33	Czech Rep.	82	,844	,830	,890	,810
	44	Estonia	44	,812	,760	,940	,740
	10	Finland	331	,925	,870	,990	,910
	13	France	443	,924	,890	,970	,910
	14	Great Britain	326	,923	,870	,990	,900
	23	Greece	47	,881	,890	,920	,840
	24	Hongkong, China	178	,880	,910	,830	,900
	36	Hungary	127	,829	,770	,930	,790
	18	Ireland	175	,916	,860	,960	,930
	22	Israel	100	,893	,890	,910	,870
	20	Italy	104	,909	,890	,940	,900
	9	Japan	204	,928	,930	,930	,920
	27	Korea (Rep. of)	82	,875	,830	,950	,840
	43	Kuwait	17	,818	,850	,740	,860
	47	Lithuania	11	,803	,780	,930	,700
	12	Luxembourg	337	,924	,870	,900	1,00
	30	Malta	129	,866	,880	,880	,840
	1	Norway	339	,939	,890	,980	,940
	38	Poland	65	,828	,800	,940	,740
	28	Portugal	122	,874	,840	,930	,850
	35	Slovakia	94	,831	,800	,910	,780
	29	Slovenia	218	,874	,840	,940	,850
	21	Spain	116	,908	,890	,970	,870
	45	United Arab Emirates	38	,809	,830	,730	,870
	6	United States of America	692	,934	,860	,980	,960
	37	Uruguai	7	,828	,820	,920	,750

**Quadro 25:** Ano 2000 – Países Desenvolvimento Humano Elevado

Rank	Nome	Cartas	IDH	IEV	IEd	IPIB (a)
34	Argentina	10	,844	,810	,920	,800
5	Australia	243	,939	,900	,990	,930
41	Bahamas	28	,826	,740	,880	,860
39	Bahrain (Kingdom of)	45	,831	,810	,850	,840
31	Barbados	86	,871	,860	,910	,840
32	Brunei Darussalam	29	,856	,850	,860	,860
43	Costa Rica	7	,820	,860	,860	,740
48	Croatia	59	,809	,810	,880	,730
26	Cyprus	79	,883	,880	,880	,890
33	Czech Rep.	88	,849	,830	,890	,820
42	Estonia	45	,826	,760	,950	,770
12	France	445	,928	,890	,970	,920
13	Great Britain	341	,928	,880	,990	,910
24	Greece	49	,885	,890	,920	,850
23	Hongkong, China	186	,888	,910	,830	,920
35	Hungary	138	,835	,770	,930	,800
18	Ireland	175	,925	,860	,960	,950
22	Israel	104	,896	,900	,910	,890
20	Italy	114	,913	,890	,940	,910
9	Japan	206	,933	,930	,930	,930
27	Korea (Rep)	96	,882	,830	,950	,860
45	Kuwait	11	,813	,850	,740	,840
53	Latvia	18	,800	,760	,930	,710
49	Lithuania	11	,808	,780	,930	,710
16	Luxembourg	350	,925	,870	,900	1,00
30	Malta	135	,875	,880	,880	,860
1	Norway	469	,942	,890	,980	,950
37	Poland	55	,833	,810	,940	,750
28	Portugal	126	,880	,840	,940	,860
44	Saint Kitts and Nevis	52	,814	,750	,890	,810
47	Seychelles	52	,811	,800	,830	,810
36	Slovakia	97	,835	,800	,910	,790
29	Slovenia	252	,879	,840	,940	,860
21	Spain	118	,913	,890	,970	,880
50	Trinidad and Tobago	27	,805	,820	,840	,750
46	United Arab Emirates	46	,812	,830	,740	,870
40	Uruguai	7	,831	,820	,920	,750

**Quadro 26:** Ano 2001 – Países Desenvolvimento Humano Elevado

Rank	Nome	Cartas	IDH	IEV	IEd	IPIB (a)
34	Argentina	9	,849	,810	,940	,790
4	Australia	264	,939	,900	,990	,920
37	Bahrain (Kingdom of)	42	,839	,810	,860	,850
53	Belarus	67	,804	,740	,950	,720
43	Chile	20	,831	,850	,890	,750
42	Costa Rica	6	,832	,880	,860	,760
47	Croatia	58	,818	,820	,880	,750
25	Cyprus	86	,891	,880	,900	,890
32	Czech Rep.	182	,861	,830	,910	,830
24	Greece	50	,892	,890	,930	,860
26	Hongkong, China	180	,889	,910	,830	,920
38	Hungary	142	,837	,770	,930	,800
2	Iceland	235	,942	,910	,960	,950
12	Ireland	185	,930	,860	,960	,960
22	Israel	112	,905	,900	,930	,880
21	Italy	116	,916	,890	,930	,920
9	Japan	207	,932	,940	,940	,920
30	Korea (Rep. of)	106	,879	,840	,960	,840
46	Kuwait	17	,820	,860	,730	,870
50	Latvia	59	,811	,760	,950	,730
15	Luxembourg	439	,930	,880	,900	1,00
33	Malta	140	,856	,880	,870	,810
55	Mexico	9	,800	,800	,860	,740
1	Norway	564	,944	,900	,990	,950
23	Portugal	186	,896	,850	,970	,870
51	Saint Kitts and Nevis	46	,808	,750	,890	,790
36	Seychelles	47	,840	,800	,870	,860
39	Slovakia	99	,836	,800	,900	,800
29	Slovenia	273	,881	,850	,940	,860
54	Trinidad and Tobago	11	,802	,780	,880	,750
48	United Arab Emirates	42	,816	,820	,730	,890
7	United States of America	698	,937	,860	,970	,970
40	Uruguai	7	,834	,830	,930	,740

**Quadro 27:** Ano 2002 – Países Desenvolvimento Humano Elevado

Rank	Nome	Cartas IDH	IEV	IEd	IPIB (a)	
34	Argentina	8	,853	,820	,960	,780
3	Australia	236	,946	,900	,990	,940
51	Bahamas	42	,815	,700	,880	,860
40	Bahrain (Kingdom of)	41	,843	,810	,850	,860
43	Chile	18	,839	,850	,900	,770
45	Costa Rica	7	,834	,880	,870	,750
48	Croatia	63	,830	,820	,900	,770
30	Cyprus	79	,883	,890	,890	,870
32	Czech Rep.	212	,868	,840	,920	,840
36	Estonia	141	,853	,780	,980	,800
13	Finland	466	,935	,880	,990	,930
12	Great Britain	354	,936	,880	,990	,930
24	Greece	51	,902	,890	,950	,870
38	Hungary	143	,848	,780	,950	,820
10	Ireland	195	,936	,860	,960	,980
22	Israel	113	,908	,900	,940	,880
21	Italy	109	,920	,890	,930	,930
9	Japan	202	,938	,940	,940	,930
28	Korea (Rep. of)	110	,888	,840	,970	,860
50	Latvia	66	,823	,760	,950	,750
41	Lithuania	33	,842	,790	,960	,770
15	Luxembourg	429	,933	,890	,910	1,00
31	Malta	149	,875	,890	,870	,860
53	México	7	,802	,810	,850	,750
1	Norway	547	,956	,900	,990	,990
26	Portugal	159	,897	,850	,970	,870
39	Saint Kitts and Nevis	48	,844	,750	,980	,800
35	Seychelles	47	,853	,800	,900	,870
42	Slovakia	88	,842	,810	,910	,810
27	Slovenia	306	,895	,850	,960	,870
11	Switzerland	714	,936	,900	,950	,950
54	Trinidad and Tobago	30	,801	,770	,870	,760
49	United Arab Emirates	36	,824	,830	,740	,900
8	United States of America	654	,939	,870	,970	,980

**Quadro 28:** Ano 1997 – Países Desenvolvimento Humano Baixo

Rank	Nome	Cartas IDH	IEV	IEd	IPIB (a)	
160	Angola	,1	,398	,360	,390	,440
150	Bangladesh	4,1	,440	,550	,380	,390
155	Benin	1,0	,421	,470	,370	,420
170	Burundi	1,1	,324	,290	,370	,310
162	Chad	1,2	,393	,370	,430	,380
154	Côte d'Ivoire (Rep)	1,3	,422	,360	,420	,490
172	Ethiopia	,4	,298	,310	,320	,270
161	Guinea	,3	,398	,360	,340	,490
140	Lao People's Dem. Rep.	,5	,491	,470	,570	,430
147	Madagascar	1,4	,453	,540	,440	,370
166	Mali	,2	,375	,470	,320	,330
149	Mauritânia	,6	,447	,470	,390	,480
169	Mozambique	,2	,341	,340	,350	,330
173	Niger	,3	,298	,390	,140	,360
146	Nigéria	3,4	,456	,420	,580	,370
153	Senegal	,7	,426	,460	,350	,480
156	Tanzania, U.Rep.of	,8	,421	,380	,590	,290
143	Togo	,7	,469	,400	,560	,450
158	Uganda	,5	,404	,240	,560	,410
148	Yemen	,2	,449	,550	,450	,350
151	Zambia	1,1	,431	,250	,670	,380

**Quadro 29: Ano 1998 – Países Desenvolvimento Humano Baixo**

Rank	Nome	Cartas	IDH	IEV	IEd	IPIB (a)
160	Angola	,1	,405	,370	,360	,480
146	Bangladesh	4,1	,461	,560	,390	,440
157	Benin	1,1	,411	,470	,400	,360
170	Burundi	1,3	,321	,300	,380	,290
167	Chad	1,0	,367	,380	,370	,360
159	Eritrea	,6	,408	,430	,440	,350
171	Ethiopia	,3	,309	,310	,330	,290
162	Guinea	,3	,394	,370	,340	,480
140	Lao People's Dem. Rep.	,9	,484	,480	,500	,480
141	Madagascar	1,4	,483	,550	,560	,340
165	Mali	,2	,380	,480	,340	,320
147	Mauritania	,5	,451	,480	,410	,460
168	Mozambique	,2	,341	,310	,370	,340
173	Niger	,3	,293	,400	,150	,330
151	Nigeria	1,9	,439	,420	,550	,350
164	Rwanda	,4	,382	,260	,570	,310
155	Senegal	,7	,416	,460	,360	,430
156	Tanzania, U. Rep. of	,7	,415	,380	,600	,260
145	Togo	,6	,471	,400	,570	,440
148	Yemen	,2	,448	,560	,460	,330
153	Zambia	,7	,420	,260	,670	,330

**Quadro 30: Ano 1999 – Países Desenvolvimento Humano Baixo**

Rank	Nome	Cartas	IDH	IEV	IEd	IPIB (a)
146	Angola	,0	,422	,330	,360	,580
130	Bhutan	,8	,477	,610	,390	,430
160	Burundi	1,6	,309	,260	,370	,290
155	Chad	,8	,359	,340	,380	,360
144	Côte d'Ivoire	1,4	,426	,380	,430	,470
148	Eritrea	,9	,416	,450	,440	,360
158	Ethiopia	,3	,321	,320	,340	,310
150	Guinea	,4	,397	,370	,330	,490
134	Haiti	,2	,467	,460	,500	,450
135	Madagascar	1,6	,462	,450	,590	,350
151	Malawi	4,8	,397	,260	,640	,300
139	Mauritania	,5	,437	,430	,410	,460
157	Mozambique	,2	,323	,250	,360	,360
161	Niger	,2	,274	,330	,150	,340
136	Nigeria	1,1	,455	,440	,570	,360
127	Pakistan	1,9	,498	,580	,430	,490
152	Rwanda	,6	,395	,250	,570	,360
145	Senegal	,7	,423	,470	,360	,440
162	Sierra Leone	,1	,258	,220	,300	,250
140	Tanzania	,7	,436	,440	,610	,270
133	Yemen	,2	,468	,590	,470	,350
143	Zambia	,9	,427	,270	,680	,340

**Quadro 31: Ano 2000 – Países Desenvolvimento Humano Baixo**

Rank	Nome	Cartas	IDH	IEV	IEd	IPIB (a)
161	Angola	,1	,403	,340	,360	,510
158	Benin	1,3	,420	,480	,400	,380
171	Burundi	1,9	,313	,260	,380	,300
166	Chad	,8	,365	,350	,390	,360
157	Eritrea	1,2	,421	,450	,460	,350
168	Ethiopia	,3	,327	,310	,350	,320
167	Guinea-Bissau	,0	,349	,330	,380	,340
159	Guinea	,4	,414	,380	,370	,500
146	Haiti	,2	,471	,460	,500	,450
143	Lao People's Dem. Rep	,2	,485	,470	,520	,460
147	Madagascar	,9	,469	,460	,590	,360
163	Malawi	3,4	,400	,250	,650	,300
164	Mali	,1	,386	,440	,370	,350
170	Mozambique	,2	,322	,240	,370	,360
142	Nepal	2,7	,490	,560	,480	,430
172	Niger	,2	,277	,340	,160	,340
148	Nigeria	,4	,462	,440	,580	,370
138	Pakistan	2,4	,499	,580	,420	,490
154	Senegal	,7	,431	,470	,370	,450
151	Tanzania (United Rep. of)	,6	,440	,430	,610	,280
144	Yemen	,2	,479	,590	,480	,370
153	Zambia	,9	,433	,270	,680	,340

**Quadro 32: Ano 2001 – Países Desenvolvimento Humano Baixo**

Rank	Nome	Cartas	IDH	IEV	IEd	IPIB (a)
164	Angola	,0	,377	,250	,380	,500
159	Benin	1,4	,411	,430	,420	,380
171	Burundi	,1	,337	,260	,430	,320
168	Central African Republic	,1	,363	,260	,400	,430
165	Chad	,9	,376	,330	,410	,400
167	Congo (Dem.Rep.of)	,2	,363	,260	,510	,320
155	Eritrea	,8	,446	,460	,490	,390
169	Ethiopia	,3	,359	,340	,380	,350
157	Guinea	,4	,425	,390	,390	,500
146	Kenia	6,8	,489	,360	,730	,380
149	Madagascar	,8	,468	,470	,580	,350
170	Mozambique	,2	,356	,240	,430	,410
143	Nepal	3,1	,499	,570	,500	,430
174	Niger	,2	,292	,340	,170	,360
152	Nigeria	,3	,463	,450	,590	,360
156	Senegal	,7	,430	,460	,380	,450
175	Sierra Leone	,0	,275	,160	,410	,260
160	Tanzania (United Rep. of)	,7	,400	,320	,610	,280
148	Yemen	,2	,470	,570	,490	,340
163	Zambia	,9	,386	,140	,680	,340
145	Zimbabwe	10,5	,496	,170	,790	,520

**Quadro 33:** Ano 2002 – Países Desenvolvimento Humano Baixo

Rank	Nome	Cartas	IDH	IEV	IEd	IPIB (a)
166	Angola	,0	,381	,250	,380	,510
161	Benin	1,4	,421	,430	,440	,400
173	Burundi	,2	,339	,260	,450	,310
167	Chad	,3	,379	,330	,420	,390
163	Côte d'Ivoire	2,4	,399	,270	,470	,450
170	Ethiopia	,3	,359	,340	,390	,340
160	Guinea	,3	,425	,400	,370	,510
148	Kenya	5,6	,488	,340	,740	,390
145	Lesotho	,9	,493	,190	,760	,530
150	Madagascar	,7	,469	,470	,600	,330
171	Mozambique	,2	,354	,220	,450	,390
176	Niger	,1	,292	,350	,180	,350
151	Nigeria	,4	,466	,440	,590	,360
142	Pakistan	2,3	,497	,600	,400	,490
159	Rwanda	,1	,431	,230	,640	,420
157	Senegal	,7	,437	,460	,390	,460
162	Tanzania (United Rep.of)	,7	,407	,310	,620	,290
143	Togo	,6	,495	,410	,620	,450
149	Yemen	,2	,482	,580	,500	,360
164	Zambia	,9	,389	,130	,680	,360
147	Zimbabwe	8,4	,491	,150	,790	,530

**Quadro 34:** Dimensão Universos e amostras

Número Países (N) – Dimensão dos Universos									
Relatório de Desenvolvimento Humano	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Média 97 02	DP	CV
IDHE - Índice de Desenvolvimento Humano Elevado	45	46	48	53	55	55	50	4,546	9,032
IDHM - Índice de Desenvolvimento Humano Médio	94	93	78	84	86	86	87	5,947	6,849
IDHB - Índice de Desenvolvimento Humano Baixo	35	35	36	36	34	36	35	0,816	2,311
<b>Total</b>	<b>174</b>	<b>174</b>	<b>162</b>	<b>173</b>	<b>175</b>	<b>177</b>	<b>173</b>	<b>5,32</b>	<b>3,084</b>
Fonte: RDH 1999 a 2004, PNUD									
Número Países (n) – Dimensão das Amostras estudadas									
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Média 97 02	DP	CV
IDHE - Índice de Desenvolvimento Humano Elevado (n)	28	28	34	37	33	34	32	3,615	11,18
Idem (% de N)	0,62	0,61	0,71	0,70	0,60	0,62	0,64	0,048	7,424
IDHB - Índice de Desenvolvimento Humano Baixo (n)	21	21	22	22	21	21	21	0,516	2,421
Idem (% de N)	0,60	0,60	0,61	0,61	0,62	0,58	0,60	0,012	2,023

Legenda: DP – Desvio padrão; CV- Coeficiente de Variação: mede a variação em relação à média aritmética, em percentagem de desvio padrão por unidade de média

**Quadro 35:** Países de Desenvolvimento Humano Elevado: Distribuição de frequências da composição por países das amostras dos anos de 1997 a 2002

Argentina	6				
Australia	6				
Cyprus	6				
Czech Republic	6				
Ireland	6				
Israel	6				
Italy	6				
Japan	6				
Korea (Rep.)	6				
Luxembourg	6				
Portugal	6				
Slovaquia	6				
Slovenia	6				
United Arab Emirates	6	14	84	29,2%	
Bahrain (Kingdom of)	5				
Chile	5				
Costa Rica	5				
Hongkong, China	5				
Hungary	5				
Malta	5				
Norway	5				
United States of America	5				
Uruguai	5	9	45	18,8%	
Croatia	4				
Estónia	4				
France	4				
Greece	4				
Poland	4				
Spain	4	6	24	12,5%	
Finland	3				
Great Britain	3				
Kuwait	3				
Latvia	3				
Lithuania	3				
Saint Kitts and Nevis	3				
Seychelles	3				
Trinidad and Tobago	3	8	24	16,7%	77,1%
Bahamas	2				
Barbados	2				
Belgium	2				
Brunei Darussalam	2				
México	2				
United Kingdom	2	6	12	12,5%	
Belarus	1				
Germany	1				
Iceland	1				
Singapore	1				
Switzerland	1	5	5	10,4%	22,9%
Argentina				100,0%	100,0%
			194	48	

**Quadro 36:** Países de Desenvolvimento Humano Baixo: Distribuição de frequências da composição por países das amostras dos anos de 1997 a 2002

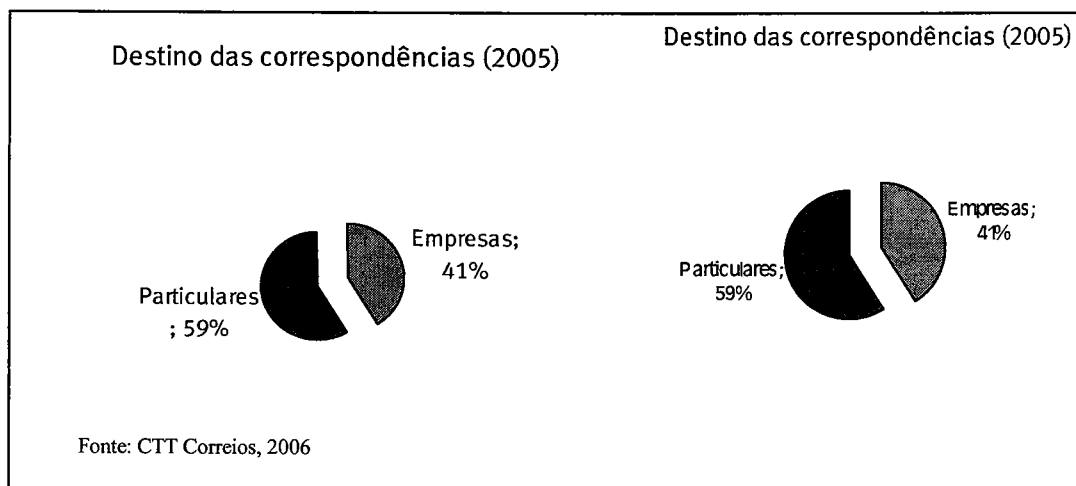
Angola	6			
Burundi	6			
Chad	6			
Ethiopia	6			
Guinea	6			
Madagascar	6			
Mozambique	6			
Niger	6			
Nigeria	6			
Senegal	6			
Tanzania (United Rep.of)	6			
Yemen	6			
Zambia	6	13	78	37,1%
Benin	5	1	5	2,9%
Eritrea	4	1	4	2,9%
Côte d'Ivoire	3			
Lao People's Dem. Rep.	3			
Mali	3			
Mauritania	3			
Pakistan	3			
Rwanda	3			
Togo	3	7	21	20,0%
Bangladesh	2			
Haiti	2			
Kenia	2			
Malawi	2			
Nepal	2			
Sierra Leone	2			
Zimbabwe	2	7	14	20,0%
Bhutan	1			
Central African Republic	1			
Congo (Dem.Rep.of)	1			
Guinea-Bissau	1			
Lesotho	1			
Uganda	1	6	6	17,1%
	128	35	128	100%

**Quadro 37:** Fluxos de tráfego de correspondências

<b>Síntese - segmentação do tráfego de Correspondências</b>							
<b>Ano de referência :</b> 2005 (valores preliminares)							
<b>Tráfego considerado:</b> Serviço Nacional e Internacional de Saída							
	Tráfego (mil obj)	Origem / Destino (%)				Origem	Origem
		E/E	E/P	P/E	P/P	Empresas	Particulares
Correio Normal	824 452	42.7	48.2	4.0	5.1	90.9	9.1
Correio Azul	78 993	48.5	29.3	10.4	11.8	77.8	22.2
Correio Registrado	54 365	44.1	42.4	9.2	4.3	86.5	13.5
<b>Sub- total</b>	<b>957 810</b>	<b>43.3</b>	<b>46.3</b>	<b>4.8</b>	<b>5.6</b>	<b>89.6</b>	<b>10.4</b>
Direct Mail	195 078	5.0	95.0			100	0.0
<b>Total</b>	<b>1 152 887</b>	<b>36.8</b>	<b>54.5</b>	<b>4.0</b>	<b>4.7</b>	<b>91.3</b>	<b>8.7</b>

**Quadro 38:** Fluxos de tráfego

Sender	Business/Empresas e organizações 90%	Consumer /Particulares 10%
Recipient	Business/Empresas e organizações 41%	Consumer /Particulares 59%



**Figura 1:** Fluxos de tráfego

**Todos os dados que a seguir são tratados têm como fonte o trabalho de campo: 900 entrevistas**

**Quadro 39:** Questionário

ESTUDO 11212  
01 (10)(11)  
(1-5) (6-9)

QUEST. Nº \_\_\_\_\_

Cartão

PARA COMEÇAR AGRADEÇIA QUE ME DISSSESSE, POR FAVOR, POR ORDEM DECRESCENTE, QUAIS AS IDADES DOS MEMBROS DO SEU AGREGADO FAMILIAR (INCLUIR TODAS AS PESSOAS QUE DORMEM HABITUALMENTE NO SEU LAR) DE CADA UM DOS SEXOS.

INDIVÍDUOS		
<b>MASCULINO</b> _____ ANOS _____ ANOS _____ ANOS _____ ANOS _____ ANOS _____ ANOS _____ ANOS _____ ANOS		<b>FEMININO</b> _____ ANOS _____ ANOS _____ ANOS _____ ANOS _____ ANOS _____ ANOS _____ ANOS _____ ANOS

**CODIFICAÇÃO:**

Nº MEMBROS SEXO MASCULINO .....|\_|\_| (12)(13)

Nº MEMBROS SEXO FEMININO.....|\_|\_| (14)(15)

Nº MEMBROS ATÉ 3 ANOS.....|\_|\_| (16)(17)

Nº MEMBROS DE 4 A 14 ANOS .....|\_|\_| (18)(19)

Nº MEMBROS DE 15 A 17 ANOS.....|\_|\_| (20)(21)

Nº MEMBROS DE 18 A 54 ANOS.....|\_|\_| (22)(23)

Nº MEMBROS DE 55 OU + ANOS .....|\_|\_| (24)(25)

TOTAL DE INDIVÍDUOS ATÉ 14 ANOS |\_|\_| (26)(27)

TOTAL DE INDIVÍDUOS COM 15 OU MAIS ANOS |\_|\_| (28)(29)

TOTAL DE INDIVÍDUOS |\_|\_| (30)(31)

**IDENTIFICAÇÃO DO INDIVÍDUO SELECIONADO**

1. IDADE EXACTA DO INQUIRIDO: |\_\_\_\_\_| (32-33)

(34)  
2. SEXO:           \* MASCULINO ..... 1  
                  \* FEMININO ..... 2

A. Antes de começarmos, gostaria que me dissesse qual é a ocupação da pessoa que mais contribui para o rendimento do agregado familiar.

REGISTAR EM DETALHE

\_\_\_\_\_ (35)

Conta própria ... X    Conta de Outrem..... X

	(36)
Quadro directivo, quadro superior, Profissional liberal	1
Pequeno proprietário / empresário, Técnico especializado (conta própria)	2
Quadro médios	3
Profissional técnico (conta de outrem)	4
Administrativo, Empregado de escritório	5
Trabalhador especializado	6
Trabalhador não especializado	7
Estudante, doméstica	8
Reformado, Pensionista, desempregado	9

B. E, qual é o nível de instrução da pessoa que mais contribui para o rendimento do agregado familiar.

	(37)
Sem estudos / primária incompleta	1
Primária completa	2
6º ano (ciclo preparatório)	3
9º ano ou equivalente	4
12º ano ou equivalente	5
Curso médio / bacharelato / universitário incompleto	6
Curso universitário	7
Mestrado / doutoramento	8

REGISTAR CLASSE SOCIAL

	(38)
A/B	1
C1 / C2	2
D	3

**Bloco 1 – Meios de Comunicação Escrita**

*Gostaria de lhe fazer algumas perguntas sobre o envio e recepção de comunicação escrita, ou seja, mensagens, informação e documentos que envia ou recebe pessoalmente.*

**P.1** – Pensando no envio e recepção de comunicação escrita, ou seja, no envio e recepção de mensagens, informação ou documentos, quais são os meios de envio e recepção que lhe vêm imediatamente à ideia?

INSISTIR: Mais algum?

REGISTAR 1ª MENÇÃO E OUTRAS

**P.2** – E, quais deste meios de envio e recepção que conhece ou já ouviu falar, mesmo que nunca o tenha usado pessoalmente?

**MOSTRAR CARTÃO 1**

	<b>P.1 - Espontâneo</b>		<b>P.2 Sugerido (41)</b>
	<b>1ª menção (39)</b>	<b>Outras menções (40)</b>	
E-Mail	1	1	1
Sms	2	2	2
Carta	3	3	3
Fax	4	4	4
Nenhum / Mais nenhum	9	9	-

*Gostaria agora de conhecer a sua opinião sobre cada meio de comunicação escrita, como a que temos vindo a falar.*

**P.3** – Vou mostrar-lhe alguns pares de meios de comunicação e gostaria ordenasse estes pares de acordo com a semelhança que os meios de comunicação têm para si.

Por favor, ordene os pares do mais semelhante para o menos semelhante.

**MOSTRAR CARTÕES DE PARES**

REGISTAR A ORDEM: "1" para o par mais semelhante, até "6" para o menos semelhante

Carta – Fax	(42)
Carta – SMS	(43)
Carta – E-mail	(44)
Fax – E-mail	(45)
Fax – SMS	(46)
E-mail - SMS	(47)

**ENT: FAZER P.4 A P.7 PARA CADA MEIO CONHECIDO (VER P.1/2)**

**RODAR A ORDEM DAS PERGUNTAS P.4 A P.7**

**P.4** – Na sua opinião que vantagens e desvantagens têm para si o **envio e recepção** de comunicação escrita através de **E-MAIL**?

a) Que vantagens tem o uso de **E-MAIL** no envio e recepção de comunicação escrita?  
 APROF: Mais alguma?

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

(58)	(59)	(60)	(61)	(62)

b) E, que desvantagens tem o uso de **SMS** no envio e recepção de comunicação escrita?  
 APROF: Mais alguma?

---

---

---

---

---

---

---

---

(48)	(49)	(50)	(51)	(52)

b) E, que desvantagens tem o uso de **E-MAIL** no envio e recepção de comunicação escrita?  
 APROF: Mais alguma?

---

---

---

---

---

---

---

---

(63)	(64)	(65)	(66)	(67)

(53)	(54)	(55)	(56)	(57)

**P.6** – Na sua opinião que vantagens e desvantagens têm para si o **envio e recepção** de comunicação escrita através de **FAX**?

a) Que vantagens tem o uso de **FAX** no envio e recepção de comunicação escrita?  
 APROF: Mais alguma?

---

---

---

---

---

---

---

---

**P.5** – Na sua opinião que vantagens e desvantagens têm para si o **envio e recepção** de comunicação escrita através de **SMS**?

a) Que vantagens tem o uso de **SMS** no envio e recepção de comunicação escrita?  
 APROF: Mais alguma?

---

---

(68)	(69)	(70)	(71)	(72)

---



---



---



---



---

b) E, que desvantagens tem o uso de **FAX** no envio e recepção de comunicação escrita?  
 APROF: Mais alguma?

---



---



---



---



---

(17)	(18)	(19)	(20)	(21)

(73)	(74)	(75)	(76)	(77)

**P.7** – Na sua opinião que vantagens e desvantagens têm para si o **envio e recepção** de comunicação escrita através de **CARTA**?

a) Que vantagens tem o uso de **CARTA** no envio e recepção de comunicação escrita?  
 APROF: Mais alguma?

---



---



---



---



---

**Cartão 02 (10)(11)**

(12)	(13)	(14)	(15)	(16)

b) E, que desvantagens tem o uso de **CARTA** no envio e recepção de comunicação escrita?  
 APROF: Mais alguma?

**BLOCO 2 – ENVIO DE COMUNICAÇÃO ESCRITA**

Vamos falar primeiro no **ENVIO** de comunicação escrita, ou seja, mensagens, informação ou documentos.

**P.8** – Gostaria agora de conhecer as suas preferências face a estes meios de comunicação escrita.

Quando quer **enviar** comunicação escrita (mensagens, informação ou documentos) **para ...** (CITAR CADA UMA DAS OPÇÕES), qual destes meios prefere utilizar?

**MOSTRAR CARTÃO 1**

E, em 2º lugar?

E, em 3º lugar?

REGISTAR A ORDEM: "1" para o meio preferido, "2" para o 2º preferido, etc.

	Familiares	Amigos	Empresas	Instituições
E-Mail	(22)	(26)	(30)	(34)
Sms	(23)	(27)	(31)	(35)
Carta	(24)	(28)	(32)	(36)
Fax	(25)	(29)	(33)	(37)
Mais nenhum	9	9	9	9

**P.9** – Gostaria agora que pensasse na comunicação escrita que a/o sra/sr **costuma enviar**. Desta lista de conteúdos/assuntos que lhe mostro, quais a/o sra/sr **enviou** pessoalmente no último ano?

**MOSTRAR CARTÃO 2**

	(38)
Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)	1
Comunicação escrita para amigos	2
Divertimento (anedotas, brincadeiras, Imagens, fotografias)	3
Documentos e assuntos oficiais	4
Pagamentos	5
Reclamações	6
Candidaturas, curriculum	7
Comunicação escrita para familiares	8
Encomendas de produtos / catálogos	9

PARA CADA CONTEÚDO / ASSUNTO REFERIDO EM P.9:

**P.10** – Considerando cada tipo de conteúdo / assunto que **enviou** pessoalmente no último ano, que meios utilizou?

Quando **enviou ...** (CITAR CONTEÚDO(S) MENCIONADO(S) EM P.9) qual foi o **principal meio que utilizou (o meio que utilizou mais frequentemente)?**

**MOSTRAR CARTÃO 1**

E, que outros meios utilizou?

ENT: Para cada conteúdo - Registrar "1" para o mais frequente e "2" para os outros meios usados

	E-MAIL	SMS	CART A	FAX	Mais nenhum
Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)	(35)	(44)	(53)	(62)	9
Comunicação escrita para amigos	(36)	(45)	(54)	(63)	9
Divertimento (anedotas, brincadeiras, Imagens, fotografias)	(37)	(46)	(55)	(64)	9
Documentos e assuntos oficiais	(38)	(47)	(56)	(65)	9
Pagamentos	(39)	(48)	(57)	(66)	9
Reclamações	(40)	(49)	(58)	(67)	9
Candidaturas, curriculum	(41)	(50)	(59)	(68)	9
Comunicação escrita para familiares	(42)	(51)	(60)	(69)	9

Encomendas de produtos / catálogos	(43)	(52)	(61)	(70)	9
------------------------------------	------	------	------	------	---

PARA CADA CONTEÚDO / ASSUNTO ENVIADO POR CARTA (VER P.10):

**P.11** – Pensando somente na comunicação escrita que **ENVIAR POR CARTA**, gostaria que me dissesse para que tipos de conteúdos / assuntos é que pessoalmente preferiria usar outro meio em **substituição** (em vez) da carta?

Para **enviar** .... (CITAR CADA CONTEÚDO ENVIADO POR CARTA EM P.10) pessoalmente, preferiria usar outro meio em **substituição** (em vez) da carta? Qual?

**MOSTRAR CARTÃO 3**

SE PREFERE OUTRO MEIO: **P.11 a)** E, por que motivos? APROF: Mais algum?

	P.11				→ P.11 a) Motivos?	Cartão 03 (10)(11)
	E-MAI L	SMS	FAX	NÃO PREFERE OUTRO MEIO		
Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)	1	2	3	4 (71)		(12) (13) (14) (15)
Comunicação escrita para amigos	1	2	3	4 (72)		(16) (17) (18) (19)
Divertimento (anedotas, brincadeiras, Imagens, fotografias)	1	2	3	4 (73)		(20) (21) (22) (23)
Documentos e assuntos oficiais	1	2	3	4 (74)		(24) (25) (26) (27)
Pagamentos	1	2	3	4 (75)		(28) (29) (30) (31)
Reclamações	1	2	3	4 (76)		(32) (33) (34) (35)
Candidaturas, curriculum	1	2	3	4 (77)		(36) (37) (38) (39)
Comunicação escrita para familiares	1	2	3	4 (78)		(40) (41) (42) (43)
Encomendas de produtos / catálogos	1	2	3	4 (79)		(44) (45) (46) (47)
<b>BLOCO 3 – RECEPÇÃO DE COMUNICAÇÃO ESCRITA</b>						

Vamos falar agora na **RECEPÇÃO** de comunicação escrita, ou seja, mensagens, informação ou documentos, **QUE RECEBE**.

**P.12** – Gostaria de conhecer as suas preferências face a estes meios de comunicação escrita.

Quando recebe comunicação escrita (mensagens, informação ou documentos) de ... (CITAR CADA UMA DAS OPÇÕES), através de que meio prefere receber ?

**MOSTRAR CARTÃO 4**

E, em 2º lugar?

E, em 3º lugar?

REGISTAR A ORDEM: "1" para o meio preferido, "2" para o 2º preferido, etc.

	Familiares	Amigos	Empresas	Instituições
E-Mail	(48)	(52)	(56)	(60)
Sms	(49)	(53)	(57)	(61)
Carta	(50)	(54)	(58)	(62)
Fax	(51)	(55)	(59)	(63)
Mais nenhum	9	9	9	9

**P.13** – Gostaria agora que pensasse na comunicação escrita que a/o sra/sr costuma receber. Desta lista de conteúdos / assuntos que lhe mostro, quais a/o sra/sr recebeu pessoalmente no último ano?

**MOSTRAR CARTÃO 5**

	(64)
Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)	1
Comunicação escrita de amigos	2
Divertimento (anedotas, brincadeiras, Imagens, fotografias)	3
Documentos e assuntos oficiais (entidades públicas/governamentais)	4
Facturas	5
Extractos bancários	6
Publicidade endereçada	7
Comunicação escrita de familiares	8

PARA CADA CONTEÚDO / ASSUNTO REFERIDO EM P.13:

**P.14** – Considerando cada tipo de conteúdo / assunto que recebeu pessoalmente no último ano, através de que meios os recebeu? Quando recebeu ... (CITAR CONTEÚDO(S) MENCIONADO(S) EM P.13), qual foi o principal meio utilizado (o meio mais frequentemente recebido)?

**MOSTRAR CARTÃO 4**

E, através de que outros meios recebeu?

ENT: Para cada conteúdo - Registrar "1" para o mais frequente e "2" para os outros meios usados

Cartão 05 (10)(11)

	E-MAIL	SMS	CARTA	FAX	Mais nenhum
Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)	(12)	(20)	(28)	(36)	9
Comunicação escrita de amigos	(13)	(21)	(29)	(37)	9
Divertimento (anedotas, brincadeiras, Imagens, fotografias)	(14)	(22)	(30)	(38)	9
Documentos e assuntos oficiais (entidades públicas/governamentais)	(15)	(23)	(31)	(39)	9
Facturas	(16)	(24)	(32)	(40)	9
Extractos bancários	(17)	(25)	(33)	(41)	9
Publicidade endereçada	(18)	(26)	(34)	(42)	9
Comunicação escrita de familiares	(19)	(27)	(35)	(43)	9

PARA CADA CONTEÚDO / ASSUNTO RECEBIDO POR CARTA (VER P.14)

**P.15** – Pensando somente na comunicação escrita que RECEBE POR CARTA, gostaria que me dissesse que tipo de conteúdos / assuntos é que preferiria receber através de outro meios em substituição (em vez) da carta?

Para .... (CITAR CADA CONTEÚDO RECEBIDO POR CARTA EM P.14), preferiria receber através de outro meio em substituição (em vez) da carta)? Qual?

**MOSTRAR CARTÃO 6**

SE PREFERE OUTRO MEIO: P.15 a) E, por que motivos? APROF: Mais algum?

	P.15				→ P.15 a) Motivos ?	Cartão 06 (10)(11)
	E- MAI L	SMS	FAX	NÃO PREFERE OUTRO MEIO		
Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)	1	2	3	4 (44)		(12) (13) (14) (15)
Comunicação escrita de amigos	1	2	3	4 (45)		(16) (17) (18) (19)
Divertimento (anedotas, brincadeiras, Imagens,Fotografias)	1	2	3	4 (46)		(20) (21) (22) (23)
Documentos e assuntos Oficiais	1	2	3	4 (47)		(24) (25) (26) (27)
Facturas	1	2	3	4 (48)		(28) (29) (30) (31)
Extractos bancários	1	2	3	4 (49)		(32) (33) (34) (35)
Publicidade endereçada	1	2	3	4 (50)		(36) (37) (38) (39)
Comunicação escrita de Famíliares	1	2	3	4 (51)		(40) (41) (42) (43)

**P. 16** – Pensando agora exclusivamente na comunicação escrita endereçada, que **RECEBE POR CORREIO / CARTA**, e considerando todos os tipos de mensagens, informação ou documentos, quantas recebeu na última semana? Por favor, dê-me a sua melhor estimativa.

REGISTAR Nº EXACTO  ( 44) (45) (46)

SE O ENTREVISTADO NÃO CONSEGUE RESPONDER: Diria que recebeu ... (LER ESCALÕES)?

	(47)
Até 3	1
De 3 a 7	2
Mais do que 7	3
Não sabe	4

**P.17** – Até que ponto é importante que os seguintes conteúdos lhe cheguem por carta?

LER CADA TIPO DE CONTEÚDO

**MOSTRAR CARTÃO 7**

	Muito importante	Algo importante	Indiferente	Pouco importante	Nada importante	Não recebe	
Extractos bancários	5	4	3	2	1	0	(48)
Facturas de electricidade, gás, etc.	5	4	3	2	1	0	(49)
Facturas de telecomunicações (telefone fixo, telemóvel,...)	5	4	3	2	1	0	(50)
Publicidade endereçada	5	4	3	2	1	0	(51)
Notificações oficiais	5	4	3	2	1	0	(52)
Publicações	5	4	3	2	1	0	(53)

**BLOCO 4 – Características dos meios**

**P.18** – Vou ler-lhe algumas frases que outras pessoas nos disseram sobre características dos meios de comunicação escrita, de que temos vindo a falar, e gostaria que me dissesse para cada um dos aspectos, qual o grau de importância que lhe atribui pessoalmente.

Utilizando esta escala de 1 a 10, em que 1 significa que *não é nada importante* e 10 significa *multíssimo importante*, diga-me até que ponto é importante para si um meio de comunicação escrita ... (LER FRASE)

**MOSTRAR CARTÃO 8**

ENT: RODAR FRASES

Nada importante ← 

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

 → Multíssimo importante

1	Ser simples e prático de enviar e de receber	(12)(13)
2	Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos...)	(14)(15)
3	Requerer o uso de uma escrita mais cuidada	(16)(17)
4	Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho	(18)(19)
5	Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoa está, sem precisar de se deslocar	(20)(21)
6	Ter comprovativo do envio	(22)(23)
7	Facilitar a expressão de sentimentos e emoções	(24)(25)
8	Poder ser recebido em qualquer local	(26)(27)
9	Ser económico	(28)(29)
10	Ser formal	(30)(31)
11	Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e recebe	(32)(33)
12	Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa	(34)(35)
13	Ter um papel escrito, que pode guardar, arquivar, servir de prova	(36)(37)
14	Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e mais ninguém	(38)(39)
15	Ser rápido de enviar e rápido de receber	(40)(41)
16	Ser informal	(42)(43)
17	Ter garantia e segurança de entrega	(44)(45)

**Cartão 08 (10)(11)**

**P.19** – Agora, gostaria que me desse a sua opinião sobre os meios de comunicação escrita, de que temos vindo a falar, relativamente aos mesmos aspectos.

Utilizando esta escala de 1 a 10, em que 1 significa que *não se aplica nada* e 10 significa *aplica-se totalmente*, gostaria que avaliasse cada um dos meios de comunicação.

**MOSTRAR CARTÃO 9**

ENT: RODAR FRASES E MEIOS (APENAS PERGUNTAR PARA OS MEIOS CONHECIDOS ver P.1/2)

Vamos falar primeiro em ... (CITAR 1º MEIO). Na sua opinião, até que ponto a frase .... (LER A FRASE) se aplica ou não a ... ?

Não se aplica nada ←	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	→ Aplica-se totalmente

		Cartão 09 (10)(11)	Cartão 10 (10)(11)	Cartão 11 (10)(11)	Cartão 12 (10)(11)
		CARTA	E-MAIL	FAX	SMS
1	É simples e prático de enviar e de receber	(12)(13)	(12)(13)	(12)(13)	(12)(13)
2	Permite enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos...)	(14)(15)	(14)(15)	(14)(15)	(14)(15)
3	Requer o uso de uma escrita mais cuidada	(16)(17)	(16)(17)	(16)(17)	(16)(17)
4	Permite o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho	(18)(19)	(18)(19)	(18)(19)	(18)(19)
5	Tem a possibilidade de se enviar do local onde a pessoa está, sem precisar de se deslocar	(20)(21)	(20)(21)	(20)(21)	(20)(21)
6	Tem comprovativo do envio	(22)(23)	(22)(23)	(22)(23)	(22)(23)
7	Facilita a expressão de sentimentos e emoções	(24)(25)	(24)(25)	(24)(25)	(24)(25)
8	Pode ser recebido em qualquer local	(26)(27)	(26)(27)	(26)(27)	(26)(27)
9	É económico	(28)(29)	(28)(29)	(28)(29)	(28)(29)
10	É formal	(30)(31)	(30)(31)	(30)(31)	(30)(31)
11	Protege e dá confidencialidade ao que se envia e recebe	(32)(33)	(32)(33)	(32)(33)	(32)(33)
12	Pode ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa	(34)(35)	(34)(35)	(34)(35)	(34)(35)
13	Tem um papel escrito, que pode guardar, arquivar, servir de prova	(36)(37)	(36)(37)	(36)(37)	(36)(37)
14	Faz-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e mais ninguém	(38)(39)	(38)(39)	(38)(39)	(38)(39)
15	É rápido de enviar e rápido de receber	(40)(41)	(40)(41)	(40)(41)	(40)(41)
16	É informal	(42)(43)	(42)(43)	(42)(43)	(42)(43)
17	Tem garantia e segurança de entrega	(44)(45)	(44)(45)	(44)(45)	(44)(45)

**Bloco 5 - A Carta e o Futuro**

**P.20** – Vou ler-lhe algumas frases que outras pessoas disseram sobre a evolução do uso da carta num futuro próximo e gostaria que me dissesse até que ponto concorda ou não com cada uma das seguintes afirmações.

Pensando nos próximos 5 anos, até que ponto concorda ou discorda com as seguintes afirmações?

**MOSTRA CARTÃO 10**

Discorda totalmente ←	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	→ Conco rda totalm ente

RODAR AS FRASES

1	O e-mail irá substituir a carta no envio de mensagens pessoais		(12)(13)
2	Cada vez mais as pessoas irão utilizar mais o Sms no envio de mensagens pessoais		(14)(15)
3	A utilização da carta irá limitar-se ao envio e recepção de mensagens e documentos institucionais ou oficiais		(16)(17)
4	As pessoas irão escrever cada vez menos cartas		(18)(19)
5	Irá surgir formas que tornam o envio de cartas mais fácil		(20)(21)
6	Haverá formas de enviar e-mails que se pareçam com cartas (poder assinar, utilizar caligrafia, etc.)		(22)(23)
7	Haverá a possibilidade de enviar e-mails que possam ser entregues em mão		(24)(25)
8	Cada vez se irão enviar mais mensagens escritas através de telefone		(26)(27)
9	A evolução da tecnologia dos telemóveis irá permitir o envio de mensagens longas		(28)(29)
10	Só as pessoas mais velhas irão continuar a utilizar a carta		(30)(31)
11	Cartas contendo informações ou publicidade, enviadas pelas Empresas aos seus clientes vão ser substituídas por meios electrónicos		(32)(33)
12	Cartas contendo informações ou documentos, enviadas pelas Instituições e Entidades Públicas vão ser substituídas por meios electrónicos		(34)(35)
13	Empresas e Bancos vão passar a usar mais meios electrónicos para o envio de Facturas, Recibos, Extractos		(36)(37)
14	Vão surgir meios de tradução do discurso falado em linguagem escrita		(38)(39)
15	A utilização de carta apenas se irá usar em situações em que é necessária a prova de recepção		(40)(41)
16	O e-mail substituirá a carta em todas as situações quando legalmente aceite como prova		(42)(43)
17	O e-mail quando se imprime é o mesmo que uma carta		(44)(45)

Cartão 13 (10)(11)

**DADOS CLASSIFICAÇÃO-ENTREVISTADO**

Cartão 14 (10)(11)

1. Exerce actualmente uma **profissão remunerada** (por conta própria ou por conta de outrem) ou está reformado ou é desempregado?  
(12)

Trabalha por conta própria .....	1
Trabalha por conta de outrem.....	2
Desempregado.....	3
Reformado.....	4
Doméstica .....	5
Estudante.....	6

**2. Posição no agregado:**

(13)

Responsável pelas compras no lar .....	1
Pessoa que mais contribui para o rendimento do agregado (chefe família) .....	2
Filho .....	3
Outras: Qual: _____	

**SE “chefe de família” → PASSAR A P.5****SE NÃO → CONTINUAR COM P.3****3. SE TRABALHA:** Ocupação em detalhe:

Trabalha por conta própria : (14)

\_\_\_\_\_

Trabalha por conta de outrem:

\_\_\_\_\_

Estudante / Doméstica.....	8
Desempregado/Reformado.....	9

**4. Instrução**

(15)

Até Primária .....	1
Ciclo preparatório / 6ºano.....	2
Antigo 5ºano / 9ºano.....	3
Antigo 7ºano / 12ºano.....	4
Curso médio / Bacharelato .....	5
Curso universitário .....	6
Mestrado / Doutoramento.....	7

**5. Possui residência secundária**

(16)

Sim.....	1
Não.....	2

**6. Com que idade deixou de estudar ou terminou os estudos?**

(17)

Com 15 anos ou menos .....	1
Entre os 16 e os 19 anos.....	2
Com 20 anos ou mais .....	3
Ainda está a estudar .....	4
Nunca foi à escola .....	5
NS/Nr.....	6

7. Importa-se de me dizer quais dos bens desta lista existem no seu agregado familiar, quer sejam seus ou de qualquer outro membro do agregado?

**MOSTRAR CARTÃO 16**

(18)

Telefone fixo .....	1
Telemóvel .....	2
Computador.....	3
TV Cabo.....	4
Antena parabólica.....	5
DVD.....	6

8. Tem acesso à Internet ... ?

(19)

Sim, em casa .....	1
Sim, no trabalho.....	2
Sim, outro: qual? .....	

Não tem acesso à Internet..... 9

**SE TEM ACESSO À INTERNET**

9. Com que frequência usa o e-mail?

(20)

Todos os dias.....	1
4-5 vezes por semana .....	2
2-3 vezes por semana .....	3
1 vez por semana .....	4
Menos vezes.....	5

10. Costuma ler jornais diários?

SE SIM: com que frequência?

(21)

Todos os dias.....	1
4-5 vezes por semana .....	2
2-3 vezes por semana .....	3
1 vez por semana .....	4
Menos vezes.....	5
NUNCA LÊ .....	9

11. Costuma ler revistas?

SE SIM: com que frequência?

(22)

Todos as semanas .....	1
2-3 vezes por mês.....	2
1 vez por mês .....	3
Menos vezes.....	4
NUNCA LÊ .....	9

12. Costuma ler livros?

SE SIM: com que frequência?

(23)

Todos os dias.....	1
4-5 vezes por semana .....	2
2-3 vezes por semana .....	3
1 vez por semana .....	4
Menos vezes.....	5
NUNCA LÊ .....	9

13. Costuma ir ao cinema ?

SE SIM: com que frequência?

(24)

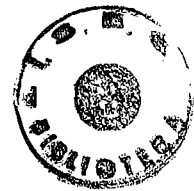
Todos as semanas .....	1
2-3 vezes por mês.....	2
1 vez por mês .....	3
1 vez cada 2-3 meses.....	4
1 vez cada 4-6 meses.....	5
Menos vezes.....	6
NUNCA VAI .....	9

14. Costuma visitar museus ?

SE SIM: com que frequência?

(25)

Todos as semanas .....	1
2-3 vezes por mês.....	2
1 vez por mês .....	3
1 vez cada 2-3 meses.....	4



- 1 vez cada 4-6 meses ..... 5
- Menos vezes ..... 6
- NUNCA VAI ..... 9

**15. Costuma assistir a concertos?**

SE SIM: com que frequência?

(26)

- Todos as semanas ..... 1
- 2-3 vezes por mês ..... 2
- 1 vez por mês ..... 3
- 1 vez cada 2-3 meses ..... 4
- 1 vez cada 4-6 meses ..... 5
- Menos vezes ..... 6
- NUNCA VAI ..... 9

**16. Aproximadamente, quantas horas de televisão vê por dia?**

Por favor, dê-me a sua melhor estimativa

Nº DE HORAS

( 27-28)

**1. REGIÃO**

(29)

- Norte ..... 1
- Centro ..... 2
- Lisboa ..... 3
- Alentejo ..... 4
- Algarve ..... 5

**2. HABITAT**

(30)

- Menos de 2.000 habitantes ..... 1
- De 2.000 a 5.000 ..... 2
- De 5.000 a 10.000 ..... 3
- De 10.000 a 20.000 ..... 4
- De 20.000 a 50.000 ..... 5
- De 50.000 a 100.000 ..... 5
- Mais de 100.000 ..... 6

\*\*\*\*\*

ENTREVISTADOR:

Nome \_\_\_\_\_

Número \_\_\_\_\_ Data entrevista \_\_\_ / \_\_\_ /2005

\*\*\*\*\*

Nº Revisor : \_\_\_\_\_ Nº Codificador \_\_\_\_\_

CARTÕES DE APOIO ÀS ENTREVISTAS:

<b>CARTÃO 1</b>	P.2 / 8/ 10
-----------------	-------------

**E-MAIL**

**SMS**

**CARTA**

**FAX**

<b>CARTÃO 2</b>	P.9
-----------------	-----

**Convites ou Felicitações (de Aniversário, Natal, etc)**

**Comunicação escrita para amigos**

**Divertimento (anedotas, brincadeiras, Imagens, fotografias)**

**Documentos e assuntos oficiais**  
**Pagamentos**  
**Reclamações**  
**Candidaturas, curriculum**  
**Comunicação escrita para familiares**  
**Encomendas de produtos / catálogos**

**CARTÃO 3** P.11

**E-MAIL**  
**SMS**  
**FAX**  
**NÃO PREFERE OUTRO MEIO**

**CARTÃO 4** P.12 / 14

**E-MAIL**  
**SMS**  
**CARTA**  
**FAX**

**CARTÃO 5** P.13

**Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)**  
**Comunicação escrita de amigos**  
**Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)**  
**Documentos e assuntos oficiais (entidades públicas / governamentais)**  
**Facturas**  
**Extractos bancários**  
**Publicidade endereçada**  
**Comunicação escrita de familiares**

**CARTÃO 6** P.15

**E-MAIL**  
**SMS**  
**FAX**  
**NÃO PREFERE OUTRO MEIO**

**CARTÃO 7** P.17

**MUITO IMPORTANTE**  
**ALGO IMPORTANTE**  
**INDIFERENTE**  
**POUCO IMPORTANTE**  
**NADA IMPORTANTE**  
**NÃO RECEBE**

**CARTÃO 8**

P.18

Nada importante ←	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	→ Muitíssimo importante
-------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	-------------------------

**CARTÃO 9** P.19

Não se aplica nada ←	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	→ Aplica-se totalmente
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	------------------------

**CARTÃO 10** P.20

Discorda totalmente ←	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	→ Concorda totalmente
-----------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	-----------------------

**Nota:** Cartões 11 a 15 não se referem a esta problemática mas a uma hipotética caixa postal electrónica

**CARTÃO 16** D.7

TELEFONE FIXO  
 TELEMÓVEL  
 COMPUTADOR  
 TV CABO  
 ANTENA PARABÓLICA  
 LEITOR DE DVD

**Quadro 40 e 38 A: Distribuição final da amostra**

Nº Indivíduos 15 -80 anos c/ internet			Indivíduos 15 -80 anos c/ internet Estrut.%			Amostra (%)			Amostra (nº)		
HM	H	M	HM	H	M	HM	H	M	HM	H	M
891567	452665	438903	39%	40%	39%	38%	39%	37%	344	174	170
637813	319099	318714	28%	28%	28%	27%	27%	27%	245	122	123
421129	206839	214290	19%	18%	19%	18%	18%	18%	162	80	82
258815	125181	133634	11%	11%	12%	11%	11%	11%	100	48	52
56157	26338	29819	2%	2%	3%	5%	5%	6%	49	22	27
0	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0
2265481	1130122	1135360	100%	100%	100%	100%	100%	100%	900	446	454
	50%	50%							50%	50%	

População 15 a 80 anos				% pop.c/internet	% pop.s/internet	Total
Idade	HM	H	M	Idade		
15-24	1399635	710620	689015	15-24	63,7%	36,3%
25-34	1500736	750821	749915	25-34	42,5%	57,5%
35-44	1427556	701148	726408	35-44	29,5%	70,5%
45-54	1274953	616657	658296	45-54	20,3%	79,7%
55-64	1079933	506495	573438	55-64	5,2%	94,8%
65 a 80	1342678	584069	758609	65 a 80	0	
Total	8025491	3869810	4155681	Total		
Sexo		48%	52%			

**Plano de codificação de perguntas**

**Códigos abertos em perguntas fechadas**

Códigos abertos em perguntas fechadas

**P.3**

(42-47)	
9	Não conhece

**P.8**

(128-143)	
9	Mais nenhum

**P.10**

(153-188)	
9	Mais nenhum

**P.12**

(288-303)	
9	Mais nenhum

**P.14**

(312-343)	
9	Mais nenhum

**P.4 A - Vantagens do E-mail**

(48,49)	(50,51) (52,53) (54,55) (56,57)
01	É rápido de enviar / receber
02	É fácil de usar
03	É fácil de enviar
04	É fácil de receber
05	É de fácil acesso / acessível a todos
06	Não é necessário a pessoa deslocar-se para enviar uma mensagem
07	Pode-se enviar diferentes tipos de conteúdos / assuntos

08	Pode-se enviar todo o tipo de conteúdos – texto, dados, imagem, som
09	Pode-se enviar conteúdos de grande dimensão (dados, imagem, som)
13	É económico / barato
14	É possível enviar a mesma mensagem para várias pessoas ao mesmo tempo
15	É possível obter a confirmação de que a mensagem foi entregue
16	Permite utilizar uma linguagem mais informal
17	Prático
18	Cómodo / comodidade
19	Seguro
20	Eficaz / eficiente
21	Inovador / moderno
25	Pode-se enviar para qualquer parte do mundo
26	Pode-se comunicar para todo o lado / para quem está longe
27	Útil para quem tem computador / internet
28	Pode-se enviar / receber a qualquer hora
29	Pode-se arquivar / guardar
30	Evitar gasto de papel
31	Confidencial
58	Nenhuma vantagem
59	Outras
60	Não sabe

P.4 B - Desvantagens do E-mail

(58,59)	(60,61) (62,63) (64,65) (66,67)
01	É um meio pouco seguro porque há o risco de pirataria informática
02	É um meio pouco seguro porque se podem perder os dados
03	Não serve de prova em situações oficiais
04	É fácil apagar inadvertidamente uma mensagem que se quer guardar
05	Quando se apaga uma mensagem, não se pode recuperar
06	É necessário a pessoa ter acesso a um computador
07	O tipo de linguagem que se utiliza é muito pobre
08	Nem todas as pessoas têm e-mail
09	É necessário ter internet
13	Nem todos sabem usar / é difícil usar / complicado de usar
14	Não se tem acesso em qualquer lugar / não há em todo lado
15	Não se tem prova de que a pessoa recebe
16	Caro
17	Pouco seguro / inseguro
18	Risco de receber informação que não interessa
19	Existência de vírus / possibilidade de receber vírus
20	Problemas de comunicação / a internet por vezes bloqueia
21	Não é confidencial / falta de confidencialidade
25	Não é pessoal / impessoal
26	Nem sempre a leitura dos mails é imediata
27	Problemas com o computador
58	Nenhuma desvantagem
59	Outras
60	Não sabe

P.5 A - Vantagens do Sms

(68,69)	(70,71) (72,73) (74,75) (76,77)
01	É rápido de enviar / receber
02	É fácil de usar
03	É fácil de enviar
04	É fácil de receber
05	É de fácil acesso
06	Pode-se enviar mensagens de qualquer lugar onde se esteja
07	Pode-se receber mensagens em qualquer lugar onde se esteja
08	Pode-se enviar diferentes tipos de conteúdos – texto, imagem, com
09	É um meio informal
13	Pode-se escrever com abreviaturas
14	Barato / económico
15	Prático
16	Cómodo
17	Confidencial
18	Pode-se usar em qualquer lugar / em todo o lado
19	Todos têm telemóvel
20	Todos têm acesso
21	Pode-se usar a qualquer hora
25	Pode-se enviar para várias pessoas
26	Tem relatório de entrega / confirmação do recebimento

27	Bom para mensagens curtas / recados
28	Pessoal
29	Divertido
58	Nenhuma vantagem
59	Outras
60	Não sabe

P.5 B - Desvantagens do Sms

(78,79)	(80,81) (82,83) (84,85) (86,87)
01	O tamanho das mensagens e conteúdos enviados têm que ser curtos
02	O preço / não é barato
03	Não há a garantia de que a mensagem foi recebida pela pessoa certa
04	Não há a garantia de que a mensagem não é lida por outras pessoas
05	O tipo de linguagem utilizada é muito pobre – muitas abreviaturas / uso de códigos
06	O tipo de linguagem não permite a expressão de sentimentos e emoções
07	Tem de se ter um telemóvel
08	Complicado de usar / não é prático
09	Podem existir falhas de rede / depende de haver rede
13	Nem sempre são entregues imediatamente
14	Depende do estado do telemóvel (ter bateria, dinheiro...)
15	Viciante
16	Maçador ter de escrever / dá trabalho ter de escrever / demora tempo
17	Impessoal
58	Nenhuma desvantagem
59	Outras
60	Não sabe

P.6 A - Vantagens do Fax

(88,89)	(90,91) (92,93) (94,95) (96,97)
01	É rápido de enviar / receber
02	É fácil de usar
03	É fácil de enviar
04	É fácil de receber
05	É possível obter a confirmação de que a mensagem foi entregue / ter comprovativo
06	Serve como prova em situações oficiais
07	Prático
08	Pode-se enviar documentos / cópias de documentos
09	Seguro
13	Permite o envio de textos longos
14	Bom para empresas / para uso profissional
15	Barato
16	Fica-se com cópia do envio / com o original do envio
17	Chega ao destino em papel / é feito em papel
18	Cómodo / não é necessário deslocação
19	Eficaz / eficiente
20	Directo / imediato
21	Pode enviar-se para longe / de uma cidade para outra
58	Nenhuma vantagem
59	Outras
60	Não sabe

P.6 B - Desvantagens do Fax

(98,99)	(100,101) (102,103) (104,105) (106,107)
01	Não é possível enviar todo o tipo de conteúdos (imagem, som)
02	Só serve para o envio de texto
03	É necessário ter acesso a um fax para enviar / receber
04	Caro
05	Não é acessível a todo o tipo de pessoas / a todos
06	Antiquado / fora de moda / em desuso
07	Nem todos sabem trabalhar com um fax / difícil / complicado
08	Por vezes perde-se / não chega ao destino
09	Falta de confidencialidade
13	É mais para uso profissional
14	Por vezes chega com pouca qualidade / ilegível
15	Às vezes é lento na comunicação
16	Por vezes à problemas de comunicação / nas linhas
17	Impessoal / pouco pessoal
18	Não é prático / pouco prático
19	Não chega a todo o lado / a qualquer lugar

20	Tem de se ter telefone fixo
58	Nenhuma desvantagem
59	Outras
60	Não sabe

P.7 A - Vantagens da Carta

	(108,109) (110,111) (112,113) (114,115) (116,117)
01	Serve como prova em situações oficiais
02	Todas as pessoas tem acesso à carta
03	Facilita a expressão de sentimentos e emoções
04	Utiliza-se uma linguagem mais cuidada
05	Pode-se guardar / arquivar
06	Pode-se enviar fotografias em papel
07	Protege a confidencialidade das mensagens enviadas
08	Pode-se ter a garantia que foi entregue (no caso de registada)
09	Fácil de receber
13	Pode-se enviar para todo o lado
14	Pode-se receber em todo o lado
15	Mais seguro
16	Mais formal
17	Mais pessoal
18	Simple / mais simple / mais fácil
19	Pode-se escrever muito texto / textos mais compridos / mais coisas
20	Enviar / receber documentos / documentos importantes / oficiais
21	Tradicional / tradição / método mais tradicional / mais usual
25	Recebe em mãos / recebe em casa
26	Mais barato / económico / baixo custo
27	Mais prático
28	Todas as pessoas sabem como enviar
29	Pode-se enviar para qualquer país / qualquer parte do mundo
30	É melhor para as pessoas de idade / pessoas de idade gostam de as receber
31	Pode ser registada
32	Meio de confiança / confiável
33	É manuscrito / escreve-se à mão
37	Oficial / mais oficial
38	Garantia de entrega / certeza de que chega
58	Nenhuma vantagem
59	Outras
60	Não sabe

P.7 B - Desvantagens da Carta

	(118,119) (120,121) (122,123) (124,125) (126,127)
01	Demora no envio / recepção
02	É necessário a deslocação aos correios / marco
03	É necessário papel, envelope, selo
04	Não é possível enviar todo o tipo de conteúdos (ficheiros multimédia)
05	É caro / mais caro
06	Pode perder-se / pode-se estraviar / não chegar ao destinatário
07	Falta de profissionalismo na entrega / a qualidade da entrega
08	Pouco evoluído / está em desuso / desactualizada / ultrapassada
09	Menos prático / pouco prático / incómodo / maçador / dá muito trabalho / trabalhoso
13	Exige tempo para escrever
14	Falta de confiança / segurança
58	Nenhuma desvantagem
59	Outras
60	Não sabe

P.11 A

Preferência por outros meios de comunicação escrita para envio ?

	(198,199)...(206,207) / (208,209)...(216,217) / (218,219)...(226,227) / (228,229)...(236,237) / (238,239)...(246,247) /
01	Mais rápido / envio e recepção imediata
02	Mais prático
03	Mais fácil / facilidade de utilização
04	Maior comodidade / não é necessário sair de casa
05	Mais económico / barato / económico
06	Directo / mais directo
07	Mais moderno
08	Divertido / mais divertido
09	Poupa papel / evita acumulação de papel
13	Fica arquivado / arquiva-se / organização e arquivo
14	Mais privacidade / maior garantia de privacidade / mais pessoal
15	Mais acessível

16	Simple / mais simples
17	Fiável
18	Envia-se / recebe-se em todo o lado
19	Pode-se responder no momento / mais comunicativo
20	Oficial / prova que foi enviado / garantia de entrega
21	Mais informal / para coisas do dia a dia
25	Pode-se juntar imagens / animações / muitas coisa / diversidade do que se envia
26	Selecciona-se o que interessa
45	Nenhum motivo em especial
47	Outras
48	Não sabe

P.15 A

Preferência por outros meios de comunicação escrita para recepção ?

(14,15)...(22,23) / (24,25)...(32,33) / (34,35)...(42,43) / (44,45)...(52,53) / (54,55)...(62,63) / (64,65)...(72,73) / (74,75)...(82,83) / (84,85)...(92,93)	
01	Mais rápido / envio e recepção imediata
02	Mais prático
03	Mais fácil / facilidade de utilização
04	Maior comodidade / não é necessário sair de casa
05	Mais económico / barato / económico
06	Directo / mais directo
07	Mais moderno
08	Divertido / mais divertido
09	Poupa papel / evita acumulação de papel
13	Fica arquivado / arquiva-se / organização e arquivo
14	Mais privacidade / maior garantia de privacidade / mais pessoal
15	Mais acessível
16	Simple / mais simples
17	Fiável
18	Envia-se / recebe-se em todo o lado
19	Pode-se responder no momento / mais comunicativo
20	Oficial / prova que foi enviado / garantia de entrega
21	Mais informal / para coisas do dia a dia
25	Pode-se juntar imagens / animações / muitas coisa / diversidade do que se envia
26	Selecciona-se o que interessa
45	Nenhum motivo em especial
47	Outras
48	Não sabe

DADOS DE CLASSIFICAÇÃO

P.2

(376)	
9	Outras

P.8

(389)	Escola
3	
(390)	Cybercafés
4	
(391)	Junta de freguesia / câmara / espaço internet
5	
(392)	Casa de amigos
6	
(393)	Outras
8	

## Quadro 41: Lista de variáveis

Variable name	Label
N_Quest	Número do questionário
N_masc	Número membros sexo masculino
N_fem	Número membros sexo feminino
N_ate_3	Número membros até 3 anos
N_4a14	Número membros de 4 a 14 anos
N_15a17	Número membros de 15 a 17 anos
N_18a54	Número membros de 18 a 54 anos
N_55_mais	Número membros de 55 e mais anos
T_men_14	Total indivíduos até 14 anos
Tot_15	Total de indivíduos com 15 anos e mais
Tot_ind	Total de indivíduos ou dimensão da família
Idade	Idade do inquirido
Sexo	Sexo do inquirido
A	Ocupação do chefe de família
B	Nível de instrução do chefe de família
Cl_soc	Classe Social
P1_1	Notoriedade espontânea TOP dos MCE
P1_out1	Notoriedade assistida 1 dos MCE
P1_out2	Notoriedade assistida 2 dos MCE
P1_out3	Notoriedade assistida 3 dos MCE
P1_out4	Notoriedade assistida 4 dos MCE
P1_out9	Notoriedade assistida 9=Mais nenhum MCE além do TOP
P2_1	Notoriedade sugerida 1 dos MCE
P2_2	Notoriedade sugerida 2 dos MCE
P2_3	Notoriedade sugerida 3 dos MCE
P2_4	Notoriedade sugerida 4 dos MCE
P3_1	Semelhança Carta-Fax
P3_2	Semelhança Carta-Sms
P3_3	Semelhança Carta-E-mail
P3_4	Semelhança Fax-E-mail
P3_5	Semelhança Fax-Sms
P3_6	Semelhança E-mail-Sms
P4_1	Uso do E-mail (vantagem 1)
P4_2	Uso do E-mail (vantagem 2)
P4_3	Uso do E-mail (vantagem 3)
P4_4	Uso do E-mail (vantagem 4)
P4b_1	Uso do E-mail (desvantagem 1)
P4b_2	Uso do E-mail (desvantagem 2)
P4b_3	Uso do E-mail (desvantagem 3)
P5_1	Uso do Sms (vantagem 1)
P5_2	Uso do Sms (vantagem 2)
P5_3	Uso do Sms (vantagem 3)
P5b_1	Uso do Sms (desvantagem 1)
P5b_2	Uso do Sms (desvantagem 2)
P5b_3	Uso do Sms (desvantagem 3)
P6_1	Uso do Fax (vantagem 1)
P6_2	Uso do Fax (vantagem 2)
P6_3	Uso do Fax (vantagem 3)
P6b_1	Uso do Fax (desvantagem 1)
P6b_2	Uso do Fax (desvantagem 2)
P6b_3	Uso do Fax (desvantagem 3)
P6b_4	Uso do Fax (desvantagem 4)
P6b_5	Uso do Fax (desvantagem 5)
P7_1	Uso da Carta (vantagem 1)
P7_2	Uso da Carta (vantagem 2)
P7_3	Uso da Carta (vantagem 3)
P7_4	Uso da Carta (vantagem 4)
P7b_1	Uso da Carta (desvantagem 1)

P7b_2	Uso da Carta (desvantagem 2)
P7b_3	Uso da Carta (desvantagem 3)
P8_Fam1	Grau de preferência do e-mail para envio a Familiares
P8_Fam2	Grau de preferência do Sms para envio a Familiares
P8_Fam3	Grau de preferência da Carta para envio a Familiares
P8_Fam4	Grau de preferência do Fax para envio a Familiares
P8_Ami1	Grau de preferência do e-mail para envio a Amigos
P8_Ami2	Grau de preferência do Sms para envio a Amigos
P8_Ami3	Grau de preferência da Carta para envio a Amigos
P8_Ami4	Grau de preferência do Fax para envio a Amigos
P8_Emp1	Grau de preferência do e-mail para envio a Empresas
P8_Emp2	Grau de preferência do Sms para envio a Empresas
P8_Emp3	Grau de preferência da Carta para envio a Empresas
P8_Emp4	Grau de preferência do Fax para envio a Empresas
P8_Inst1	Grau de preferência do e-mail para envio a Instituições
P8_Inst2	Grau de preferência do Sms para envio a Instituições
P8_Inst3	Grau de preferência da Carta para envio a Instituições
P8_Inst4	Grau de preferência do Fax para envio a Instituições
P9_1	Hábitos de envio no último ano (conteúdos)
P9_2	Hábitos de envio no último ano (conteúdos)
P9_3	Hábitos de envio no último ano (conteúdos)
P9_4	Hábitos de envio no último ano (conteúdos)
P9_5	Hábitos de envio no último ano (conteúdos)
P9_6	Hábitos de envio no último ano (conteúdos)
P9_7	Hábitos de envio no último ano (conteúdos)
P9_8	Hábitos de envio no último ano (conteúdos)
P9_9	Hábitos de envio no último ano (conteúdos)
P10_em1	Uso de e-mail para envio de convites ou felicitações
P10_em2	Uso de e-mail para envio de Comunicação escrita para Amigos
P10_em3	Uso de e-mail para envio de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)
P10_em4	Uso de e-mail para envio de Documentos e assuntos oficiais
P10_em5	Uso de e-mail para envio de Pagamentos
P10_em6	Uso de e-mail para envio de Reclamações
P10_em7	Uso de e-mail para envio de Candidaturas, curriculum
P10_em8	Uso de e-mail para envio de Comunicação escrita para Familiares
P10_em9	Uso de e-mail para envio de Encomendas de produtos / catálogos
P10_sms1	Uso de Sms para envio de convites ou felicitações
P10_sms2	Uso de Sms para envio de Comunicação escrita para Amigos
P10_sms3	Uso de Sms para envio de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)
P10_sms4	Uso de Sms para envio de Documentos e assuntos oficiais
P10_sms5	Uso de Sms para envio de Pagamentos
P10_sms6	Uso de Sms para envio de Reclamações
P10_sms7	Uso de Sms para envio de Candidaturas, curriculum
P10_sms8	Uso de Sms para envio de Comunicação escrita para Familiares
P10_sms9	Uso de Sms para envio de Encomendas de produtos / catálogos
P10_car1	Uso de Carta para envio de convites ou felicitações
P10_car2	Uso de Carta para envio de Comunicação escrita para Amigos
P10_car3	Uso de Carta para envio de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)
P10_car4	Uso de Carta para envio de Documentos e assuntos oficiais
P10_car5	Uso de Carta para envio de Pagamentos
P10_car6	Uso de Carta para envio de Reclamações
P10_car7	Uso de Carta para envio de Candidaturas, curriculum
P10_car8	Uso de Carta para envio de Comunicação escrita para Familiares
P10_car9	Uso de Carta para envio de Encomendas de produtos / catálogos
P10_fax1	Uso de Fax para envio de convites ou felicitações
P10_fax2	Uso de Fax para envio de Comunicação escrita para Amigos
P10_fax3	Uso de Fax para envio de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)
P10_fax4	Uso de Fax para envio de Documentos e assuntos oficiais
P10_fax5	Uso de Fax para envio de Pagamentos
P10_fax6	Uso de Fax para envio de Reclamações
P10_fax7	Uso de Fax para envio de Candidaturas, curriculum
P10_fax8	Uso de Fax para envio de Comunicação escrita para Familiares

P10_fax9	Uso de Fax para envio de Encomendas de produtos / catálogos
P11_1	Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Convites ou felicitações (Aniversário, Natal)
P11_2	Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Comunicação escrita para Amigos
P11_3	Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)
P11_4	Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Documentos e assuntos oficiais
P11_5	Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Pagamentos
P11_6	Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Reclamações
P11_7	Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Candidaturas, curriculum
P11_8	Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Comunicação escrita para Familiares
P11_9	Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Encomendas de Produtos/catálogos
P11a1_1	Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)
P11a1_2	Motivo 2 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)
P11a2_1	Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Comunicação escrita para Amigos
P11a2_2	Motivo 2 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Comunicação escrita para Amigos
P11a3_1	Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Documentos e assuntos oficiais
P11a4_1	Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Documentos e assuntos oficiais
P11a4_2	Motivo 2 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Documentos e assuntos oficiais
P11a5_1	Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Pagamentos
P11a6_1	Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Reclamações
P11a7_1	Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Candidaturas, curriculum
P11a8_1	Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Comunicação escrita para Familiares
P11a8_2	Motivo 2 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Comunicação escrita para Familiares
P11a9_1	Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Encomendas de produtos/catálogos
P11a9_2	Motivo 2 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Encomendas de produtos/catálogos
P12_Fam1	Grau de preferência do e-mail para recepção de Comunicação escrita de Familiares
P12_Fam2	Grau de preferência do Sms para recepção de Comunicação escrita de Familiares
P12_Fam3	Grau de preferência da Carta para recepção de Comunicação escrita de Familiares
P12_Fam4	Grau de preferência do Fax para recepção de Comunicação escrita de Familiares
P12_Ami1	Grau de preferência do e-mail para recepção de Comunicação escrita de Amigos
P12_Ami2	Grau de preferência do Sms para recepção de Comunicação escrita de Amigos
P12_Ami3	Grau de preferência da Carta para recepção de Comunicação escrita de Amigos
P12_Ami4	Grau de preferência do Fax para recepção de Comunicação escrita de Amigos
P12_Emp1	Grau de preferência do e-mail para recepção de Comunicação escrita de Empresas
P12_Emp2	Grau de preferência do Sms para recepção de Comunicação escrita de Empresas
P12_Emp3	Grau de preferência da Carta para recepção de Comunicação escrita de Empresas
P12_Emp4	Grau de preferência do Fax para recepção de Comunicação escrita de Empresas
P12_Ins1	Grau de preferência do e-mail para recepção de Comunicação escrita de Instituições
P12_Ins2	Grau de preferência do Sms para recepção de Comunicação escrita de Instituições
P12_Ins3	Grau de preferência da Carta para recepção de Comunicação escrita de Instituições
P12_Ins4	Grau de preferência do Fax para recepção de Comunicação escrita de Instituições
P13_1	Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano)
P13_2	Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano)
P13_3	Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano)
P13_4	Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano)
P13_5	Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano)
P13_6	Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano)
P13_7	Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano)
P13_8	Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano)
P14_em1	Recepção de e-mail com Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)
P14_em2	Recepção de e-mail com Comunicação escrita de Amigos
P14_em3	Recepção de e-mail com Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)
P14_em4	Recepção de e-mail com Documentos e assuntos oficiais (entidades públicas/governamentais)
P14_em5	Recepção de e-mail com Facturas
P14_em6	Recepção de e-mail com Extractos bancários
P14_em7	Recepção de e-mail com Publicidade endereçada

P14_em8	Recepção de e-mail com Comunicação escrita de Familiares
P14_sms1	Recepção de Sms com Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)
P14_sms2	Recepção de Sms com Comunicação escrita de Amigos
P14_sms3	Recepção de Sms com Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)
P14_sms4	Recepção de Sms com Documentos e assuntos oficiais (entidades públicas/governamentais)
P14_sms5	Recepção de Sms com Facturas
P14_sms6	Recepção de Sms com Extractos bancários
P14_sms7	Recepção de Sms com Publicidade endereçada
P14_sms8	Recepção de Sms com Comunicação escrita de Familiares
P14_car1	Recepção de carta com Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)
P14_car2	Recepção de carta com Comunicação escrita de Amigos
P14_car3	Recepção de carta com Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)
P14_car4	Recepção de carta com Documentos e assuntos oficiais (entidades públicas/governamentais)
P14_car5	Recepção de carta com Facturas
P14_car6	Recepção de carta com Extractos bancários
P14_car7	Recepção de carta com Publicidade endereçada
P14_car8	Recepção de carta com Comunicação escrita de Familiares
P14_fax1	Recepção de Fax com Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)
P14_fax2	Recepção de Fax com Comunicação escrita de Amigos
P14_fax3	Recepção de Fax com Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)
P14_fax4	Recepção de Fax com Documentos e assuntos oficiais (entidades públicas/governamentais)
P14_fax5	Recepção de Fax com Facturas
P14_fax6	Recepção de Fax com Extractos bancários
P14_fax7	Recepção de Fax com Publicidade endereçada
P14_fax8	Recepção de Fax com Comunicação escrita de Familiares
P15_1	Meio preferido para recepção de Convites ou Felicitações em vez de carta
P15_2	Meio preferido para recepção de Comunicação escrita de Amigos em vez de carta
P15_3	Meio preferido para recepção de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias) em vez de carta
P15_4	Meio preferido para recepção de Documentos e assuntos oficiais em vez de carta
P15_5	Meio preferido para recepção de Facturas em vez de carta
P15_6	Meio preferido para recepção de Extractos bancários em vez de carta
P15_7	Meio preferido para recepção de Publicidade endereçada em vez de carta
P15_8	Meio preferido para recepção de Comunicação escrita de Familiares em vez de carta
P15a1_1	Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Convites ou Felicitações
P15a1_2	Motivo 2 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Convites ou Felicitações
P15a2_1	Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Comunicação escrita de Amigos
P15a3_1	Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Divertimento (anedotas, brincad., imagens, fotografias)
P15a3_2	Motivo 2 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Divertimento (anedotas, brincad., imagens, fotografias)
P15a4_1	Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Documentos e assuntos oficiais
P15a5_1	Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Facturas
P15a5_2	Motivo 2 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Facturas
P15a6_1	Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Extractos bancários
P15a6_2	Motivo 2 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Extractos bancários
P15a7_1	Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Publicidade endereçada
P15a7_2	Motivo 2 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Publicidade endereçada
P15a8_1	Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Comunicação escrita de Familiares
P16	Número de cartas que recebeu na última semana
P16_esc	Número de cartas que recebeu na última semana
P17_1	Grau de importância de receber por carta os Extractos bancários
P17_2	Grau de importância de receber por carta as Facturas de electricidade, gás, etc.
P17_3	Grau de importância de receber por carta as Facturas de telecomunicações (telefone fixo, telemóvel, ...)
P17_4	Grau de importância de receber por carta a Publicidade endereçada
P17_5	Grau de importância de receber por carta as Notificações oficiais
P17_6	Grau de importância de receber por carta as Publicações
P18_1	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ser simples e prático de enviar e receber
P18_2	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...)
P18_3	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Requerer o uso de uma escrita mais cuidada
P18_4	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho
P18_5	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoas está, sem precisar de se deslocar

P18_6	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ter comprovativo do envio
P18_7	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Facilitar a expressão de sentimentos e emoções
P18_8	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Poder ser recebido em qualquer local
P18_9	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ser económico
P18_10	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ser formal Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe
P18_11	
P18_12	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova
P18_13	
P18_14	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém
P18_15	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ser rápido de enviar e rápido de receber
P18_16	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ser informal
P18_17	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ter garantia e segurança de entrega
P19_car1	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ser simples e prático de enviar e receber Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...)
P19_car2	
P19_car3	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Requerer o uso de uma escrita mais cuidada Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho
P19_car4	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoas está, sem precisar de se deslocar
P19_car5	
P19_car6	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ter comprovativo do envio
P19_car7	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de : Facilitar a expressão de sentimentos e emoções
P19_car8	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Poder ser recebido em qualquer local
P19_car9	Grau de aplicabilidade à Carta da característica de: Ser económico
P19_car10	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ser formal
P19_car11	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe
P19_car12	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa
P19_car13	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém
P19_car14	
P19_car15	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ser rápido de enviar e rápido de receber
P19_car16	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ser informal
P19_car17	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ter garantia e segurança de entrega
P19_em1	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser simples e prático de enviar e receber Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...)
P19_em2	
P19_em3	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Requerer o uso de uma escrita mais cuidada Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho
P19_em4	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoas está, sem precisar de se deslocar
P19_em5	
P19_em6	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ter comprovativo do envio
P19_em7	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de : Facilitar a expressão de sentimentos e emoções
P19_em8	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Poder ser recebido em qualquer local
P19_em9	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser económico
P19_em10	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser formal
P19_em11	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe
P19_em12	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova
P19_em13	
P19_em14	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém
P19_em15	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser rápido de enviar e rápido de receber
P19_em16	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser informal
P19_em17	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ter garantia e segurança de entrega
P19_fax1	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ser simples e prático de enviar e receber Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...)
P19_fax2	
P19_fax3	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Requerer o uso de uma escrita mais cuidada Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho
P19_fax4	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoas está, sem precisar de se deslocar
P19_fax5	
P19_fax6	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ter comprovativo do envio

P19_fax7	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de : Facilitar a expressão de sentimentos e emoções
P19_fax8	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Poder ser recebido em qualquer local
P19_fax9	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ser económico
P19_fax10	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ser formal
P19_fax11	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe
P19_fax12	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa
P19_fax13	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém
P19_fax14	
P19_fax15	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ser rápido de enviar e rápido de receber
P19_fax16	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ser informal
P19_fax17	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ter garantia e segurança de entrega
P19_sms1	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser simples e prático de enviar e receber Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...)
P19_sms2	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Requerer o uso de uma escrita mais cuidada
P19_sms3	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho
P19_sms4	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoa está, sem precisar de se deslocar
P19_sms5	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ter comprovativo do envio
P19_sms6	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Facilitar a expressão de sentimentos e emoções
P19_sms7	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Poder ser recebido em qualquer local
P19_sms8	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser económico
P19_sms9	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser formal
P19_sms10	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe
P19_sms11	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa
P19_sms12	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova
P19_sms13	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém
P19_sms14	
P19_sms15	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser rápido de enviar e rápido de receber
P19_sms16	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser informal
P19_sms17	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ter garantia e segurança de entrega
P20_1	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: O e-mail irá substituir a carta no envio de mensagens pessoais
P20_2	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Cada vez mais as pessoas irão utilizar o Sms no envio de mensagens pessoais
P20_3	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: A utilização da carta irá limitar-se ao envio e recepção de mensagens e documentos institucionais ou oficiais
P20_4	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: As pessoas irão escrever cada vez menos cartas
P20_5	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Irão surgir formas que tornam o envio das cartas mais fácil
P20_6	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Haverá formas de enviar e-mails que se pareçam com cartas (poder assinar, utilizar caligrafia, etc.)
P20_7	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Haverá a possibilidade de enviar e-mails que possam ser entregues em mão
P20_8	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Cada vez se irão enviar mais mensagens escritas através de telefone
P20_9	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: A evolução da tecnologia dos telemóveis irá permitir o envio de mensagens longas
P20_10	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Só as pessoas mais velhas irão continuar a utilizar a carta
P20_11	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Cartas contendo informações ou publicidade, enviadas pelas Empresas aos seus clientes vão ser substituídas por meios electrónicos
P20_12	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Cartas contendo informações ou documentos, enviadas pelas Instituições e Entidades Públicas vão ser substituídas por meios electrónicos
P20_13	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Empresas e Bancos vão passar a usar mais meios electrónicos para o envio de Facturas, Recibos, Extractos
P20_14	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Vão surgir meios de tradução do discurso falado em linguagem escrita
P20_15	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: A utilização de carta apenas se irá verificar em situações em que é necessária a prova da recepção
P20_16	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: O e-mail substituirá a carta em todas as situações quando legalmente aceite como prova
P20_17	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: O e-mail quando se imprime é o mesmo que uma carta
P21_1	P21_1 Caixa Electrónica Postal Universal (vantagem 1)
P21_2	P21_2 Caixa Electrónica Postal Universal (vantagem 2)
P21_3	P21_3 Caixa Electrónica Postal Universal (vantagem 3)
P21_4	P21_4 Caixa Electrónica Postal Universal (vantagem 4)
P21b_1	P21b_1 Caixa Electrónica Postal Universal (desvantagem 1)

P21b_2	P21b_2 Caixa Electrónica Postal Universal (desvantagem 2)
P22_1	P22_1 Não tem que ir à Estação levantar as correspondências registadas
P22_2	P22_2 Evita a acumulação de papel
P22_3	P22_3 Poupa tempo porque se poderá também pagar as contas pela Internet
P22_4	P22_4 É muito útil para as pessoas que já têm computador e acesso à Internet, em casa
P22_5	P22_5 Para ter suporte em papel é necessário o cliente imprimir os documentos
P22_6	P22_6 É mais fácil gerir e arquivar a correspondência
P22_7	P22_7 É mais fácil as pessoas lembrarem-se de pagar as facturas porque não estão em papel
P22_8	P22_8 É um serviço cómodo e conveniente, para mim
P22_9	P22_9 É seguro porque está na Internet
P22_10	P22_10 É um serviço que garante a protecção e confidencialidade da correspondência
P22_11	P22_11 Permite um acesso mais fácil e rápido às empresas para o esclarecimento de dúvidas
P23	P23 Grau de interesse pela CEPU para o próprio e para o lar
P24	P24 Intenção de aderir à CEPU
P25_1	Tipo de correio que gostaria de transferir ou passar a receber na CEPU
P25_2	Tipo de correio que gostaria de transferir ou passar a receber na CEPU
P25_3	Tipo de correio que gostaria de transferir ou passar a receber na CEPU
P25_4	Tipo de correio que gostaria de transferir ou passar a receber na CEPU
P25_5	Tipo de correio que gostaria de transferir ou passar a receber na CEPU
P25_6	Tipo de correio que gostaria de transferir ou passar a receber na CEPU
P25_7	Tipo de correio que gostaria de transferir ou passar a receber na CEPU
P25_23	Tipo de correio que gostaria de transferir ou passar a receber na CEPU
P25_24	Tipo de correio que gostaria de transferir ou passar a receber na CEPU
P26_1	Grau de importância de: Poder arquivar os documentos no próprio sistema, durante 1 ano Grau de importância de: Receber um aviso de chegada de correio, por e-mail ou SMS, se até três dias depois ainda não abriu
P26_2	
P26_3	Grau de importância de: Poder reenviar a correspondência recebida para outro endereço
P26_4	Grau de importância de: Poder integrar um meio fácil de pagamento de facturas Grau de importância de: Poder receber através de e-mail notificações oficiais (sem ter que ir à Estação de Correios levantar a carta)
P26_5	
P27	Valor que estaria disposto a pagar por uma taxa de adesão à CEPU
DC1	Profissão do entrevistado
DC2	Posição do entrevistado no agregado familiar
DC3	Ocupação do entrevistado
DC4	Nível de instrução do entrevistado
DC5	Possui residência secundária
DC6	Com que idade deixou de estudar ou terminou os estudos
DC7_1	Bens que existem no agregado familiar
DC7_2	Bens que existem no agregado familiar
DC7_3	Bens que existem no agregado familiar
DC7_4	Bens que existem no agregado familiar
DC7_5	Bens que existem no agregado familiar
DC7_6	Bens que existem no agregado familiar
DC8_1	Tem acesso à Internet em casa
DC8_2	Tem acesso à Internet no trabalho
DC8_3	Tem acesso à Internet na Escola ...
DC8_4	Tem acesso à Internet em Cybercafés ...
DC8_5	Tem acesso à Internet na Junta de Freguesia / câmara / espaço internet ...
DC8_6	Tem acesso à Internet na Casa de amigos ...
DC8_8	Tem acesso à Internet Outras ...
DC8_9	Não tem acesso à Internet
DC9	Frequência de uso do e-mail
DC10	Frequência de leitura de jornais diários
DC11	Frequência de leitura de revistas
DC12	Frequência de leitura de livros
DC13	Frequência de ida ao cinema
DC14	Frequência de visitas a museus
DC15	Frequência com que assiste a concertos
DC16	Número de horas que vê televisão por dia
Regiao	Região onde reside
Habitat	Dimensão do habitat
FAC1_1	REGR factor score 1 for analysis 1

FAC2\_1 REGR factor score 2 for analysis 1  
 FAC1\_2 REGR factor score 1 for analysis 2  
 FAC2\_2 REGR factor score 2 for analysis 2  
 filter\_\$ ABS(FAC1\_1<2)|ABS(FAC2\_1>2) (FILTER)  
 F2\_maior2  
 F1\_maior2  
 idader  
 TSC\_7299 TwoStep Cluster Number

### Tratamento dos dados

PARA COMEÇAR AGRADECIA QUE ME DISSESSE, POR FAVOR, POR ORDEM DECRESCENTE, QUAIS AS IDADES DOS MEMBROS DO SEU AGREGADO FAMILIAR (INCLUIR TODAS AS PESSOAS QUE DORMEM HABITUALMENTE NO SEU LAR) DE CADA UM DOS SEXOS.

**Quadro 42:** Número membros sexo masculino

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	62	6,9	6,9	6,9
1	439	48,8	48,8	55,7
2	311	34,6	34,6	90,2
3	79	8,8	8,8	99,0
4	7	,8	,8	99,8
5	2	,2	,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 43:** Número membros sexo feminino

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	37	4,1	4,1	4,1
1	420	46,7	46,7	50,8
2	358	39,8	39,8	90,6
3	68	7,6	7,6	98,1
4	15	1,7	1,7	99,8
5	2	,2	,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 44:** Número membros até 3 anos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	823	91,4	91,4	91,4
1	74	8,2	8,2	99,7
2	3	,3	,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 45:** Número membros de 4 a 14 anos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	642	71,3	71,3	71,3
1	198	22,0	22,0	93,3
2	48	5,3	5,3	98,7
3	9	1,0	1,0	99,7
4	3	,3	,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 46:** Número membros de 15 a 17 anos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	710	78,9	78,9	78,9
1	183	20,3	20,3	99,2
2	7	,8	,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 47:** Número membros de 18 a 54 anos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	51	5,7	5,7	5,7
1	137	15,2	15,2	20,9
2	460	51,1	51,1	72,0
3	183	20,3	20,3	92,3
4	60	6,7	6,7	99,0
5	8	,9	,9	99,9
6	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 48:** N° MEMBROS DE 55 OU + ANOS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	733	81,4	81,4	81,4
1	93	10,3	10,3	91,8
2	72	8,0	8,0	99,8
3	1	,1	,1	99,9
4	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 49: Total indivíduos até 14 anos**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	590	65,6	65,6	65,6
1	224	24,9	24,9	90,4
2	72	8,0	8,0	98,4
3	11	1,2	1,2	99,7
4	3	,3	,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 50: Total de indivíduos com 15 anos e mais**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	83	9,2	9,2	9,2
2	378	42,0	42,0	51,2
3	290	32,2	32,2	83,4
4	122	13,6	13,6	97,0
5	26	2,9	2,9	99,9
6	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 51: Total de indivíduos ou dimensão da família**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	70	7,8	7,8	7,8
2	202	22,4	22,4	30,2
3	340	37,8	37,8	68,0
4	215	23,9	23,9	91,9
5	51	5,7	5,7	97,6
6	18	2,0	2,0	99,6
7	3	,3	,3	99,9
8	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 52:** Idade do inquirido

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
15	32	3,6	3,6	3,6
16	32	3,6	3,6	7,1
17	36	4,0	4,0	11,1
18	29	3,2	3,2	14,3
19	21	2,3	2,3	16,7
20	34	3,8	3,8	20,4
21	35	3,9	3,9	24,3
22	44	4,9	4,9	29,2
23	32	3,6	3,6	32,8
24	48	5,3	5,3	38,1
25	24	2,7	2,7	40,8
26	19	2,1	2,1	42,9
27	19	2,1	2,1	45,0
28	34	3,8	3,8	48,8
29	24	2,7	2,7	51,4
30	27	3,0	3,0	54,4
31	23	2,6	2,6	57,0
32	17	1,9	1,9	58,9
33	31	3,4	3,4	62,3
34	28	3,1	3,1	65,4
35	20	2,2	2,2	67,7
36	14	1,6	1,6	69,2
37	19	2,1	2,1	71,3
38	14	1,6	1,6	72,9
39	22	2,4	2,4	75,3
40	15	1,7	1,7	77,0
41	13	1,4	1,4	78,4
42	13	1,4	1,4	79,9
43	17	1,9	1,9	81,8
44	15	1,7	1,7	83,4
45	13	1,4	1,4	84,9
46	12	1,3	1,3	86,2
47	17	1,9	1,9	88,1
48	3	,3	,3	88,4
49	6	,7	,7	89,1
50	10	1,1	1,1	90,2
51	8	,9	,9	91,1
52	10	1,1	1,1	92,2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
53	13	1,4	1,4	93,7
54	8	,9	,9	94,6
55	6	,7	,7	95,2
56	4	,4	,4	95,7
57	6	,7	,7	96,3
58	2	,2	,2	96,6
59	1	,1	,1	96,7
60	2	,2	,2	96,9
62	2	,2	,2	97,1
63	1	,1	,1	97,2
65	2	,2	,2	97,4
66	2	,2	,2	97,7
67	4	,4	,4	98,1
68	5	,6	,6	98,7
70	6	,7	,7	99,3
71	2	,2	,2	99,6
73	4	,4	,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 53:** Sexo – Sexo do Inquirido

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Masculino	446	49,6	49,6	49,6
Feminino	454	50,4	50,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 54:** Ocupação do chefe de família

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Quadro directivo, quadro superior, profissional liberal	47	5,2	5,2	5,2
Peq. proprietário, empres., técn. especializ. (c. própria)	183	20,3	20,3	25,6
Quadro médio	47	5,2	5,2	30,8
Profissional técnico (c. outrém)	23	2,6	2,6	33,3
Administrativo, empreg. escritório	70	7,8	7,8	41,1
Trabalhador especializado	234	26,0	26,0	67,1
Trabalhador não especializado	209	23,2	23,2	90,3
Estudante, doméstica	2	,2	,2	90,6
Reformado, pensionista, desempregado	85	9,4	9,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 55:**Nível de instrução do chefe de família

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sem estudos / primária incompleta	21	2,3	2,3	2,3
Primária completa	251	27,9	27,9	30,2
6º ano (ciclo preparatório)	172	19,1	19,1	49,3
9º ano ou equivalente	167	18,6	18,6	67,9
12º ano ou equivalente	115	12,8	12,8	80,7
Curso médio / bacharelato / univ.incompleto	64	7,1	7,1	87,8
Curso universitário	101	11,2	11,2	99,0
Mestrado / Doutorado	9	1,0	1,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 56:** Cl soc - Classe social

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
A/B=Classe Alta e Média Alta	158	17,6	17,6	17,6
C1/C2=Classe Média e Média Baixa	505	56,1	56,1	73,7
D=Classe Baixa	237	26,3	26,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

## Bloco 1 – Meios de Comunicação Escrita

Meios: Carta, Fax, E-mail, SMS

Dimensões de Análise Indicadores Perguntas

Meios Notoriedade Notoriedade espontânea P.1

Notoriedade sugerida P.2

Substituição/complementaridade/concorrência Análise de Semelhanças P3

Percepção atributos Vantagens e desvantagens de uso (espontâneo) P.4 a P.7

Gostaria de lhe fazer algumas perguntas sobre o envio e recepção de comunicação escrita, ou seja, mensagens, informação e documentos que envia ou recebe pessoalmente.

P.1 – Pensando no envio e recepção de comunicação escrita, ou seja, no envio e recepção de mensagens, informação ou documentos, quais são os meios de envio e recepção que lhe vêm imediatamente à ideia?

INSISTIR: Mais algum?

REGISTAR 1ª MENÇÃO E OUTRAS

	P.1 - Espontâneo	
	1ª menção (39)	Outras menções(40)
E-Mail	1	1
Sms	2	2
Carta	3	3
Fax	4	4
Nenhum / Mais nenhum	9	9

**Quadro 57:** Notoriedade espontânea TOP dos MCE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
E-mail	87	9,7	9,7	9,7
Sms	302	33,6	33,6	43,2
Carta	479	53,2	53,2	96,4
Fax	17	1,9	1,9	98,3
Nenhum	15	1,7	1,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 58:** Notoriedade assistida 1 dos MCE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Respondeu como 1ª menção / N C	641	71,2	71,2	71,2
E-mail	259	28,8	28,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 59:** Notoriedade assistida 2 dos MCE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Respondeu como 1ª menção / N C	581	64,6	64,6	64,6
Sms	319	35,4	35,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 60:** Notoriedade assistida 3 dos MCE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Respondeu como 1ª menção / N C	580	64,4	64,4	64,4
Carta	320	35,6	35,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 61:** Notoriedade assistida 4 dos MCE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Respondeu como 1ª menção / N C	550	61,1	61,1	61,1
Fax	350	38,9	38,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 62:** Notoriedade assistida 9=Mais nenhum MCE além do TOP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Respondeu como 1ª menção / N C	783	87,0	87,0	87,0
Nenhum	117	13,0	13,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

P.2 – E, quais deste meios de envio e recepção que conhece ou já ouviu falar, mesmo que nunca o tenha usado pessoalmente?

**MOSTRAR CARTÃO 1**

CARTÃO 1	P.2 Sugerido (41)
E-Mail	1
Sms	2
Carta	3
Fax	4
Nenhum / Mais nenhum	-

**Quadro 63:** Notoriedade sugerida 1 dos MCE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não conhece	101	11,2	11,2	11,2
E-mail	799	88,8	88,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 64:** Notoriedade sugerida 2 dos MCE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não conhece	30	3,3	3,3	3,3
Sms	870	96,7	96,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 65:** Notoriedade sugerida 3 dos MCE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Carta	900	100,0	100,0	100,0

**Quadro 66:**Notoriedade sugerida 4 dos MCE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não conhece	54	6,0	6,0	6,0
Fax	846	94,0	94,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**P.3** – Vou mostrar-lhe alguns pares de meios de comunicação e gostaria que ordenasse estes pares de acordo com a semelhança que os meios de comunicação têm para si.

Por favor, ordene os pares do mais semelhante para o menos semelhante.

**MOSTRAR CARTÕES DE PARES**

REGISTAR A ORDEM: "1" para o par mais semelhante, até "6" para o menos semelhante

Carta – Fax	(42)
Carta – SMS	(43)
Carta – E-mail	(44)
Fax – E-mail	(45)
Fax – SMS	(46)
E-mail - SMS	(47)

**Quadro 67:** Semelhança Carta - Fax

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não conhece pelo menos um dos meios / N S / N R	55	6,1	6,1	6,1
Semelhança Máxima	259	28,8	28,8	34,9
Semelhança de nível 2 (Máx=1 e mín=6)	201	22,3	22,3	57,2
Semelhança de nível 3 (Máx=1 e mín=6)	111	12,3	12,3	69,6
Semelhança de nível 4 (Máx=1 e mín=6)	132	14,7	14,7	84,2
Semelhança de nível 5 (Máx=1 e mín=6)	55	6,1	6,1	90,3
Semelhança mínima	87	9,7	9,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 68:** Semelhança Carta - Sms

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não conhece pelo menos um dos meios / N S / N R	31	3,4	3,4	3,4
Semelhança Máxima	163	18,1	18,1	21,6
Semelhança de nível 2 (Máx=1 e mín=6)	121	13,4	13,4	35,0
Semelhança de nível 3 (Máx=1 e mín=6)	114	12,7	12,7	47,7
Semelhança de nível 4 (Máx=1 e mín=6)	133	14,8	14,8	62,4
Semelhança de nível 5 (Máx=1 e mín=6)	206	22,9	22,9	85,3
Semelhança mínima	132	14,7	14,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 69:** Semelhança Carta - E-mail

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não conhece pelo menos um dos meios / N S / N R	102	11,3	11,3	11,3
Semelhança Máxima	101	11,2	11,2	22,6
Semelhança de nível 2 (Máx=1 e mín=6)	165	18,3	18,3	40,9
Semelhança de nível 3 (Máx=1 e mín=6)	119	13,2	13,2	54,1
Semelhança de nível 4 (Máx=1 e mín=6)	130	14,4	14,4	68,6
Semelhança de nível 5 (Máx=1 e mín=6)	116	12,9	12,9	81,4
Semelhança mínima	167	18,6	18,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 70:** Semelhança Fax - E-mail

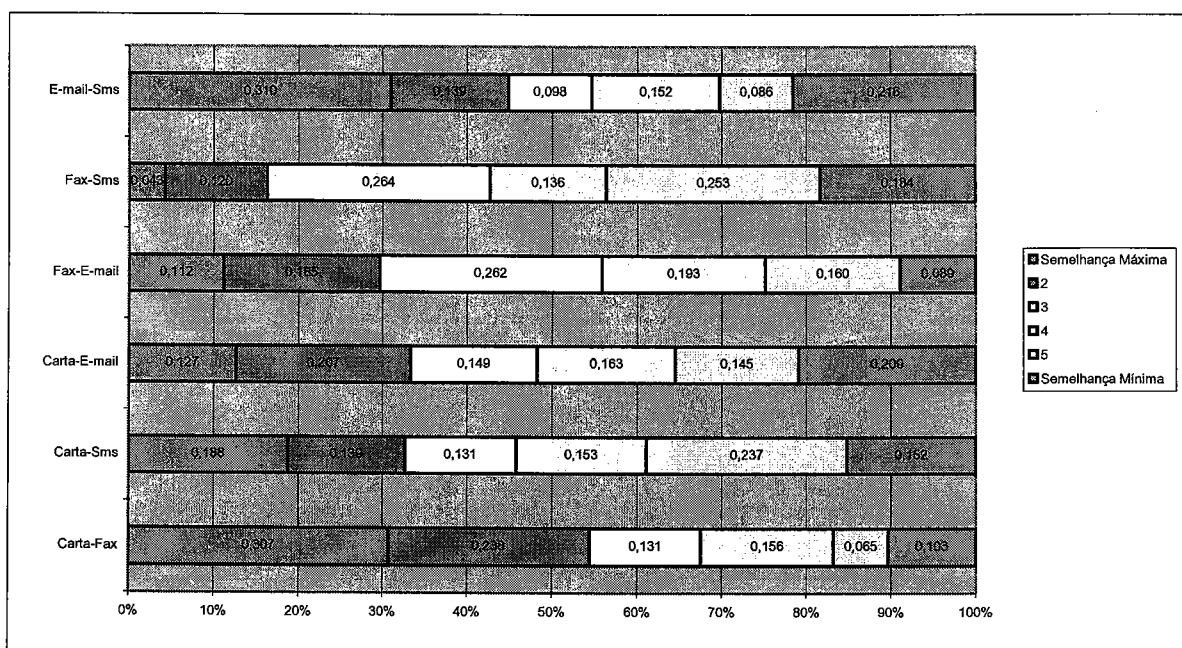
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não conhece pelo menos um dos meios / N S / N R	121	13,4	13,4	13,4
Semelhança Máxima	87	9,7	9,7	23,1
Semelhança de nível 2 (Máx=1 e mín=6)	144	16,0	16,0	39,1
Semelhança de nível 3 (Máx=1 e mín=6)	204	22,7	22,7	61,8
Semelhança de nível 4 (Máx=1 e mín=6)	150	16,7	16,7	78,4
Semelhança de nível 5 (Máx=1 e mín=6)	125	13,9	13,9	92,3
Semelhança mínima	69	7,7	7,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 71:** Semelhança Fax - Sms

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não conhece pelo menos um dos meios / N S / N R	78	8,7	8,7	8,7
Semelhança Máxima	35	3,9	3,9	12,6
Semelhança de nível 2 (Máx=1 e mín=6)	99	11,0	11,0	23,6
Semelhança de nível 3 (Máx=1 e mín=6)	217	24,1	24,1	47,7
Semelhança de nível 4 (Máx=1 e mín=6)	112	12,4	12,4	60,1
Semelhança de nível 5 (Máx=1 e mín=6)	208	23,1	23,1	83,2
Semelhança mínima	151	16,8	16,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 72:** Semelhança E-mail - Sms

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não conhece pelo menos um dos meios / N S / N R	102	11,3	11,3	11,3
Semelhança Máxima	247	27,4	27,4	38,8
Semelhança de nível 2 (Máx=1 e mín=6)	111	12,3	12,3	51,1
Semelhança de nível 3 (Máx=1 e mín=6)	78	8,7	8,7	59,8
Semelhança de nível 4 (Máx=1 e mín=6)	121	13,4	13,4	73,2
Semelhança de nível 5 (Máx=1 e mín=6)	69	7,7	7,7	80,9
Semelhança mínima	172	19,1	19,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	



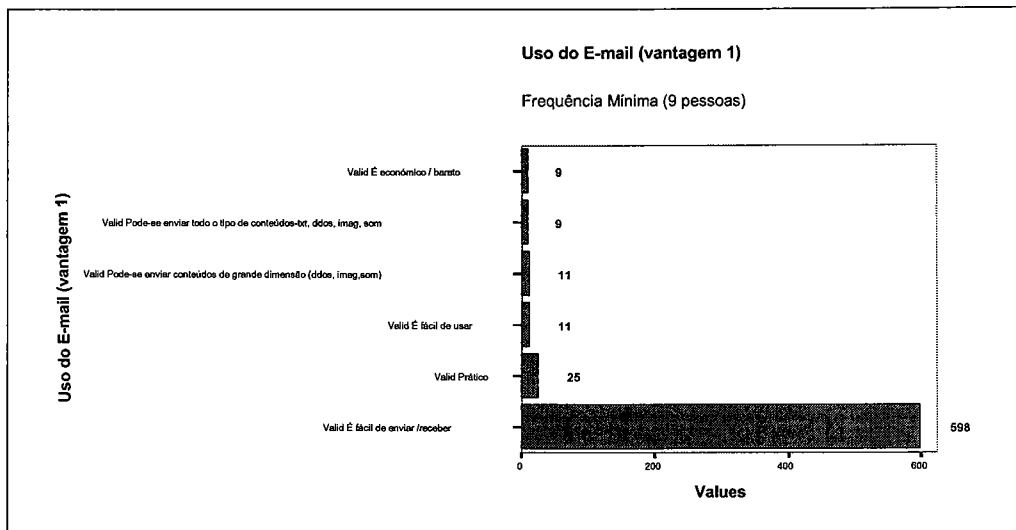
**Figura 2:** Semelhança dos meios

**P.4** – Na sua opinião que vantagens e desvantagens têm para si o envio e recepção de comunicação escrita através de E-MAIL?

a) Que vantagens tem o uso de E-MAIL no envio e recepção de comunicação escrita?  
 APROF: Mais alguma?

**Quadro 73:** Uso do E-mail (vantagem 1)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	101	11,2	11,2	11,2
É fácil de enviar /receber	598	66,4	66,4	77,7
É fácil de usar	11	1,2	1,2	78,9
É fácil de enviar	8	,9	,9	79,8
Não é necess. a pessoa deslocar-se	4	,4	,4	80,2
Pode-se enviar diferentes tipos de	2	,2	,2	80,4
Pode-se enviar todo o tipo de	9	1,0	1,0	81,4
Pode-se enviar conteúdos de	11	1,2	1,2	82,7
É económico / barato	9	1,0	1,0	83,7
É possível enviar a mm. mens. p/	3	,3	,3	84,0
É possível obter a confirmação de	1	,1	,1	84,1
Prático	25	2,8	2,8	86,9
Cómodo / Comodidade	3	,3	,3	87,2
Eficaz /eficiente	1	,1	,1	87,3
Inovador / moderno	6	,7	,7	88,0
Pode-se enviar para qualquer parte	2	,2	,2	88,2
Pode-se comunicar para todo o	1	,1	,1	88,3
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Útil para quem tem computador /	5	,6	,6	88,9
Pode-se enviar / receber a qualqer	4	,4	,4	89,3
Pode-se arquivar / guardar	1	,1	,1	89,4
Evita o gasto de papel	1	,1	,1	89,6
Confidencial	1	,1	,1	89,7
Nenhuma vantagem	4	,4	,4	90,1
Outras	5	,6	,6	90,7
Não sabe	84	9,3	9,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 3:** Uso do e-mail

**Quadro 74:** Uso do E-mail (vantagem 2)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece / Ou só respondeu à 1ª vantagem	864	96,0	96,0	96,0
É fácil de enviar	1	,1	,1	96,1
Não é necess. a pessoa deslocar-se para enviar uma mensagem	3	,3	,3	96,4
Pode-se enviar diferentes tipos de conteúdos/assuntos	1	,1	,1	96,6
Pode-se enviar conteúdos de grande dimensão (dds, imag,som)	1	,1	,1	96,7
É económico / barato	4	,4	,4	97,1
Prático	9	1,0	1,0	98,1
Cómodo / Comodidade	2	,2	,2	98,3
Seguro	3	,3	,3	98,7
Pode-se enviar para qualquer parte do mundo	2	,2	,2	98,9
Pode-se comunicar para todo o lado / para quem está longe	1	,1	,1	99,0
Útil para quem tem computador / Internet	2	,2	,2	99,2
Pode-se enviar / receber a qualquer hora	1	,1	,1	99,3
Pode-se arquivar / guardar	2	,2	,2	99,6
Evita o gasto de papel	1	,1	,1	99,7
Outras	3	,3	,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 75:** Uso do E-mail (vantagem 3)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N Conhece / N S / Ou só respondeu à 1ª e 2ª vantagem	895	99,4	99,4	99,4
É económico / barato	1	,1	,1	99,6
Seguro	1	,1	,1	99,7
Inovador / moderno	2	,2	,2	99,9
Pode-se enviar / receber a qualquer hora	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

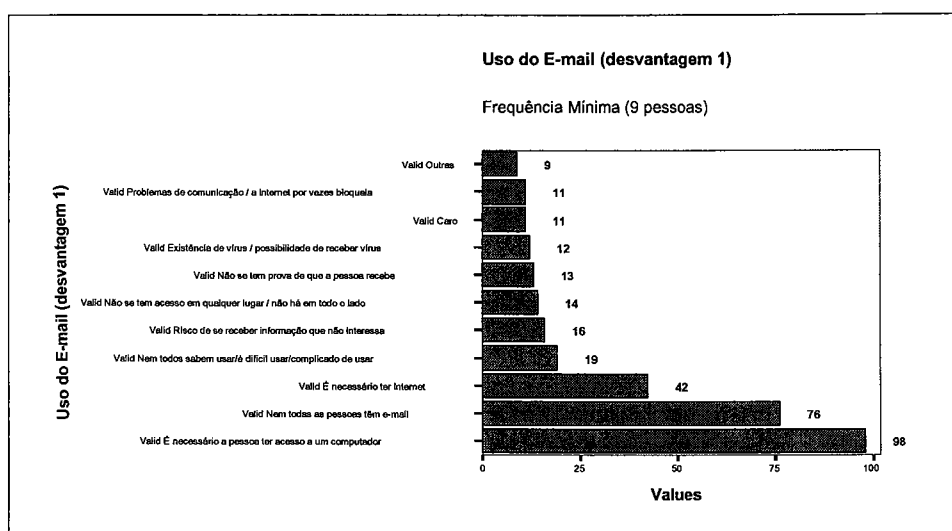
**Quadro 76:** Uso do E-mail (vantagem 4)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N C / N S / Ou só respondeu à 1ª, 2ª e 3ª vantagem	899	99,9	99,9	99,9
Pode-se arquivar / guardar	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

b) E, que desvantagens tem o uso de E-MAIL no envio e recepção de comunicação escrita?  
 APROF: Mais alguma?

**Quadro 77:** Uso do E-mail (desvantagem 1)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Não Conhece	101	11,2	11,2	11,2
É um meio pouco seguro pq há	5	,6	,6	11,8
É um meio pouco seguro porque se	4	,4	,4	12,2
É necessário a pessoa ter acesso a	98	10,9	10,9	23,1
Nem todas as pessoas têm e-mail	76	8,4	8,4	31,6
É necessário ter Internet	42	4,7	4,7	36,2
Nem todos sabem usar/é difícil	19	2,1	2,1	38,3
Não se tem acesso em qualquer	14	1,6	1,6	39,9
Não se tem prova de que a pessoa	13	1,4	1,4	41,3
Caro	11	1,2	1,2	42,6
Pouco seguro /Inseguro	5	,6	,6	43,1
Risco de se receber informação	16	1,8	1,8	44,9
Existência de vírus / possibilidade	12	1,3	1,3	46,2
Problemas de comunicação / a	11	1,2	1,2	47,4
Não é confidencial / falta de	3	,3	,3	47,8
Não é pessoal / impessoal	3	,3	,3	48,1
Nem sempre a leitura dos mails é	3	,3	,3	48,4
Problemas com o computador	3	,3	,3	48,8
Nenhuma desvantagem	304	33,8	33,8	82,6
Outras	9	1,0	1,0	83,6
Não sabe	148	16,4	16,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 4:** Uso do e-mail

**Quadro 78:** Uso do E-mail (desvantagem 2)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Não Conhece / N S / Ou só	866	96,2	96,2	96,2
É necessário ter Internet	15	1,7	1,7	97,9
Nem todos sabem usar/é difícil	7	,8	,8	98,7
Não se tem prova de que a pessoa	1	,1	,1	98,8
Caro	5	,6	,6	99,3
Pouco seguro /Inseguro	2	,2	,2	99,6
Existência de vírus / possibilidade	2	,2	,2	99,8
Problemas de comunicação / a	1	,1	,1	99,9
Não é confidencial / falta de	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 79:** P4b\_3 - Uso do E-mail (desvantagem 3)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N C / N S / Ou só responder à 1ª e	898	99,8	99,8	99,8
Nem todos sabem usar/é difícil	2	,2	,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

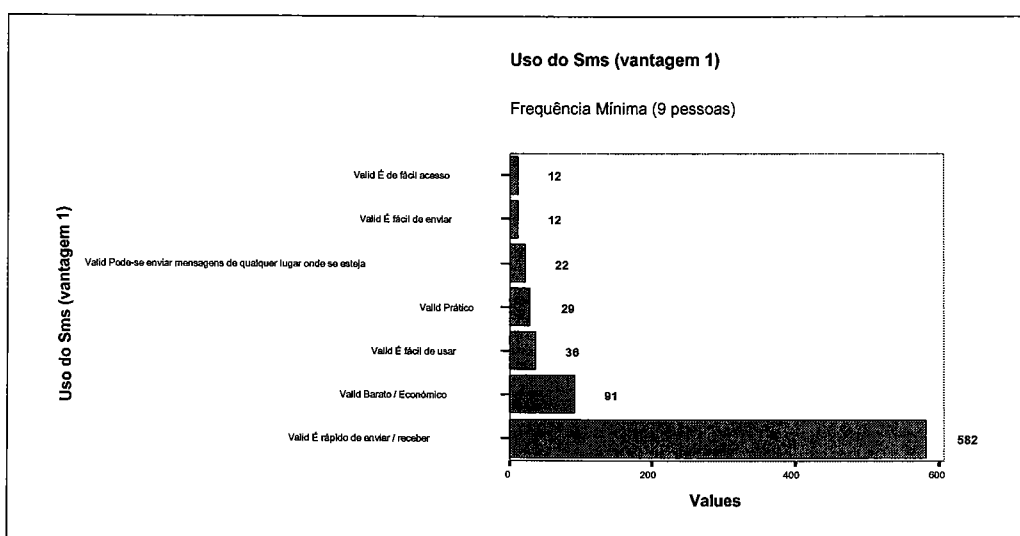
**P.5** – Na sua opinião que vantagens e desvantagens têm para si o envio e recepção de comunicação escrita através de SMS?

a) Que vantagens tem o uso de SMS no envio e recepção de comunicação escrita?

APROF: Mais alguma?

**Quadro 80:** Uso do Sms (vantagem 1)

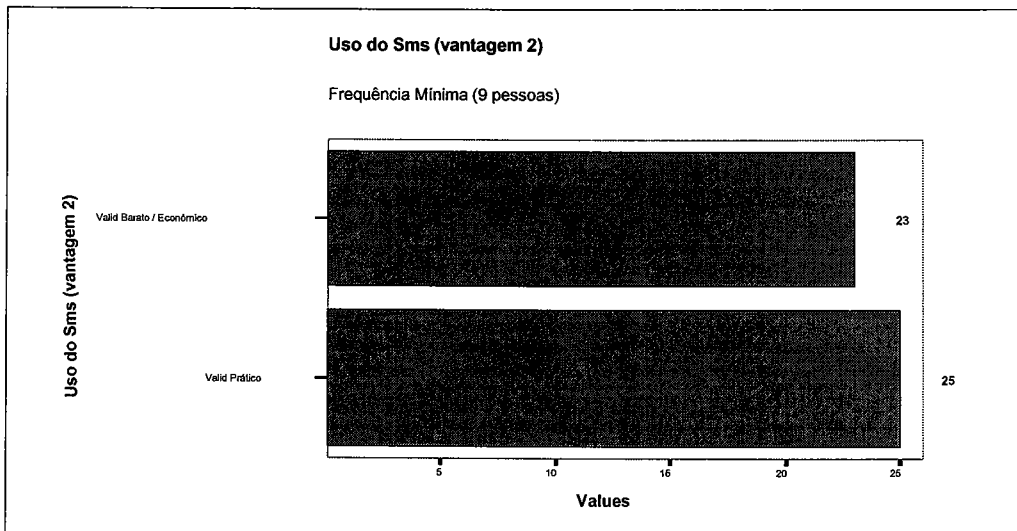
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	30	3,3	3,3	3,3
É rápido de enviar / receber	582	64,7	64,7	68,0
É fácil de usar	36	4,0	4,0	72,0
É fácil de enviar	12	1,3	1,3	73,3
É de fácil acesso	12	1,3	1,3	74,7
Pode-se enviar mensagens de	22	2,4	2,4	77,1
Pode-se receber mensagens em	5	,6	,6	77,7
Pode-se enviar diferentes tipos	1	,1	,1	77,8
Barato / Económico	91	10,1	10,1	87,9
Prático	29	3,2	3,2	91,1
Cómodo	6	,7	,7	91,8
Confidencial	4	,4	,4	92,2
Pode-se usar em qualquer lugar /	7	,8	,8	93,0
Todos têm telemóvel	3	,3	,3	93,3
Todos têm acesso	2	,2	,2	93,6
Pode-se usar a qualquer hora	5	,6	,6	94,1
Bom para mensagens curtas	3	,3	,3	94,4
Nenhuma vantagem	8	,9	,9	95,3
Outras	7	,8	,8	96,1
Não sabe	35	3,9	3,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 5:** Uso do SMS

**Quadro 81:** Uso do Sms (vantagem 2)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N Conhece / N S / Ou só respondeu à 1ª vantagem	817	90,8	90,8	90,8
É fácil de receber	5	,6	,6	91,3
É de fácil acesso	2	,2	,2	91,6
Pode-se receber mensagens em	8	,9	,9	92,4
Barato / Económico	23	2,6	2,6	95,0
Prático	25	2,8	2,8	97,8
Cómodo	2	,2	,2	98,0
Confidencial	1	,1	,1	98,1
Pode-se usar em qualquer lugar /	3	,3	,3	98,4
Todos têm telemóvel	3	,3	,3	98,8
Pode-se usar a qualquer hora	2	,2	,2	99,0
Pode-se enviar para várias pessoas	2	,2	,2	99,2
Pessoal	2	,2	,2	99,4
Divertido	1	,1	,1	99,6
Outras	4	,4	,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 6:** Uso do SMS

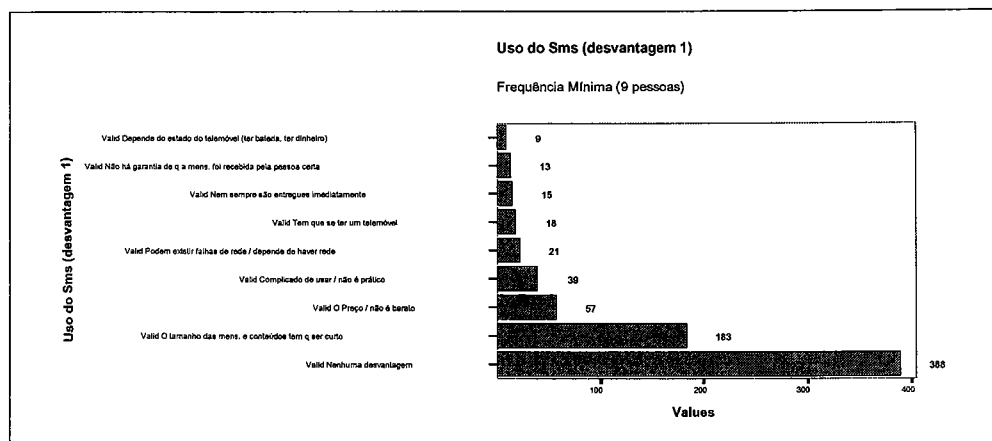
**Quadro 82:** Uso do Sms (vantagem 3)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N Conhece / N S / Ou só respondeu à 1ª e 2ª	888	98,7	98,7	98,7
Prático	5	,6	,6	99,2
Cómodo	2	,2	,2	99,4
Confidencial	1	,1	,1	99,6
Todos têm acesso	1	,1	,1	99,7
Pode-se usar a qualquer	3	,3	,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

b) E, que desvantagens tem o uso de SMS no envio e recepção de comunicação escrita?  
 APROF: Mais alguma?

**Quadro 83:** Uso do Sms (desvantagem 1)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	30	3,3	3,3	3,3
O tamanho das mens. e conteúdos	183	20,3	20,3	23,7
O Preço / não é barato	57	6,3	6,3	30,0
Não há garantia de q a mens. foi	13	1,4	1,4	31,4
O tipo linguagem utilizada é mtº	4	,4	,4	31,9
O tipo linguagem não permite a	1	,1	,1	32,0
Tem que se ter um telemóvel	18	2,0	2,0	34,0
Complicado de usar / não é prático	39	4,3	4,3	38,3
Podem existir falhas de rede /	21	2,3	2,3	40,7
Nem sempre são entregues	15	1,7	1,7	42,3
Depende do estado do telemóvel	9	1,0	1,0	43,3
Viciante	2	,2	,2	43,6
Maçador ter de escrever/dá	8	,9	,9	44,4
Impessoal	7	,8	,8	45,2
Nenhuma desvantagem	388	43,1	43,1	88,3
Outras	6	,7	,7	89,0
Não sabe	99	11,0	11,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 7:** Uso do SMS

**Quadro 84:** Uso do Sms (desvantagem 2)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NC / NS / Ou só respondeu à 1ª desvantagem	881	97,9	97,9	97,9
	Complicado de usar / não é prático	3	,3	,3	98,2
	Podem existir falhas de rede / depende de haver rede	5	,6	,6	98,8
	Nem sempre são entregues imediatamente	2	,2	,2	99,0
	Depende do estado do telemóvel (ter bateria, ter dinheiro)	9	1,0	1,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>900</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

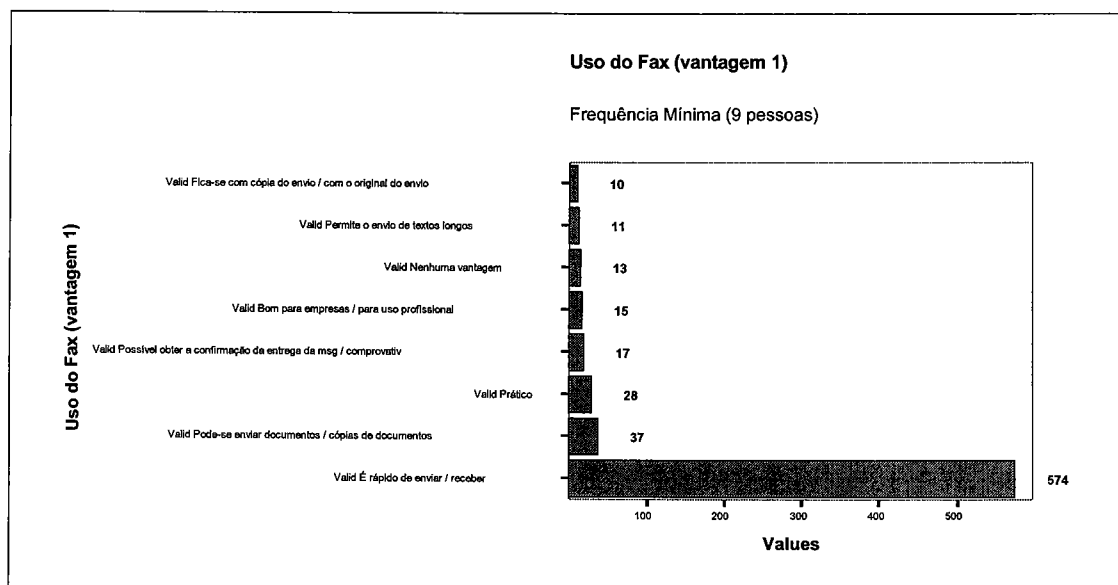
**Quadro 85:** Uso do Sms (desvantagem 3)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NC / NS / Ou só respondeu à 1ª e 2ª desvantagem	898	99,8	99,8	99,8
	Nem sempre são entregues imediatamente	1	,1	,1	99,9
	Viciante	1	,1	,1	100,0
<b>Total</b>	<b>900</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>		

**P.6 – Na sua opinião que vantagens e desvantagens têm para si o envio e recepção de comunicação escrita através de FAX?**  
a) Que vantagens tem o uso de FAX no envio e recepção de comunicação escrita?  
APROF: Mais alguma?

**Quadro 86:** Uso do FAX (vantagem 1)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	54	6,0	6,0	6,0
É rápido de enviar / receber	574	63,8	63,8	69,8
É fácil de usar	8	,9	,9	70,7
É fácil de enviar	8	,9	,9	71,6
Possível obter a confirmação da	17	1,9	1,9	73,4
Prático	28	3,1	3,1	76,6
Pode-se enviar documentos /	37	4,1	4,1	80,7
Seguro	5	,6	,6	81,2
Permite o envio de textos longos	11	1,2	1,2	82,4
Bom para empresas / para uso	15	1,7	1,7	84,1
Barato	3	,3	,3	84,4
Fica-se com cópia do envio /	10	1,1	1,1	85,6
Chega ao destino em papel / é	1	,1	,1	85,7
Cómodo / não é necessário	2	,2	,2	85,9
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Eficaz / eficiente	1	,1	,1	86,0
Pode enviar-se para longe / de	2	,2	,2	86,2
Nenhuma vantagem	13	1,4	1,4	87,7
Outras	4	,4	,4	88,1
Não sabe	107	11,9	11,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 8:** Uso do Fax

**Quadro 87:** Uso do FAX (vantagem 2)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N Conhece / N S / Ou só	861	95,7	95,7	95,7
É fácil de enviar	1	,1	,1	95,8
É fácil de receber	5	,6	,6	96,3
Possível obter a confirmação da	3	,3	,3	96,7
Prático	7	,8	,8	97,4
Pode-se enviar documentos /	3	,3	,3	97,8
Permite o envio de textos longos	2	,2	,2	98,0
Bom para empresas / para uso	8	,9	,9	98,9
Barato	3	,3	,3	99,2
Fica-se com cópia do envio / com	1	,1	,1	99,3
Cómodo / não é necessário	1	,1	,1	99,4
Directo / imediato	1	,1	,1	99,6
Outras	4	,4	,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

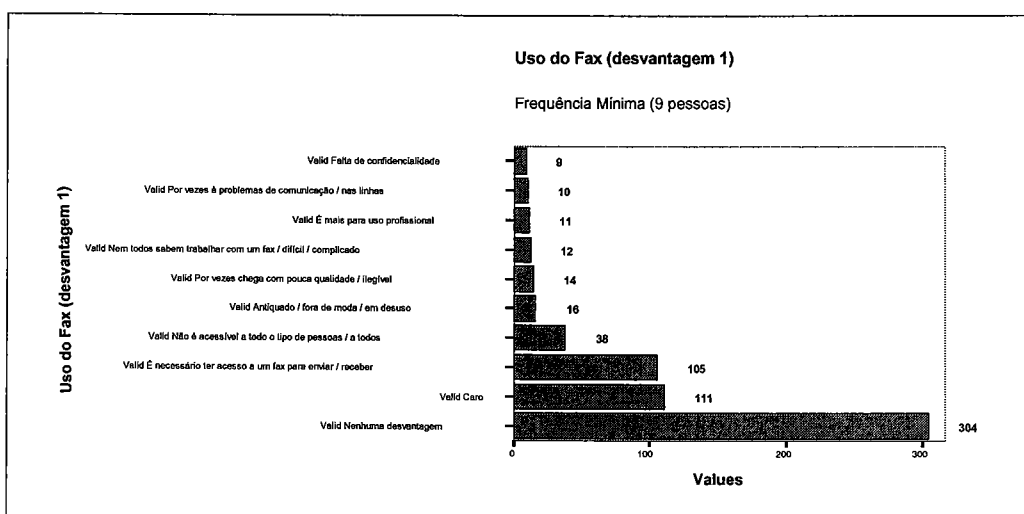
**Quadro 88:** Uso do FAX (vantagem 3)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N Conhece / N S / Ou só respondeu à 1ª e 2ª vantagem	893	99,2	99,2	99,2
Prático	1	,1	,1	99,3
Bom para empresas / para uso profissional	4	,4	,4	99,8
Cómodo / não é necessário deslocação	1	,1	,1	99,9
Outras	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

b) E, que desvantagens tem o uso de FAX no envio e recepção de comunicação escrita?  
 APROF: Mais alguma?

**Quadro 89** Quadro 85: P6b\_1 - Uso do FAX (desvantagem 1)

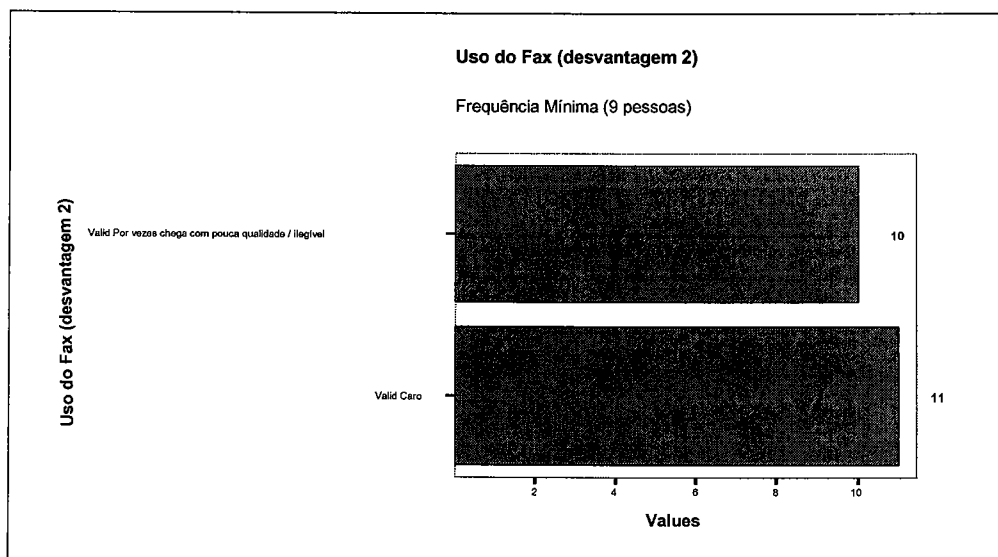
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Não conhece	54	6,0	6,0	6,0
Não é possível enviar todo o tipo	2	,2	,2	6,2
É necessário ter acesso a um fax	105	11,7	11,7	17,9
Caro	111	12,3	12,3	30,2
Não é acessível a todo o tipo de	38	4,2	4,2	34,4
Antiquado / fora de moda / em	16	1,8	1,8	36,2
Nem todos sabem trabalhar com	12	1,3	1,3	37,6
Por vezes perde-se / não chega ao	7	,8	,8	38,3
Falta de confidencialidade	9	1,0	1,0	39,3
É mais para uso profissional	11	1,2	1,2	40,6
Por vezes chega com pouca	14	1,6	1,6	42,1
Às vezes é lento na comunicação	1	,1	,1	42,2
Por vezes à problemas de	10	1,1	1,1	43,3
Impessoal / pouco pessoal	7	,8	,8	44,1
Não é prático / pouco prático	1	,1	,1	44,2
Não chega a todo o lado / a	4	,4	,4	44,7
Tem de se ter telefone fixo	1	,1	,1	44,8
Nenhuma desvantagem	304	33,8	33,8	78,6
Outras	7	,8	,8	79,3
Não sabe	186	20,7	20,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 9:** Uso do Fax

**Quadro 90:** Uso do FAX (desvantagem 2)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N C / N S / Ou só respondeu à 1ª desvantagem	860	95,6	95,6	95,6
Caro	11	1,2	1,2	96,8
Antiquado / fora de moda / em	2	,2	,2	97,0
Nem todos sabem trabalhar com	3	,3	,3	97,3
Falta de confidencialidade	3	,3	,3	97,7
É mais para uso profissional	3	,3	,3	98,0
Por vezes chega com pouca	10	1,1	1,1	99,1
Às vezes é lento na comunicação	1	,1	,1	99,2
Impessoal / pouco pessoal	1	,1	,1	99,3
Tem de se ter telefone fixo	4	,4	,4	99,8
Outras	2	,2	,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 10:** Uso do Fax

**Quadro 91:** Uso do FAX (desvantagem 3)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N C / N S / Ou só respondeu à 1ª e 2ª desvantagem	898	99,8	99,8	99,8
Por vezes chega com pouca qualidade / ilegível	1	,1	,1	99,9
Não é prático / pouco prático	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 92:** Uso do FAX (desvantagem 4)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N C / N S / Ou só respondeu à 1ª, 2ª e 3ª desvantagem	900	100,0	100,0	100,0

**Quadro 93:** Uso do FAX (desvantagem 5)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N C / N S / Ou só respondeu à 1ª, 2ª e 3ª desvantagem	900	100,0	100,0	100,0



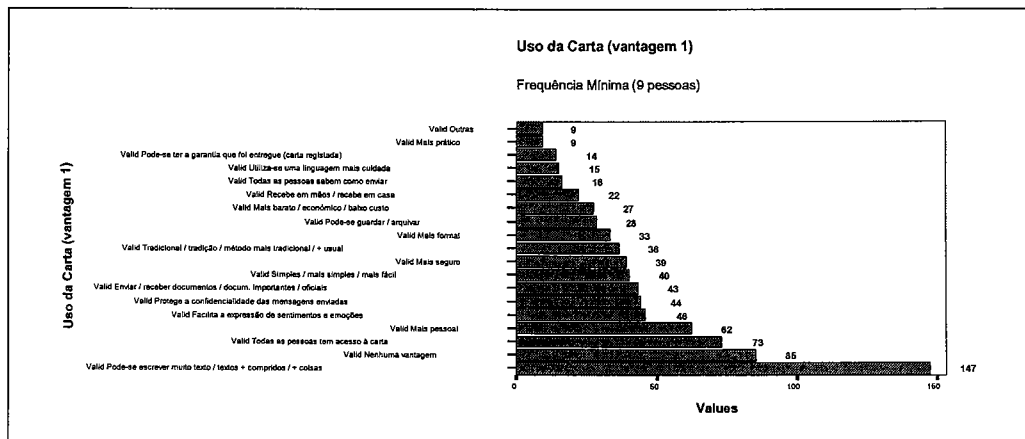
P.7 – Na sua opinião que vantagens e desvantagens têm para si o envio e recepção de comunicação escrita através de Carta?

a) Que vantagens tem o uso de Carta no envio e recepção de comunicação escrita?

APROF: Mais alguma?

**Quadro 94:** Uso da Carta (vantagem 1)

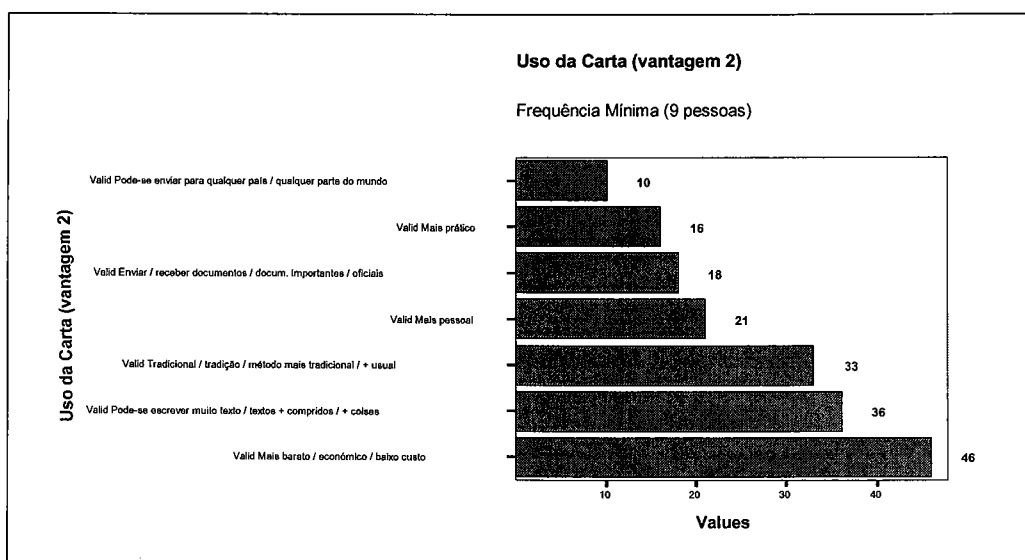
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Serve como prova em situações	5	,6	,6	,6
Todas as pessoas tem acesso à	73	8,1	8,1	8,7
Facilita a expressão de sentimentos	46	5,1	5,1	13,8
Utiliza-se uma linguagem mais	15	1,7	1,7	15,4
Pode-se guardar / arquivar	28	3,1	3,1	18,6
Pode-se enviar fotografias em	1	,1	,1	18,7
Protege a confidencialidade das	44	4,9	4,9	23,6
Pode-se ter a garantia que foi	14	1,6	1,6	25,1
Fácil de receber	2	,2	,2	25,3
Pode-se enviar para todo o lado	6	,7	,7	26,0
Pode-se receber em todo o lado	8	,9	,9	26,9
Mais seguro	39	4,3	4,3	31,2
Mais formal	33	3,7	3,7	34,9
Mais pessoal	62	6,9	6,9	41,8
Simplex / mais simples / mais fácil	40	4,4	4,4	46,2
Pode-se escrever muito texto /	147	16,3	16,3	62,6
Enviar / receber documentos /	43	4,8	4,8	67,3
Tradicional / tradição / método	36	4,0	4,0	71,3
Recebe em mãos / recebe em casa	22	2,4	2,4	73,8
Mais barato / económico / baixo	27	3,0	3,0	76,8
Mais prático	9	1,0	1,0	77,8
Todas as pessoas sabem como	16	1,8	1,8	79,6
Pode-se enviar para qualquer país /	4	,4	,4	80,0
É melhor para pessoas de idade /	1	,1	,1	80,1
Pode ser registada	2	,2	,2	80,3
Meio de confiança / confiável	8	,9	,9	81,2
É manuscrito / escreve-se à mão	1	,1	,1	81,3
Oficial / mais oficial	1	,1	,1	81,4
Garantia de entrega / certeza de	1	,1	,1	81,6
Nenhuma vantagem	85	9,4	9,4	91,0
Outras	9	1,0	1,0	92,0
Não sabe	72	8,0	8,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 11:** Uso da carta

**Quadro 95:** Uso da Carta (vantagem 2)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Sabe / Ou só respondeu à 1ª vantagem	675	75,0	75,0	75,0
Facilita a expressão de sentimentos	1	,1	,1	75,1
Pode-se guardar / arquivar	2	,2	,2	75,3
Protege a confidencialidade das	3	,3	,3	75,7
Pode-se ter a garantia que foi	1	,1	,1	75,8
Fácil de receber	1	,1	,1	75,9
Pode-se receber em todo o lado	3	,3	,3	76,2
Mais seguro	5	,6	,6	76,8
Mais formal	4	,4	,4	77,2
Mais pessoal	21	2,3	2,3	79,6
Simple / mais simples / mais fácil	2	,2	,2	79,8
Pode-se escrever muito texto /	36	4,0	4,0	83,8
Enviar / receber documentos /	18	2,0	2,0	85,8
Tradicional / tradição / método	33	3,7	3,7	89,4
Recebe em mãos / recebe em casa	4	,4	,4	89,9
Mais barato / económico / baixo	46	5,1	5,1	95,0
Mais prático	16	1,8	1,8	96,8
Todas as pessoas sabem como	2	,2	,2	97,0
Pode-se enviar para qualquer país /	10	1,1	1,1	98,1
É melhor para pessoas de idade /	4	,4	,4	98,6
Pode ser registada	8	,9	,9	99,4
Oficial / mais oficial	3	,3	,3	99,8
Outras	2	,2	,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 12:** Uso da carta

**Quadro 96:** Uso da Carta (vantagem 3)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Sabe / Ou só respondeu à 1ª e 2ª vantagem	871	96,8	96,8	96,8
Fácil de receber	1	,1	,1	96,9
Mais seguro	1	,1	,1	97,0
Mais pessoal	1	,1	,1	97,1
Pode-se escrever muito texto /	1	,1	,1	97,2
Enviar / receber documentos /	1	,1	,1	97,3
Tradicional / tradição / método	3	,3	,3	97,7
Recebe em mãos / recebe em	1	,1	,1	97,8
Mais barato / económico / baixo	10	1,1	1,1	98,9
Mais prático	2	,2	,2	99,1
É melhor para pessoas de idade /	2	,2	,2	99,3
Pode ser registada	4	,4	,4	99,8
Meio de confiança / confiável	1	,1	,1	99,9
Oficial / mais oficial	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

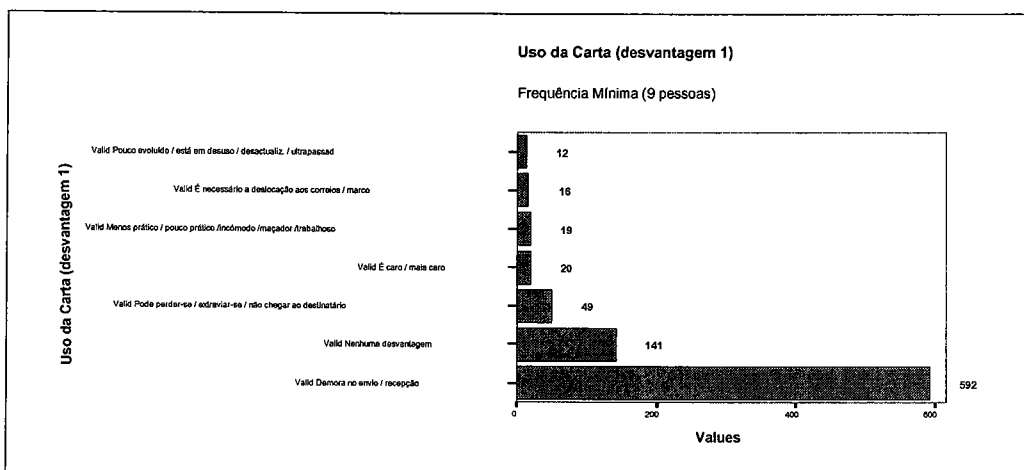
**Quadro 97:** Uso da Carta (vantagem 4)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Sabe / Ou só respondeu à 1ª, 2ª e 3ª vantagem	898	99,8	99,8	99,8
Mais prático	2	,2	,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

b) E, que desvantagens tem o uso de Carta no envio e recepção de comunicação escrita?  
 APROF: Mais alguma?

**Quadro 98:** Uso da Carta (desvantagem 1)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Demora no envio / recepção	592	65,8	65,8	65,8
É necessário a deslocação aos	16	1,8	1,8	67,6
É necessário papel, envelope, selo	1	,1	,1	67,7
É caro / mais caro	20	2,2	2,2	69,9
Pode perder-se / extraviar-se / não	49	5,4	5,4	75,3
Falta de profissionalismo na	4	,4	,4	75,8
Pouco evoluído / está em desuso /	12	1,3	1,3	77,1
Menos prático / pouco prático	19	2,1	2,1	79,2
/incómodo /maçador /trabalhoso				
Exige tempo para escrever	5	,6	,6	79,8
Nenhuma desvantagem	141	15,7	15,7	95,4
Outras	4	,4	,4	95,9
Não sabe	37	4,1	4,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 13:** Uso da carta

**Quadro 99: Uso da Carta(desvantagem 2)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Sabe / Ou só respondeu à 1ª desvantagem	888	98,7	98,7	98,7
É necessário papel, envelope, selo	4	,4	,4	99,1
É caro / mais caro	4	,4	,4	99,6
Menos prático / pouco prático /incômodo /maçador /trabalhoso	2	,2	,2	99,8
Exige tempo para escrever	1	,1	,1	99,9
Outras	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 100: Uso da Carta (desvantagem 3)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Sabe / Ou só respondeu à 1ª e 2ª desvantagem	898	99,8	99,8	99,8
Pode perder-se / extraviar-se / não chegar ao destinatário	2	,2	,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Bloco 2 - Envio de Comunicação Escrita**

Destinatários/meios Preferências P.8 4 meios (carta, fax, e-mail, sms)  
 Instituições) 4 tipos de destinatários (Família, Amigos, Empresas,  
 Conteúdo (função)/meios Hábitos P.9, P.10 3 tipos de conteúdos (Pessoal, Transaccional, Institucional)  
 Carta Preferências face à carta P.11 (Substituição)

**BLOCO 2 – ENVIO DE COMUNICAÇÃO ESCRITA**

Vamos falar primeiro no ENVIO de comunicação escrita, ou seja, mensagens, informação ou documentos.

P.8 – Gostaria agora de conhecer as suas preferências face a estes meios de comunicação escrita.

Quando quer enviar comunicação escrita (mensagens, informação ou documentos) para ... (CITAR CADA UMA DAS OPÇÕES), qual destes meios prefere utilizar?

MOSTRAR CARTÃO I

E, em 2º lugar?

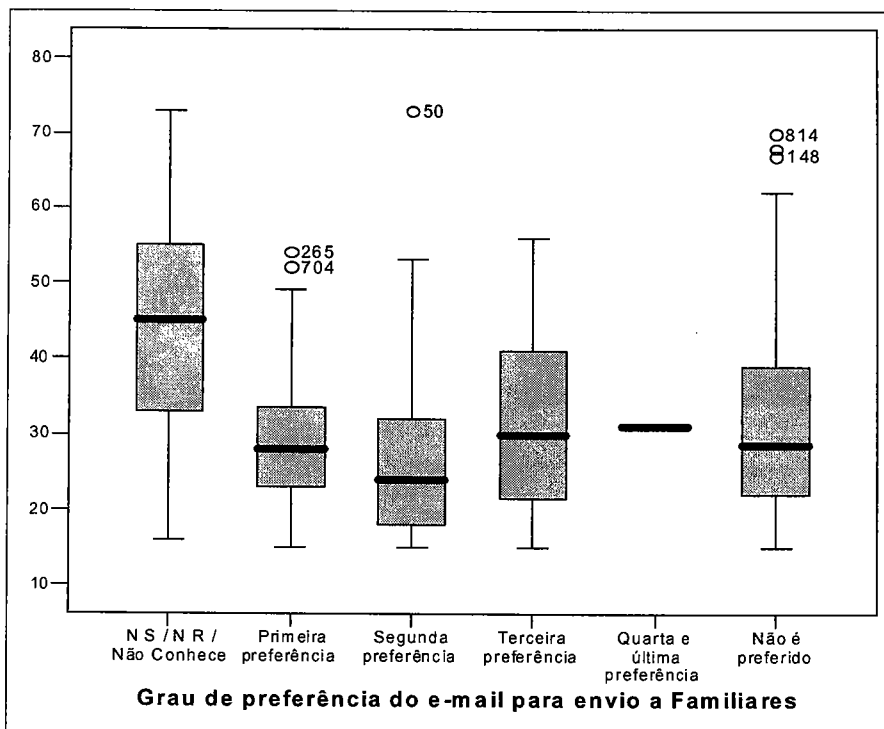
E, em 3º lugar?

REGISTAR A ORDEM: "1" para o meio preferido, "2" para o 2º preferido, etc.

	Familiares	Amigos	Empresas	Instituições
E-Mail	(22)	(26)	(30)	(34)
Sms	(23)	(27)	(31)	(35)
Carta	(24)	(28)	(32)	(36)
Fax	(25)	(29)	(33)	(37)
Mais nenhum	9	9	9	9

**Quadro 101:** Grau de preferência do e-mail para envio a Familiares

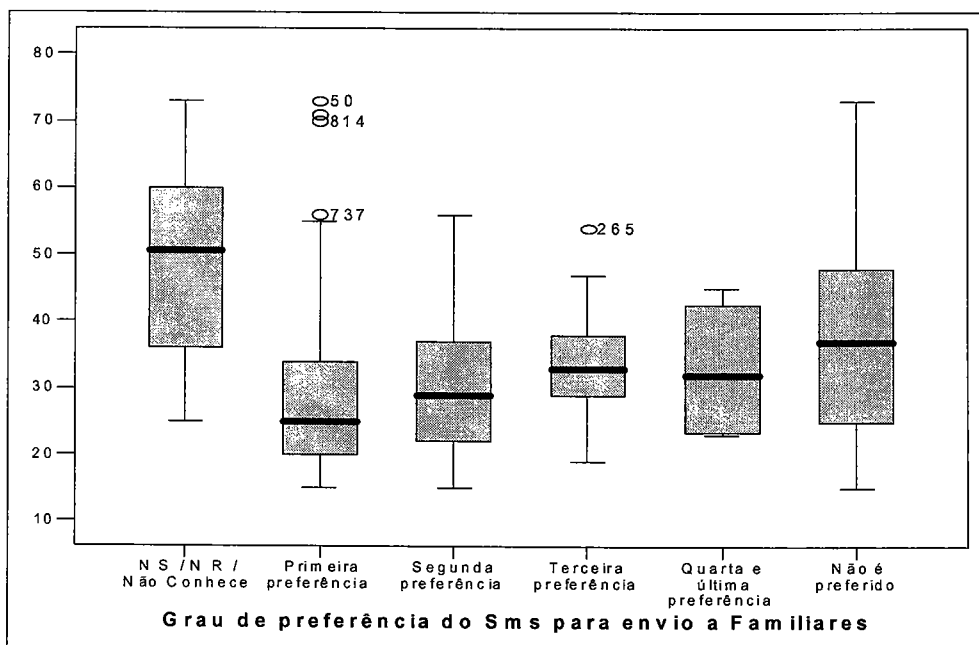
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / Não Conhece	101	11,2	11,2	11,2
Primeira preferência	59	6,6	6,6	17,8
Segunda preferência	144	16,0	16,0	33,8
Terceira preferência	67	7,4	7,4	41,2
Quarta e última preferência	1	,1	,1	41,3
Não é preferido	528	58,7	58,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 14:** Preferências e-mail

**Quadro 102**Quadro 98: P8\_Fam2 - Grau de preferência do Sms para envio a Familiares

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N S / N R / Não Conhece	30	3,3	3,3	3,3
	Primeira preferência	506	56,2	56,2	59,6
	Segunda preferência	107	11,9	11,9	71,4
	Terceira preferência	13	1,4	1,4	72,9
	Quarta e última preferência	4	,4	,4	73,3
	Não é preferido	240	26,7	26,7	100,0
	Total	900	100,0	100,0	



**Figura 15:** Preferências SMS

**Quadro 103:** Grau de preferência da Carta para envio a Familiares

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Primeira preferência	242	26,9	26,9	26,9
	Segunda preferência	174	19,3	19,3	46,2
	Terceira preferência	70	7,8	7,8	54,0
	Quarta e última preferência	15	1,7	1,7	55,7
	Não é preferido	399	44,3	44,3	100,0
	Total	900	100,0	100,0	

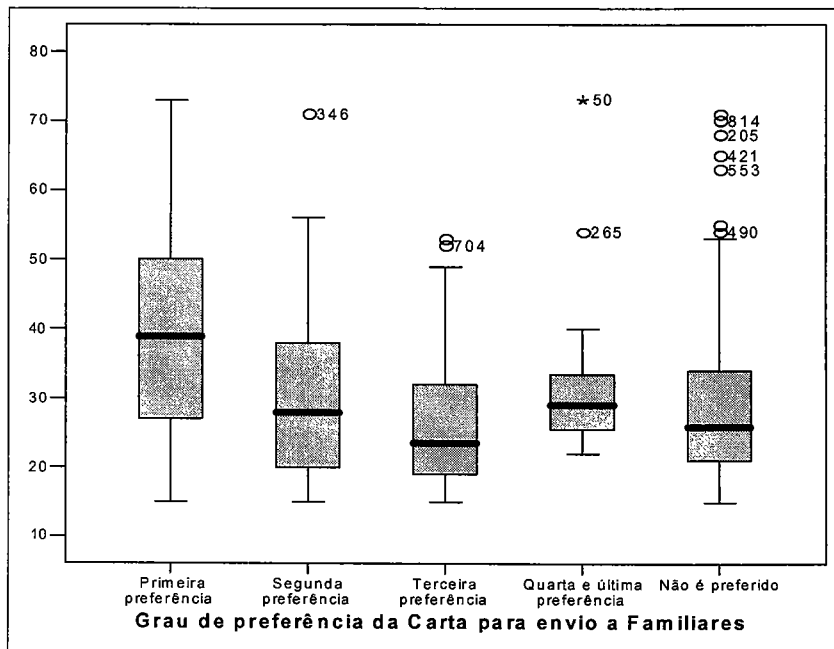


Figura 16: Preferências carta

Quadro 104: Grau de preferência do Fax para envio a Familiares

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N S / N R / Não Conhece	54	6,0	6,0	6,0
Primeira preferência	1	,1	,1	6,1
Segunda preferência	15	1,7	1,7	7,8
Terceira preferência	22	2,4	2,4	10,2
Quarta e última preferência	90	10,0	10,0	20,2
Não é preferido	718	79,8	79,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

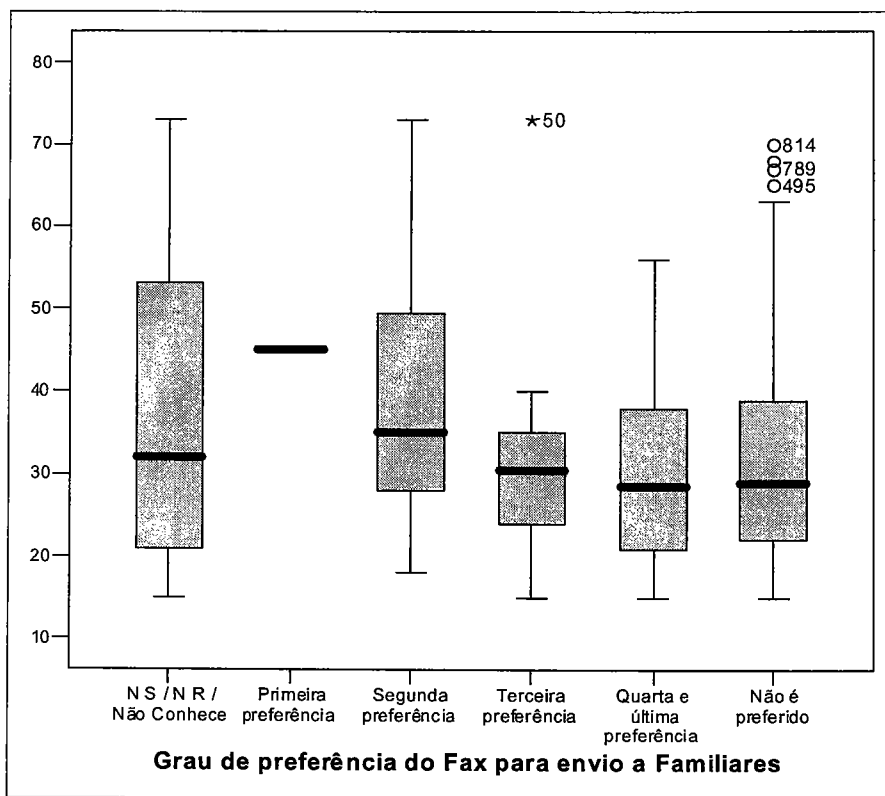


Figura 17: Preferências fax

Quadro 105: Grau de preferência do e-mail para envio a Amigos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / Não Conhece	101	11,2	11,2	11,2
Primeira preferência	73	8,1	8,1	19,3
Segunda preferência	213	23,7	23,7	43,0
Terceira preferência	39	4,3	4,3	47,3
Quarta e última preferência	2	,2	,2	47,6
Não é preferido	472	52,4	52,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

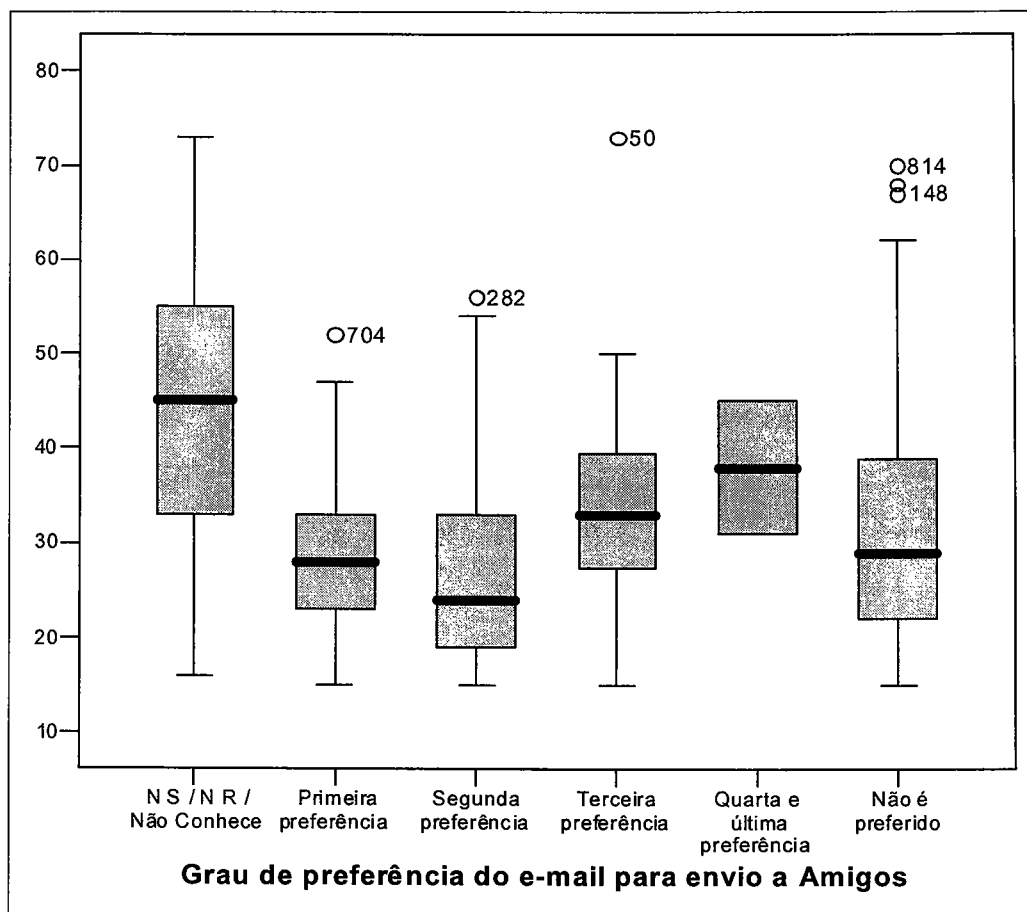
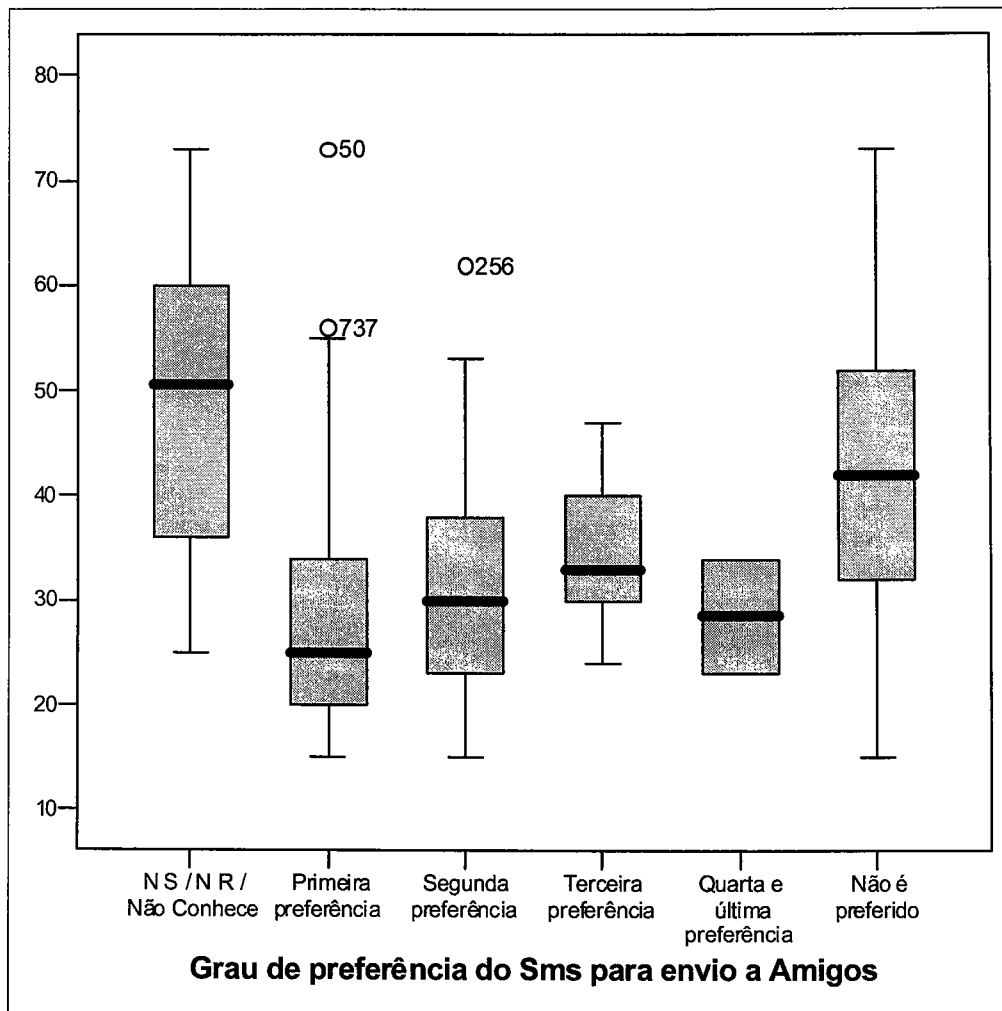


Figura 18: Preferências e-mail

Quadro 106: Grau de preferência do Sms para envio a Amigos

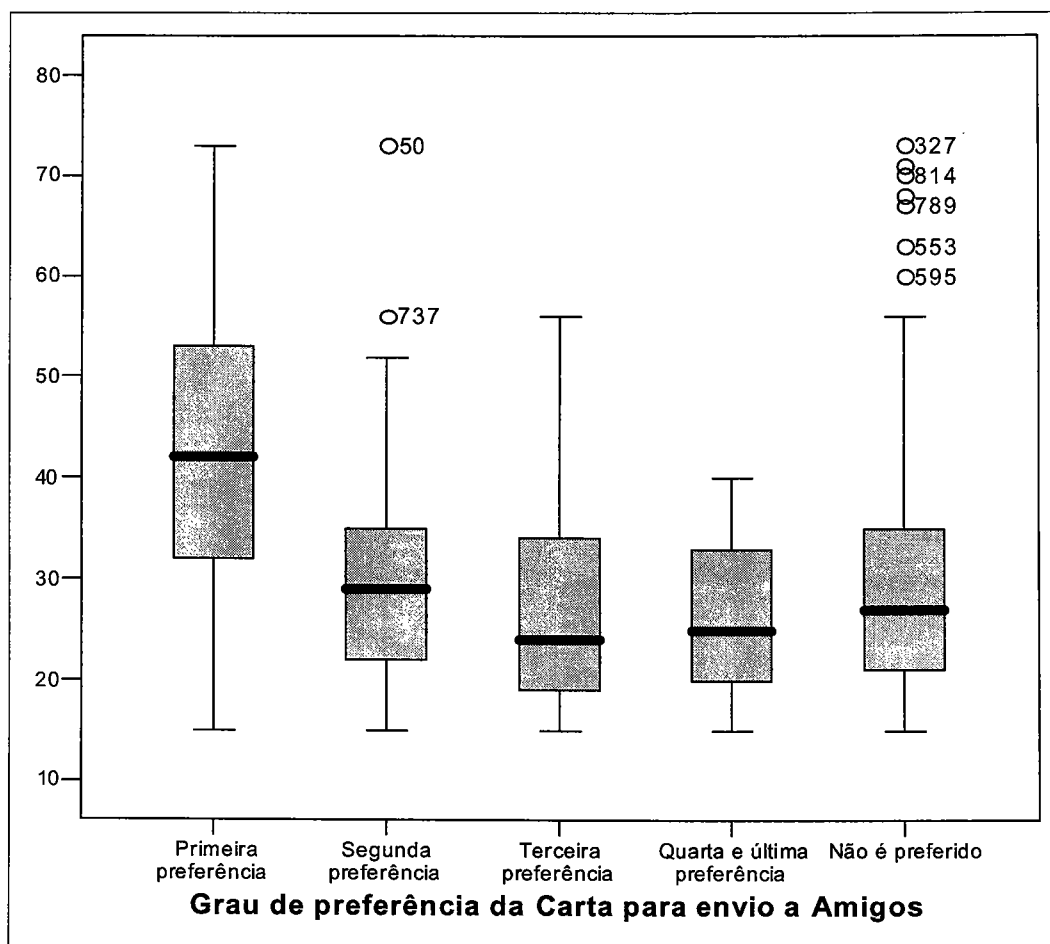
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / N R / Não Conhece	30	3,3	3,3	3,3
Primeira preferência	597	66,3	66,3	69,7
Segunda preferência	94	10,4	10,4	80,1
Terceira preferência	10	1,1	1,1	81,2
Quarta e última preferência	2	,2	,2	81,4
Não é preferido	167	18,6	18,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 19:** Preferências sms

**Quadro 107:** Grau de preferência da Carta para envio a Amigos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Primeira preferência	173	19,2	19,2	19,2
Segunda preferência	141	15,7	15,7	34,9
Terceira preferência	100	11,1	11,1	46,0
Quarta e última preferência	14	1,6	1,6	47,6
Não é preferido	472	52,4	52,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	



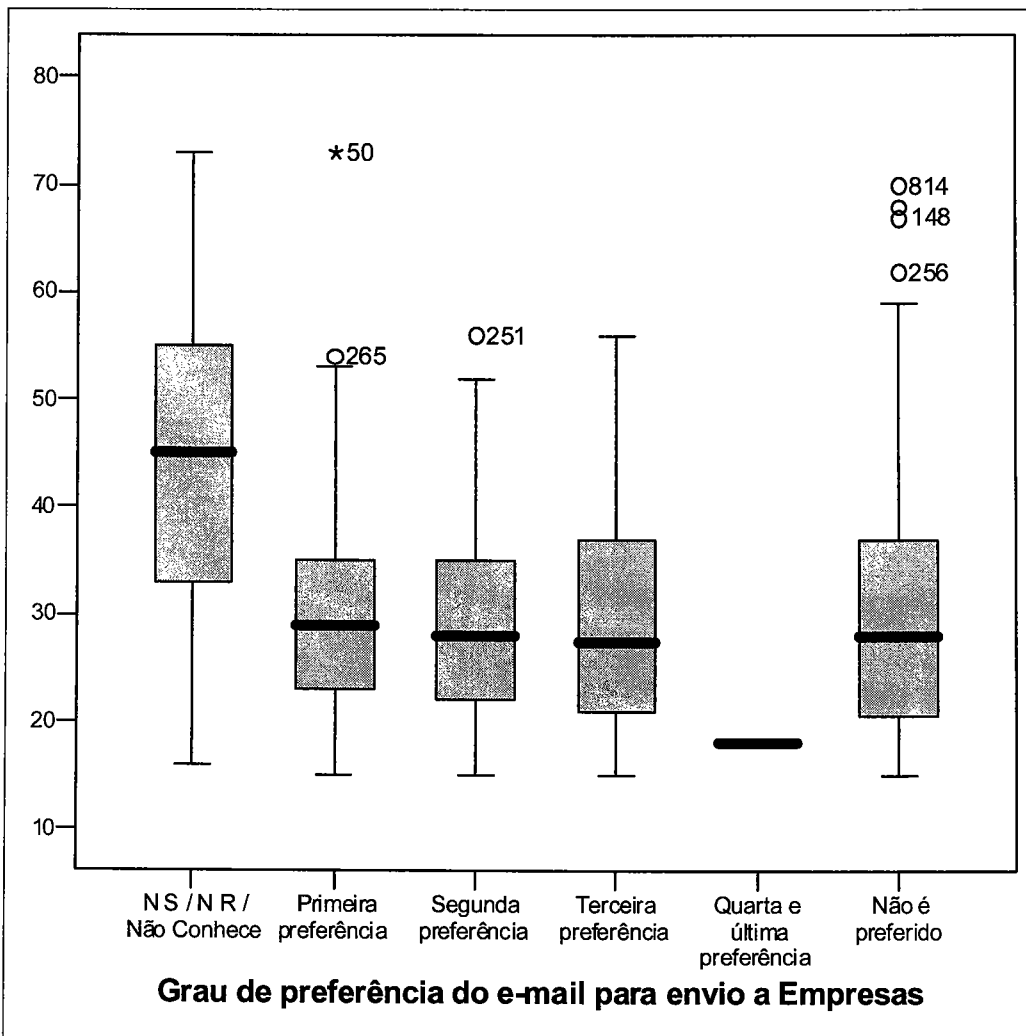
**Figura 20:** Preferências carta

**Quadro 108:** Grau de preferência do Fax para envio a Amigos

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N S / N R / Não Conhece	54	6,0	6,0	6,0
	Primeira preferência	2	,2	,2	6,2
	Segunda preferência	13	1,4	1,4	7,7
	Terceira preferência	15	1,7	1,7	9,3
	Quarta e última preferência	87	9,7	9,7	19,0
	Não é preferido	729	81,0	81,0	100,0
	Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 109:** Grau de preferência do e-mail para envio a Empresas

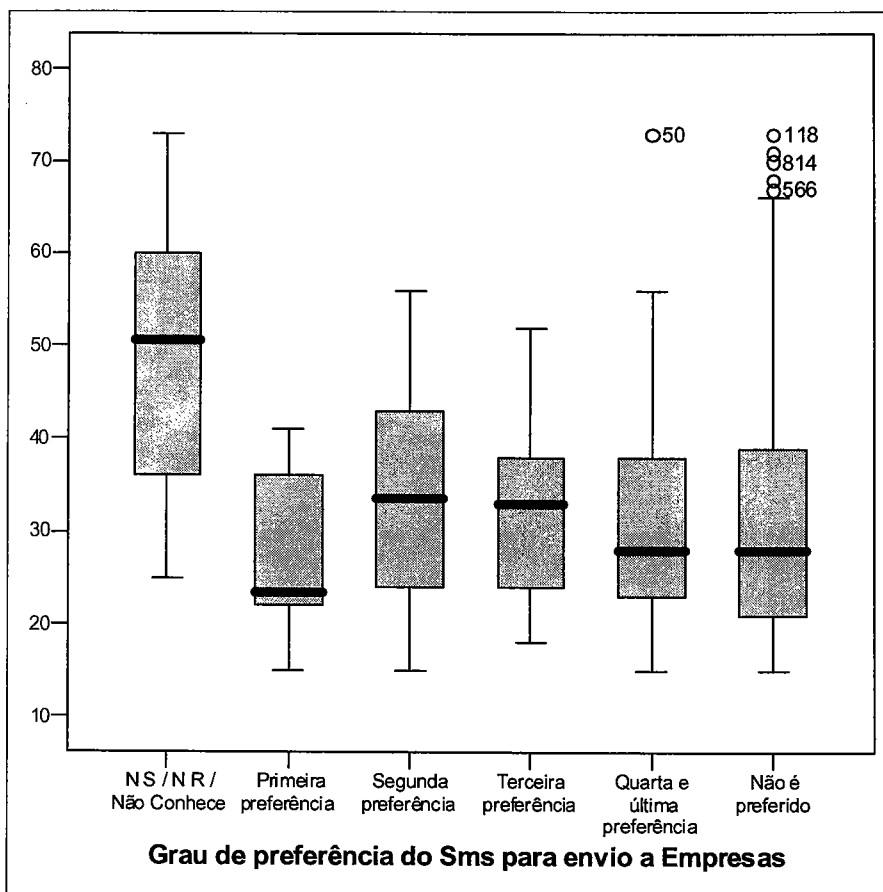
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NS / NR / Não Conhece	101	11,2	11,2	11,2
	Primeira preferência	97	10,8	10,8	22,0
	Segunda preferência	77	8,6	8,6	30,6
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Terceira preferência	72	8,0	8,0	38,6
	Quarta e última preferência	1	,1	,1	38,7
	Não é preferido	552	61,3	61,3	100,0
	Total	900	100,0	100,0	



**Figura 21:** Preferências e-mail

**Quadro 110:** Grau de preferência do Sms para envio a Empresas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NS / NR / Não Conhece	30	3,3	3,3	3,3
	Primeira preferência	6	,7	,7	4,0
	Segunda preferência	30	3,3	3,3	7,3
	Terceira preferência	15	1,7	1,7	9,0
	Quarta e última preferência	66	7,3	7,3	16,3
	Não é preferido	753	83,7	83,7	100,0
Total		900	100,0	100,0	



**Figura 22:** Preferências sms

**Quadro 111:** Grau de preferência da Carta para envio a Empresas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Primeira preferência	447	49,7	49,7	49,7
	Segunda preferência	78	8,7	8,7	58,3
	Terceira preferência	34	3,8	3,8	62,1
	Quarta e última preferência	6	,7	,7	62,8
	Não é preferido	335	37,2	37,2	100,0
Total		900	100,0	100,0	

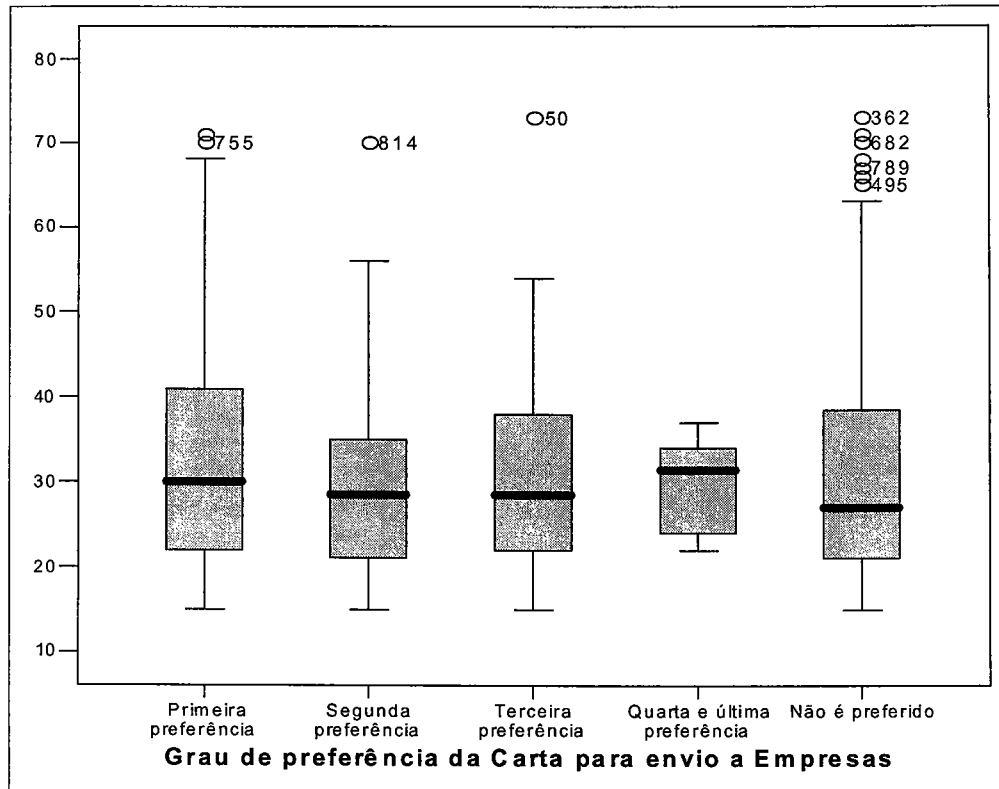


Figura 23: Preferências carta

Quadro 112: Grau de preferência do Fax para envio a Empresas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / N R / Não Conhece	54	6,0	6,0	6,0
Primeira preferência	99	11,0	11,0	17,0
Segunda preferência	151	16,8	16,8	33,8
Terceira preferência	47	5,2	5,2	39,0
Quarta e última preferência	14	1,6	1,6	40,6
Não é preferido	535	59,4	59,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

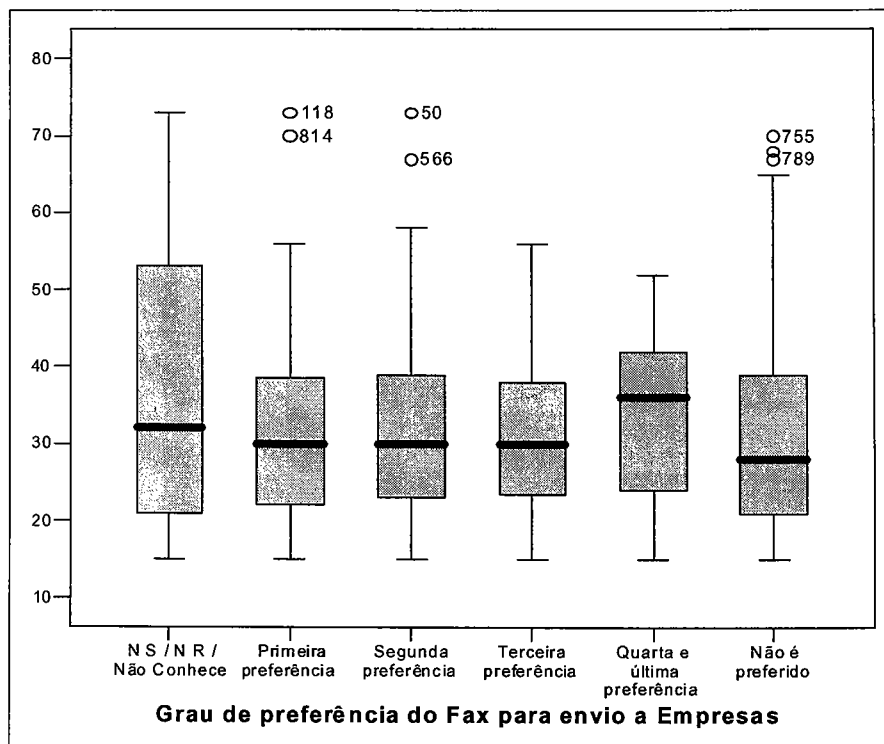


Figura 24: Preferências fax

Quadro 113: Grau de preferência do e-mail para envio a Instituições

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N S / N R / Não Conhece	101	11,2	11,2	11,2
Primeira preferência	74	8,2	8,2	19,4
Segunda preferência	77	8,6	8,6	28,0
Terceira preferência	74	8,2	8,2	36,2
Quarta e última preferência	1	,1	,1	36,3
Não é preferido	573	63,7	63,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

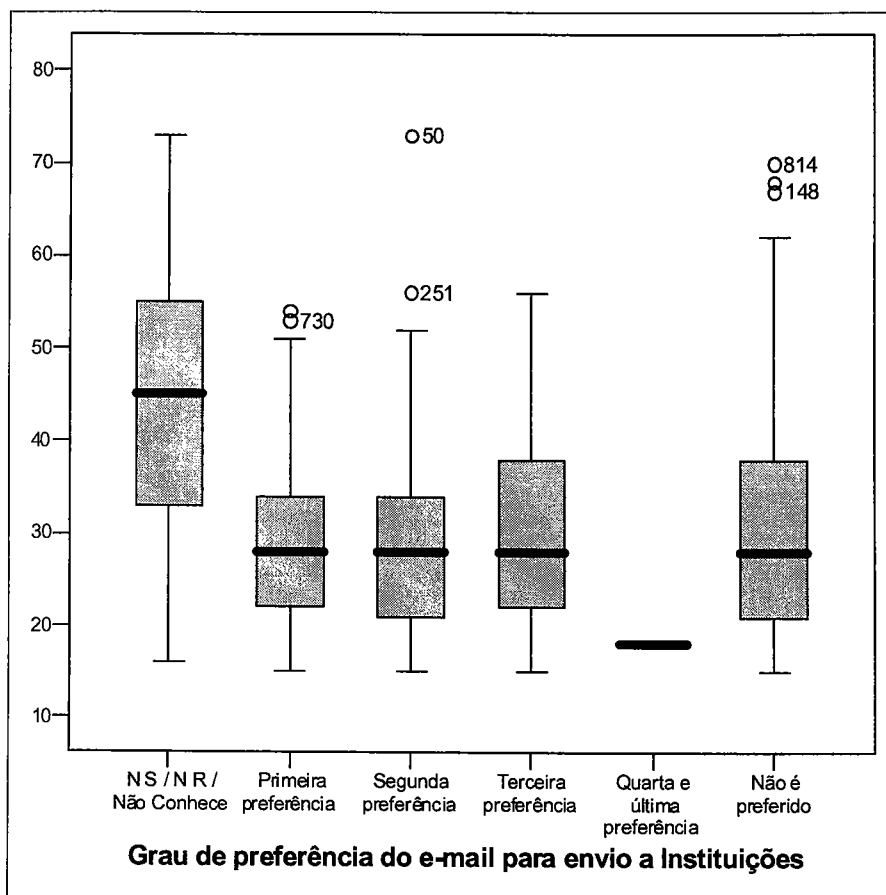


Figura 25: Preferências e-mail

Quadro 114: Grau de preferência do Sms para envio a Instituições

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / N R / Não Conhece	30	3,3	3,3	3,3
Primeira preferência	4	,4	,4	3,8
Segunda preferência	26	2,9	2,9	6,7
Terceira preferência	12	1,3	1,3	8,0
Quarta e última preferência	71	7,9	7,9	15,9
Não é preferido	757	84,1	84,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

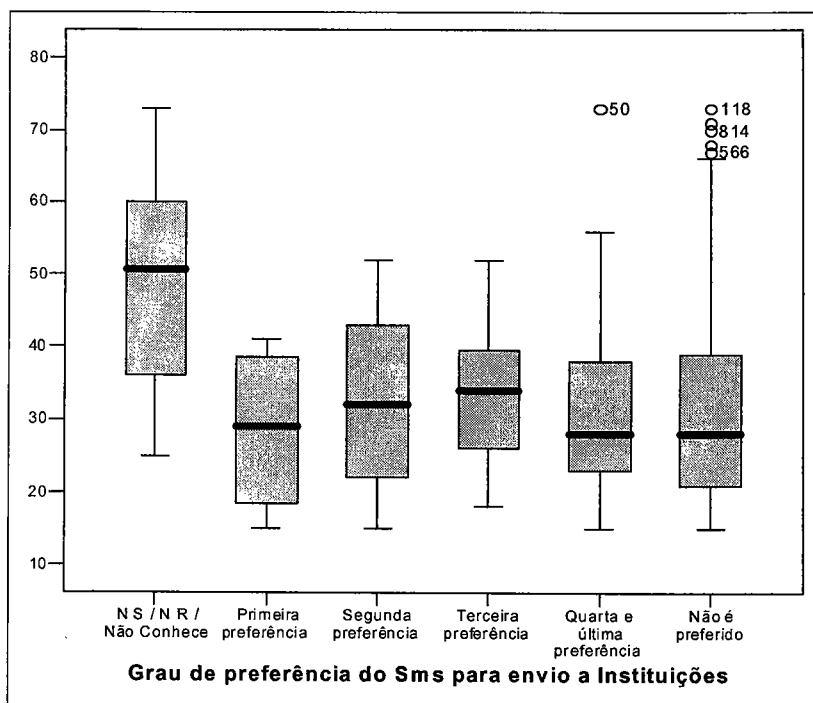
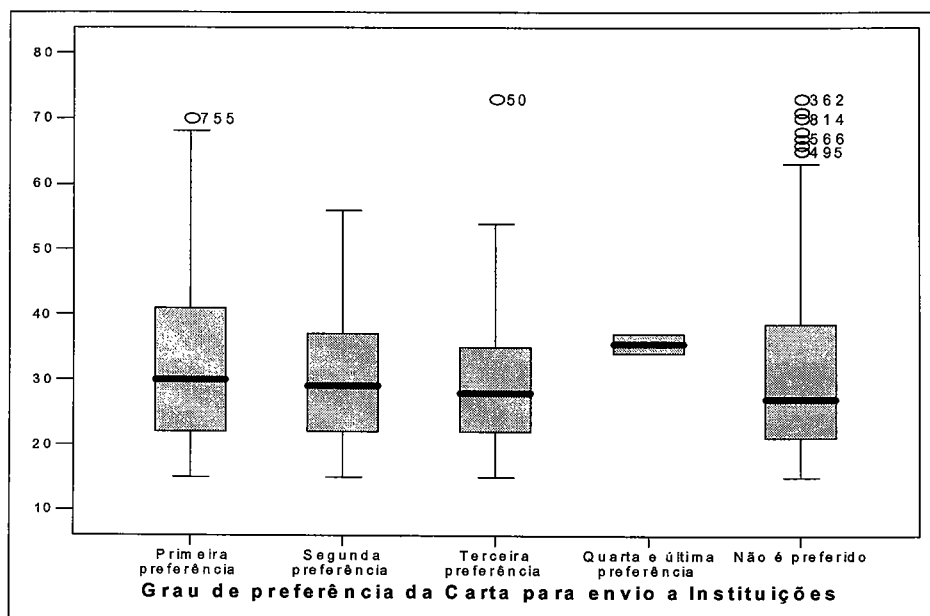


Figura 26: Preferências sms

Quadro 115: Grau de preferência da Carta para envio a Instituições

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Primeira preferência	453	50,3	50,3	50,3
Segunda preferência	72	8,0	8,0	58,3
Terceira preferência	34	3,8	3,8	62,1
Quarta e última preferência	2	,2	,2	62,3
Não é preferido	339	37,7	37,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 27:** Preferências carta

**Quadro 116:** Grau de preferência do Fax para envio a Instituições

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N S / N R / Não Conhece	54	6,0	6,0	6,0
Primeira preferência	78	8,7	8,7	14,7
Segunda preferência	147	16,3	16,3	31,0
Terceira preferência	42	4,7	4,7	35,7
Quarta e última preferência	11	1,2	1,2	36,9
Não é preferido	568	63,1	63,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

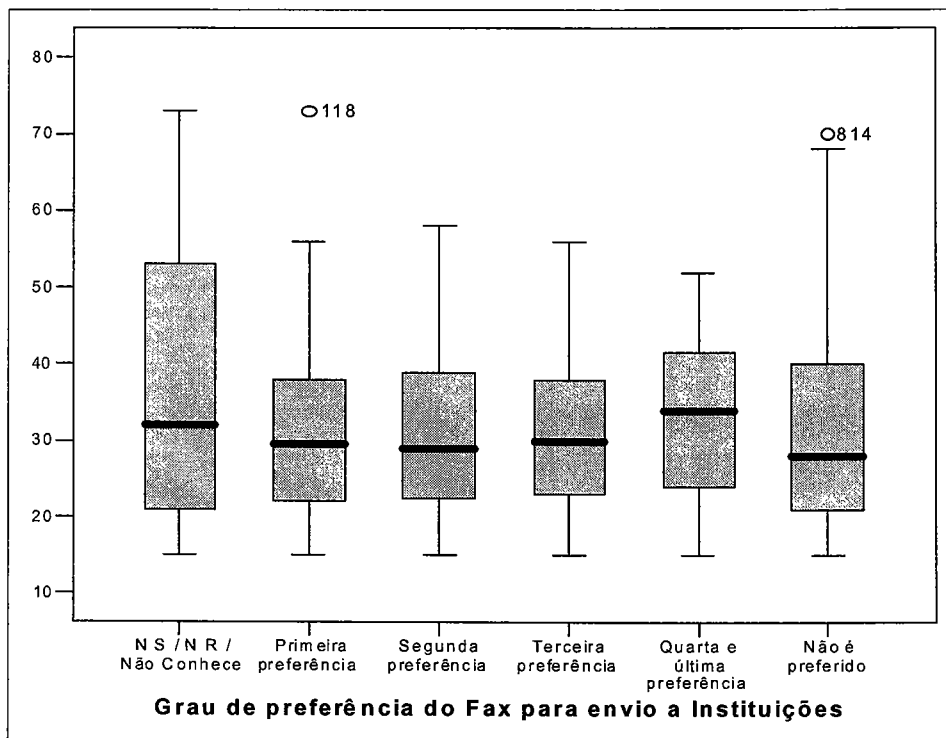


Figura 28: Preferências fax

P.9 – Gostaria agora que pensasse na comunicação escrita que a/o sra/sr costuma enviar. Desta lista de conteúdos/assuntos que lhe mostro, quais a/o sra/sr enviou pessoalmente no último ano?  
 MOSTRAR CARTÃO 2

	(38)
Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)	1
Comunicação escrita para amigos	2
Divertimento (anedotas, brincadeiras, Imagens, fotografias)	3
Documentos e assuntos oficiais	4
Pagamentos	5
Reclamações	6
Candidaturas, curriculum	7
Comunicação escrita para familiares	8
Encomendas de produtos / catálogos	9

PARA CADA CONTEÚDO / ASSUNTO REFERIDO EM P.9:

Quadro 117: Hábitos de envio no último ano (conteúdos)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou	283	31,4	31,4	31,4
Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)	617	68,6	68,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 118:** Hábitos de envio no último ano (conteúdos)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou	188	20,9	20,9	20,9
Comunicação escrita para amigos	712	79,1	79,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 119:** Hábitos de envio no último ano (conteúdos)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou	528	58,7	58,7	58,7
Divertimento (anedotas, brincadeiras, Imagens, Fotografias)	372	41,3	41,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 120:** Hábitos de envio no último ano (conteúdos)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou	601	66,8	66,8	66,8
Documentos e assuntos oficiais	299	33,2	33,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 121:** Hábitos de envio no último ano (conteúdos)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou	731	81,2	81,2	81,2
Pagamentos	169	18,8	18,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 122:** Hábitos de envio no último ano (conteúdos)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou	793	88,1	88,1	88,1
Reclamações	107	11,9	11,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 123:**Hábitos de envio no último ano (conteúdos)

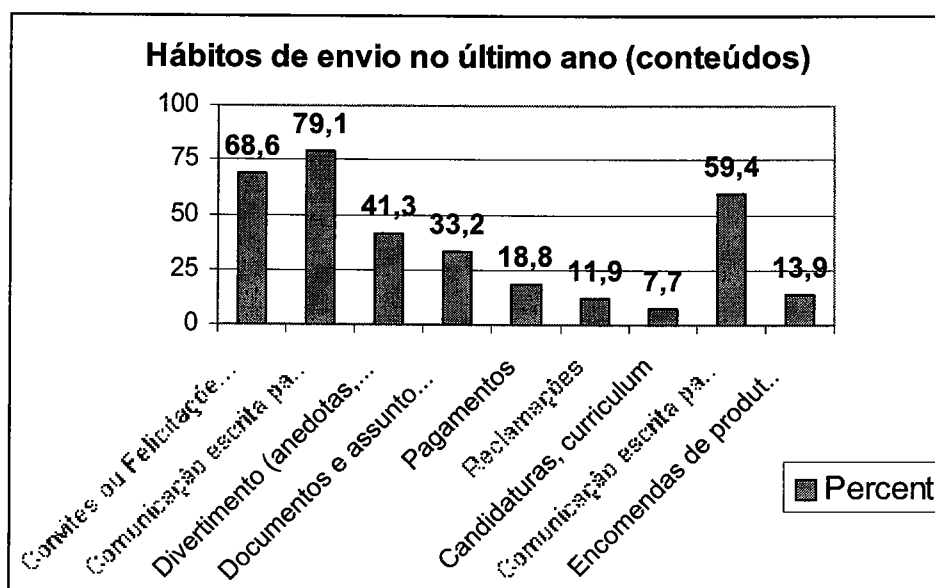
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou	831	92,3	92,3	92,3
Candidaturas, curriculum	69	7,7	7,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 124:**Hábitos de envio no último ano (conteúdos)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou	365	40,6	40,6	40,6
Comunicação escrita para familiares	535	59,4	59,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 125:** Hábitos de envio no último ano (conteúdos)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou	775	86,1	86,1	86,1
Encomendas de produtos/catálogos	125	13,9	13,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 29:** Hábitos de envio

P.10 – Considerando cada tipo de conteúdo / assunto que enviou pessoalmente no último ano, que meios utilizou?

Quando enviou ... (CITAR CONTEÚDO(S) MENCIONADO(S) EM P.9) qual foi o principal meio que utilizou (o meio que utilizou mais frequentemente)?  
 MOSTRAR CARTÃO 1

E, que outros meios utilizou?

ENT: Para cada conteúdo - Registrar "1" para o mais frequente e "2" para os outros meios usados

	E-MAIL	SMS	CARTA	FAX	Mais nenhum
Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)	(35)	(44)	(53)	(62)	9
Comunicação escrita para amigos	(36)	(45)	(54)	(63)	9
Divertimento (anedotas, brincadeiras, Imagens, fotografias)	(37)	(46)	(55)	(64)	9
Documentos e assuntos oficiais	(38)	(47)	(56)	(65)	9
Pagamentos	(39)	(48)	(57)	(66)	9
Reclamações	(40)	(49)	(58)	(67)	9
Candidaturas, curriculum	(41)	(50)	(59)	(68)	9
Comunicação escrita para familiares	(42)	(51)	(60)	(69)	9
Encomendas de produtos / catálogos	(43)	(52)	(61)	(70)	9

PARA CADA CONTEÚDO / ASSUNTO ENVIADO POR CARTA (VER P.10):

**Quadro 126:** Uso de e-mail para envio de convites ou felicitações

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	337	37,4	37,4	37,4
O meio mais frequentemente usado	42	4,7	4,7	42,1
Outra frequência de uso	142	15,8	15,8	57,9
Não usou	379	42,1	42,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 127:** Uso de e-mail para envio de Comunicação escrita para Amigos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	236	26,2	26,2	26,2
O meio mais frequentemente usado	74	8,2	8,2	34,4
Outra frequência de uso	193	21,4	21,4	55,9
Não usou	397	44,1	44,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 128:** Uso de e-mail para envio de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	536	59,6	59,6	59,6
O meio mais frequentemente usado	79	8,8	8,8	68,3
Outra frequência de uso	81	9,0	9,0	77,3
Não usou	204	22,7	22,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 129:** Uso de e-mail para envio de Documentos e assuntos oficiais

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	627	69,7	69,7	69,7
O meio mais frequentemente usado	30	3,3	3,3	73,0
Outra frequência de uso	40	4,4	4,4	77,4
Não usou	203	22,6	22,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 130:** Uso de e-mail para envio de Pagamentos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	742	82,4	82,4	82,4
O meio mais frequentemente usado	15	1,7	1,7	84,1
Outra frequência de uso	6	,7	,7	84,8
Não usou	137	15,2	15,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 131:** Uso de e-mail para envio de Reclamações

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	800	88,9	88,9	88,9
O meio mais frequentemente usado	25	2,8	2,8	91,7
Outra frequência de uso	19	2,1	2,1	93,8
Não usou	56	6,2	6,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 132:** Uso de e-mail para envio de Candidaturas, curriculum

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	833	92,6	92,6	92,6
O meio mais frequentemente usado	22	2,4	2,4	95,0
Outra frequência de uso	19	2,1	2,1	97,1
Não usou	26	2,9	2,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 133:** Uso de e-mail para envio de Comunicação escrita para Familiares

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	426	47,3	47,3	47,3
O meio mais frequentemente usado	33	3,7	3,7	51,0
Outra frequência de uso	101	11,2	11,2	62,2
Não usou	340	37,8	37,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 134:** Uso de e-mail para envio de Encomendas de produtos / catálogos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	782	86,9	86,9	86,9
O meio mais frequentemente usado	39	4,3	4,3	91,2
Outra frequência de uso	8	,9	,9	92,1
Não usou	71	7,9	7,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 135:** Uso de Sms para envio de convites ou felicitações

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	297	33,0	33,0	33,0
O meio mais frequentemente usado	437	48,6	48,6	81,6
Outra frequência de uso	87	9,7	9,7	91,2
Não usou	79	8,8	8,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 136:** Uso de Sms para envio de Comunicação escrita para Amigos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	194	21,6	21,6	21,6
O meio mais frequentemente usado	549	61,0	61,0	82,6
Outra frequência de uso	95	10,6	10,6	93,1
Não usou	62	6,9	6,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 137:** Uso de Sms para envio de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	529	58,8	58,8	58,8
O meio mais frequentemente usado	287	31,9	31,9	90,7
Outra frequência de uso	47	5,2	5,2	95,9
Não usou	37	4,1	4,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 138:** Uso de Sms para envio de Documentos e assuntos oficiais

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	606	67,3	67,3	67,3
O meio mais frequentemente usado	2	,2	,2	67,6
Outra frequência de uso	2	,2	,2	67,8
Não usou	290	32,2	32,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 139:** Uso de Sms para envio de Pagamentos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	735	81,7	81,7	81,7
O meio mais frequentemente usado	1	,1	,1	81,8
Não usou	164	18,2	18,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 140:** Uso de Sms para envio de Reclamações

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	793	88,1	88,1	88,1
Outra frequência de uso	1	,1	,1	88,2
Não usou	106	11,8	11,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 141:** Uso de Sms para envio de Candidaturas, curriculum

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	831	92,3	92,3	92,3
Outra frequência de uso	2	,2	,2	92,6
Não usou	67	7,4	7,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 142:** Uso de Sms para envio de Comunicação escrita para Familiares

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	378	42,0	42,0	42,0
O meio mais frequentemente usado	342	38,0	38,0	80,0
Outra frequência de uso	61	6,8	6,8	86,8
Não usou	119	13,2	13,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 143:** Uso de Sms para envio de Encomendas de produtos / catálogos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	775	86,1	86,1	86,1
O meio mais frequentemente usado	2	,2	,2	86,3
Outra frequência de uso	6	,7	,7	87,0
Não usou	117	13,0	13,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 144:** Uso de Carta para envio de convites ou felicitações

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	283	31,4	31,4	31,4
O meio mais frequentemente usado	136	15,1	15,1	46,6
Outra frequência de uso	129	14,3	14,3	60,9
Não usou	352	39,1	39,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 145:** Uso de Carta para envio de Comunicação escrita para Amigos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	188	20,9	20,9	20,9
O meio mais frequentemente usado	91	10,1	10,1	31,0
Outra frequência de uso	119	13,2	13,2	44,2
Não usou	502	55,8	55,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 146:** Uso de Carta para envio de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	528	58,7	58,7	58,7
O meio mais frequentemente usado	8	,9	,9	59,6
Outra frequência de uso	26	2,9	2,9	62,4
Não usou	338	37,6	37,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 147:** Uso de Carta para envio de Documentos e assuntos oficiais

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	601	66,8	66,8	66,8
O meio mais frequentemente usado	222	24,7	24,7	91,4
Outra frequência de uso	29	3,2	3,2	94,7
Não usou	48	5,3	5,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 148:** Uso de Carta para envio de Pagamentos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	731	81,2	81,2	81,2
O meio mais frequentemente usado	143	15,9	15,9	97,1
Outra frequência de uso	8	,9	,9	98,0
Não usou	18	2,0	2,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 149:** Uso de Carta para envio de Reclamações

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	793	88,1	88,1	88,1
O meio mais frequentemente usado	74	8,2	8,2	96,3
Outra frequência de uso	10	1,1	1,1	97,4
Não usou	23	2,6	2,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 150:** Uso de Carta para envio de Candidaturas, curriculum

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	831	92,3	92,3	92,3
O meio mais frequentemente usado	44	4,9	4,9	97,2
Outra frequência de uso	10	1,1	1,1	98,3
Não usou	15	1,7	1,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 151:** Uso de Carta para envio de Comunicação escrita para Familiares

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	365	40,6	40,6	40,6
O meio mais frequentemente usado	159	17,7	17,7	58,2
Outra frequência de uso	122	13,6	13,6	71,8
Não usou	254	28,2	28,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 152:** Uso de Carta para envio de Encomendas de produtos / catálogos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	775	86,1	86,1	86,1
O meio mais frequentemente usado	63	7,0	7,0	93,1
Outra frequência de uso	15	1,7	1,7	94,8
Não usou	47	5,2	5,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 153:** Uso de Fax para envio de convites ou felicitações

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	318	35,3	35,3	35,3
O meio mais frequentemente usado	2	,2	,2	35,6
Outra frequência de uso	8	,9	,9	36,4
Não usou	572	63,6	63,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 154:** Uso de Fax para envio de Comunicação escrita para Amigos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	230	25,6	25,6	25,6
O meio mais frequentemente usado	1	,1	,1	25,7
Outra frequência de uso	4	,4	,4	26,1
Não usou	665	73,9	73,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 155:** Uso de Fax para envio de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	540	60,0	60,0	60,0
Outra frequência de uso	1	,1	,1	60,1
Não usou	359	39,9	39,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 156:** Uso de Fax para envio de Documentos e assuntos oficiais

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	615	68,3	68,3	68,3
O meio mais frequentemente usado	44	4,9	4,9	73,2
Outra frequência de uso	62	6,9	6,9	80,1
Não usou	179	19,9	19,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 157:** Uso de Fax para envio de Pagamentos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	739	82,1	82,1	82,1
O meio mais frequentemente usado	5	,6	,6	82,7
Outra frequência de uso	16	1,8	1,8	84,4
Não usou	140	15,6	15,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 158:** Uso de Fax para envio de Reclamações

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	800	88,9	88,9	88,9
O meio mais frequentemente usado	7	,8	,8	89,7
Outra frequência de uso	25	2,8	2,8	92,4
Não usou	68	7,6	7,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 159:** Uso de Fax para envio de Candidaturas, curriculum

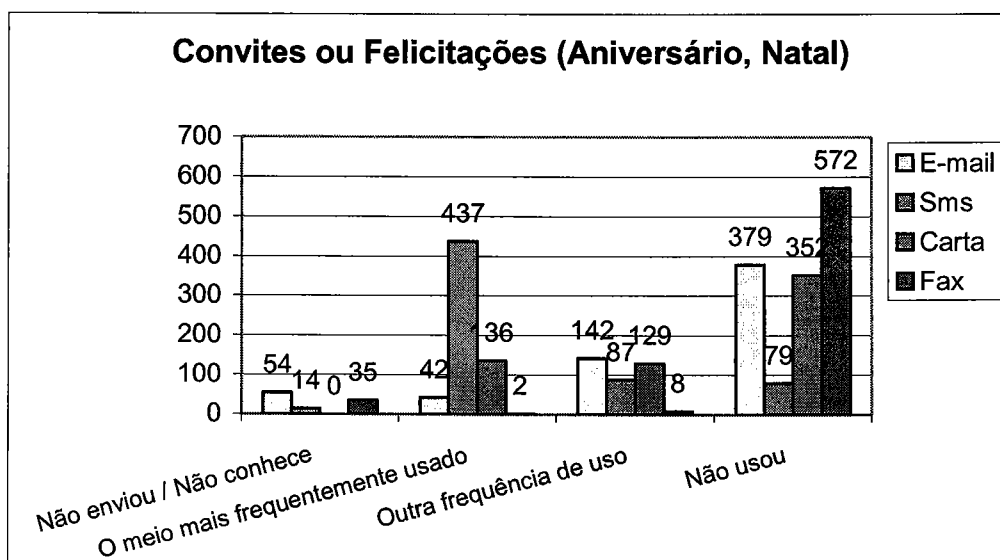
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	835	92,8	92,8	92,8
O meio mais frequentemente usado	3	,3	,3	93,1
Outra frequência de uso	3	,3	,3	93,4
Não usou	59	6,6	6,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 160:** Uso de Fax para envio de Comunicação escrita para Familiares

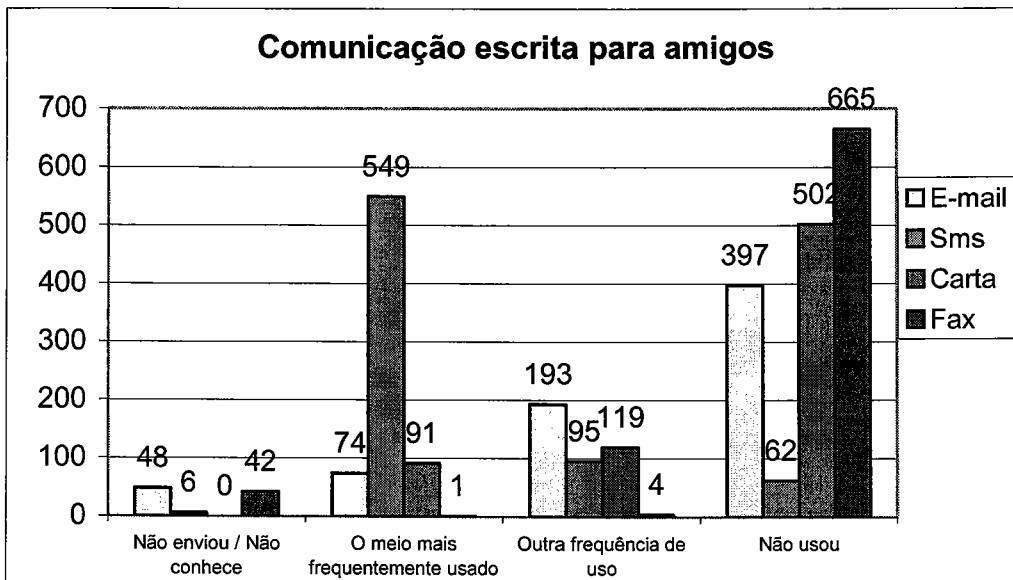
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	408	45,3	45,3	45,3
O meio mais frequentemente usado	2	,2	,2	45,6
Outra frequência de uso	2	,2	,2	45,8
Não usou	488	54,2	54,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 161:** Uso de Fax para envio de Encomendas de produtos / catálogos

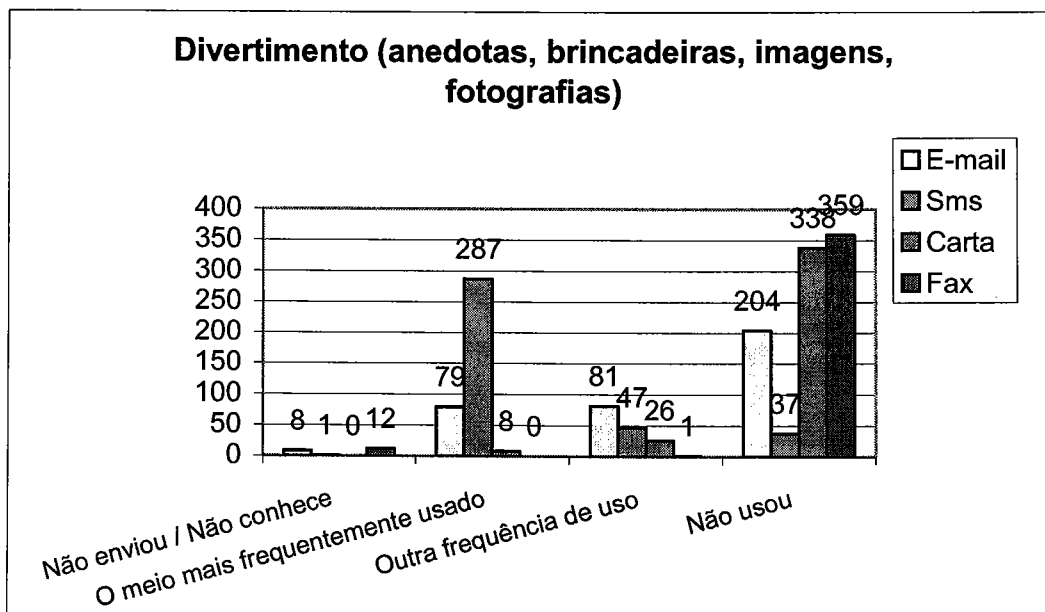
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviou / Não conhece	786	87,3	87,3	87,3
O meio mais frequentemente usado	21	2,3	2,3	89,7
Outra frequência de uso	15	1,7	1,7	91,3
Não usou	78	8,7	8,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	



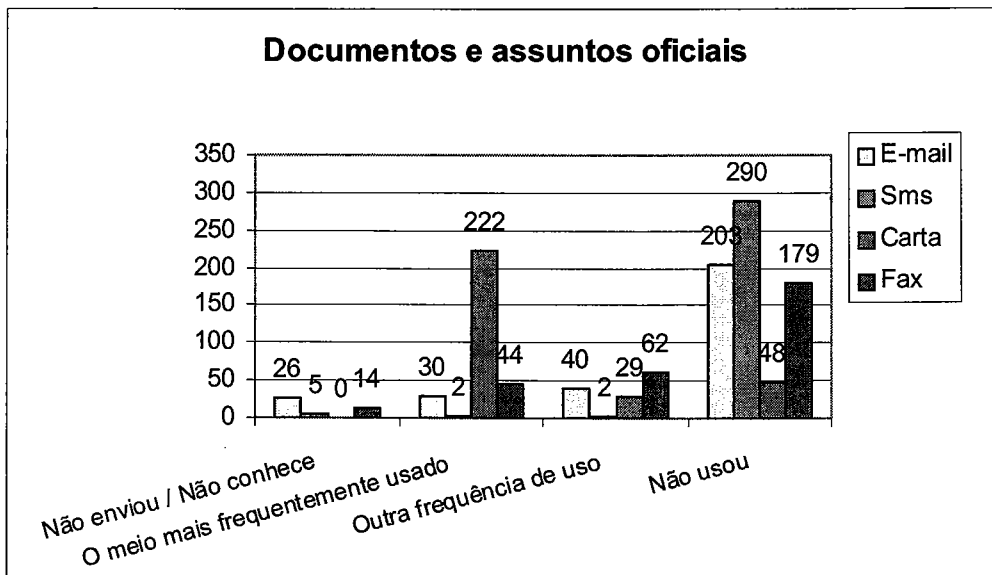
**Figura 30:** Convites e felicitações



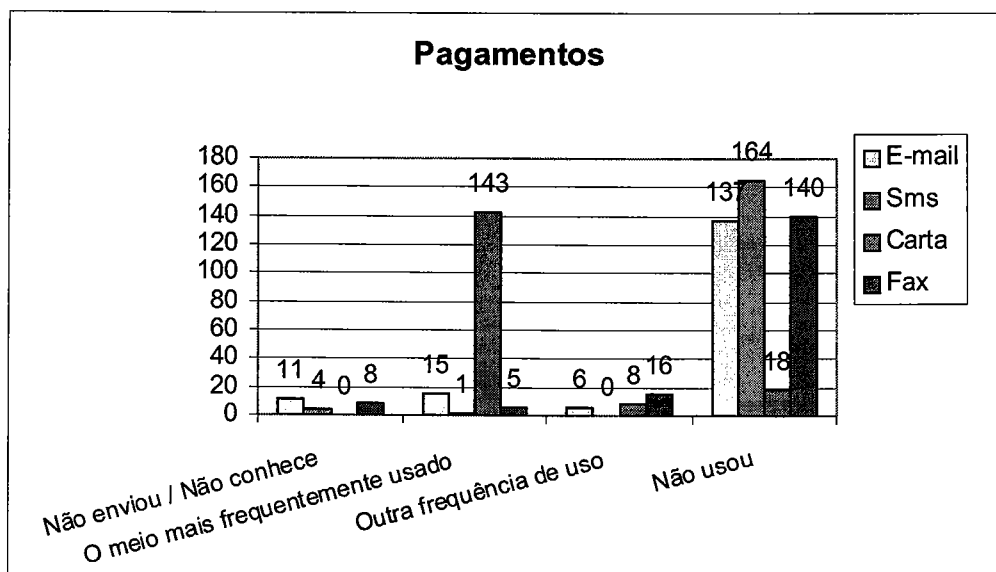
**Figura 31:** Comunicação escrita para amigos



**Figura 32:** Divertimento



**Figura 33:** Documentos e assuntos oficiais



**Figura 34:** Pagamentos

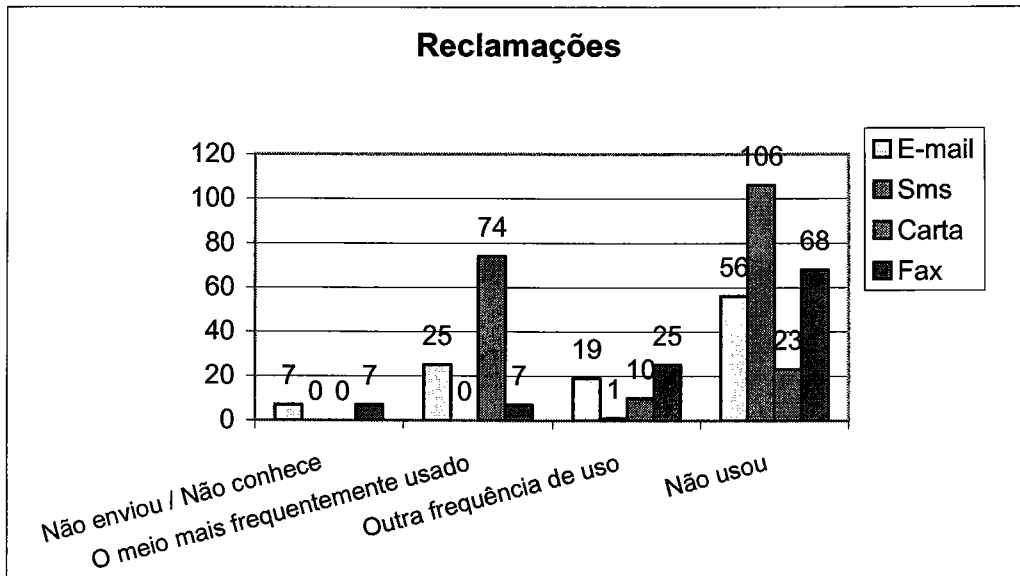


Figura 35: Reclamações

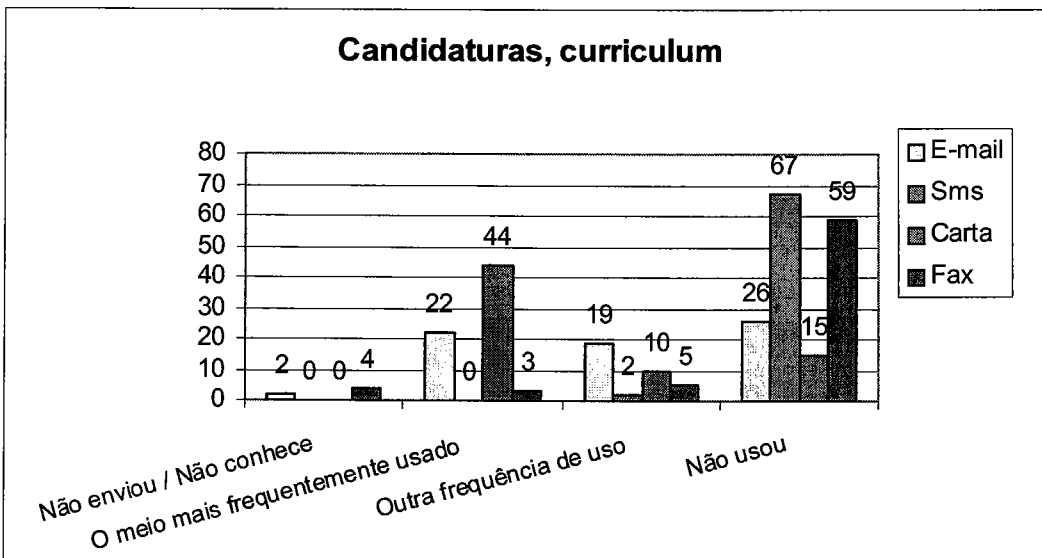


Figura 36: Candidaturas e CV

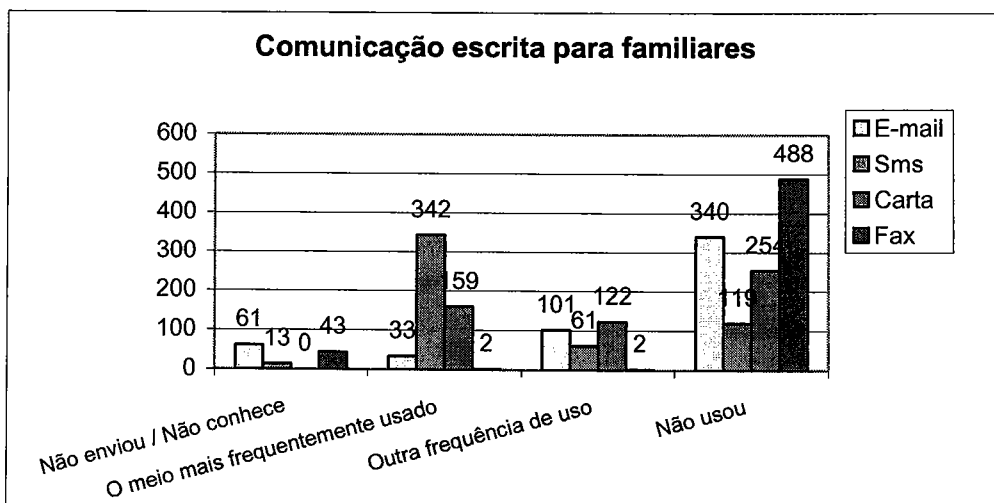
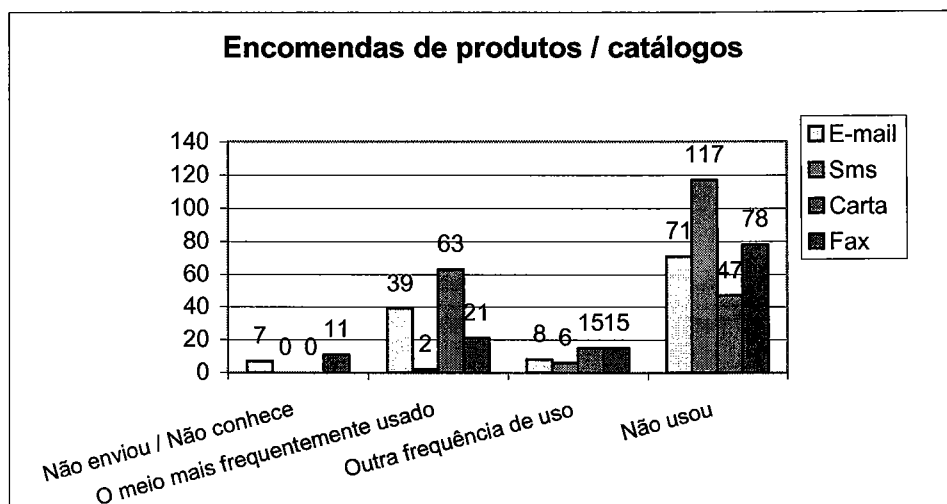


Figura 37: Comunicação escrita para familiares



**Figura 38:** Encomendas de produtos / catálogos

P.11 – Pensando somente na comunicação escrita que ENVIA POR CARTA, gostaria que me dissesse para que tipos de conteúdos / assuntos é que pessoalmente preferiria usar outro meio em substituição (em vez) da carta?

Para enviar .... (CITAR CADA CONTEÚDO ENVIADO POR CARTA EM P.10) pessoalmente, preferiria usar outro meio em substituição (em vez) da carta? Qual?  
 MOSTRAR CARTÃO 3

	P.11				→ P.11 a) Motivos?	Cartão 03 (10)(11)
	E-MAIL	SMS	FAX	NÃO PREFERE OUTRO MEIO		
Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)	1	2	3	4 (71)		(12) (13) (14) (15)
Comunicação escrita para amigos	1	2	3	4 (72)		(16) (17) (18) (19)
Divertimento (anedotas, brincadeiras, Imagens, fotografias)	1	2	3	4 (73)		(20) (21) (22) (23)
Documentos e assuntos oficiais	1	2	3	4 (74)		(24) (25) (26) (27)
Pagamentos	1	2	3	4 (75)		(28) (29) (30) (31)
Reclamações	1	2	3	4 (76)		(32) (33) (34) (35)
Candidaturas, curriculum	1	2	3	4 (77)		(36) (37) (38) (39)
Comunicação escrita para familiares	1	2	3	4 (78)		(40) (41) (42) (43)
Encomendas de produtos / catálogos	1	2	3	4 (79)		(44) (45) (46) (47)

**Quadro 162:** Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Convites ou felicitações (Aniversário, Natal)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviaram por carta	635	70,6	70,6	70,6
E-mail	16	1,8	1,8	72,3
Sms	39	4,3	4,3	76,7
Fax	4	,4	,4	77,1
Não prefere outro meio	206	22,9	22,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 163:** Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Comunicação escrita para Amigos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviaram por carta	690	76,7	76,7	76,7
E-mail	16	1,8	1,8	78,4
Sms	29	3,2	3,2	81,7
Fax	3	,3	,3	82,0
Não prefere outro meio	162	18,0	18,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 164:** Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviaram por carta	866	96,2	96,2	96,2
E-mail	2	,2	,2	96,4
Sms	4	,4	,4	96,9
Não prefere outro meio	28	3,1	3,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 165:** Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Documentos e assuntos oficiais

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviaram por carta	649	72,1	72,1	72,1
E-mail	30	3,3	3,3	75,4
Sms	1	,1	,1	75,6
Fax	27	3,0	3,0	78,6
Não prefere outro meio	193	21,4	21,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 166:** Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Pagamentos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviaram por carta	749	83,2	83,2	83,2
E-mail	13	1,4	1,4	84,7
Sms	1	,1	,1	84,8
Fax	3	,3	,3	85,1
Não prefere outro meio	134	14,9	14,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 167:** Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Reclamações

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviaram por carta	816	90,7	90,7	90,7
E-mail	11	1,2	1,2	91,9
Fax	4	,4	,4	92,3
Não prefere outro meio	69	7,7	7,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 168:** Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Candidaturas, curriculum

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviaram por carta	846	94,0	94,0	94,0
E-mail	15	1,7	1,7	95,7
Fax	1	,1	,1	95,8
Não prefere outro meio	38	4,2	4,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 169:** Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Comunicação escrita para Familiares

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviaram por carta	619	68,8	68,8	68,8
E-mail	11	1,2	1,2	70,0
Sms	33	3,7	3,7	73,7
Fax	3	,3	,3	74,0
Não prefere outro meio	234	26,0	26,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 170:** Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Encomendas de Produtos/catálogos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviaram por carta	822	91,3	91,3	91,3
E-mail	7	,8	,8	92,1
Sms	1	,1	,1	92,2
Fax	4	,4	,4	92,7
Não prefere outro meio	66	7,3	7,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

SE PREFERE OUTRO MEIO: P.11 a) E, por que motivos? APROF: Mais algum?

P11a1\_1 - Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)

**Quadro 171:** Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviaram por carta / Não preferem outro meio	841	93,4	93,4	93,4
Mais rápido / envio e recepção	39	4,3	4,3	97,8
Mais prático	7	,8	,8	98,6
Mais fácil / facilidade de utilização	1	,1	,1	98,7
Maior comodidade / não é	1	,1	,1	98,8
Mais económico / barato /	1	,1	,1	98,9
Divertido / mais divertido	1	,1	,1	99,0
Mais acessível	1	,1	,1	99,1
Pode-se responder no momento /	2	,2	,2	99,3
Mais informal / para coisas do dia	1	,1	,1	99,4
Pode-se juntar imagens /	1	,1	,1	99,6
Nenhum motivo em especial	2	,2	,2	99,8
Outras	2	,2	,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 172:** Motivo 2 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N enviaram por carta / N preferem outro meio / Só 1 motivo	899	99,9	99,9	99,9
Divertido / mais divertido	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 173:** Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Comunicação escrita para Amigos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviaram por carta / Não	852	94,7	94,7	94,7
Mais rápido / envio e recepção	25	2,8	2,8	97,4
Mais prático	4	,4	,4	97,9
Mais fácil / facilidade de utilização	4	,4	,4	98,3
Maior comodidade / não é	4	,4	,4	98,8
Mais económico / barato /	3	,3	,3	99,1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Divertido / mais divertido	2	,2	,2	99,3
Mais acessível	1	,1	,1	99,4
Pode-se responder no momento /	1	,1	,1	99,6
Mais informal / para coisas do dia	2	,2	,2	99,8
Nenhum motivo em especial	1	,1	,1	99,9
Outras	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 174:** Motivo 2 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Comunicação escrita para Amigos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N enviaram por carta / N preferem outro meio / Só 1 motivo	898	99,8	99,8	99,8
Maior comodidade / não é necessário sair de casa	2	,2	,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 175:** Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviaram por carta / Não preferem outro meio	894	99,3	99,3	99,3
Mais rápido / envio e recepção imediata	3	,3	,3	99,7
Mais fácil / facilidade de utilização	1	,1	,1	99,8
Mais económico / barato / económico	1	,1	,1	99,9
Pode-se juntar imagens / animações /diversidad do q se envia	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 176:** Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Documentos e assuntos oficiais

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviaram por carta / Não preferem outro meio	842	93,6	93,6	93,6
Mais rápido / envio e recepção imediata	38	4,2	4,2	97,8
Mais prático	8	,9	,9	98,7
Mais fácil / facilidade de utilização	2	,2	,2	98,9
Mais económico / barato / económico	2	,2	,2	99,1
Mais privacidade / maior garantia de privacidade / + pessoal	1	,1	,1	99,2
Oficial / prova que foi enviado / garantia de entrega	4	,4	,4	99,7
Nenhum motivo em especial	1	,1	,1	99,8
Outras	2	,2	,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 177:** Motivo 2 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Documentos e assuntos oficiais

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N enviaram por carta / N preferem outro meio / Só 1 motivo	898	99,8	99,8	99,8
Mais fácil / facilidade de utilização	2	,2	,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 178:** Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Pagamentos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviaram por carta / Não preferem outro meio	883	98,1	98,1	98,1
Mais rápido / envio e recepção imediata	14	1,6	1,6	99,7
Mais prático	1	,1	,1	99,8
Mais fácil / facilidade de utilização	1	,1	,1	99,9
Oficial / prova que foi enviado / garantia de entrega	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 179:** Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Reclamações

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviaram por carta / Não preferem outro meio	885	98,3	98,3	98,3
Mais rápido / envio e recepção imediata	13	1,4	1,4	99,8
Oficial / prova que foi enviado / garantia de entrega	2	,2	,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 180:** Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Candidaturas, curriculum

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviaram por carta / Não preferem outro meio	884	98,2	98,2	98,2
Mais rápido / envio e recepção imediata	11	1,2	1,2	99,4
Mais prático	2	,2	,2	99,7
Mais económico / barato / económico	2	,2	,2	99,9
Outras	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 181:** Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Comunicação escrita para Familiares

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não enviaram por carta / Não preferem outro meio	853	94,8	94,8	94,8
Mais rápido / envio e recepção imediata	31	3,4	3,4	98,2
Mais prático	6	,7	,7	98,9
Maior comodidade / não é necessário sair de casa	1	,1	,1	99,0
Mais económico / barato / económico	3	,3	,3	99,3
Divertido / mais divertido	1	,1	,1	99,4
Mais privacidade / maior garantia de privacidade / + pessoal	1	,1	,1	99,6
Nenhum motivo em especial	1	,1	,1	99,7
Outras	2	,2	,2	99,9
Não sabe	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 182:** Motivo 2 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Comunicação escrita para Familiares

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N enviaram por carta / N preferem outro meio / Só 1 motivo	898	99,8	99,8	99,8
Oficial / prova que foi enviado / garantia de entrega	1	,1	,1	99,9
Pode-se juntar imagens / animações /diversidad do q se envia	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 183:** Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Encomendas de produtos/catálogos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Não enviaram por carta / Não preferem outro meio	888	98,7	98,7	98,7
Mais rápido / envio e recepção imediata	9	1,0	1,0	99,7
Mais prático	2	,2	,2	99,9
Mais fácil / facilidade de utilização	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 184:** Motivo 2 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Encomendas de produtos/catálogos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N enviaram por carta / N preferem outro meio / Só 1 motivo	899	99,9	99,9	99,9
Maior comodidade / não é necessário sair de casa	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

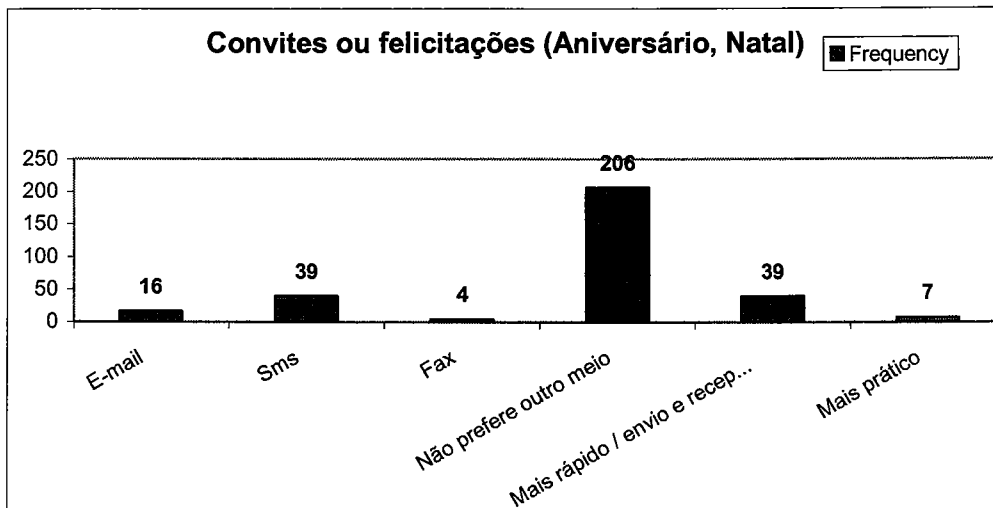


Figura 39: Convites e felicitações

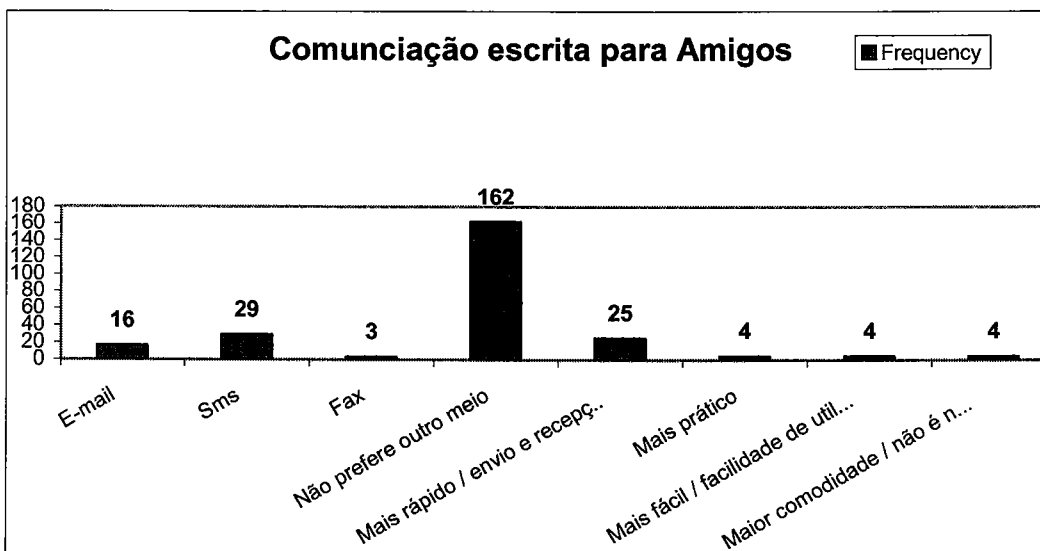


Figura 40: Comunicação escrita para amigos

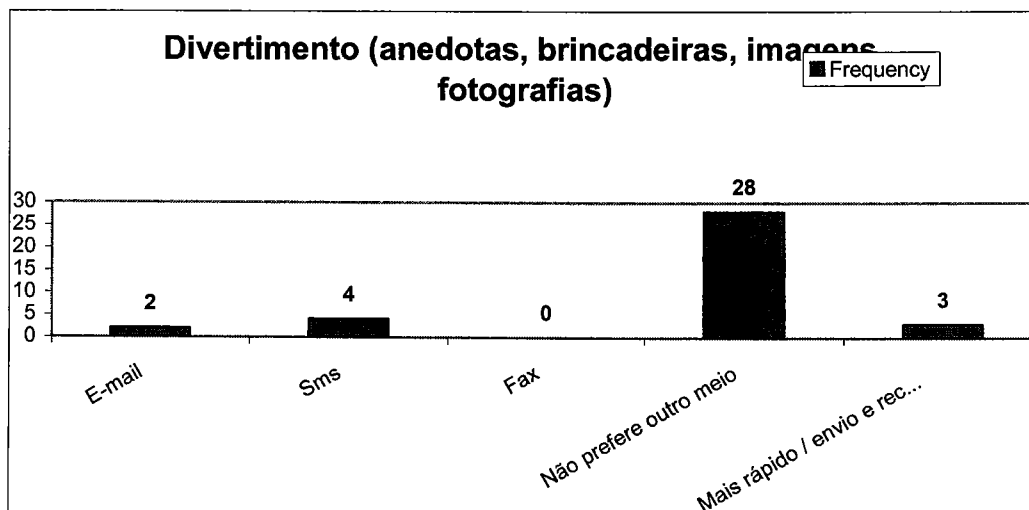
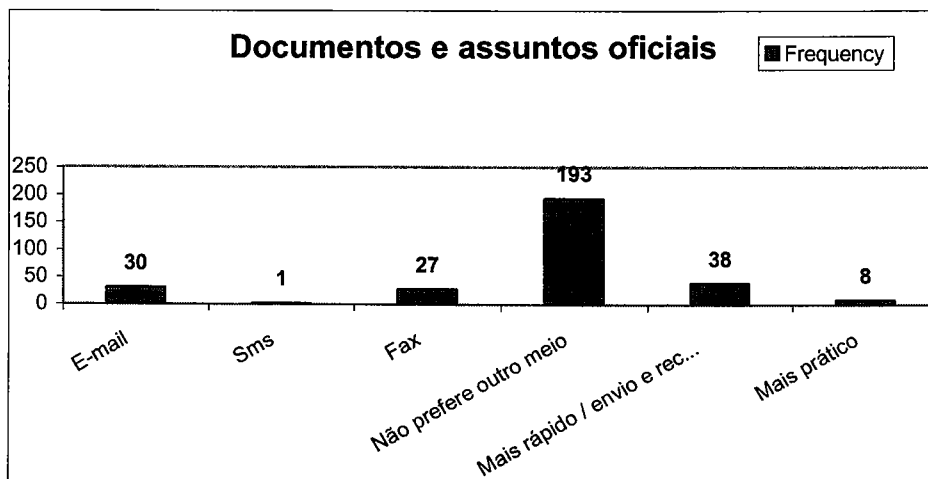
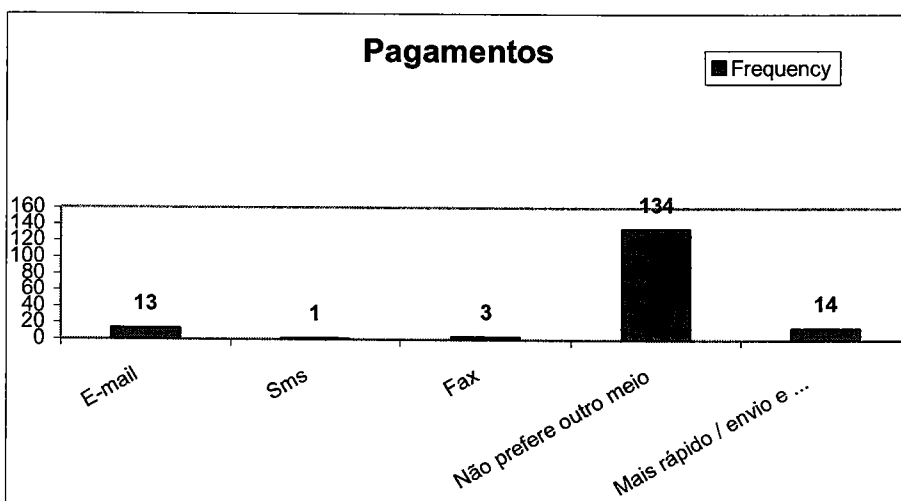


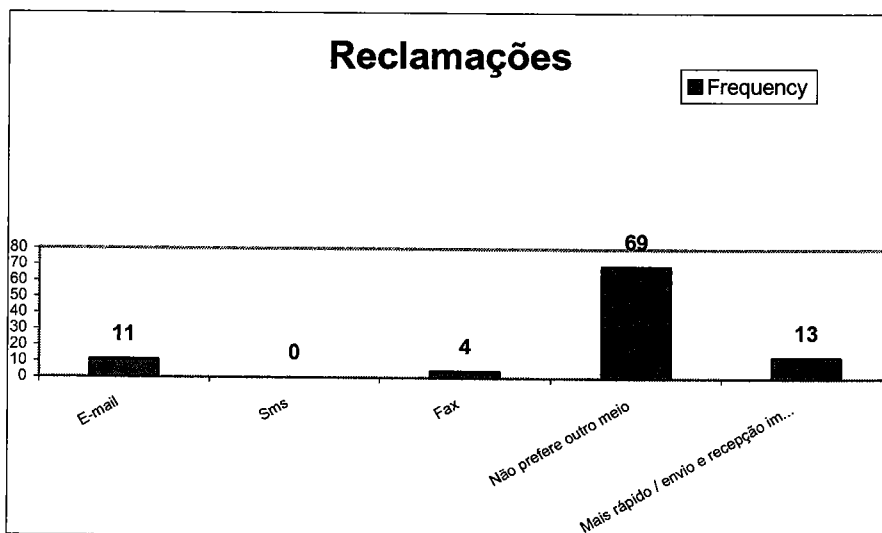
Figura 41: Divertimento



**Figura 42:** Documentos e assuntos oficiais



**Figura 43:** Pagamentos



**Figura 44** Gráfico 43: Reclamações

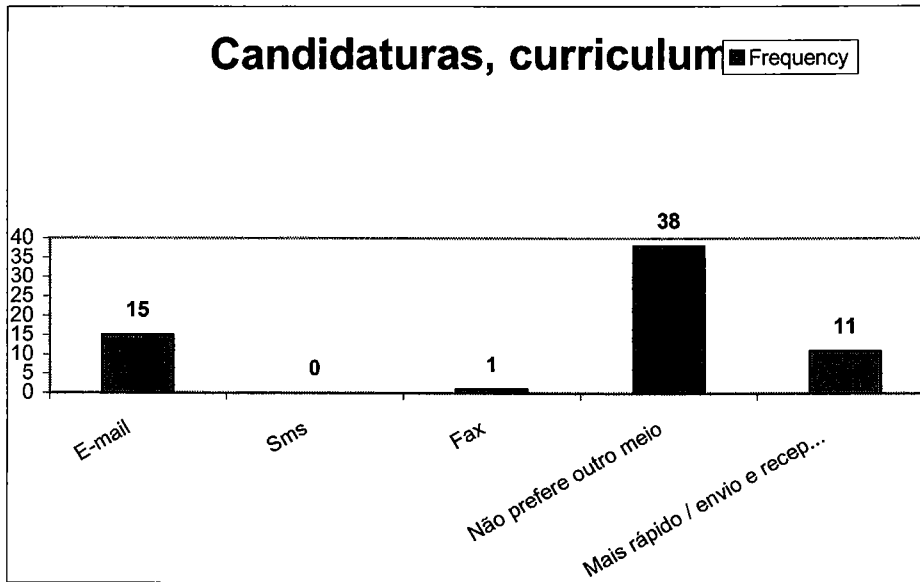


Figura 45: Candidaturas e CV

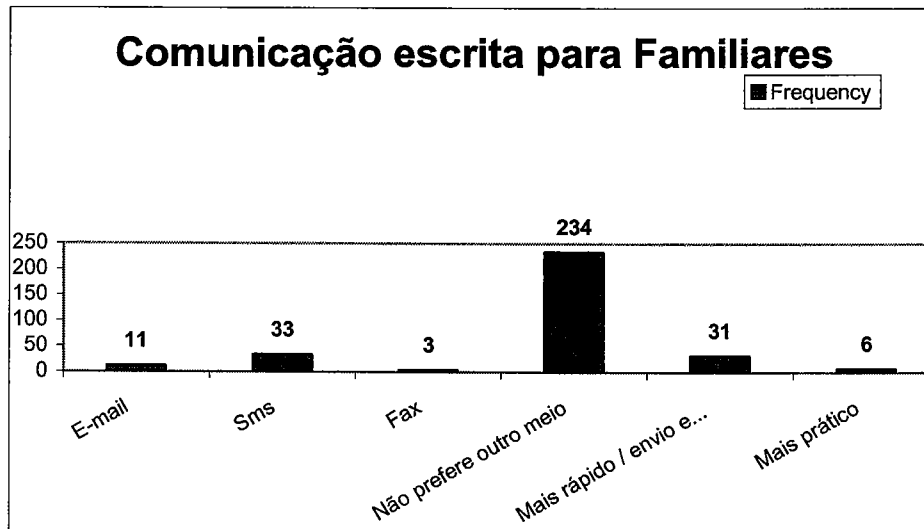


Figura 46: Comunicação escrita familiares

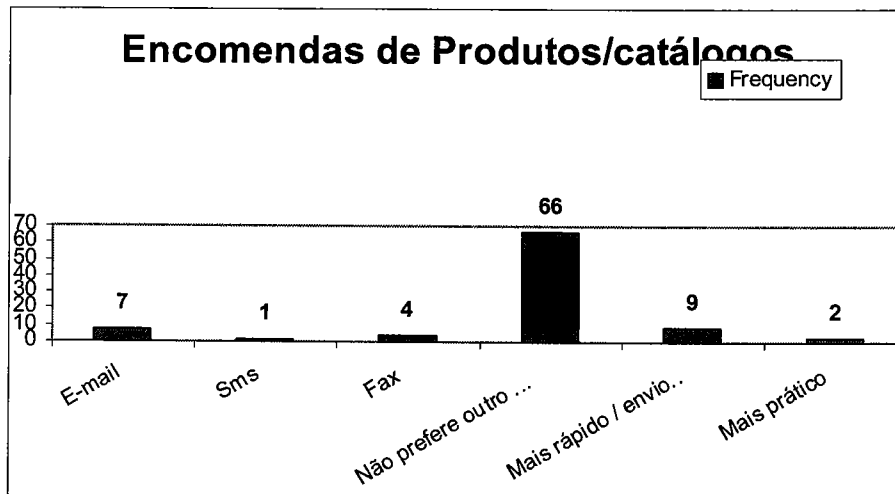


Figura 47: Encomendas de Produtos /Catálogos

<b>Bloco 3 - Recepção de comunicação escrita</b>			4
meios (carta, fax, e-mail, sms)			
Remetentes/meios	Preferências	P12	4
tipos de remetentes (Família, Amigos, Empresas, Instituições)			

**Conteúdo/meios Hábitos P.13, P.14 3 tipos de conteúdos  
(Pessoal, Transaccional, Institucional)**

Carta	Preferências face à carta	P15
(Substituição)		
Última semana	Cartas recebidas	P.16
Nº/Factos		
Conteúdos recepção	Importância da carta	P.17
	Importância Carta/Factos	

### BLOCO 3 – RECEPÇÃO DE COMUNICAÇÃO ESCRITA

Vamos falar agora na RECEPÇÃO de comunicação escrita, ou seja, mensagens, informação ou documentos, QUE RECEBE.

P.12 – Gostaria de conhecer as suas preferências face a estes meios de comunicação escrita.

Quando recebe comunicação escrita (mensagens, informação ou documentos) de ... (CITAR CADA UMA DAS OPÇÕES), através de que meio prefere receber ?

**MOstrar CARTÃO 4**

E, em 2º lugar? E, em 3º lugar?

REGISTAR A ORDEM: "1" para o meio preferido, "2" para o 2º preferido, etc.

	Familiares	Amigos	Empresas	Instituições
E-Mail	(48)	(52)	(56)	(60)
Sms	(49)	(53)	(57)	(61)
Carta	(50)	(54)	(58)	(62)
Fax	(51)	(55)	(59)	(63)
Mais nenhum	9	9	9	9

**Quadro 185:** Grau de preferência do e-mail para recepção de Comunicação escrita de Familiares

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N S / N R / Não Conhece	101	11,2	11,2	11,2
Primeira preferência	62	6,9	6,9	18,1
Segunda preferência	141	15,7	15,7	33,8
Terceira preferência	49	5,4	5,4	39,2
Quarta e última preferência	10	1,1	1,1	40,3
Não é preferido	537	59,7	59,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

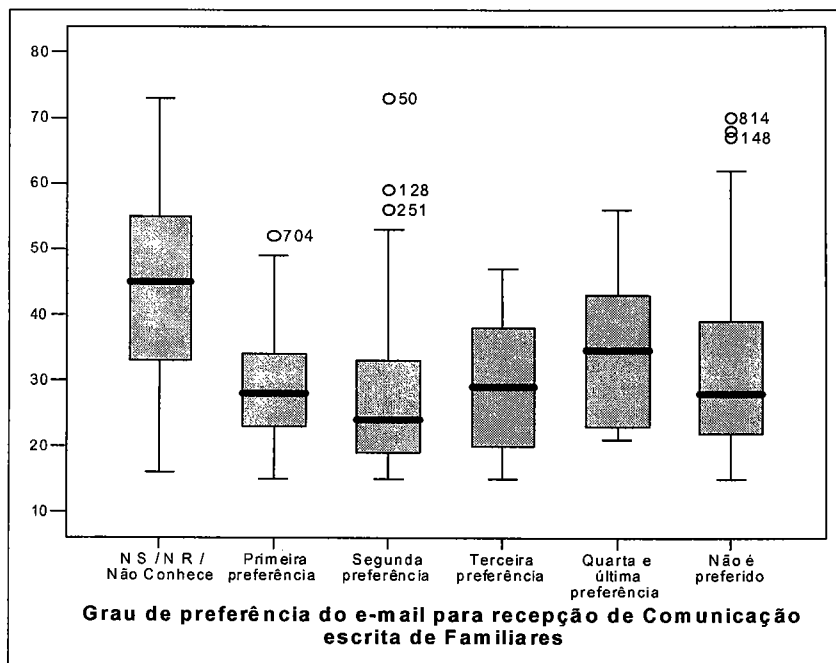


Figura 48: Preferência e-mail

Quadro 186: Grau de preferência do Sms para recepção de Comunicação escrita de Familiares

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N S / N R / Não Conhece	30	3,3	3,3	3,3
Primeira preferência	489	54,3	54,3	57,7
Segunda preferência	100	11,1	11,1	68,8
Terceira preferência	15	1,7	1,7	70,4
Quarta e última preferência	3	,3	,3	70,8
Não é preferido	263	29,2	29,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

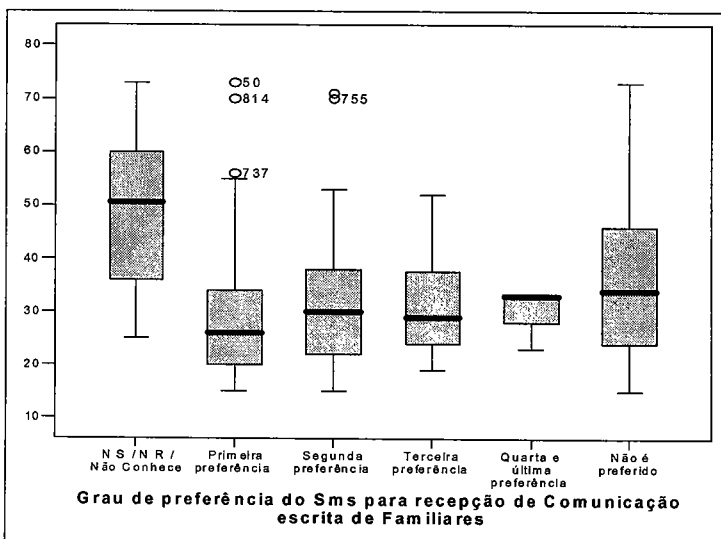
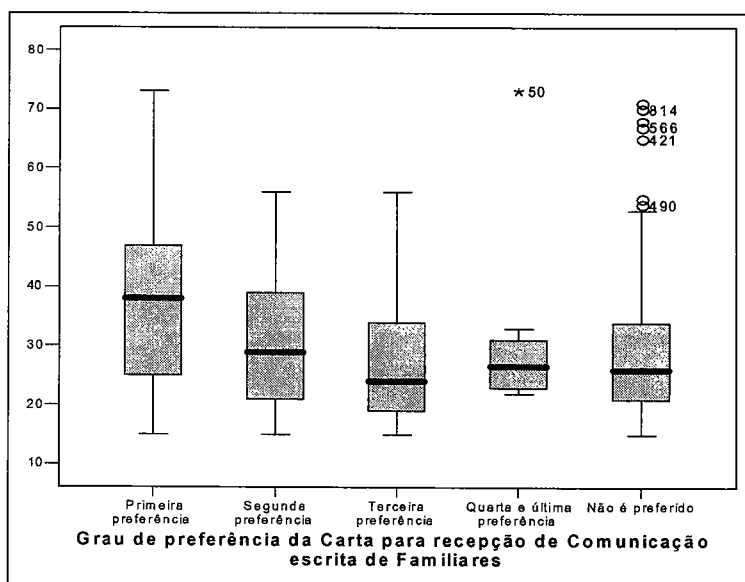


Figura 49: Preferência sms

**Quadro 187:** Grau de preferência da Carta para recepção de Comunicação escrita de Familiares

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Primeira preferência	257	28,6	28,6	28,6
Segunda preferência	158	17,6	17,6	46,1
Terceira preferência	73	8,1	8,1	54,2
Quarta e última preferência	8	,9	,9	55,1
Não é preferido	404	44,9	44,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 50:** Preferência Carta

**Quadro 188:** Grau de preferência do Fax para recepção de Comunicação escrita de Familiares

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N S / N R / Não Conhece	54	6,0	6,0	6,0
Segunda preferência	9	1,0	1,0	7,0
Terceira preferência	17	1,9	1,9	8,9
Quarta e última preferência	68	7,6	7,6	16,4
Não é preferido	752	83,6	83,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

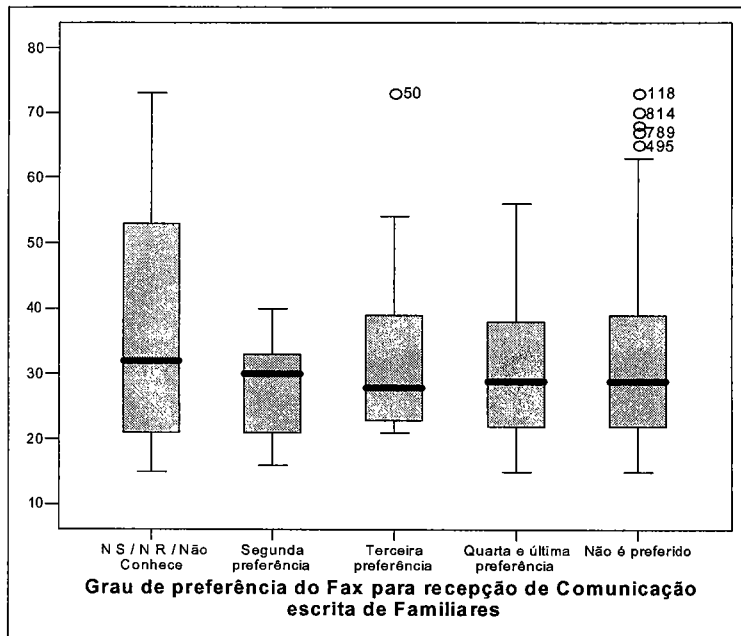


Figura 51: Preferência Fax

Quadro 189: Grau de preferência do e-mail para recepção de Comunicação escrita de Amigos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / Não Conhece	101	11,2	11,2	11,2
Primeira preferência	77	8,6	8,6	19,8
Segunda preferência	209	23,2	23,2	43,0
Terceira preferência	36	4,0	4,0	47,0
Quarta e última preferência	6	,7	,7	47,7
Não é preferido	471	52,3	52,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

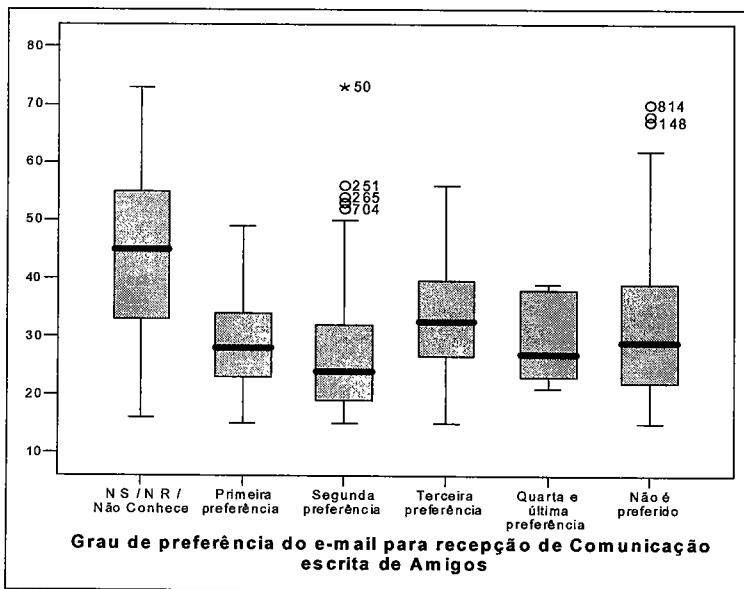
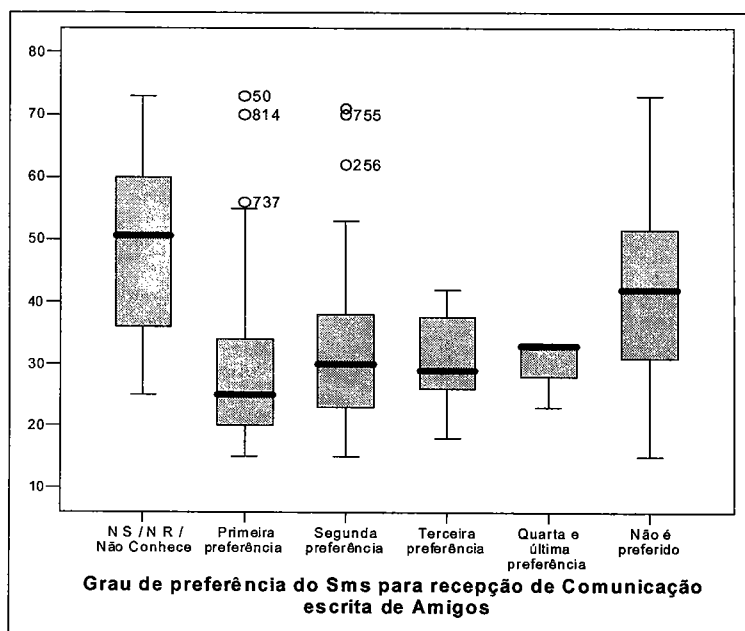


Figura 52: Preferência e-mail

**Quadro 190: Grau de preferência do Sms para recepção de Comunicação escrita de Amigos**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / Não Conhece	30	3,3	3,3	3,3
Primeira preferência	588	65,3	65,3	68,7
Segunda preferência	104	11,6	11,6	80,2
Terceira preferência	11	1,2	1,2	81,4
Quarta e última preferência	3	,3	,3	81,8
Não é preferido	164	18,2	18,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 53: Preferência SMS**

**Quadro 191: Grau de preferência da Carta para recepção de Comunicação escrita de Amigos**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Primeira preferência	189	21,0	21,0	21,0
Segunda preferência	123	13,7	13,7	34,7
Terceira preferência	101	11,2	11,2	45,9
Quarta e última preferência	7	,8	,8	46,7
Não é preferido	480	53,3	53,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

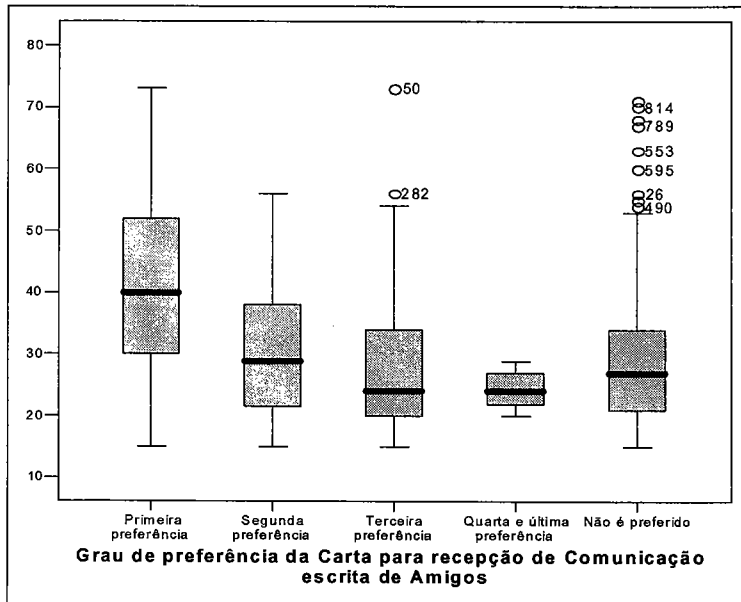


Figura 54: Preferência Carta

Quadro 192: Grau de preferência do Fax para recepção de Comunicação escrita de Amigos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N S / N R / Não Conhece	54	6,0	6,0	6,0
Primeira preferência	1	,1	,1	6,1
Segunda preferência	10	1,1	1,1	7,2
Terceira preferência	12	1,3	1,3	8,6
Quarta e última preferência	70	7,8	7,8	16,3
Não é preferido	753	83,7	83,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

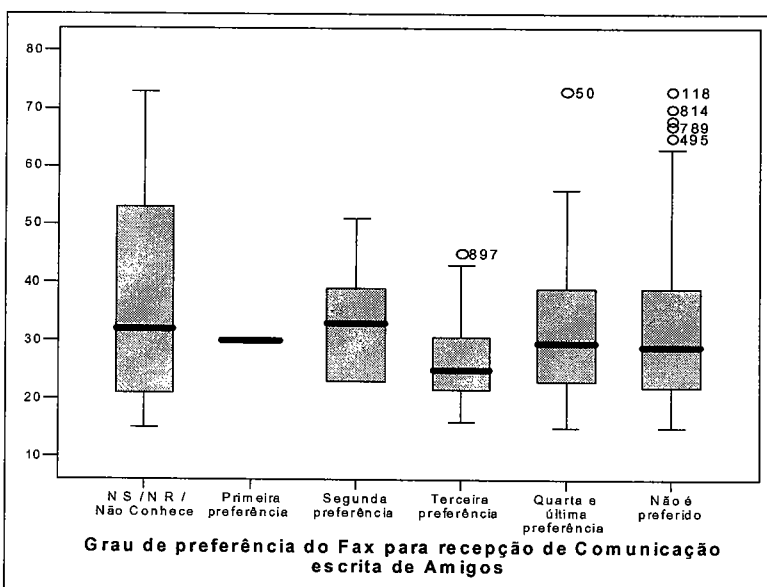
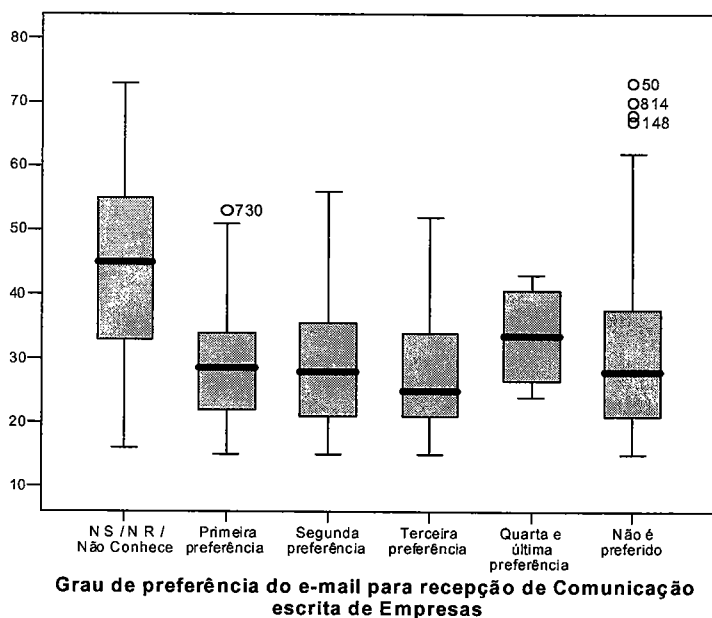


Figura 55: Preferência Fax

**Quadro 193:** Grau de preferência do e-mail para recepção de Comunicação escrita de Empresas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N S / N R / Não Conhece	101	11,2	11,2	11,2
Primeira preferência	70	7,8	7,8	19,0
Segunda preferência	79	8,8	8,8	27,8
Terceira preferência	55	6,1	6,1	33,9
Quarta e última preferência	4	,4	,4	34,3
Não é preferido	591	65,7	65,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	



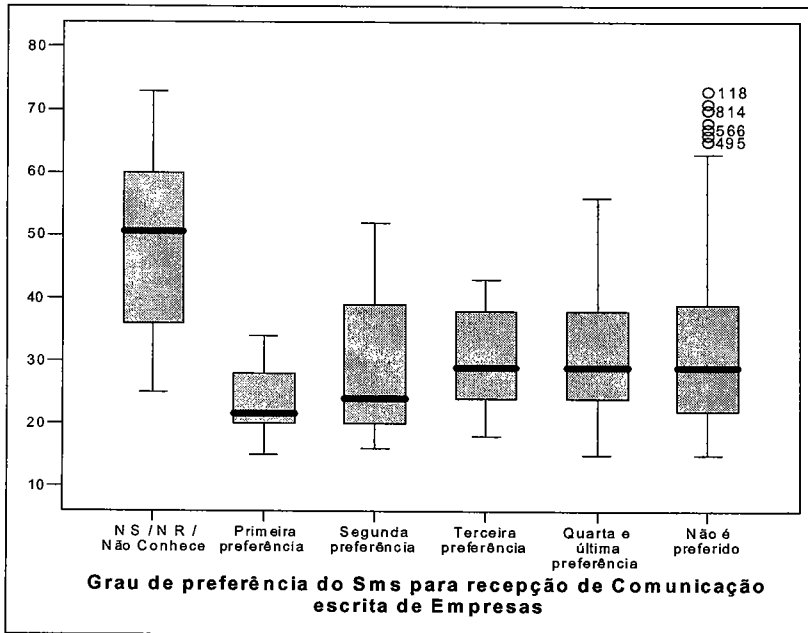
**Figura 56:** Preferência e-mail

**Quadro 194:** Grau de preferência do Sms para recepção de Comunicação escrita de Empresas

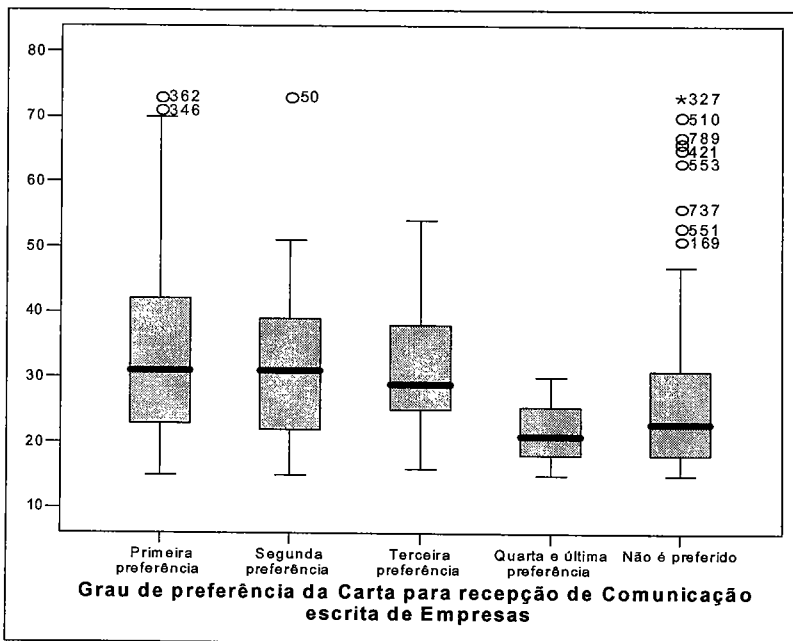
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N S / N R / Não Conhece	30	3,3	3,3	3,3
Primeira preferência	14	1,6	1,6	4,9
Segunda preferência	37	4,1	4,1	9,0
Terceira preferência	13	1,4	1,4	10,4
Quarta e última preferência	53	5,9	5,9	16,3
Não é preferido	753	83,7	83,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 195:** Grau de preferência da Carta para recepção de Comunicação escrita de Empresas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Primeira preferência	610	67,8	67,8	67,8
Segunda preferência	53	5,9	5,9	73,7
Terceira preferência	21	2,3	2,3	76,0
Quarta e última preferência	3	,3	,3	76,3
Não é preferido	213	23,7	23,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	



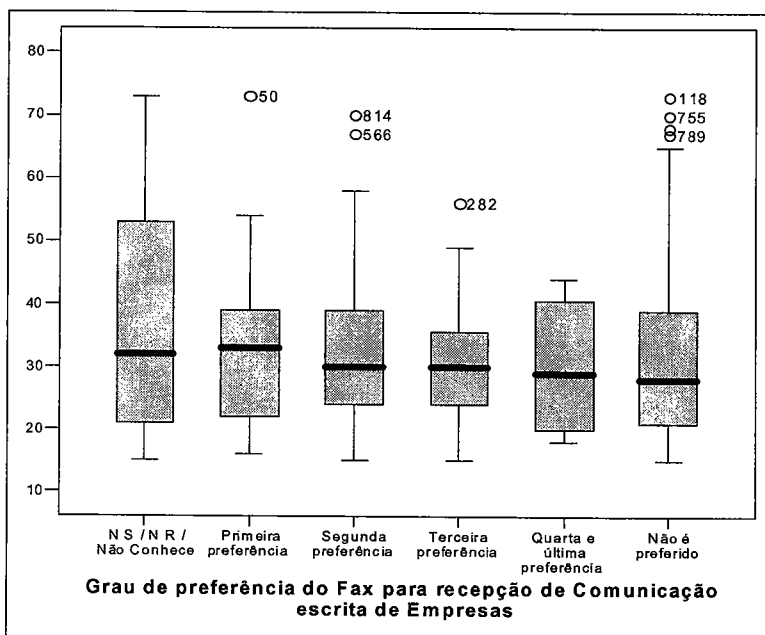
**Figura 57:** Preferência Sms



**Figura 58:** Preferência carta

**Quadro 196:** Grau de preferência do Fax para recepção de Comunicação escrita de Empresas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / Não Conhece	54	6,0	6,0	6,0
Primeira preferência	53	5,9	5,9	11,9
Segunda preferência	130	14,4	14,4	26,3
Terceira preferência	35	3,9	3,9	30,2
Quarta e última preferência	8	,9	,9	31,1
Não é preferido	620	68,9	68,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 59:** Preferência fax

**Quadro 197:** Grau de preferência do e-mail para recepção de Comunicação escrita de Instituições

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / Não Conhece	101	11,2	11,2	11,2
Primeira preferência	53	5,9	5,9	17,1
Segunda preferência	79	8,8	8,8	25,9
Terceira preferência	55	6,1	6,1	32,0
Quarta e última preferência	4	,4	,4	32,4
Não é preferido	608	67,6	67,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

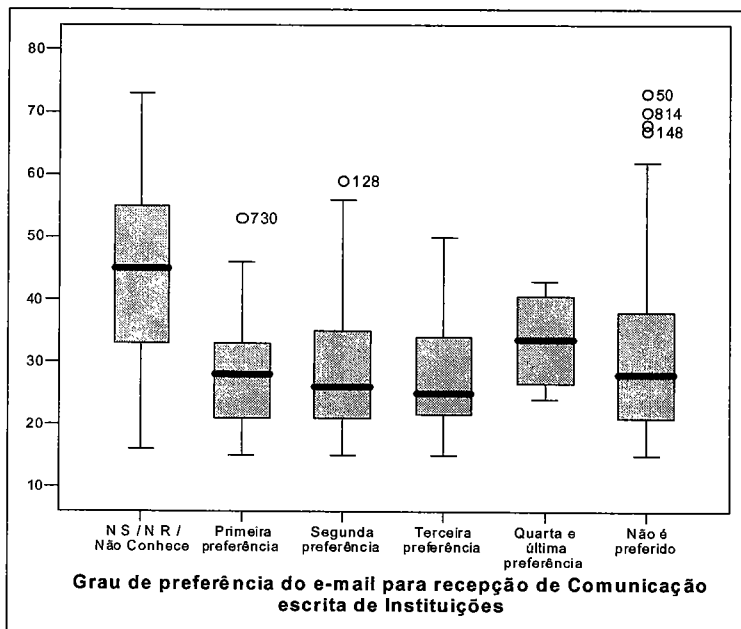


Figura 60: Preferência e-mail

Quadro 198: Grau de preferência do Sms para recepção de Comunicação escrita de Instituições

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / Não Conhece	30	3,3	3,3	3,3
Primeira preferência	9	1,0	1,0	4,3
Segunda preferência	32	3,6	3,6	7,9
Terceira preferência	13	1,4	1,4	9,3
Quarta e última preferência	49	5,4	5,4	14,8
Não é preferido	767	85,2	85,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

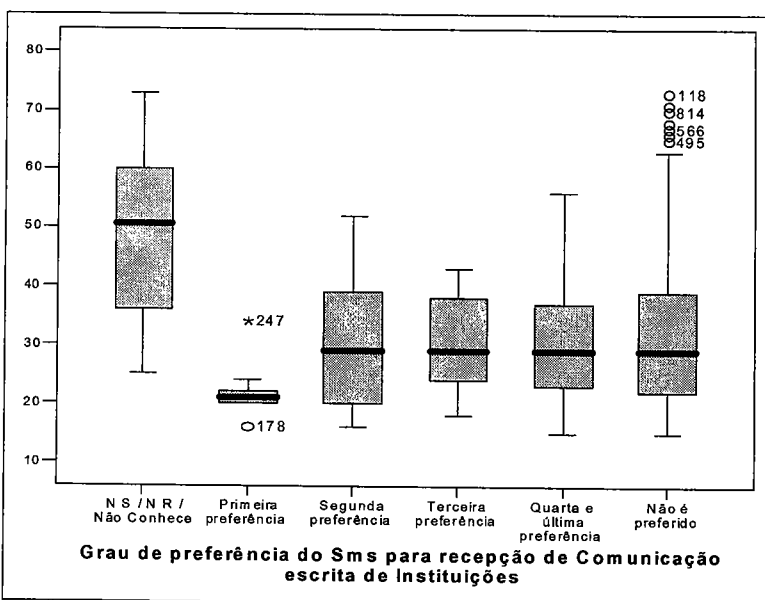
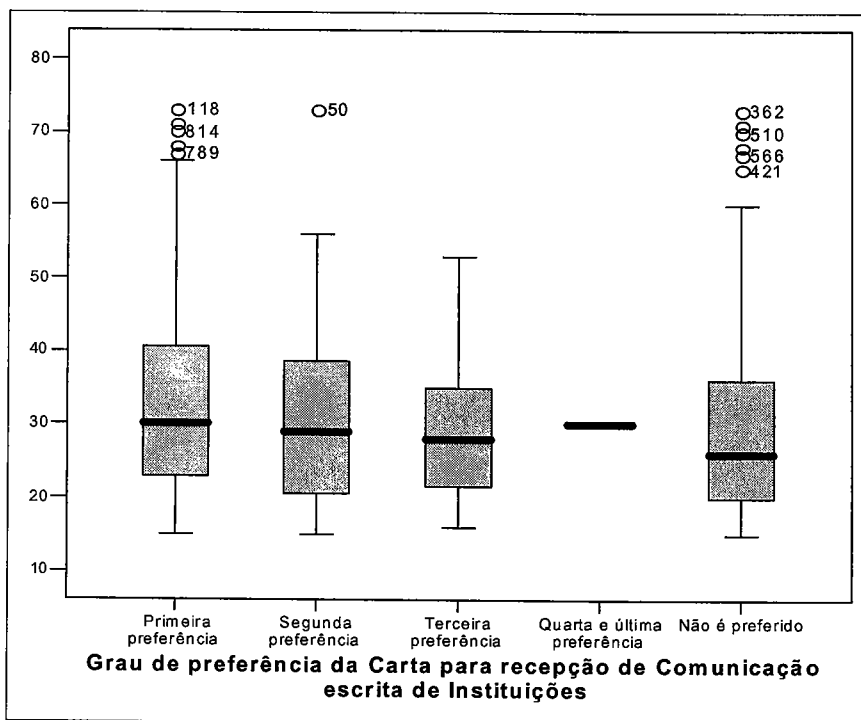


Figura 61: Preferência Sms

**Quadro 199:** Grau de preferência da Carta para recepção de Comunicação escrita de Instituições

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Primeira preferência	560	62,2	62,2	62,2
Segunda preferência	43	4,8	4,8	67,0
Terceira preferência	19	2,1	2,1	69,1
Quarta e última preferência	1	,1	,1	69,2
Não é preferido	277	30,8	30,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Figura 62:** Preferência carta

**Quadro 200:** Grau de preferência do Fax para recepção de Comunicação escrita de Instituições

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N S / N R / Não Conhece	54	6,0	6,0	6,0
Primeira preferência	49	5,4	5,4	11,4
Segunda preferência	119	13,2	13,2	24,7
Terceira preferência	30	3,3	3,3	28,0
Quarta e última preferência	9	1,0	1,0	29,0
Não é preferido	639	71,0	71,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

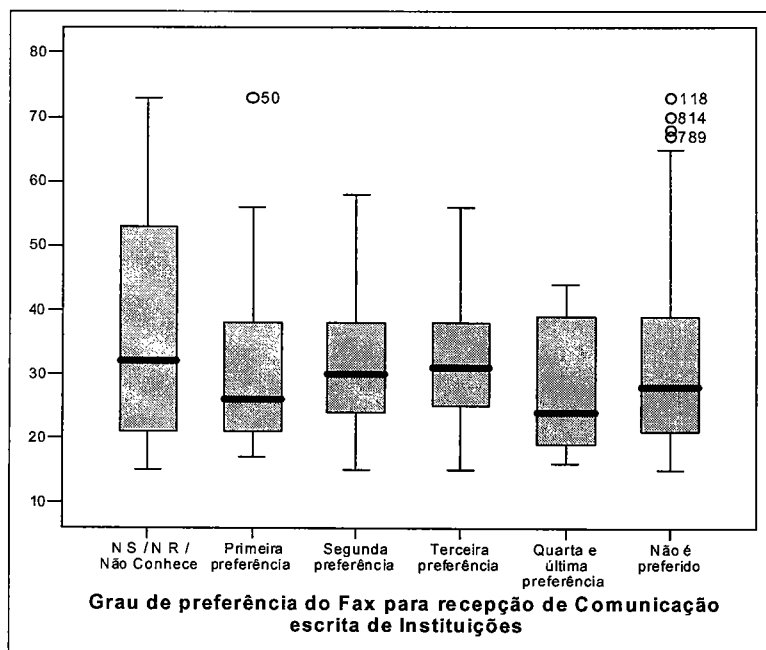


Figura 63: Preferência fax

P.13 – Gostaria agora que pensasse na comunicação escrita que a/o sra/sr costuma receber. Desta lista de conteúdos / assuntos que lhe mostro, quais a/o sra/sr recebeu pessoalmente no último ano?

**MOSTRAR CARTÃO 5**

	(64)
Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)	1
Comunicação escrita de amigos	2
Divertimento (anedotas, brincadeiras, Imagens, fotografias)	3
Documentos e assuntos oficiais (entidades públicas/governamentais)	4
Facturas	5
Extractos bancários	6
Publicidade endereçada	7
Comunicação escrita de familiares	8

PARA CADA CONTEÚDO / ASSUNTO REFERIDO EM P.13:

**Quadro 201:** Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Recebeu	281	31,2	31,2	31,2
Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)	619	68,8	68,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 202:** Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Recebeu	180	20,0	20,0	20,0
Comunicação escrita de Amigos	720	80,0	80,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 203:** Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Recebeu	507	56,3	56,3	56,3
Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)	393	43,7	43,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 204:** Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Recebeu	474	52,7	52,7	52,7
Docum.ºs e assuntos oficiais (entidades públicas/governam.)	426	47,3	47,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 205:** Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Recebeu	326	36,2	36,2	36,2
Facturas	574	63,8	63,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 206:** Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano)

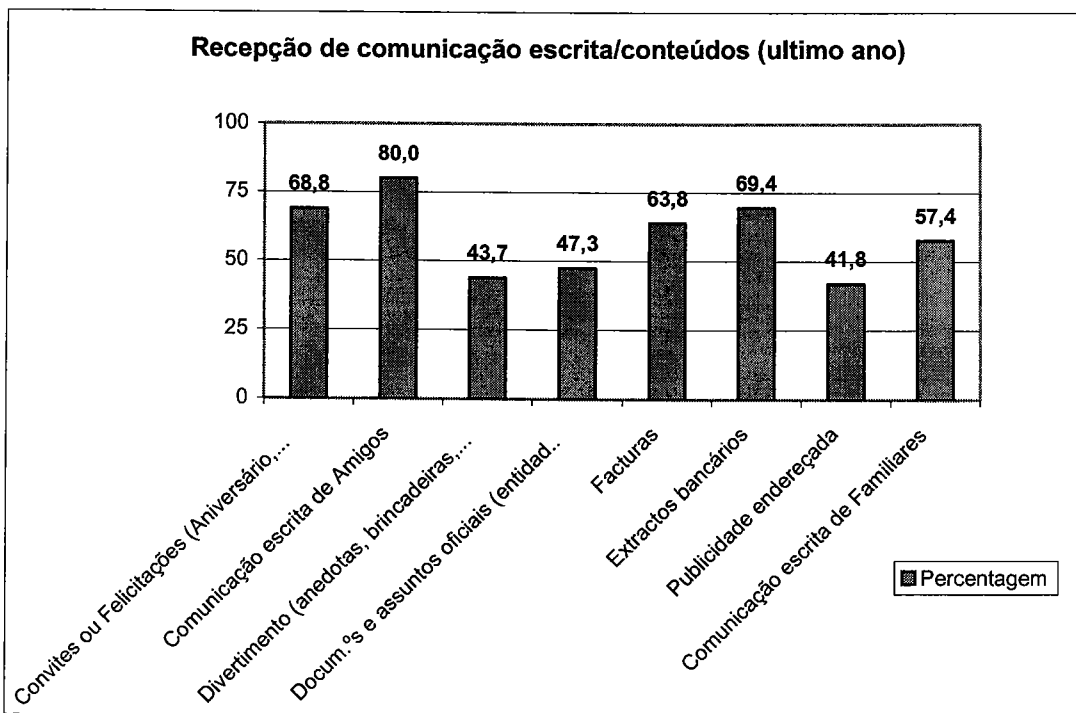
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Recebeu	275	30,6	30,6	30,6
Extractos bancários	625	69,4	69,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 207:** Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Recebeu	524	58,2	58,2	58,2
Publicidade endereçada	376	41,8	41,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 208:** Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Recebeu	383	42,6	42,6	42,6
Comunicação escrita de Familiares	517	57,4	57,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Figura 64:** Recepção de comunicação escrita no último ano

P.14 – Considerando cada tipo de conteúdo / assunto que recebeu pessoalmente no último ano, através de que meios os recebeu? Quando recebeu ... (CITAR CONTEÚDO(S) MENCIONADO(S) EM P.13), qual foi o principal meio utilizado (o meio mais frequentemente recebido)?

MOSTRAR CARTÃO 4

E, através de que outros meios recebeu?

ENT: Para cada conteúdo - Registrar "1" para o mais frequente e "2" para os outros meios usados

Cartão 05 (10)(11)

	E-MAIL	SMS	CARTA	FAX	Mais nenhum
Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)	(12)	(20)	(28)	(36)	9
Comunicação escrita de amigos	(13)	(21)	(29)	(37)	9
Divertimento (anedotas, brincadeiras, Imagens, fotografias)	(14)	(22)	(30)	(38)	9
Documentos e assuntos oficiais (entidades públicas/governamentais)	(15)	(23)	(31)	(39)	9
Facturas	(16)	(24)	(32)	(40)	9
Extractos bancários	(17)	(25)	(33)	(41)	9
Publicidade endereçada	(18)	(26)	(34)	(42)	9
Comunicação escrita de familiares	(19)	(27)	(35)	(43)	9

PARA CADA CONTEÚDO / ASSUNTO RECEBIDO POR CARTA (VER P.14)

**Quadro 209:** Recepção de e-mail com Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	334	37,1	37,1	37,1
Recepção mais frequente	52	5,8	5,8	42,9
Outra frequência de recepção	141	15,7	15,7	58,6
Não recebeu por esse meio	373	41,4	41,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 210:** Recepção de e-mail com Comunicação escrita de Amigos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	237	26,3	26,3	26,3
Recepção mais frequente	70	7,8	7,8	34,1
Outra frequência de recepção	188	20,9	20,9	55,0
Não recebeu por esse meio	405	45,0	45,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 211:** Recepção de e-mail com Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	517	57,4	57,4	57,4
Recepção mais frequente	76	8,4	8,4	65,9
Outra frequência de recepção	104	11,6	11,6	77,4
Não recebeu por esse meio	203	22,6	22,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 212:** Recepção de e-mail com Documentos e assuntos oficiais (entidades públicas/governamentais)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	521	57,9	57,9	57,9
Recepção mais frequente	16	1,8	1,8	59,7
Outra frequência de recepção	28	3,1	3,1	62,8
Não recebeu por esse meio	335	37,2	37,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 213:** Recepção de e-mail com Facturas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	408	45,3	45,3	45,3
Recepção mais frequente	7	,8	,8	46,1
Outra frequência de recepção	14	1,6	1,6	47,7
Não recebeu por esse meio	471	52,3	52,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 214:** Recepção de e-mail com Extractos bancários

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	346	38,4	38,4	38,4
Recepção mais frequente	11	1,2	1,2	39,7
Outra frequência de recepção	20	2,2	2,2	41,9
Não recebeu por esse meio	523	58,1	58,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 215:** Recepção de e-mail com Publicidade endereçada

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	547	60,8	60,8	60,8
Recepção mais frequente	15	1,7	1,7	62,4
Outra frequência de recepção	40	4,4	4,4	66,9
Não recebeu por esse meio	298	33,1	33,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 216:** Recepção de e-mail com Comunicação escrita de Familiares

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	439	48,8	48,8	48,8
Recepção mais frequente	29	3,2	3,2	52,0
Outra frequência de recepção	97	10,8	10,8	62,8
Não recebeu por esse meio	335	37,2	37,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 217:** Recepção de Sms com Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	294	32,7	32,7	32,7
Recepção mais frequente	436	48,4	48,4	81,1
Outra frequência de recepção	84	9,3	9,3	90,4
Não recebeu por esse meio	86	9,6	9,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 218:** Recepção de Sms com Comunicação escrita de Amigos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	187	20,8	20,8	20,8
Recepção mais frequente	550	61,1	61,1	81,9
Outra frequência de recepção	88	9,8	9,8	91,7
Não recebeu por esse meio	75	8,3	8,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 219:** Recepção de Sms com Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	507	56,3	56,3	56,3
Recepção mais frequente	311	34,6	34,6	90,9
Outra frequência de recepção	48	5,3	5,3	96,2
Não recebeu por esse meio	34	3,8	3,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 220:** Recepção de Sms com Documentos e assuntos oficiais (entidades públicas/governamentais)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	485	53,9	53,9	53,9
Recepção mais frequente	3	,3	,3	54,2
Não recebeu por esse meio	412	45,8	45,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 221:** Recepção de Sms com Facturas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	353	39,2	39,2	39,2
Outra frequência de recepção	1	,1	,1	39,3
Não recebeu por esse meio	546	60,7	60,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 222:** Recepção de Sms com Extractos bancários

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	294	32,7	32,7	32,7
Recepção mais frequente	2	,2	,2	32,9
Outra frequência de recepção	1	,1	,1	33,0
Não recebeu por esse meio	603	67,0	67,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 223:** Recepção de Sms com Publicidade endereçada

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	530	58,9	58,9	58,9
Recepção mais frequente	7	,8	,8	59,7
Outra frequência de recepção	14	1,6	1,6	61,2
Não recebeu por esse meio	349	38,8	38,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 224:** Recepção de Sms com Comunicação escrita de Familiares

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	391	43,4	43,4	43,4
Recepção mais frequente	303	33,7	33,7	77,1
Outra frequência de recepção	66	7,3	7,3	84,4
Não recebeu por esse meio	140	15,6	15,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 225:** Recepção de carta com Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	281	31,2	31,2	31,2
Recepção mais frequente	134	14,9	14,9	46,1
Outra frequência de recepção	134	14,9	14,9	61,0
Não recebeu por esse meio	351	39,0	39,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 226:** Recepção de carta com Comunicação escrita de Amigos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	180	20,0	20,0	20,0
Recepção mais frequente	98	10,9	10,9	30,9
Outra frequência de recepção	111	12,3	12,3	43,2
Não recebeu por esse meio	511	56,8	56,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 227:** Recepção de carta com Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	507	56,3	56,3	56,3
Recepção mais frequente	4	,4	,4	56,8
Outra frequência de recepção	25	2,8	2,8	59,6
Não recebeu por esse meio	364	40,4	40,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 228:** Recepção de carta com Documentos e assuntos oficiais (entidades públicas/governamentais)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	474	52,7	52,7	52,7
Recepção mais frequente	387	43,0	43,0	95,7
Outra frequência de recepção	16	1,8	1,8	97,4
Não recebeu por esse meio	23	2,6	2,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 229:** Recepção de carta com Facturas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	326	36,2	36,2	36,2
Recepção mais frequente	559	62,1	62,1	98,3
Outra frequência de recepção	11	1,2	1,2	99,6
Não recebeu por esse meio	4	,4	,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 230:** Recepção de carta com Extractos bancários

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	275	30,6	30,6	30,6
Recepção mais frequente	610	67,8	67,8	98,3
Outra frequência de recepção	12	1,3	1,3	99,7
Não recebeu por esse meio	3	,3	,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 231:** Recepção de carta com Publicidade endereçada

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	524	58,2	58,2	58,2
Recepção mais frequente	353	39,2	39,2	97,4
Outra frequência de recepção	11	1,2	1,2	98,7
Não recebeu por esse meio	12	1,3	1,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 232:** Recepção de carta com Comunicação escrita de Familiares

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	383	42,6	42,6	42,6
Recepção mais frequente	183	20,3	20,3	62,9
Outra frequência de recepção	89	9,9	9,9	72,8
Não recebeu por esse meio	245	27,2	27,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 233:** Recepção de Fax com Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	317	35,2	35,2	35,2
Recepção mais frequente	2	,2	,2	35,4
Outra frequência de recepção	3	,3	,3	35,8
Não recebeu por esse meio	578	64,2	64,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 234:** Recepção de Fax com Comunicação escrita de Amigos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	222	24,7	24,7	24,7
Recepção mais frequente	1	,1	,1	24,8
Outra frequência de recepção	1	,1	,1	24,9
Não recebeu por esse meio	676	75,1	75,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 235:** Recepção de Fax com Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	524	58,2	58,2	58,2
Não recebeu por esse meio	376	41,8	41,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 236:** Recepção de Fax com Documentos e assuntos oficiais (entidades públicas/governamentais)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	501	55,7	55,7	55,7
Recepção mais frequente	19	2,1	2,1	57,8
Outra frequência de recepção	41	4,6	4,6	62,3
Não recebeu por esse meio	339	37,7	37,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 237:** Recepção de Fax com Facturas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	363	40,3	40,3	40,3
Recepção mais frequente	7	,8	,8	41,1
Outra frequência de recepção	30	3,3	3,3	44,4
Não recebeu por esse meio	500	55,6	55,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 238:** Recepção de Fax com Extractos bancários

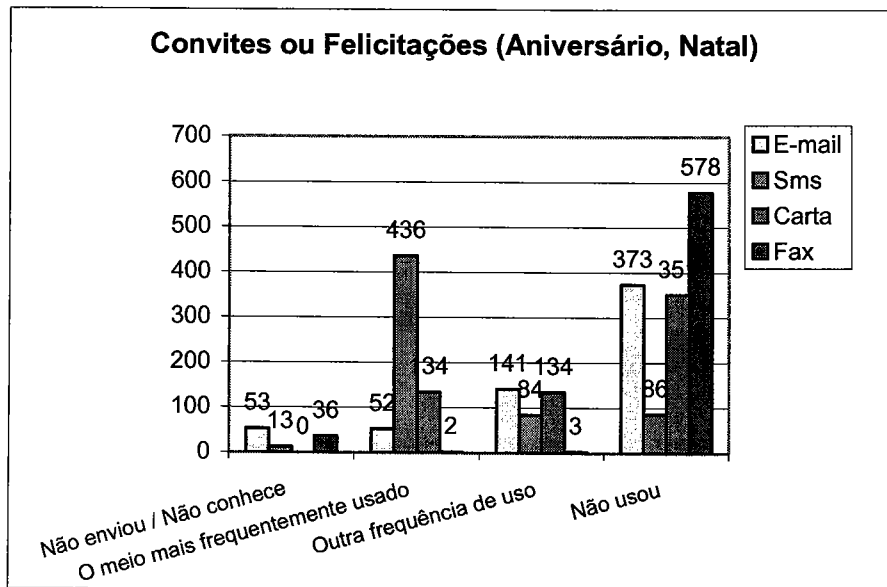
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	307	34,1	34,1	34,1
Outra frequência de recepção	8	,9	,9	35,0
Não recebeu por esse meio	585	65,0	65,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 239:** Recepção de Fax com Publicidade endereçada

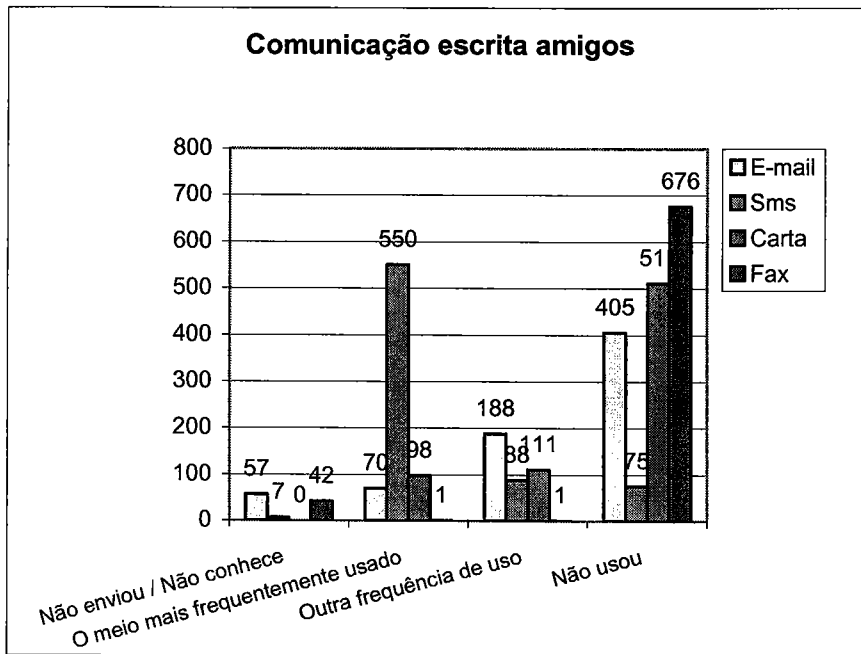
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	547	60,8	60,8	60,8
Recepção mais frequente	2	,2	,2	61,0
Outra frequência de recepção	5	,6	,6	61,6
Não recebeu por esse meio	346	38,4	38,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 240:** Recepção de Fax com Comunicação escrita de Familiares

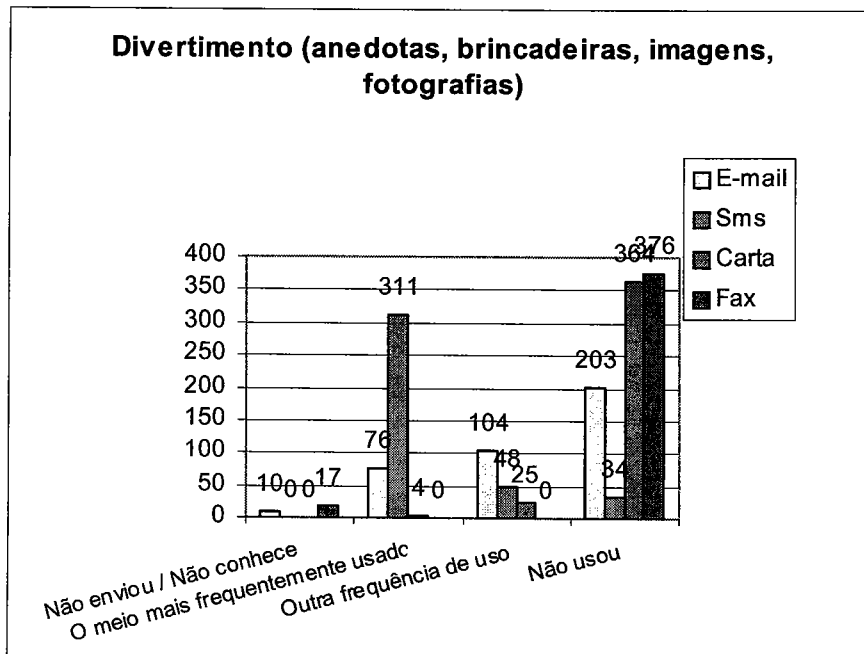
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Conhece	425	47,2	47,2	47,2
Recepção mais frequente	2	,2	,2	47,4
Outra frequência de recepção	3	,3	,3	47,8
Não recebeu por esse meio	470	52,2	52,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	



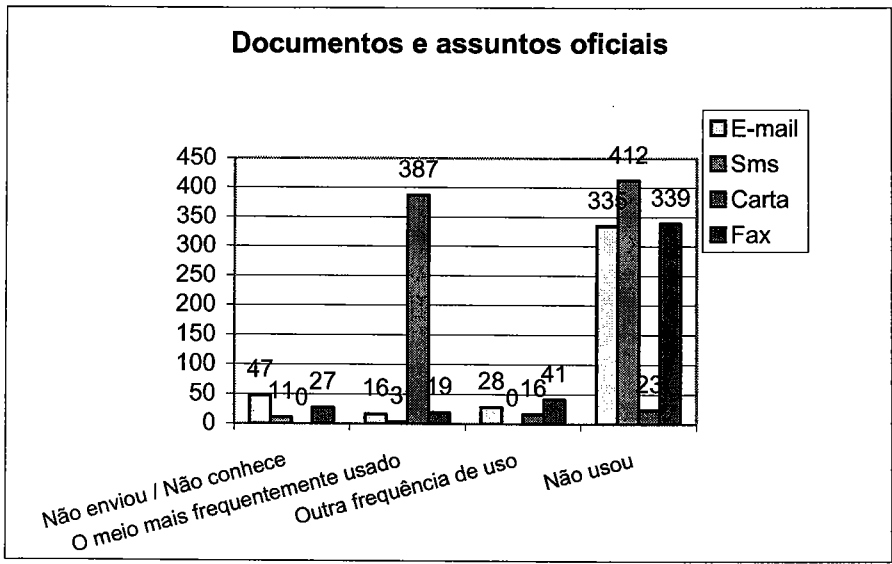
**Figura 65:** Convites e felicitações



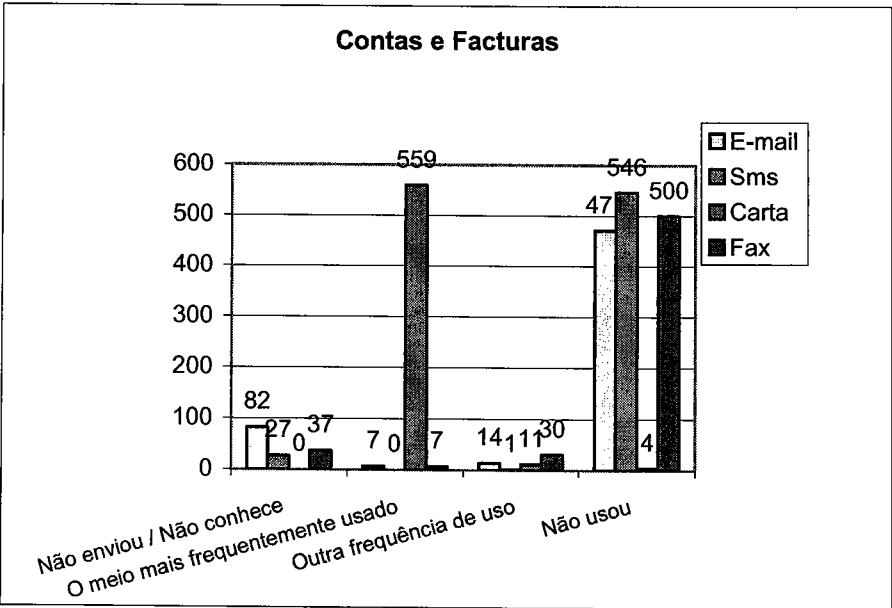
**Figura 66:** Comunicação escrita amigos



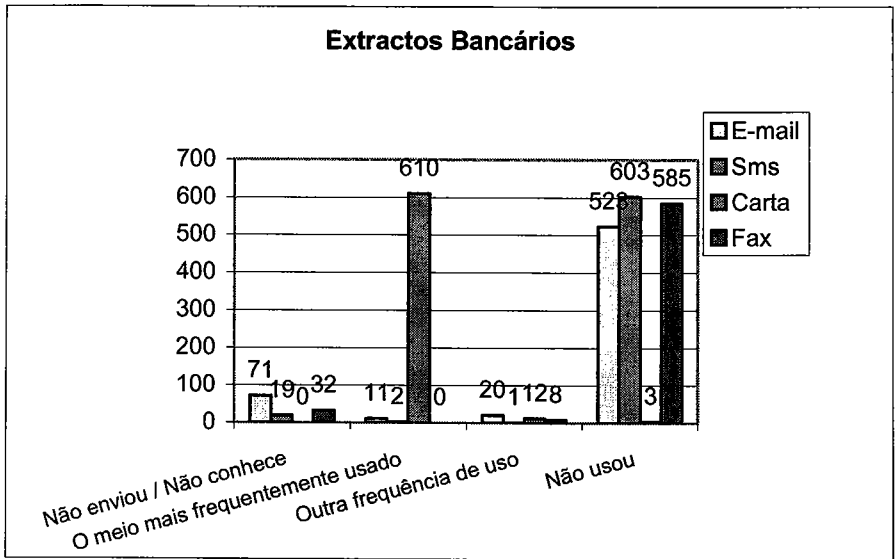
**Figura 67:** Divertimento



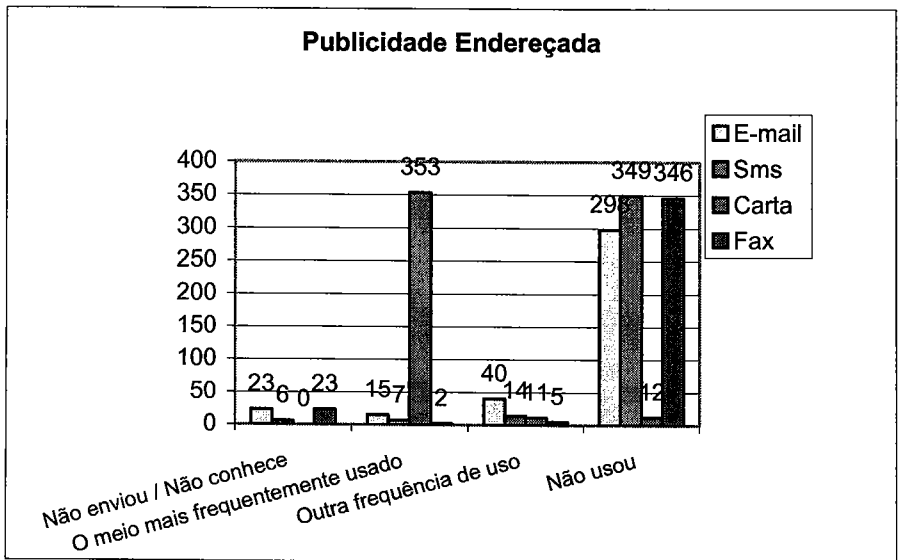
**Figura 68:** Documentos e assuntos oficiais



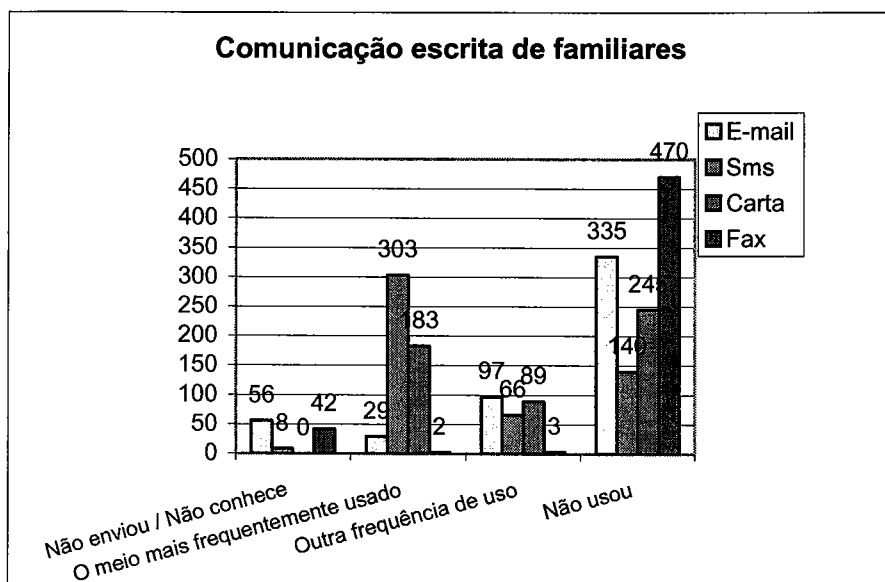
**Figura 69:** Contas e facturas



**Figura 70:** Extractos bancários



**Figura 71:** Publicidade endereçada



**Figura 72:** Comunicação escrita de familiares

P.15 – Pensando somente na comunicação escrita que RECEBE POR CARTA, gostaria que me dissesse que tipo de conteúdos / assuntos é que preferiria receber através de outro meios em substituição (em vez) da carta?

Para .... (CITAR CADA CONTEÚDO RECEBIDO POR CARTA EM P.14), preferiria receber através de outro meio em substituição (em vez) da carta)? Qual?  
 MOSTRAR CARTÃO 6

	P.15				→ P.15 a) Motivos?	Cartão 06 (10)(11)
	E-MAIL	SMS	FAX	NÃO PREFERE OUTRO MEIO		
Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal)	1	2	3	4 (44)		(12) (13) (14) (15)
Comunicação escrita de amigos	1	2	3	4 (45)		(16) (17) (18) (19)
Divertimento (anedotas, brincadeiras, Imagens, Fotografias)	1	2	3	4 (46)		(20) (21) (22) (23)
Documentos e assuntos Oficiais	1	2	3	4 (47)		(24) (25) (26) (27)
Facturas	1	2	3	4 (48)		(28) (29) (30) (31)
Extractos bancários	1	2	3	4 (49)		(32) (33) (34) (35)
Publicidade endereçada	1	2	3	4 (50)		(36) (37) (38) (39)
Comunicação escrita de Familiares	1	2	3	4 (51)		(40) (41) (42) (43)

**Quadro 241:** Meio preferido para recepção de Convites ou Felicitações em vez de carta

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não receberam por carta	632	70,2	70,2	70,2
E-mail	15	1,7	1,7	71,9
Sms	41	4,6	4,6	76,4
Fax	3	,3	,3	76,8
Não prefere outro meio	209	23,2	23,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 242:** Meio preferido para recepção de Comunicação escrita de Amigos em vez de carta

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não receberam por carta	691	76,8	76,8	76,8
E-mail	12	1,3	1,3	78,1
Sms	34	3,8	3,8	81,9
Fax	2	,2	,2	82,1
Não prefere outro meio	161	17,9	17,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 243:** Meio preferido para recepção de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias) em vez de carta

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não receberam por carta	871	96,8	96,8	96,8
E-mail	4	,4	,4	97,2
Sms	4	,4	,4	97,7
Não prefere outro meio	21	2,3	2,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 244:** Meio preferido para recepção de Documentos e assuntos oficiais em vez de carta

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não receberam por carta	497	55,2	55,2	55,2
E-mail	41	4,6	4,6	59,8
Sms	1	,1	,1	59,9
Fax	12	1,3	1,3	61,2
Não prefere outro meio	349	38,8	38,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 245:** Meio preferido para recepção de Facturas em vez de carta

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não receberam por carta	330	36,7	36,7	36,7
E-mail	54	6,0	6,0	42,7
Sms	4	,4	,4	43,1
Fax	13	1,4	1,4	44,6
Não prefere outro meio	499	55,4	55,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 246:** Meio preferido para recepção de Extractos bancários em vez de carta

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não receberam por carta	278	30,9	30,9	30,9
E-mail	62	6,9	6,9	37,8
Sms	2	,2	,2	38,0
Fax	13	1,4	1,4	39,4
Não prefere outro meio	545	60,6	60,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 247:** Meio preferido para recepção de Publicidade endereçada em vez de carta

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não receberam por carta	536	59,6	59,6	59,6
E-mail	40	4,4	4,4	64,0
Sms	6	,7	,7	64,7
Fax	5	,6	,6	65,2
Não prefere outro meio	313	34,8	34,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 248:** Meio preferido para recepção de Comunicação escrita de Familiares em vez de carta

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não receberam por carta	628	69,8	69,8	69,8
E-mail	8	,9	,9	70,7
Sms	28	3,1	3,1	73,8
Fax	4	,4	,4	74,2
Não prefere outro meio	232	25,8	25,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

SE PREFERE OUTRO MEIO: P.15 a) E, por que motivos? APROF: Mais algum?

**Quadro 249:** Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Convites ou Felicitações

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não receberam por carta / Não preferem outro meio	841	93,4	93,4	93,4
Mais rápido / envio e recepção imediata	36	4,0	4,0	97,4
Mais prático	10	1,1	1,1	98,6
Mais fácil / facilidade de utilização	4	,4	,4	99,0
Directo / mais directo	1	,1	,1	99,1
Divertido / mais divertido	2	,2	,2	99,3
Fica arquivado / arquiva-se / organização e arquivo	2	,2	,2	99,6
Mais privacidade / maior garantia de privacidade / + pessoal	2	,2	,2	99,8
Mais acessível	1	,1	,1	99,9
Pode-se responder no momento / mais comunicativo	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 250:** Motivo 2 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Convites ou Felicitações

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N receberam por carta / N preferem outro meio / Só 1 motivo	899	99,9	99,9	99,9
Divertido / mais divertido	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 251:** Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Comunicação escrita de Amigos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não receberam por carta / Não preferem outro meio	852	94,7	94,7	94,7
Mais rápido / envio e recepção imediata	26	2,9	2,9	97,6
Mais prático	10	1,1	1,1	98,7
Mais fácil / facilidade de utilização	1	,1	,1	98,8
Maior comodidade / não é necessário sair de casa	3	,3	,3	99,1
Mais privacidade / maior garantia de privacidade / + pessoal	2	,2	,2	99,3
Mais acessível	1	,1	,1	99,4
Pode-se responder no momento / mais comunicativo	4	,4	,4	99,9
Mais informal / para coisas do dia a dia	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 252:** Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Divertimento (anedotas, brincad., imagens, fotografias)

Valid				
Não receberam por carta / Não preferem outro meio	892	99,1	99,1	99,1
Mais rápido / envio e recepção imediata	3	,3	,3	99,4
Mais prático	4	,4	,4	99,9
Mais fácil / facilidade de utilização	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 253:** Motivo 2 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Divertimento (anedotas, brincad., imagens, fotografias)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N receberam por carta / N preferem outro meio / Só 1 motivo	899	99,9	99,9	99,9
Pode-se juntar imagens / animações /diversidad do q se envia	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 254:** Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Documentos e assuntos oficiais

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não receberam por carta / Não preferem outro meio	846	94,0	94,0	94,0
Mais rápido / envio e recepção imediata	38	4,2	4,2	98,2
Mais prática	8	,9	,9	99,1
Mais fácil / facilidade de utilização	1	,1	,1	99,2
Maior comodidade / não é necessário sair de casa	1	,1	,1	99,3
Poupa papel / evita acumulação de papel	2	,2	,2	99,6
Fica arquivado / arquiva-se / organização e arquivo	1	,1	,1	99,7
Mais privacidade / maior garantia de privacidade / + pessoal	2	,2	,2	99,9
Mais acessível	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 255:** Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Facturas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não receberam por carta / Não preferem outro meio	829	92,1	92,1	92,1
Mais rápido / envio e recepção	46	5,1	5,1	97,2
Mais prático	13	1,4	1,4	98,7
Mais fácil / facilidade de utilização	2	,2	,2	98,9
Maior comodidade / não é necessário sair de casa	1	,1	,1	99,0
Poupa papel / evita acumulação de papel	2	,2	,2	99,2
Fica arquivado / arquiva-se / organização e arquivo	1	,1	,1	99,3
Mais privacidade / maior garantia de privacidade / + pessoal	2	,2	,2	99,6
Simplex / meio simplex	1	,1	,1	99,7
Fácil	1	,1	,1	99,8
Envio se / recebe se em todo o país	1	,1	,1	99,9
Não sabe	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 256:** Motivo 2 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Facturas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N receberam por carta / N preferem outro meio / Só 1 motivo	898	99,8	99,8	99,8
Poupa papel / evita acumulação de papel	1	,1	,1	99,9
Outras	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 257:** Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Extractos bancários

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não receberam por carta / Não preferem outro meio	823	91,4	91,4	91,4
Mais rápido / envio e recepção imediata	45	5,0	5,0	96,4
Mais prático	11	1,2	1,2	97,7
Mais fácil / facilidade de utilização	2	,2	,2	97,9
Maior comodidade / não é necessário sair de casa	4	,4	,4	98,3
Poupa papel / evita acumulação de papel	2	,2	,2	98,6
Fica arquivado / arquiva-se / organização e arquivo	3	,3	,3	98,9
Mais privacidade / maior garantia de privacidade / + pessoal	3	,3	,3	99,2
Mais acessível	1	,1	,1	99,3
Fiável	1	,1	,1	99,4
Envia-se / recebe-se em todo o lado	2	,2	,2	99,7
Outras	3	,3	,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 258:** Motivo 2 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Extractos bancários

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N receberam por carta / N preferem outro meio / Só 1 motivo	897	99,7	99,7	99,7
Maior comodidade / não é necessário sair de casa	1	,1	,1	99,8
Poupa papel / evita acumulação de papel	1	,1	,1	99,9
Simplex / mais simples	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 259:** Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Publicidade endereçada

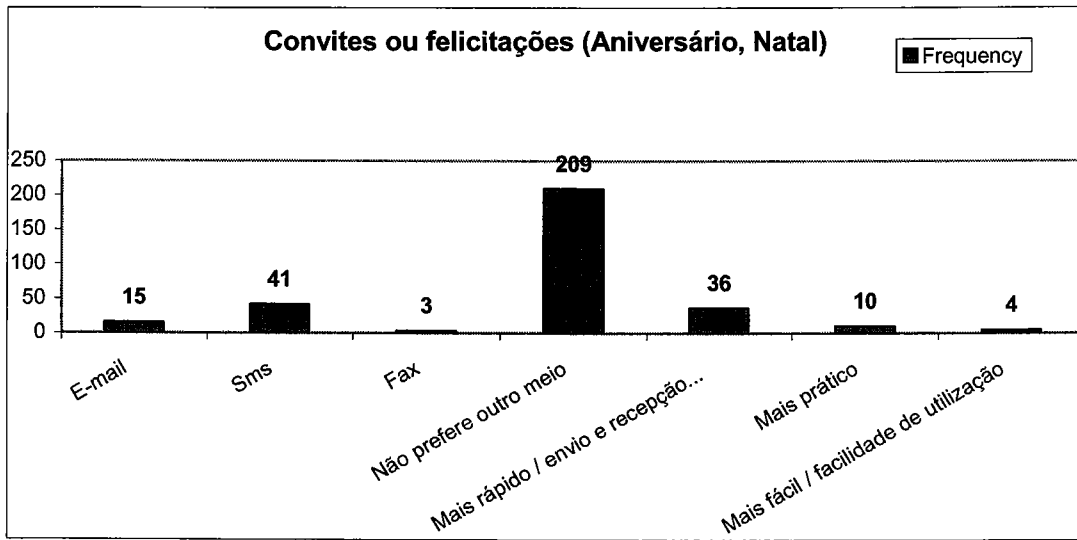
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não receberam por carta / Não preferem outro meio	849	94,3	94,3	94,3
Mais rápido / envio e recepção	23	2,6	2,6	96,9
Mais prático	9	1,0	1,0	97,9
Mais fácil / facilidade de	5	,6	,6	98,4
Poupa papel / evita acumulação	4	,4	,4	98,9
Mais privacidade / maior	2	,2	,2	99,1
Selecciona-se o que interessa	3	,3	,3	99,4
Nenhum motivo em especial	1	,1	,1	99,6
Outras	2	,2	,2	99,8
Não sabe	2	,2	,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 260:** Motivo 2 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Publicidade endereçada

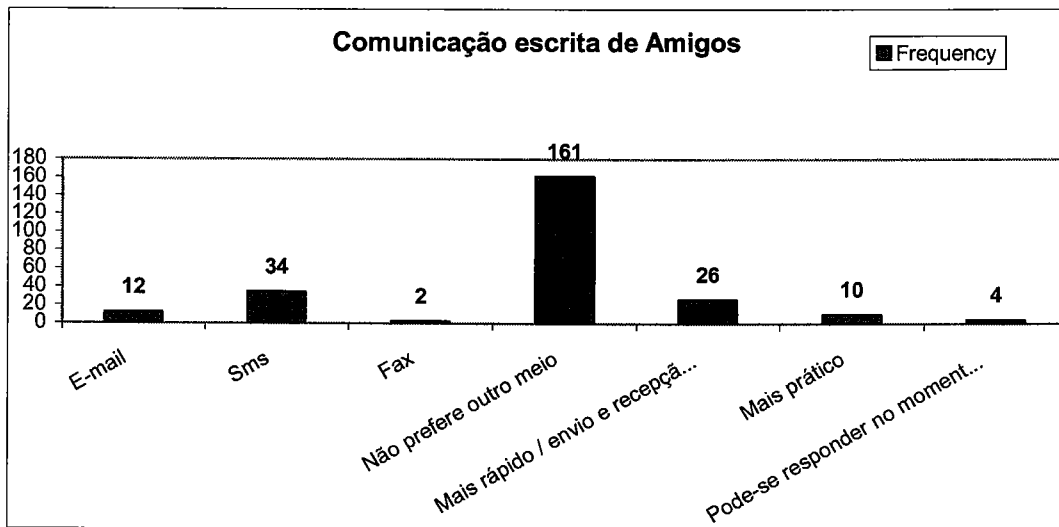
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
N receberam por carta / N preferem outro meio / Só 1 motivo	897	99,7	99,7	99,7
Poupa papel / evita acumulação de papel	3	,3	,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 261:** Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Comunicação escrita de Familiares

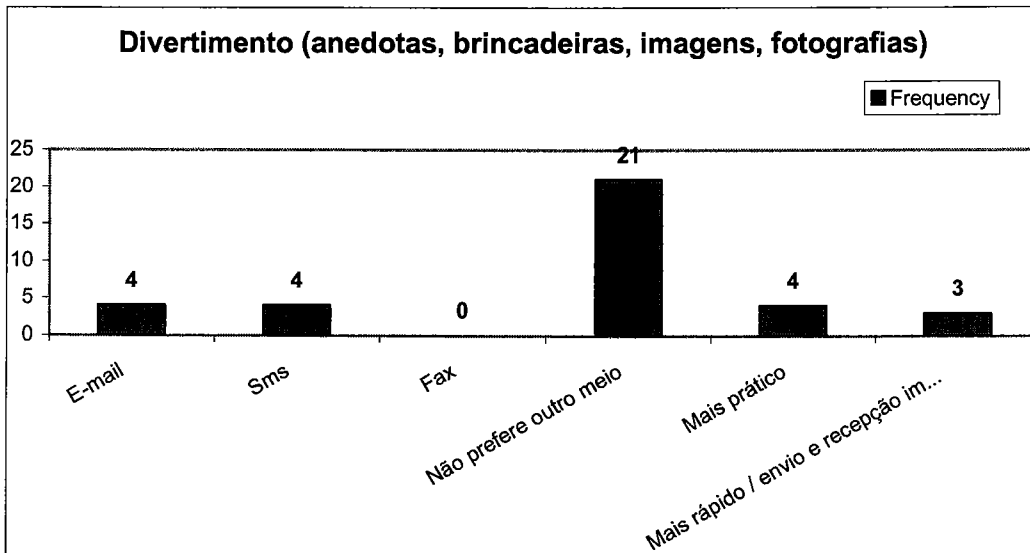
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não receberam por carta / Não preferem outro meio	860	95,6	95,6	95,6
Mais rápido / envio e recepção imediata	27	3,0	3,0	98,6
Mais prático	6	,7	,7	99,2
Mais fácil / facilidade de utilização	1	,1	,1	99,3
Directo / mais directo	1	,1	,1	99,4
Mais privacidade / maior garantia de privacidade / + pessoal	3	,3	,3	99,8
Pode-se responder no momento / mais comunicativo	1	,1	,1	99,9
Outras	1	,1	,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	



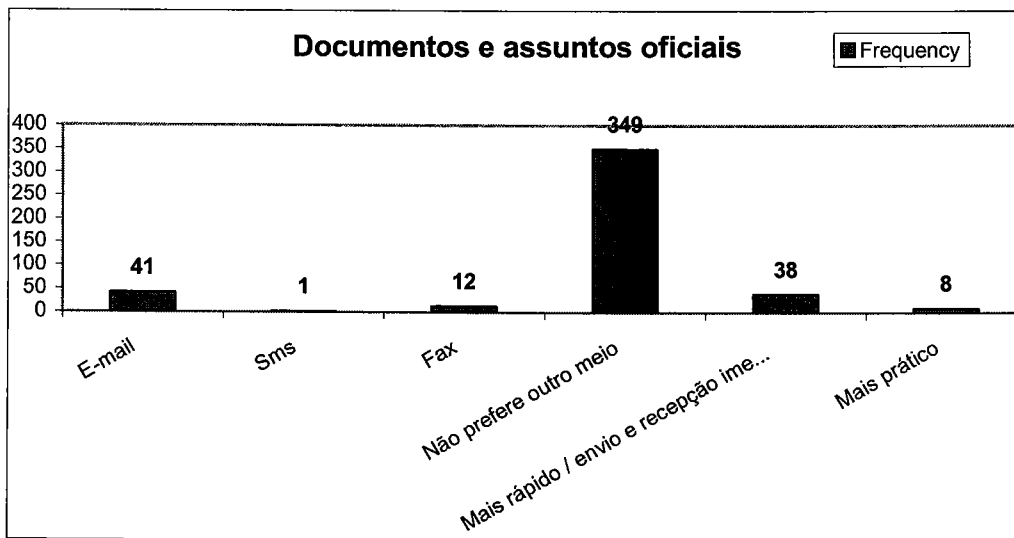
**Figura 73:** Convites e felicitações



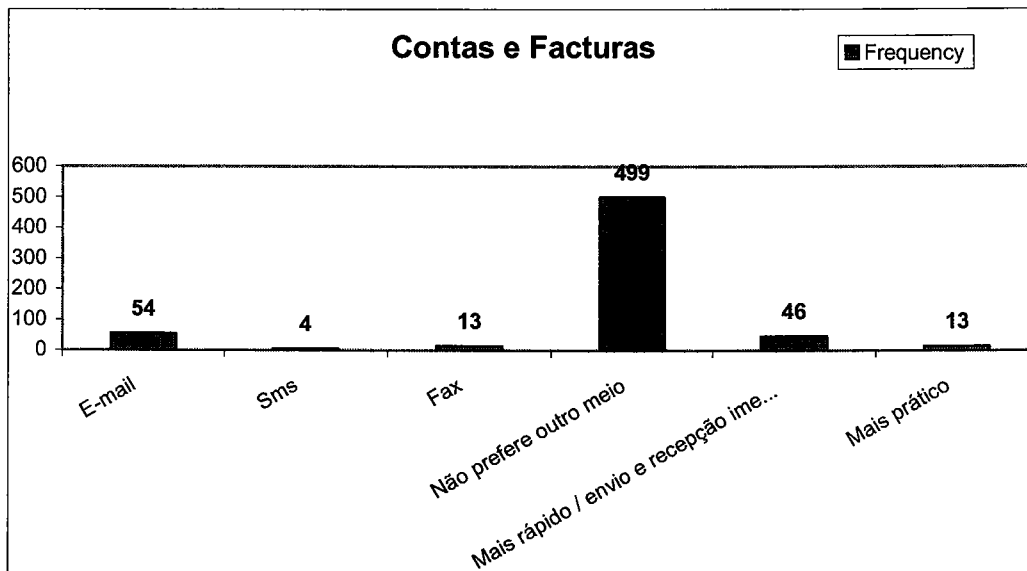
**Figura 74:** Comunicação escrita de amigos



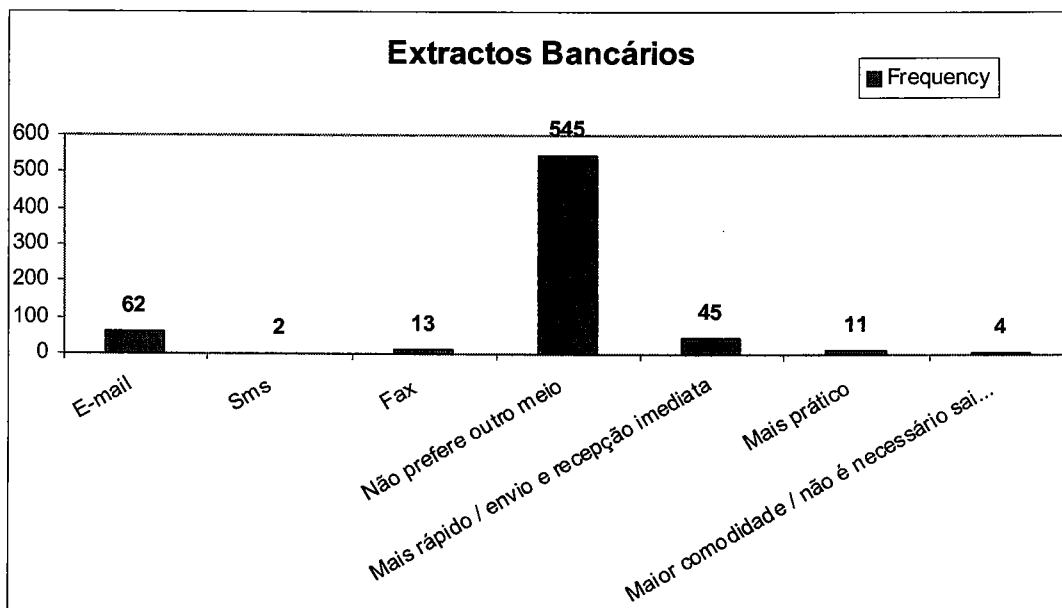
**Figura 75:** Divertimento



**Figura 76:** Documentos e assuntos oficiais



**Figura 77:** Contas e facturas



**Figura 78:** Extractos bancários

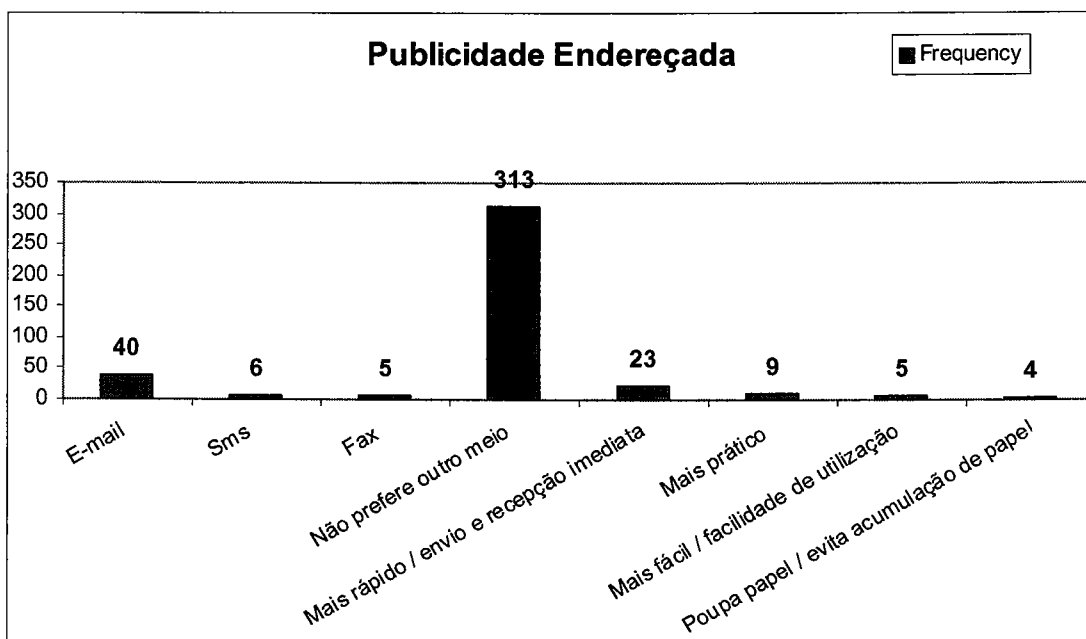


Figura 79: Publicidade endereçada

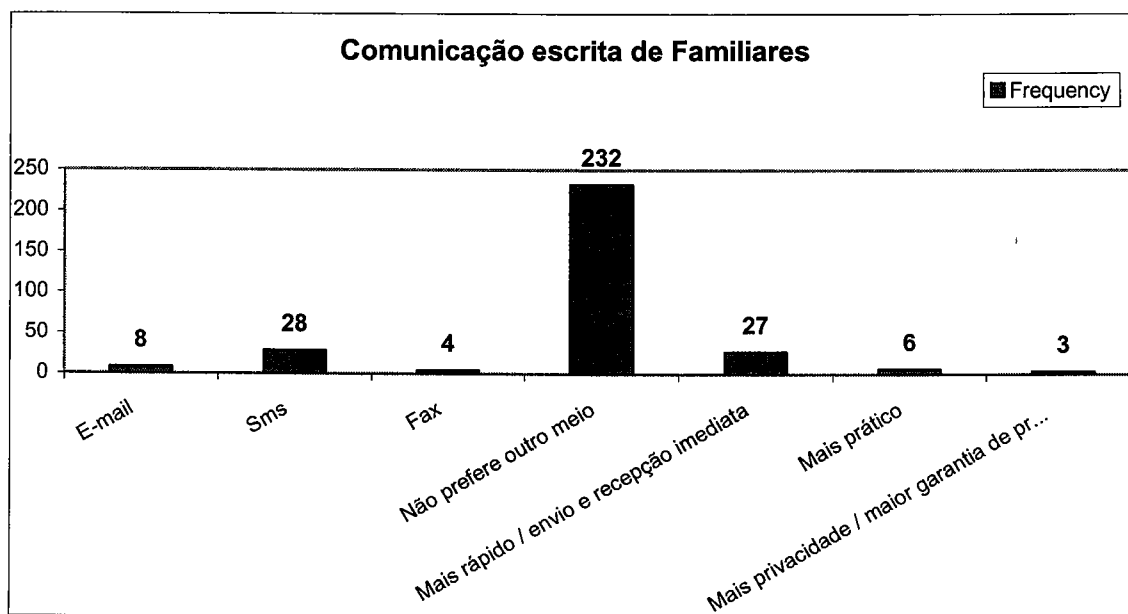


Figura 80: Comunicação escrita de familiares

P. 16 – Pensando agora exclusivamente na comunicação escrita endereçada, que **RECEBE POR CORREIO / CARTA**, e considerando todos os tipo de mensagens, informação ou documentos, quantas recebeu na última semana? Por favor, dê-me a sua melhor estimativa.

REGISTAR Nº EXACTO

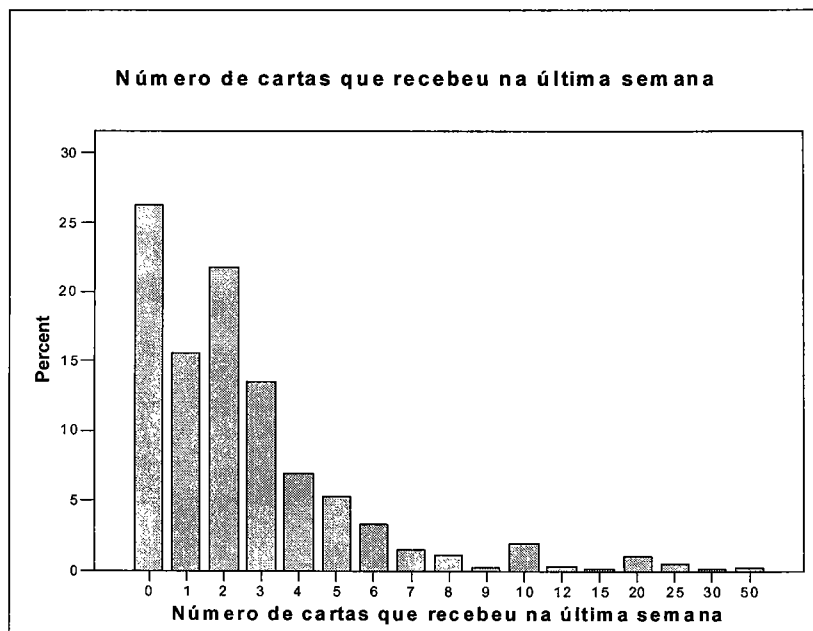
( 44) (45) (46)

**Quadro 262:** Número de cartas que recebeu na última semana

N	Valid	777
	Missing	123
Mean		2,72
Median		2,00
Mode		0
Minimum		0
Maximum		50
Sum		2116
Percentiles	25	,00
	50	2,00
	75	3,00

**Quadro 263:** Número de cartas que recebeu na última semana

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	204	22,7	26,3	26,3
	1	121	13,4	15,6	41,8
	2	169	18,8	21,8	63,6
	3	105	11,7	13,5	77,1
	4	54	6,0	6,9	84,0
	5	41	4,6	5,3	89,3
	6	26	2,9	3,3	92,7
	7	12	1,3	1,5	94,2
	8	9	1,0	1,2	95,4
	9	2	,2	,3	95,6
	10	15	1,7	1,9	97,6
	12	3	,3	,4	97,9
	15	1	,1	,1	98,1
	20	8	,9	1,0	99,1
	25	4	,4	,5	99,6
	30	1	,1	,1	99,7
50	2	,2	,3	100,0	
	Total	777	86,3	100,0	
Missing	Não Sabe / Não Consegue Responder	123	13,7		
	Total	900	100,0		



**Figura 81:** Número de cartas que recebeu na última semana

SE O ENTREVISTADO NÃO CONSEGUE RESPONDER: Diria que recebeu ... (LER ESCALÕES)?

	(47)
Até 3	1
De 3 a 7	2
Mais do que 7	3
Não sabe	4

**Quadro 264:** Número de cartas que recebeu na última semana

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Já responderam na anterior a sua melhor estimativa	777	86,3	86,3	86,3
Até 3 cartas	31	3,4	3,4	89,8
De 3 a 7 cartas	34	3,8	3,8	93,6
Mais do que 7	36	4,0	4,0	97,6
Não Sabe / Não Responde	22	2,4	2,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	



P.18 – Vou ler-lhe algumas frases que outras pessoas nos disseram sobre características dos meios de comunicação escrita, de que temos vindo a falar, e gostaria que me dissesse para cada um dos aspectos, qual o grau de importância que lhe atribui pessoalmente.

Utilizando esta escala de 1 a 10, em que 1 significa que não é nada importante e 10 significa muitíssimo importante, diga-me até que ponto é importante para si um meio de comunicação escrita ... (LER FRASE)

MOSTRAR CARTÃO 8 ENT: RODAR FRASES

Nada importante ←

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

→  
Muitíssimo  
Importante

Cartão 08 (10)(11)

1	Ser simples e prático de enviar e de receber	(12)(13)
2	Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos...)	(14)(15)
3	Requerer o uso de uma escrita mais cuidada	(16)(17)
4	Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho	(18)(19)
5	Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoa está, sem precisar de se deslocar	(20)(21)
6	Ter comprovativo do envio	(22)(23)
7	Facilitar a expressão de sentimentos e emoções	(24)(25)
8	Poder ser recebido em qualquer local	(26)(27)
9	Ser económico	(28)(29)
10	Ser formal	(30)(31)
11	Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e recebe	(32)(33)
12	Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa	(34)(35)
13	Ter um papel escrito, que pode guardar, arquivar, servir de prova	(36)(37)
14	Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e mais ninguém	(38)(39)
15	Ser rápido de enviar e rápido de receber	(40)(41)
16	Ser informal	(42)(43)
17	Ter garantia e segurança de entrega	(44)(45)

**Quadro 267:** Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ser simples e prático de enviar e receber

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Nada importante	4	,4	,4	,4
2	1	,1	,1	,6
3	2	,2	,2	,8
4	18	2,0	2,0	2,8
5	25	2,8	2,8	5,6
6	85	9,4	9,4	15,0
7	112	12,4	12,4	27,4
8	170	18,9	18,9	46,3
9	153	17,0	17,0	63,3
Muitíssimo importante	330	36,7	36,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 268:** Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Nada importante	1	,1	,1	,1
3	8	,9	,9	1,0
4	23	2,6	2,6	3,6
5	52	5,8	5,8	9,3
6	100	11,1	11,1	20,4
7	176	19,6	19,6	40,0
8	199	22,1	22,1	62,1
9	141	15,7	15,7	77,8
Muitíssimo importante	200	22,2	22,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 269:** Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Requerer o uso de uma escrita mais cuidada

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Nada importante	10	1,1	1,1	1,1
2	13	1,4	1,4	2,6
3	31	3,4	3,4	6,0
4	37	4,1	4,1	10,1
5	93	10,3	10,3	20,4
6	141	15,7	15,7	36,1
7	163	18,1	18,1	54,2
8	215	23,9	23,9	78,1
9	85	9,4	9,4	87,6
Muitíssimo importante	112	12,4	12,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 270:** Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Nada importante	3	,3	,3	,3
2	5	,6	,6	,9
3	6	,7	,7	1,6
4	35	3,9	3,9	5,4
5	64	7,1	7,1	12,6
6	140	15,6	15,6	28,1
7	119	13,2	13,2	41,3
8	205	22,8	22,8	64,1
9	128	14,2	14,2	78,3
Muitíssimo importante	195	21,7	21,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 271:** Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoas está, sem precisar de se deslocar

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
2	4	,4	,4	,4
3	4	,4	,4	,9
4	25	2,8	2,8	3,7
5	39	4,3	4,3	8,0
6	101	11,2	11,2	19,2
7	156	17,3	17,3	36,6
8	206	22,9	22,9	59,4
9	133	14,8	14,8	74,2
Muitíssimo importante	232	25,8	25,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 272:** Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ter comprovativo do envio

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
2	5	,6	,6	,6
3	8	,9	,9	1,4
4	16	1,8	1,8	3,2
5	68	7,6	7,6	10,8
6	100	11,1	11,1	21,9
7	155	17,2	17,2	39,1
8	191	21,2	21,2	60,3
9	124	13,8	13,8	74,1
Muitíssimo importante	233	25,9	25,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 273:** Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Facilitar a expressão de sentimentos e emoções

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid d Não Sabe / Não Responde	1	,1	,1	,1
2	5	,6	,6	,7
3	9	1,0	1,0	1,7
4	26	2,9	2,9	4,6
5	76	8,4	8,4	13,0
6	170	18,9	18,9	31,9
7	168	18,7	18,7	50,6
8	219	24,3	24,3	74,9
9	105	11,7	11,7	86,6
Muitíssimo importante	121	13,4	13,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 274:** Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Poder ser recebido em qualquer local

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Nada importante	2	,2	,2	,2
2	4	,4	,4	,7
3	4	,4	,4	1,1
4	9	1,0	1,0	2,1
5	42	4,7	4,7	6,8
6	141	15,7	15,7	22,4
7	108	12,0	12,0	34,4
8	195	21,7	21,7	56,1
9	139	15,4	15,4	71,6
Muitíssimo importante	256	28,4	28,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 275:** Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ser económico

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Nada importante	1	,1	,1	,1
2	2	,2	,2	,3
3	6	,7	,7	1,0
4	21	2,3	2,3	3,3
5	30	3,3	3,3	6,7
6	76	8,4	8,4	15,1
7	122	13,6	13,6	28,7
8	180	20,0	20,0	48,7
9	143	15,9	15,9	64,6
Muitíssimo importante	319	35,4	35,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 276:** Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ser formal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Não Sabe / Não Responde	2	,2	,2	,2
Nada importante	4	,4	,4	,7
2	32	3,6	3,6	4,2
3	28	3,1	3,1	7,3
4	42	4,7	4,7	12,0
5	158	17,6	17,6	29,6
6	104	11,6	11,6	41,1
7	170	18,9	18,9	60,0
8	154	17,1	17,1	77,1
9	81	9,0	9,0	86,1
Muitíssimo importante	125	13,9	13,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 277:** Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
3	1	,1	,1	,1
4	8	,9	,9	1,0
5	33	3,7	3,7	4,7
6	122	13,6	13,6	18,2
7	147	16,3	16,3	34,6
8	180	20,0	20,0	54,6
9	116	12,9	12,9	67,4
Muitíssimo importante	293	32,6	32,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 278:** Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Nada importante	6	,7	,7	,7
2	10	1,1	1,1	1,8
3	9	1,0	1,0	2,8
4	18	2,0	2,0	4,8
5	64	7,1	7,1	11,9
6	139	15,4	15,4	27,3
7	154	17,1	17,1	44,4
8	169	18,8	18,8	63,2
9	136	15,1	15,1	78,3
Muitíssimo importante	195	21,7	21,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 279:** Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Nada importante	3	,3	,3	,3
2	7	,8	,8	1,1
3	14	1,6	1,6	2,7
4	19	2,1	2,1	4,8
5	65	7,2	7,2	12,0
6	101	11,2	11,2	23,2
7	166	18,4	18,4	41,7
8	178	19,8	19,8	61,4
9	104	11,6	11,6	73,0
Muitíssimo importante	243	27,0	27,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 280:** Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
3	2	,2	,2	,2
4	16	1,8	1,8	2,0
5	37	4,1	4,1	6,1
6	134	14,9	14,9	21,0
7	142	15,8	15,8	36,8
8	198	22,0	22,0	58,8
9	143	15,9	15,9	74,7
Muitíssimo importante	228	25,3	25,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 281:** Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ser rápido de enviar e rápido de receber

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Nada importante	1	,1	,1	,1
2	3	,3	,3	,4
3	1	,1	,1	,6
4	13	1,4	1,4	2,0
5	20	2,2	2,2	4,2
6	107	11,9	11,9	16,1
7	163	18,1	18,1	34,2
8	180	20,0	20,0	54,2
9	112	12,4	12,4	66,7
Muitíssimo importante	300	33,3	33,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 282:** Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ser informal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Nada importante	10	1,1	1,1	1,1
2	14	1,6	1,6	2,7
3	53	5,9	5,9	8,6
4	76	8,4	8,4	17,0
5	230	25,6	25,6	42,6
6	138	15,3	15,3	57,9
7	154	17,1	17,1	75,0
8	124	13,8	13,8	88,8
9	58	6,4	6,4	95,2
Muitíssimo importante	43	4,8	4,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 283:** Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ter garantia e segurança de entrega

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
2	2	,2	,2	,2
3	3	,3	,3	,6
4	9	1,0	1,0	1,6
5	32	3,6	3,6	5,1
6	102	11,3	11,3	16,4
7	115	12,8	12,8	29,2
8	158	17,6	17,6	46,8
9	133	14,8	14,8	61,6
Muitíssimo importante	346	38,4	38,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 284:** Statistics

	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos, ...)	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoa está, sem precisar de se deslocar	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Facilitar a expressão de sentimentos e emoções	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Poder ser recebido em qualquer local	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ser económico
N						
Valid	900	900	900	900	899	900
Missing	0	0	0	0	1	0
Mean	8,38	7,86	7,04	7,67	7,98	7,89
Median	9,00	8,00	7,00	8,00	8,00	8,00
Mode	10	10	8	8	10	10
Minimum	1	1	1	1	2	2
Maximum	10	10	10	10	10	10
Sum	7540	7070	6334	6906	7178	7097
Percentiles						
25	7,00	7,00	6,00	6,00	7,00	7,00
50	9,00	8,00	7,00	8,00	8,00	8,00
75	10,00	9,00	8,00	9,00	10,00	10,00

**Quadro 285:** Statistics

		Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ser rápido de enviar e rápido de receber	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ser informal	Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ter garantia e segurança de entrega
N	Valid	898	900	900	900	900	900	900
	Missing	2	0	0	0	0	0	0
Mean		6,83	8,19	7,65	7,80	8,00	8,21	6,11
Median		7,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	6,00
Mode		7	10	10	10	10	5	10
Minimum		1	3	1	1	3	1	2
Maximum		10	10	10	10	10	10	10
Sum		6135	7375	6883	7018	7204	7393	5501
Percentiles	25	5,00	7,00	6,00	7,00	7,00	7,00	5,00
	50	7,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	6,00
	75	8,00	10,00	9,00	10,00	10,00	10,00	7,75

**P.19** – Agora, gostaria que me desse a sua opinião sobre os meios de comunicação escrita, de que temos vindo a falar, relativamente aos mesmos aspectos.  
 Utilizando esta escala de 1 a 10, em que 1 significa que *não se aplica nada* e 10 significa *aplica-se totalmente*, gostaria que avaliasse cada um dos meios de comunicação.

**MOSTRAR CARTÃO 9**

ENT: RODAR FRASES E MEIOS (APENAS PERGUNTAR PARA OS MEIOS CONHECIDOS ver P.1/2)

Vamos falar primeiro em ... (CITAR 1º MEIO). Na sua opinião, até que ponto a frase .... (LER A FRASE) se aplica ou não a ... ?

Não se aplica nada ←

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

→ Aplica-se totalmente

		Cartão (10)(11)	09 Cartão 10 (10)(11)	Cartão 11 (10)(11)	Cartão 12 (10)(11)
		CARTA	E-MAIL	FAX	SMS
1	É simples e prático de enviar e de receber	(12)(13)	(12)(13)	(12)(13)	(12)(13)
2	Permite enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos...)	(14)(15)	(14)(15)	(14)(15)	(14)(15)
3	Requer o uso de uma escrita mais cuidada	(16)(17)	(16)(17)	(16)(17)	(16)(17)
4	Permite o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho	(18)(19)	(18)(19)	(18)(19)	(18)(19)
5	Tem a possibilidade de se enviar do local onde a pessoa está, sem precisar de se deslocar	(20)(21)	(20)(21)	(20)(21)	(20)(21)
6	Tem comprovativo do envio	(22)(23)	(22)(23)	(22)(23)	(22)(23)
7	Facilita a expressão de sentimentos e emoções	(24)(25)	(24)(25)	(24)(25)	(24)(25)
8	Pode ser recebido em qualquer local	(26)(27)	(26)(27)	(26)(27)	(26)(27)
9	É económico	(28)(29)	(28)(29)	(28)(29)	(28)(29)
10	É formal	(30)(31)	(30)(31)	(30)(31)	(30)(31)
11	Protege e dá confidencialidade ao que se envia e recebe	(32)(33)	(32)(33)	(32)(33)	(32)(33)
12	Pode ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa	(34)(35)	(34)(35)	(34)(35)	(34)(35)
13	Tem um papel escrito, que pode guardar, arquivar, servir de prova	(36)(37)	(36)(37)	(36)(37)	(36)(37)
14	Faz-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e mais ninguém	(38)(39)	(38)(39)	(38)(39)	(38)(39)
15	É rápido de enviar e rápido de receber	(40)(41)	(40)(41)	(40)(41)	(40)(41)
16	É informal	(42)(43)	(42)(43)	(42)(43)	(42)(43)
17	Tem garantia e segurança de entrega	(44)(45)	(44)(45)	(44)(45)	(44)(45)

P19\_car1 - Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ser simples e prático de enviar e receber

**Quadro 286:** Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ser simples e prático de enviar e receber

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	2	,2	,2	,2
Não se aplica nada	33	3,7	3,7	3,9
2	29	3,2	3,2	7,1
3	37	4,1	4,1	11,2
4	43	4,8	4,8	16,0
5	105	11,7	11,7	27,7
6	185	20,6	20,6	48,2
7	123	13,7	13,7	61,9
8	163	18,1	18,1	80,0
9	53	5,9	5,9	85,9
Aplica-se totalmente	127	14,1	14,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 287:** Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	3	,3	,3	,3
Não se aplica nada	139	15,4	15,4	15,8
2	17	1,9	1,9	17,7
3	25	2,8	2,8	20,4
4	31	3,4	3,4	23,9
5	97	10,8	10,8	34,7
6	124	13,8	13,8	48,4
7	141	15,7	15,7	64,1
8	117	13,0	13,0	77,1
9	61	6,8	6,8	83,9
Aplica-se totalmente	145	16,1	16,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 288:** Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Requerer o uso de uma escrita mais cuidada

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	2	,2	,2	,2
Não se aplica nada	4	,4	,4	,7
2	3	,3	,3	1,0
3	16	1,8	1,8	2,8
4	33	3,7	3,7	6,4
5	72	8,0	8,0	14,4
6	144	16,0	16,0	30,4
7	127	14,1	14,1	44,6
8	185	20,6	20,6	65,1
9	113	12,6	12,6	77,7
Aplica-se totalmente	201	22,3	22,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 289:** Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	3	,3	,3	,3
Não se aplica nada	163	18,1	18,1	18,4
2	104	11,6	11,6	30,0
3	53	5,9	5,9	35,9
4	50	5,6	5,6	41,4
5	114	12,7	12,7	54,1
6	142	15,8	15,8	69,9
7	124	13,8	13,8	83,7
8	89	9,9	9,9	93,6
9	33	3,7	3,7	97,2
Aplica-se totalmente	25	2,8	2,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 290:** Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoas está, sem precisar de se deslocar

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	3	,3	,3	,3
Não se aplica nada	225	25,0	25,0	25,3
2	82	9,1	9,1	34,4
3	55	6,1	6,1	40,6
4	58	6,4	6,4	47,0
5	131	14,6	14,6	61,6
6	112	12,4	12,4	74,0
7	82	9,1	9,1	83,1
8	86	9,6	9,6	92,7
9	45	5,0	5,0	97,7
Aplica-se totalmente	21	2,3	2,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 291:** Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ter comprovativo do envio

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	2	,2	,2	,2
Não se aplica nada	20	2,2	2,2	2,4
2	23	2,6	2,6	5,0
3	24	2,7	2,7	7,7
4	48	5,3	5,3	13,0
5	128	14,2	14,2	27,2
6	149	16,6	16,6	43,8
7	142	15,8	15,8	59,6
8	130	14,4	14,4	74,0
9	93	10,3	10,3	84,3
Aplica-se totalmente	141	15,7	15,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 292:** Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de : Facilitar a expressão de sentimentos e emoções

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	2	,2	,2	,2
Não se aplica nada	9	1,0	1,0	1,2
2	6	,7	,7	1,9
3	10	1,1	1,1	3,0
4	31	3,4	3,4	6,4
5	111	12,3	12,3	18,8
6	161	17,9	17,9	36,7
7	131	14,6	14,6	51,2
8	176	19,6	19,6	70,8
9	93	10,3	10,3	81,1
Aplica-se totalmente	170	18,9	18,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 293:** Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Poder ser recebido em qualquer local

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	2	,2	,2	,2
Não se aplica nada	141	15,7	15,7	15,9
2	82	9,1	9,1	25,0
3	55	6,1	6,1	31,1
4	45	5,0	5,0	36,1
5	98	10,9	10,9	47,0
6	147	16,3	16,3	63,3
7	98	10,9	10,9	74,2
8	90	10,0	10,0	84,2
9	39	4,3	4,3	88,6
Aplica-se totalmente	103	11,4	11,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 294:** Grau de aplicabilidade à Carta da característica de: Ser económico

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	2	,2	,2	,2
Não se aplica nada	5	,6	,6	,8
2	7	,8	,8	1,6
3	20	2,2	2,2	3,8
4	39	4,3	4,3	8,1
5	130	14,4	14,4	22,6
6	166	18,4	18,4	41,0
7	149	16,6	16,6	57,6
8	117	13,0	13,0	70,6
9	95	10,6	10,6	81,1
Aplica-se totalmente	170	18,9	18,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 295:** Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ser formal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	2	,2	,2	,2
2	1	,1	,1	,3
3	6	,7	,7	1,0
4	15	1,7	1,7	2,7
5	117	13,0	13,0	15,7
6	133	14,8	14,8	30,4
7	139	15,4	15,4	45,9
8	179	19,9	19,9	65,8
9	92	10,2	10,2	76,0
Aplica-se totalmente	216	24,0	24,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 296:** Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	2	,2	,2	,2
Não se aplica nada	15	1,7	1,7	1,9
2	4	,4	,4	2,3
3	9	1,0	1,0	3,3
4	33	3,7	3,7	7,0
5	102	11,3	11,3	18,3
6	144	16,0	16,0	34,3
7	150	16,7	16,7	51,0
8	150	16,7	16,7	67,7
9	105	11,7	11,7	79,3
Aplica-se totalmente	186	20,7	20,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 297:** Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	2	,2	,2	,2
Não se aplica nada	6	,7	,7	,9
2	7	,8	,8	1,7
3	11	1,2	1,2	2,9
4	21	2,3	2,3	5,2
5	75	8,3	8,3	13,6
6	144	16,0	16,0	29,6
7	127	14,1	14,1	43,7
8	169	18,8	18,8	62,4
9	103	11,4	11,4	73,9
Aplica-se totalmente	235	26,1	26,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 298:** Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	2	,2	,2	,2
Não se aplica nada	12	1,3	1,3	1,6
2	8	,9	,9	2,4
3	11	1,2	1,2	3,7
4	21	2,3	2,3	6,0
5	84	9,3	9,3	15,3
6	101	11,2	11,2	26,6
7	117	13,0	13,0	39,6
8	163	18,1	18,1	57,7
9	98	10,9	10,9	68,6
Aplica-se totalmente	283	31,4	31,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 299:** Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	2	,2	,2	,2
Não se aplica nada	4	,4	,4	,7
2	3	,3	,3	1,0
3	10	1,1	1,1	2,1
4	14	1,6	1,6	3,7
5	78	8,7	8,7	12,3
6	155	17,2	17,2	29,6
7	138	15,3	15,3	44,9
8	181	20,1	20,1	65,0
9	91	10,1	10,1	75,1
Aplica-se totalmente	224	24,9	24,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	



**Quadro 300:** Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ser rápido de enviar e rápido de receber

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	2	,2	,2	,2
Não se aplica nada	118	13,1	13,1	13,3
2	107	11,9	11,9	25,2
3	90	10,0	10,0	35,2
4	76	8,4	8,4	43,7
5	153	17,0	17,0	60,7
6	129	14,3	14,3	75,0
7	104	11,6	11,6	86,6
8	71	7,9	7,9	94,4
9	31	3,4	3,4	97,9
Aplica-se totalmente	19	2,1	2,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 301:** Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ser informal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	3	,3	,3	,3
Não se aplica nada	130	14,4	14,4	14,8
2	73	8,1	8,1	22,9
3	118	13,1	13,1	36,0
4	102	11,3	11,3	47,3
5	206	22,9	22,9	70,2
6	115	12,8	12,8	83,0
7	72	8,0	8,0	91,0
8	52	5,8	5,8	96,8
9	23	2,6	2,6	99,3
Aplica-se totalmente	6	,7	,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 302:** Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ter garantia e segurança de entrega

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	2	,2	,2	,2
Não se aplica nada	11	1,2	1,2	1,4
2	14	1,6	1,6	3,0
3	26	2,9	2,9	5,9
4	47	5,2	5,2	11,1
5	146	16,2	16,2	27,3
6	198	22,0	22,0	49,3
7	130	14,4	14,4	63,8
8	108	12,0	12,0	75,8
9	91	10,1	10,1	85,9
Aplica-se totalmente	127	14,1	14,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 303:** Statistics

	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ser simples e prático de enviar e receber	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...)	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Requer o uso de uma escrita mais cuidada	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoa está, sem precisar de se deslocar	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ter comprovativo do envio	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Facilitar a expressão de sentimentos e emoções	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Poder ser recebido em qualquer local	Grau de aplicabilidade à Carta da característica de: Ser económico
N	898	897	898	897	897	898	898	898	898
Missing	2	3	2	3	3	2	2	2	2
Mean	6,59	6,16	7,58	4,77	4,45	6,84	7,30	5,36	7,14
Median	7,00	7,00	8,00	5,00	5,00	7,00	7,00	6,00	7,00
Mode	6	10	10	1	1	6	8	6	10
Minimum	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Maximum	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Sum	5921	5523	6810	4279	3990	6145	6558	4809	6415
Percentiles									
25	5,00	5,00	6,00	2,00	1,00	5,00	6,00	3,00	6,00
50	7,00	7,00	8,00	5,00	5,00	7,00	7,00	6,00	7,00
75	8,00	8,00	9,00	7,00	7,00	9,00	9,00	8,00	9,00

**Quadro 304: Statistics**

	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ser formal	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Proteger e dar confidencialidade e ao que se envia e se recebe	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova	Grau de aplicabilidade e à Carta, da característica de: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ser rápido de enviar e rápido de receber	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ser informal	Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ter garantia e segurança de entrega
N Valid	898	898	898	898	898	898	897	898
Missin	2	2	2	2	2	2	3	2
Mean	7,63	7,36	7,68	7,80	7,67	4,69	4,40	6,78
Median	8,00	7,00	8,00	8,00	8,00	5,00	5,00	7,00
Mode	10	10	10	10	10	5	5	6
Minimum	2	1	1	1	1	1	1	1
Maximum	10	10	10	10	10	10	10	10
Sum	6856	6611	6894	7006	6889	4210	3945	6086
Percentiles								
25	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	2,00	3,00	5,00
50	8,00	7,00	8,00	8,00	8,00	5,00	5,00	7,00
75	9,00	9,00	10,00	10,00	9,25	7,00	6,00	8,00

**Quadro 305: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser simples e prático de enviar e receber**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	106	11,8	11,8	11,8
Não se aplica nada	14	1,6	1,6	13,3
2	10	1,1	1,1	14,4
3	20	2,2	2,2	16,7
4	43	4,8	4,8	21,4
5	111	12,3	12,3	33,8
6	67	7,4	7,4	41,2
7	105	11,7	11,7	52,9
8	136	15,1	15,1	68,0
9	94	10,4	10,4	78,4
Aplica-se totalmente	194	21,6	21,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 306: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	111	12,3	12,3	12,3
Não se aplica nada	1	,1	,1	12,4
2	9	1,0	1,0	13,4
3	13	1,4	1,4	14,9
4	33	3,7	3,7	18,6
5	113	12,6	12,6	31,1
6	84	9,3	9,3	40,4
7	80	8,9	8,9	49,3
8	118	13,1	13,1	62,4
9	95	10,6	10,6	73,0
Aplica-se totalmente	243	27,0	27,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 307:** Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Requerer o uso de uma escrita mais cuidada

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	112	12,4	12,4	12,4
Não se aplica nada	9	1,0	1,0	13,4
2	16	1,8	1,8	15,2
3	19	2,1	2,1	17,3
4	47	5,2	5,2	22,6
5	177	19,7	19,7	42,2
6	154	17,1	17,1	59,3
7	98	10,9	10,9	70,2
8	139	15,4	15,4	85,7
9	56	6,2	6,2	91,9
Aplica-se totalmente	73	8,1	8,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 308:** Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	113	12,6	12,6	12,6
Não se aplica nada	2	,2	,2	12,8
2	8	,9	,9	13,7
3	10	1,1	1,1	14,8
4	22	2,4	2,4	17,2
5	96	10,7	10,7	27,9
6	105	11,7	11,7	39,6
7	94	10,4	10,4	50,0
8	140	15,6	15,6	65,6
9	85	9,4	9,4	75,0
Aplica-se totalmente	225	25,0	25,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 309:** Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoas está, sem precisar de se deslocar

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	107	11,9	11,9	11,9
Não se aplica nada	42	4,7	4,7	16,6
2	25	2,8	2,8	19,3
3	19	2,1	2,1	21,4
4	45	5,0	5,0	26,4
5	122	13,6	13,6	40,0
6	86	9,6	9,6	49,6
7	108	12,0	12,0	61,6
8	117	13,0	13,0	74,6
9	73	8,1	8,1	82,7
Aplica-se totalmente	156	17,3	17,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 310:** Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ter comprovativo do envio

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	112	12,4	12,4	12,4
Não se aplica nada	8	,9	,9	13,3
2	17	1,9	1,9	15,2
3	21	2,3	2,3	17,6
4	25	2,8	2,8	20,3
5	142	15,8	15,8	36,1
6	119	13,2	13,2	49,3
7	128	14,2	14,2	63,6
8	136	15,1	15,1	78,7
9	51	5,7	5,7	84,3
Aplica-se totalmente	141	15,7	15,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 311:** Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de : Facilitar a expressão de sentimentos e emoções

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	111	12,3	12,3	12,3
Não se aplica nada	9	1,0	1,0	13,3
2	7	,8	,8	14,1
3	19	2,1	2,1	16,2
4	40	4,4	4,4	20,7
5	175	19,4	19,4	40,1
6	135	15,0	15,0	55,1
7	128	14,2	14,2	69,3
8	126	14,0	14,0	83,3
9	72	8,0	8,0	91,3
Aplica-se totalmente	78	8,7	8,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 312:** Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Poder ser recebido em qualquer local

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	106	11,8	11,8	11,8
Não se aplica nada	65	7,2	7,2	19,0
2	37	4,1	4,1	23,1
3	34	3,8	3,8	26,9
4	32	3,6	3,6	30,4
5	151	16,8	16,8	47,2
6	139	15,4	15,4	62,7
7	95	10,6	10,6	73,2
8	110	12,2	12,2	85,4
9	52	5,8	5,8	91,2
Aplica-se totalmente	79	8,8	8,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 313:** Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser económico

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	112	12,4	12,4	12,4
Não se aplica nada	6	,7	,7	13,1
2	14	1,6	1,6	14,7
3	24	2,7	2,7	17,3
4	37	4,1	4,1	21,4
5	152	16,9	16,9	38,3
6	150	16,7	16,7	55,0
7	124	13,8	13,8	68,8
8	111	12,3	12,3	81,1
9	66	7,3	7,3	88,4
Aplica-se totalmente	104	11,6	11,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 314:** Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser formal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	109	12,1	12,1	12,1
2	8	,9	,9	13,0
3	24	2,7	2,7	15,7
4	60	6,7	6,7	22,3
5	234	26,0	26,0	48,3
6	136	15,1	15,1	63,4
7	127	14,1	14,1	77,6
8	102	11,3	11,3	88,9
9	34	3,8	3,8	92,7
Aplica-se totalmente	66	7,3	7,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 315:** Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	109	12,1	12,1	12,1
Não se aplica nada	8	,9	,9	13,0
2	23	2,6	2,6	15,6
3	31	3,4	3,4	19,0
4	38	4,2	4,2	23,2
5	170	18,9	18,9	42,1
6	152	16,9	16,9	59,0
7	97	10,8	10,8	69,8
8	125	13,9	13,9	83,7
9	34	3,8	3,8	87,4
Aplica-se totalmente	113	12,6	12,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 316:** Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	106	11,8	11,8	11,8
Não se aplica nada	51	5,7	5,7	17,4
2	65	7,2	7,2	24,7
3	42	4,7	4,7	29,3
4	55	6,1	6,1	35,4
5	165	18,3	18,3	53,8
6	92	10,2	10,2	64,0
7	112	12,4	12,4	76,4
8	111	12,3	12,3	88,8
9	38	4,2	4,2	93,0
Aplica-se totalmente	63	7,0	7,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 317:** Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	112	12,4	12,4	12,4
Não se aplica nada	26	2,9	2,9	15,3
2	43	4,8	4,8	20,1
3	30	3,3	3,3	23,4
4	43	4,8	4,8	28,2
5	140	15,6	15,6	43,8
6	97	10,8	10,8	54,6
7	125	13,9	13,9	68,4
8	120	13,3	13,3	81,8
9	39	4,3	4,3	86,1
Aplica-se totalmente	125	13,9	13,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 318:** Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	110	12,2	12,2	12,2
Não se aplica nada	3	,3	,3	12,6
2	9	1,0	1,0	13,6
3	23	2,6	2,6	16,1
4	30	3,3	3,3	19,4
5	150	16,7	16,7	36,1
6	149	16,6	16,6	52,7
7	116	12,9	12,9	65,6
8	135	15,0	15,0	80,6
9	38	4,2	4,2	84,8
Aplica-se totalmente	137	15,2	15,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 319:** Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser rápido de enviar e rápido de receber

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	107	11,9	11,9	11,9
Não se aplica nada	1	,1	,1	12,0
2	7	,8	,8	12,8
3	5	,6	,6	13,3
4	20	2,2	2,2	15,6
5	84	9,3	9,3	24,9
6	81	9,0	9,0	33,9
7	109	12,1	12,1	46,0
8	128	14,2	14,2	60,2
9	90	10,0	10,0	70,2
Aplica-se totalmente	268	29,8	29,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 320:** Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser informal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	109	12,1	12,1	12,1
Não se aplica nada	39	4,3	4,3	16,4
2	39	4,3	4,3	20,8
3	58	6,4	6,4	27,2
4	71	7,9	7,9	35,1
5	237	26,3	26,3	61,4
6	128	14,2	14,2	75,7
7	94	10,4	10,4	86,1
8	77	8,6	8,6	94,7
9	29	3,2	3,2	97,9
Aplica-se totalmente	19	2,1	2,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 321:** Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ter garantia e segurança de entrega

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	107	11,9	11,9	11,9
Não se aplica nada	8	,9	,9	12,8
2	7	,8	,8	13,6
3	19	2,1	2,1	15,7
4	46	5,1	5,1	20,8
5	157	17,4	17,4	38,2
6	144	16,0	16,0	54,2
7	94	10,4	10,4	64,7
8	136	15,1	15,1	79,8
9	54	6,0	6,0	85,8
Aplica-se totalmente	128	14,2	14,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 322: Statistics**

	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser simples e prático de enviar e receber	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...)	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Requerer o uso de uma escrita mais cuidada	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoa está, sem precisar de se deslocar	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ter comprovativo do envio	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Facilitar a expressão de sentimentos e emoções	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Poder ser recebido em qualquer local	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser económico
N									
Valid	794	789	788	787	793	788	789	794	788
Missing	106	111	112	113	107	112	111	106	112
Mean	7,35	7,67	6,51	7,67	6,76	6,96	6,66	6,00	6,73
Median	8,00	8,00	6,00	8,00	7,00	7,00	7,00	6,00	7,00
Mode	10	10	5	10	10	5	5	5	5
Minimum	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Maximum	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Sum	5832	6048	5127	6039	5364	5482	5257	4761	5304
Percentiles									
25	5,75	6,00	5,00	6,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
50	8,00	8,00	6,00	8,00	7,00	7,00	7,00	6,00	7,00
75	9,00	10,00	8,00	10,00	9,00	8,00	8,00	8,00	8,00

**Quadro 323: Statistics**

		Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser rápido de enviar e rápido de receber	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser informal	Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ter garantia e segurança de entrega
N	Valid	791	794	788	790	793	791	793
	Missing	109	106	112	110	107	109	107
Mean		6,30	5,73	6,46	6,91	7,94	5,38	6,84
Median		6,00	6,00	7,00	7,00	8,00	5,00	7,00
Mode		5	5	5	5	10	5	5
Minimum		2	1	1	1	1	1	1
Maximum		10	10	10	10	10	10	10
Sum		4985	4548	5092	5458	6293	4253	5424
Percen-til	25	5,00	4,00	5,00	5,00	6,50	4,00	5,00
	50	6,00	6,00	7,00	7,00	8,00	5,00	7,00
	75	8,00	8,00	8,00	8,00	10,00	7,00	8,00

**Quadro 324: Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ser simples e prático de enviar e receber**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	59	6,6	6,6	6,6
Não se aplica nada	20	2,2	2,2	8,8
2	11	1,2	1,2	10,0
3	41	4,6	4,6	14,6
4	46	5,1	5,1	19,7
5	178	19,8	19,8	39,4
6	109	12,1	12,1	51,6
7	135	15,0	15,0	66,6
8	133	14,8	14,8	81,3
9	59	6,6	6,6	87,9
Aplica-se totalmente	109	12,1	12,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 325:** Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	68	7,6	7,6	7,6
Não se aplica nada	65	7,2	7,2	14,8
2	22	2,4	2,4	17,2
3	37	4,1	4,1	21,3
4	41	4,6	4,6	25,9
5	171	19,0	19,0	44,9
6	134	14,9	14,9	59,8
7	116	12,9	12,9	72,7
8	95	10,6	10,6	83,2
9	48	5,3	5,3	88,6
Aplica-se totalmente	103	11,4	11,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 326:** Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Requerer o uso de uma escrita mais cuidada

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	64	7,1	7,1	7,1
Não se aplica nada	1	,1	,1	7,2
2	9	1,0	1,0	8,2
3	10	1,1	1,1	9,3
4	31	3,4	3,4	12,8
5	128	14,2	14,2	27,0
6	168	18,7	18,7	45,7
7	91	10,1	10,1	55,8
8	152	16,9	16,9	72,7
9	64	7,1	7,1	79,8
Aplica-se totalmente	182	20,2	20,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 327:** Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	66	7,3	7,3	7,3
Não se aplica nada	15	1,7	1,7	9,0
2	34	3,8	3,8	12,8
3	29	3,2	3,2	16,0
4	53	5,9	5,9	21,9
5	141	15,7	15,7	37,6
6	139	15,4	15,4	53,0
7	142	15,8	15,8	68,8
8	113	12,6	12,6	81,3
9	63	7,0	7,0	88,3
Aplica-se totalmente	105	11,7	11,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 328:** Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoas está, sem precisar de se deslocar

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	61	6,8	6,8	6,8
Não se aplica nada	59	6,6	6,6	13,3
2	36	4,0	4,0	17,3
3	42	4,7	4,7	22,0
4	50	5,6	5,6	27,6
5	172	19,1	19,1	46,7
6	133	14,8	14,8	61,4
7	118	13,1	13,1	74,6
8	85	9,4	9,4	84,0
9	41	4,6	4,6	88,6
Aplica-se totalmente	103	11,4	11,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 329:** Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ter comprovativo do envio

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	64	7,1	7,1	7,1
Não se aplica nada	4	,4	,4	7,6
2	7	,8	,8	8,3
3	15	1,7	1,7	10,0
4	33	3,7	3,7	13,7
5	110	12,2	12,2	25,9
6	127	14,1	14,1	40,0
7	109	12,1	12,1	52,1
8	116	12,9	12,9	65,0
9	61	6,8	6,8	71,8
Aplica-se totalmente	254	28,2	28,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 330:** Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de : Facilitar a expressão de sentimentos e emoções

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	67	7,4	7,4	7,4
Não se aplica nada	56	6,2	6,2	13,7
2	36	4,0	4,0	17,7
3	40	4,4	4,4	22,1
4	48	5,3	5,3	27,4
5	231	25,7	25,7	53,1
6	166	18,4	18,4	71,6
7	105	11,7	11,7	83,2
8	88	9,8	9,8	93,0
9	42	4,7	4,7	97,7
Aplica-se totalmente	21	2,3	2,3	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 331:** Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Poder ser recebido em qualquer local

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	60	6,7	6,7	6,7
Não se aplica nada	104	11,6	11,6	18,2
2	51	5,7	5,7	23,9
3	50	5,6	5,6	29,4
4	57	6,3	6,3	35,8
5	196	21,8	21,8	57,6
6	162	18,0	18,0	75,6
7	108	12,0	12,0	87,6
8	57	6,3	6,3	93,9
9	27	3,0	3,0	96,9
Aplica-se totalmente	28	3,1	3,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 332:** Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ser económico

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	69	7,7	7,7	7,7
Não se aplica nada	47	5,2	5,2	12,9
2	25	2,8	2,8	15,7
3	65	7,2	7,2	22,9
4	62	6,9	6,9	29,8
5	279	31,0	31,0	60,8
6	116	12,9	12,9	73,7
7	104	11,6	11,6	85,2
8	65	7,2	7,2	92,4
9	39	4,3	4,3	96,8
Aplica-se totalmente	29	3,2	3,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 333:** Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ser formal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	61	6,8	6,8	6,8
Não se aplica nada	2	,2	,2	7,0
2	7	,8	,8	7,8
3	18	2,0	2,0	9,8
4	57	6,3	6,3	16,1
5	194	21,6	21,6	37,7
6	113	12,6	12,6	50,2
7	139	15,4	15,4	65,7
8	136	15,1	15,1	80,8
9	54	6,0	6,0	86,8
Aplica-se totalmente	119	13,2	13,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 334.** Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	61	6,8	6,8	6,8
Não se aplica nada	59	6,6	6,6	13,3
2	31	3,4	3,4	16,8
3	48	5,3	5,3	22,1
4	60	6,7	6,7	28,8
5	183	20,3	20,3	49,1
6	141	15,7	15,7	64,8
7	116	12,9	12,9	77,7
8	121	13,4	13,4	91,1
9	31	3,4	3,4	94,6
Aplica-se totalmente	49	5,4	5,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 335:** Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	60	6,7	6,7	6,7
Não se aplica nada	73	8,1	8,1	14,8
2	65	7,2	7,2	22,0
3	58	6,4	6,4	28,4
4	74	8,2	8,2	36,7
5	204	22,7	22,7	59,3
6	93	10,3	10,3	69,7
7	119	13,2	13,2	82,9
8	88	9,8	9,8	92,7
9	30	3,3	3,3	96,0
Aplica-se totalmente	36	4,0	4,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 336:** Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	61	6,8	6,8	6,8
Não se aplica nada	6	,7	,7	7,4
2	8	,9	,9	8,3
3	17	1,9	1,9	10,2
4	26	2,9	2,9	13,1
5	99	11,0	11,0	24,1
6	119	13,2	13,2	37,3
7	108	12,0	12,0	49,3
8	141	15,7	15,7	65,0
9	66	7,3	7,3	72,3
Aplica-se totalmente	249	27,7	27,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 337:** Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	61	6,8	6,8	6,8
Não se aplica nada	28	3,1	3,1	9,9
2	18	2,0	2,0	11,9
3	42	4,7	4,7	16,6
4	41	4,6	4,6	21,1
5	197	21,9	21,9	43,0
6	188	20,9	20,9	63,9
7	106	11,8	11,8	75,7
8	112	12,4	12,4	88,1
9	44	4,9	4,9	93,0
Aplica-se totalmente	63	7,0	7,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 338:** Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ser rápido de enviar e rápido de receber

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	58	6,4	6,4	6,4
Não se aplica nada	1	,1	,1	6,6
2	3	,3	,3	6,9
3	12	1,3	1,3	8,2
4	32	3,6	3,6	11,8
5	76	8,4	8,4	20,2
6	130	14,4	14,4	34,7
7	134	14,9	14,9	49,6
8	157	17,4	17,4	67,0
9	92	10,2	10,2	77,2
Aplica-se totalmente	205	22,8	22,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 339:** Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ser informal de aplicabilidade ao Fax, da

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	62	6,9	6,9	6,9
Não se aplica nada	72	8,0	8,0	14,9
2	50	5,6	5,6	20,4
3	80	8,9	8,9	29,3
4	83	9,2	9,2	38,6
5	292	32,4	32,4	71,0
6	109	12,1	12,1	83,1
7	72	8,0	8,0	91,1
8	42	4,7	4,7	95,8
9	22	2,4	2,4	98,2
Aplica-se totalmente	16	1,8	1,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 340:** Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ter garantia e segurança de entrega

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	59	6,6	6,6	6,6
Não se aplica nada	4	,4	,4	7,0
2	7	,8	,8	7,8
3	20	2,2	2,2	10,0
4	31	3,4	3,4	13,4
5	146	16,2	16,2	29,7
6	141	15,7	15,7	45,3
7	103	11,4	11,4	56,8
8	110	12,2	12,2	69,0
9	56	6,2	6,2	75,2
Aplica-se totalmente	223	24,8	24,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 341: Statistics**

		Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos, ..)	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Requer o uso de uma escrita mais cuidada	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoa está, sem precisar de se deslocar	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ter comprovativo do envio	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Facilitar a expressão de sentimentos e emoções	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Poder ser recebido em qualquer local	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ser económico	
N	Valid	841	832	836	834	839	836	833	840	831
	Missing	59	68	64	66	61	64	67	60	69
	Mean	6,57	6,10	7,26	6,52	5,98	7,52	5,54	5,08	5,44
	Median	7,00	6,00	7,00	7,00	6,00	8,00	6,00	5,00	5,00
	Mode	5	5	10	7	5	10	5	5	5
	Minimum	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Maximum	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Sum	5523	5077	6070	5436	5020	6287	4618	4271	4520
Percentiles	25	5,00	5,00	6,00	5,00	5,00	6,00	5,00	4,00	5,00
	50	7,00	6,00	7,00	7,00	6,00	8,00	6,00	5,00	5,00
	75	8,00	8,00	9,00	8,00	8,00	10,00	7,00	7,00	7,00

**Quadro 342** Statistics

		Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Proteger e dar confidencialidad e ao que se envia e se recebe	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa	Grau de aplicabilidade e ao Fax, da característica de: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém	Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ser rápido de enviar e rápido de receber	Grau de aplicabilidade e ao Fax, da característica de: Ser informal	Grau de aplicabilidade e ao Fax, da característica de: Ter garantia e segurança de entrega	
N	Valid	839	839	840	839	839	842	838	841
	Missing	61	61	60	61	61	58	62	59
Mean		6,77	5,74	5,26	7,57	6,12	7,60	4,84	7,27
Median		7,00	6,00	5,00	8,00	6,00	8,00	5,00	7,00
Mode		5	5	5	10	5	10	5	10
Minimum		1	1	1	1	1	1	1	1
Maximum		10	10	10	10	10	10	10	10
Sum		5683	4815	4418	6354	5131	6403	4056	6113
Percentiles	25	5,00	5,00	4,00	6,00	5,00	6,00	4,00	6,00
	50	7,00	6,00	5,00	8,00	6,00	8,00	5,00	7,00
	75	8,00	7,00	7,00	10,00	8,00	9,00	6,00	10,00

**Quadro 343:** Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser simples e prático de enviar e receber

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	34	3,8	3,8	3,8
Não se aplica nada	7	,8	,8	4,6
2	7	,8	,8	5,3
3	24	2,7	2,7	8,0
4	22	2,4	2,4	10,4
5	65	7,2	7,2	17,7
6	61	6,8	6,8	24,4
7	69	7,7	7,7	32,1
8	159	17,7	17,7	49,8
9	129	14,3	14,3	64,1
Aplica-se totalmente	323	35,9	35,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 344:** Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	33	3,7	3,7	3,7
Não se aplica nada	108	12,0	12,0	15,7
2	40	4,4	4,4	20,1
3	47	5,2	5,2	25,3
4	34	3,8	3,8	29,1
5	98	10,9	10,9	40,0
6	123	13,7	13,7	53,7
7	80	8,9	8,9	62,6
8	136	15,1	15,1	77,7
9	74	8,2	8,2	85,9
Aplica-se totalmente	127	14,1	14,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 345:** Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Requerer o uso de uma escrita mais cuidada

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	31	3,4	3,4	3,4
Não se aplica nada	55	6,1	6,1	9,6
2	85	9,4	9,4	19,0
3	84	9,3	9,3	28,3
4	64	7,1	7,1	35,4
5	177	19,7	19,7	55,1
6	180	20,0	20,0	75,1
7	84	9,3	9,3	84,4
8	68	7,6	7,6	92,0
9	37	4,1	4,1	96,1
Aplica-se totalmente	35	3,9	3,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 346:** Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	34	3,8	3,8	3,8
Não se aplica nada	8	,9	,9	4,7
2	8	,9	,9	5,6
3	16	1,8	1,8	7,3
4	27	3,0	3,0	10,3
5	83	9,2	9,2	19,6
6	95	10,6	10,6	30,1
7	107	11,9	11,9	42,0
8	158	17,6	17,6	59,6
9	105	11,7	11,7	71,2
Aplica-se totalmente	259	28,8	28,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 347:** Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoas está, sem precisar de se deslocar

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	32	3,6	3,6	3,6
Não se aplica nada	3	,3	,3	3,9
2	3	,3	,3	4,2
3	6	,7	,7	4,9
4	24	2,7	2,7	7,6
5	53	5,9	5,9	13,4
6	77	8,6	8,6	22,0
7	83	9,2	9,2	31,2
8	145	16,1	16,1	47,3
9	116	12,9	12,9	60,2
Aplica-se totalmente	358	39,8	39,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 348:** Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ter comprovativo do envio

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	32	3,6	3,6	3,6
Não se aplica nada	136	15,1	15,1	18,7
2	44	4,9	4,9	23,6
3	44	4,9	4,9	28,4
4	51	5,7	5,7	34,1
5	130	14,4	14,4	48,6
6	113	12,6	12,6	61,1
7	119	13,2	13,2	74,3
8	107	11,9	11,9	86,2
9	52	5,8	5,8	92,0
Aplica-se totalmente	72	8,0	8,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 349:** Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de : Facilitar a expressão de sentimentos e emoções

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	32	3,6	3,6	3,6
Não se aplica nada	16	1,8	1,8	5,3
2	11	1,2	1,2	6,6
3	11	1,2	1,2	7,8
4	26	2,9	2,9	10,7
5	110	12,2	12,2	22,9
6	140	15,6	15,6	38,4
7	138	15,3	15,3	53,8
8	158	17,6	17,6	71,3
9	105	11,7	11,7	83,0
Aplica-se totalmente	153	17,0	17,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 350:** Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Poder ser recebido em qualquer local

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	32	3,6	3,6	3,6
Não se aplica nada	8	,9	,9	4,4
3	5	,6	,6	5,0
4	16	1,8	1,8	6,8
5	74	8,2	8,2	15,0
6	90	10,0	10,0	25,0
7	74	8,2	8,2	33,2
8	148	16,4	16,4	49,7
9	114	12,7	12,7	62,3
Aplica-se totalmente	339	37,7	37,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 351:** Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser económico

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	34	3,8	3,8	3,8
2	2	,2	,2	4,0
3	9	1,0	1,0	5,0
4	37	4,1	4,1	9,1
5	106	11,8	11,8	20,9
6	128	14,2	14,2	35,1
7	142	15,8	15,8	50,9
8	152	16,9	16,9	67,8
9	96	10,7	10,7	78,4
Aplica-se totalmente	194	21,6	21,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 352:** Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser formal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	31	3,4	3,4	3,4
Não se aplica nada	77	8,6	8,6	12,0
2	58	6,4	6,4	18,4
3	80	8,9	8,9	27,3
4	67	7,4	7,4	34,8
5	243	27,0	27,0	61,8
6	111	12,3	12,3	74,1
7	71	7,9	7,9	82,0
8	87	9,7	9,7	91,7
9	49	5,4	5,4	97,1
Aplica-se totalmente	26	2,9	2,9	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 353:** Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	31	3,4	3,4	3,4
Não se aplica nada	17	1,9	1,9	5,3
2	26	2,9	2,9	8,2
3	33	3,7	3,7	11,9
4	30	3,3	3,3	15,2
5	145	16,1	16,1	31,3
6	132	14,7	14,7	46,0
7	115	12,8	12,8	58,8
8	158	17,6	17,6	76,3
9	78	8,7	8,7	85,0
Aplica-se totalmente	135	15,0	15,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 354:** Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	32	3,6	3,6	3,6
Não se aplica nada	19	2,1	2,1	5,7
2	25	2,8	2,8	8,4
3	23	2,6	2,6	11,0
4	42	4,7	4,7	15,7
5	136	15,1	15,1	30,8
6	121	13,4	13,4	44,2
7	106	11,8	11,8	56,0
8	163	18,1	18,1	74,1
9	91	10,1	10,1	84,2
Aplica-se totalmente	142	15,8	15,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 355:** Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	32	3,6	3,6	3,6
Não se aplica nada	301	33,4	33,4	37,0
2	101	11,2	11,2	48,2
3	59	6,6	6,6	54,8
4	45	5,0	5,0	59,8
5	94	10,4	10,4	70,2
6	80	8,9	8,9	79,1
7	74	8,2	8,2	87,3
8	66	7,3	7,3	94,7
9	33	3,7	3,7	98,3
Aplica-se totalmente	15	1,7	1,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 356:** Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	31	3,4	3,4	3,4
Não se aplica nada	27	3,0	3,0	6,4
2	7	,8	,8	7,2
3	16	1,8	1,8	9,0
4	22	2,4	2,4	11,4
5	108	12,0	12,0	23,4
6	147	16,3	16,3	39,8
7	106	11,8	11,8	51,6
8	168	18,7	18,7	70,2
9	101	11,2	11,2	81,4
Aplica-se totalmente	167	18,6	18,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 357:** Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser rápido de enviar e rápido de receber

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	31	3,4	3,4	3,4
2	2	,2	,2	3,7
3	6	,7	,7	4,3
4	14	1,6	1,6	5,9
5	51	5,7	5,7	11,6
6	69	7,7	7,7	19,2
7	96	10,7	10,7	29,9
8	162	18,0	18,0	47,9
9	134	14,9	14,9	62,8
Aplica-se totalmente	335	37,2	37,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 358:** Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser informal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	31	3,4	3,4	3,4
Não se aplica nada	16	1,8	1,8	5,2
2	22	2,4	2,4	7,7
3	50	5,6	5,6	13,2
4	62	6,9	6,9	20,1
5	179	19,9	19,9	40,0
6	102	11,3	11,3	51,3
7	151	16,8	16,8	68,1
8	102	11,3	11,3	79,4
9	82	9,1	9,1	88,6
Aplica-se totalmente	103	11,4	11,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 359:** Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ter garantia e segurança de entrega

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR / NC	33	3,7	3,7	3,7
Não se aplica nada	41	4,6	4,6	8,2
2	18	2,0	2,0	10,2
3	26	2,9	2,9	13,1
4	38	4,2	4,2	17,3
5	157	17,4	17,4	34,8
6	133	14,8	14,8	49,6
7	128	14,2	14,2	63,8
8	152	16,9	16,9	80,7
9	69	7,7	7,7	88,3
Aplica-se totalmente	105	11,7	11,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 360: Statistics**

	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser simples e prático de enviar e receber	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...)	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Requerer o uso de uma escrita mais cuidada	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoa está, sem precisar de se deslocar	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ter comprovativo do envio	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Facilitar a expressão de sentimentos e emoções	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Poder ser recebido em qualquer local	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser económico
N Valid	866	867	869	866	868	868	868	868	866
Missing	34	33	31	34	32	32	32	32	34
Mean	8,10	6,09	5,19	7,75	8,31	5,49	7,22	8,20	7,50
Median	9,00	6,00	5,00	8,00	9,00	6,00	7,00	9,00	8,00
Mode	10	8	6	10	10	1	8	10	10
Minimum	1	1	1	1	1	1	1	1	2
Maximum	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Sum	7018	5277	4513	6713	7215	4765	6270	7115	6491
Percentiles									
25	7,00	4,00	3,00	6,00	7,00	3,00	6,00	7,00	6,00
50	9,00	6,00	5,00	8,00	9,00	6,00	7,00	9,00	8,00
75	10,00	8,00	7,00	10,00	10,00	8,00	9,00	10,00	9,00

Quadro 361: Statistics

		Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser rápido de enviar e rápido de receber	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser informal	Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ter garantia e segurança de entrega
N								
	Valid	869	868	868	869	869	869	867
	Missing	31	32	32	31	31	31	33
	Mean	5,15	6,91	3,81	7,21	8,37	6,45	6,54
	Median	5,00	7,00	3,00	8,00	9,00	7,00	7,00
	Mode	5	8	1	8	10	5	5
	Minimum	1	1	1	1	2	1	1
	Maximum	10	10	10	10	10	10	10
	Sum	4476	5997	3303	6264	7271	5606	5673
	Percentiles							
	25	4,00	5,00	1,00	6,00	7,00	5,00	5,00
	50	5,00	7,00	3,00	8,00	9,00	7,00	7,00
	75	7,00	9,00	6,00	9,00	10,00	8,00	8,00

**Quadro 362:** Estatísticas P18 e P19 (1)

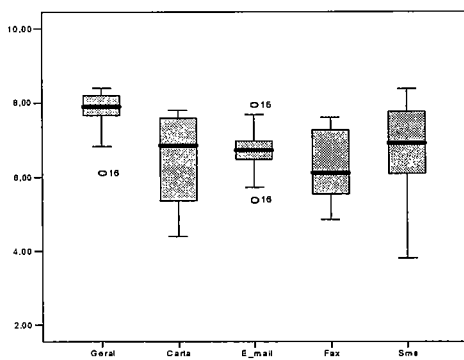
Segundo o quadro resumo com as médias, medianas, moda, mínimos e máximos podemos observar alguns pontos que podem ser importantes (vermelho-negativo; laranja-médio; verde-positivo, em relação aos diferentes valores apresentados):

Statistics	P18					P19 carta				
	Mean	Med	Mod	Min	Max	Mean	Med	Mod	Min	Max
Ser simples e prático de enviar e receber	6,578	9	10	1	10	6,594	7	6	1	10
Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...)	7,856	8	10	1	10	6,157	7	10	1	10
Requerer o uso de uma escrita mais cuidada	7,038	7	8	1	10	7,584	8	10	1	10
Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho	7,673	8	8	1	10	4,770	5		1	10
Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoa está, sem precisar de se deslocar	7,976	8	10	2	10	4,448	5		1	10
Ter comprovativo do envio	7,886	8	10	2	10	6,843	7	6	1	10
Facilitar a expressão de sentimentos e emoções	7,368	7	8	2	10	7,303	7	8	1	10
Poder ser recebido em qualquer local	8,046	8	10	1	10	5,355	6	6	1	10
Ser económico	8,316	9	10	1	10	7,144	7	10	1	10
Ser formal	6,832	7	7	1	10	7,635	8	10	2	10
Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe	8,194	8	10	3	10	7,362	7	10	1	10
Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa	7,648	8	10	1	10	7,675	8	10	1	10
Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova	7,798	8	10	1	10	7,802	8	10	1	10
Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém	8,004	8	10	3	10	7,671	8	10	1	10
Ser rápido de enviar e rápido de receber	8,214	8	10	1	10	4,688	5	5	1	10
Ser informal	6,112	6	5	1	10	4,398	5	5	1	10
Ter garantia e segurança de entrega	8,386	9	10	2	10	6,777	7	6	1	10

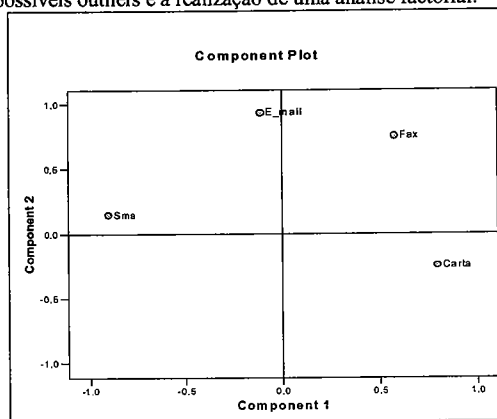
**Quadro 363:** Estatísticas P18 e P19 (2)

Statistics	P19 e-mail					P19 fax					P19 sms				
	Mean	Med	Mod	Min	Max	Mean	Med	Mod	Min	Max	Mean	Med	Mod	Min	Max
Ser simples e prático de enviar e receber	7,345	8	10	1	10	6,567	7	5	1	10	8,104	9	10	1	10
Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...)	7,665	8	10	1	10	6,102	6	5	1	10	6,087	6	8	1	10
Requerer o uso de uma escrita mais cuidada	6,506	6	5	1	10	7,261	7	10	1	10	5,193	5	6	1	10
Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho	7,673	8	10	1	10	6,518	7	7	1	10	7,752	8	10	1	10
Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoa está, sem precisar de se deslocar	6,764	7	10	1	10	5,983	6	5	1	10	8,312	9	10	1	10
Ter comprovativo do envio	6,957	7	5	1	10	7,820	8	10	1	10	5,490	6	10	1	10
Facilitar a expressão de sentimentos e emoções	6,663	7	5	1	10	5,544	6	5	1	10	7,224	7	8	1	10
Poder ser recebido em qualquer local	5,996	6	5	1	10	5,085	5	5	1	10	8,197	9	10	1	10
Ser económico	6,731	7	5	1	10	5,439	5	5	1	10	7,495	8	10	2	10
Ser formal	6,302	6	5	2	10	6,774	7	5	1	10	5,151	5	5	1	10
Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe	6,544	6	5	1	10	5,739	6	5	1	10	6,819	7	8	1	10
Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa	5,728	6	5	1	10	5,260	5	5	1	10	6,909	7	8	1	10
Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova	6,462	7	5	1	10	7,573	8	10	1	10	3,805	3	10	1	10
Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém	6,909	7	5	1	10	6,116	6	5	1	10	7,208	8	8	1	10
Ser rápido de enviar e rápido de receber	7,936	8	10	1	10	7,865	8	10	1	10	8,367	9	10	2	10
Ser informal	5,377	5	5	1	10	4,840	5	5	1	10	6,451	7	5	1	10
Ter garantia e segurança de entrega	6,840	7	5	1	10	7,269	7	10	1	10	6,543	7	5	1	10

Pegando só nas médias, decidiu-se então abordar a questão dos possíveis outliers e a realização de uma análise factorial:



**Figura 82:** Outliers



**Figura 83:** Análise factorial

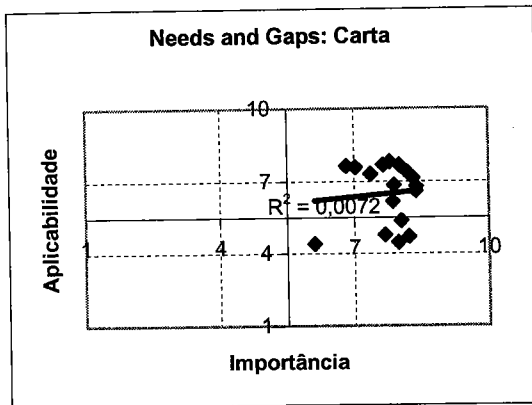


Figura 84: Needs and gaps – carta

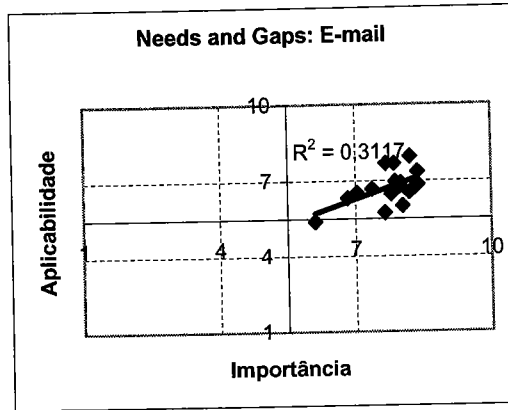


Figura 85: Needs and gaps – e-mail

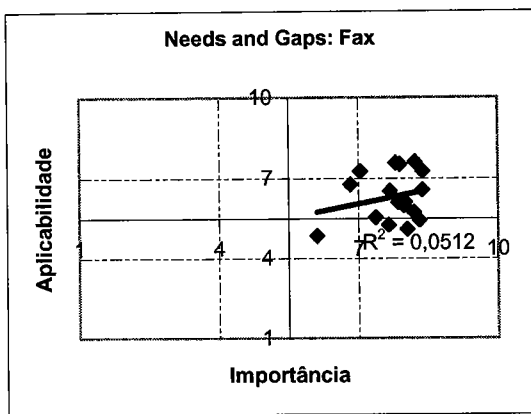


Figura 86: Needs and gaps – fax

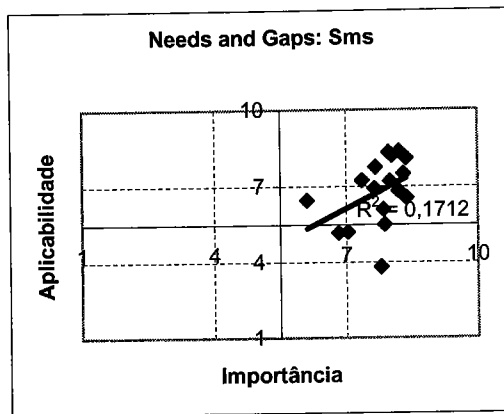


Figura 87: Needs and gaps – sms

<b>Bloco 5 - A Carta e o Futuro</b>		
<b>Bloco 5 - A carta e o futuro</b>		
Factos futuros e carta	Utilização, Substituição, Senders, Conteúdos...	P.20
Caixa de Correio Electrónica CTT	Vantagens e desvantagens (espontâneo)	P.21
Teste do serviço novo	Características sugerido	P.22
	Interesse, Adesão	P.23, P.24
	Transferência de Correio/conteúdos	P.25
	Funcionalidades o que valoriza	P.26
	Preço	P.27

P.20 – Vou ler-lhe algumas frases que outras pessoas disseram sobre a evolução do uso da carta num futuro próximo e gostaria que me dissesse até que ponto concorda ou não com cada uma das seguintes afirmações.

Pensando nos próximos 5 anos, até que ponto concorda ou discorda com as seguintes afirmações?

MOSTRA CARTÃO 10

Discorda totalmente ← 

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

 → Concorda totalmente

RODAR AS FRASES

1	O e-mail irá substituir a carta no envio de mensagens pessoais	(12)(13)
2	Cada vez mais as pessoas irão utilizar mais o Sms no envio de mensagens pessoais	(14)(15)
3	A utilização da carta irá limitar-se ao envio e recepção de mensagens e documentos institucionais ou oficiais	(16)(17)
4	As pessoas irão escrever cada vez menos cartas	(18)(19)
5	Irá surgir formas que tornam o envio de cartas mais fácil	(20)(21)
6	Haverá formas de enviar e-mails que se pareçam com cartas (poder assinar, utilizar caligrafia, etc.)	(22)(23)
7	Haverá a possibilidade de enviar e-mails que possam ser entregues em mão	(24)(25)
8	Cada vez se irão enviar mais mensagens escritas através de telefone	(26)(27)
9	A evolução da tecnologia dos telemóveis irá permitir o envio de mensagens longas	(28)(29)
10	Só as pessoas mais velhas irão continuar a utilizar a carta	(30)(31)
11	Cartas contendo informações ou publicidade, enviadas pelas Empresas aos seus clientes vão ser substituídas por meios electrónicos	(32)(33)
12	Cartas contendo informações ou documentos, enviadas pelas Instituições e Entidades Públicas vão ser substituídas por meios electrónicos	(34)(35)
13	Empresas e Bancos vão passar a usar mais meios electrónicos para o envio de Facturas, Recibos, Extractos	(36)(37)
14	Vão surgir meios de tradução do discurso falado em linguagem escrita	(38)(39)
15	A utilização de carta apenas se irá usar em situações em que é necessária a prova de recepção	(40)(41)
16	O e-mail substituirá a carta em todas as situações quando legalmente aceite como prova	(42)(43)
17	O e-mail quando se imprime é o mesmo que uma carta	(44)(45)

Cartão 13 (10)(11)

**Quadro 364:** A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: O e-mail irá substituir a carta no envio de mensagens pessoais

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR	18	2,0	2,0	2,0
Discorda totalmente	13	1,4	1,4	3,4
2	4	,4	,4	3,9
3	37	4,1	4,1	8,0
4	33	3,7	3,7	11,7
5	109	12,1	12,1	23,8
6	130	14,4	14,4	38,2
7	171	19,0	19,0	57,2
8	198	22,0	22,0	79,2
9	87	9,7	9,7	88,9
Concorda totalmente	100	11,1	11,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 365:** A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Cada vez mais as pessoas irão utilizar o Sms no envio de mensagens pessoais

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR	10	1,1	1,1	1,1
2	2	,2	,2	1,3
3	5	,6	,6	1,9
4	15	1,7	1,7	3,6
5	56	6,2	6,2	9,8
6	114	12,7	12,7	22,4
7	190	21,1	21,1	43,6
8	222	24,7	24,7	68,2
9	133	14,8	14,8	83,0
Concorda totalmente	153	17,0	17,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 366:** A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: A utilização da carta irá limitar-se ao envio e recepção de mensagens e documentos institucionais ou oficiais

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR	2	,2	,2	,2
Discorda totalmente	5	,6	,6	,8
2	14	1,6	1,6	2,3
3	9	1,0	1,0	3,3
4	14	1,6	1,6	4,9
5	88	9,8	9,8	14,7
6	176	19,6	19,6	34,2
7	212	23,6	23,6	57,8
8	189	21,0	21,0	78,8
9	92	10,2	10,2	89,0
Concorda totalmente	99	11,0	11,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 367:** A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: As pessoas irão escrever cada vez menos cartas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Discorda totalmente	1	,1	,1	,1
2	4	,4	,4	,6
3	9	1,0	1,0	1,6
4	22	2,4	2,4	4,0
5	48	5,3	5,3	9,3
6	142	15,8	15,8	25,1
7	197	21,9	21,9	47,0
8	185	20,6	20,6	67,6
9	123	13,7	13,7	81,2
Concorda totalmente	169	18,8	18,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 368:** A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Irão surgir formas que tornam o envio das cartas mais fácil

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR	1	,1	,1	,1
Discorda totalmente	1	,1	,1	,2
2	2	,2	,2	,4
3	6	,7	,7	1,1
4	20	2,2	2,2	3,3
5	95	10,6	10,6	13,9
6	183	20,3	20,3	34,2
7	169	18,8	18,8	53,0
8	186	20,7	20,7	73,7
9	111	12,3	12,3	86,0
Concorda totalmente	126	14,0	14,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 369:** A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Haverá formas de enviar e-mails que se pareçam com cartas (poder assinar, utilizar caligrafia, etc.)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR	18	2,0	2,0	2,0
Discorda totalmente	8	,9	,9	2,9
2	4	,4	,4	3,3
3	3	,3	,3	3,7
4	25	2,8	2,8	6,4
5	114	12,7	12,7	19,1
6	166	18,4	18,4	37,6
7	166	18,4	18,4	56,0
8	199	22,1	22,1	78,1
9	107	11,9	11,9	90,0
Concorda totalmente	90	10,0	10,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 370:** A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Haverá a possibilidade de enviar e-mails que possam ser entregues em mão

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR	22	2,4	2,4	2,4
Discorda totalmente	12	1,3	1,3	3,8
2	15	1,7	1,7	5,4
3	18	2,0	2,0	7,4
4	28	3,1	3,1	10,6
5	167	18,6	18,6	29,1
6	155	17,2	17,2	46,3
7	151	16,8	16,8	63,1
8	199	22,1	22,1	85,2
9	68	7,6	7,6	92,8
Concorda totalmente	65	7,2	7,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 371:** A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Cada vez se irão enviar mais mensagens escritas através de telefone

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR	4	,4	,4	,4
Discorda totalmente	1	,1	,1	,6
2	3	,3	,3	,9
3	8	,9	,9	1,8
4	16	1,8	1,8	3,6
5	73	8,1	8,1	11,7
6	132	14,7	14,7	26,3
7	190	21,1	21,1	47,4
8	234	26,0	26,0	73,4
9	106	11,8	11,8	85,2
Concorda totalmente	133	14,8	14,8	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 372** A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: A evolução da tecnologia dos telemóveis irá permitir o envio de mensagens longas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR	5	,6	,6	,6
Discorda totalmente	2	,2	,2	,8
2	3	,3	,3	1,1
3	4	,4	,4	1,6
4	17	1,9	1,9	3,4
5	95	10,6	10,6	14,0
6	146	16,2	16,2	30,2
7	181	20,1	20,1	50,3
8	195	21,7	21,7	72,0
9	115	12,8	12,8	84,8
Concorda totalmente	137	15,2	15,2	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 373:** A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Só as pessoas mais velhas irão continuar a utilizar a carta

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
2	18	2,0	2,0	2,0
3	26	2,9	2,9	4,9
4	20	2,2	2,2	7,1
5	60	6,7	6,7	13,8
6	139	15,4	15,4	29,2
7	203	22,6	22,6	51,8
8	207	23,0	23,0	74,8
9	91	10,1	10,1	84,9
Concorda totalmente	136	15,1	15,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 374:** A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Cartas contendo informações ou publicidade, enviadas pelas Empresas aos seus clientes vão ser substituídas por meios electrónicos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR	6	,7	,7	,7
Discorda totalmente	2	,2	,2	,9
2	3	,3	,3	1,2
3	16	1,8	1,8	3,0
4	36	4,0	4,0	7,0
5	90	10,0	10,0	17,0
6	192	21,3	21,3	38,3
7	180	20,0	20,0	58,3
8	194	21,6	21,6	79,9
9	109	12,1	12,1	92,0
Concorda totalmente	72	8,0	8,0	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 375:** A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Cartas contendo informações ou documentos, enviadas pelas Instituições e Entidades Públicas vão ser substituídas por meios electrónicos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR	3	,3	,3	,3
Discorda totalmente	4	,4	,4	,8
2	8	,9	,9	1,7
3	19	2,1	2,1	3,8
4	38	4,2	4,2	8,0
5	114	12,7	12,7	20,7
6	169	18,8	18,8	39,4
7	214	23,8	23,8	63,2
8	194	21,6	21,6	84,8
9	77	8,6	8,6	93,3
Concorda totalmente	60	6,7	6,7	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 376:** A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Empresas e Bancos vão passar a usar mais meios electrónicos para o envio de Facturas, Recibos, Extractos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR	6	,7	,7	,7
Discorda totalmente	3	,3	,3	1,0
2	5	,6	,6	1,6
3	15	1,7	1,7	3,2
4	21	2,3	2,3	5,6
5	111	12,3	12,3	17,9
6	186	20,7	20,7	38,6
7	186	20,7	20,7	59,2
8	195	21,7	21,7	80,9
9	95	10,6	10,6	91,4
Concorda totalmente	77	8,6	8,6	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 377:** A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Vao surgir meios de tradução do discurso falado em linguagem escrita

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR	15	1,7	1,7	1,7
Discorda totalmente	4	,4	,4	2,1
2	3	,3	,3	2,4
3	15	1,7	1,7	4,1
4	16	1,8	1,8	5,9
5	123	13,7	13,7	19,6
6	159	17,7	17,7	37,2
7	196	21,8	21,8	59,0
8	201	22,3	22,3	81,3
9	92	10,2	10,2	91,6
Concorda totalmente	76	8,4	8,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 378:** A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: A utilização de carta apenas se irá verificar em situações em que é necessária a prova da recepção

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR	1	,1	,1	,1
Discorda totalmente	1	,1	,1	,2
2	11	1,2	1,2	1,4
3	16	1,8	1,8	3,2
4	43	4,8	4,8	8,0
5	112	12,4	12,4	20,4
6	158	17,6	17,6	38,0
7	223	24,8	24,8	62,8
8	174	19,3	19,3	82,1
9	88	9,8	9,8	91,9
Concorda totalmente	73	8,1	8,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 379:** A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: O e-mail substituirá a carta em todas as situações quando legalmente aceite como prova

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR	13	1,4	1,4	1,4
Discorda totalmente	9	1,0	1,0	2,4
2	8	,9	,9	3,3
3	12	1,3	1,3	4,7
4	31	3,4	3,4	8,1
5	126	14,0	14,0	22,1
6	199	22,1	22,1	44,2
7	193	21,4	21,4	65,7
8	156	17,3	17,3	83,0
9	80	8,9	8,9	91,9
Concorda totalmente	73	8,1	8,1	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 380:** A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: O e-mail quando se imprime é o mesmo que uma carta

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
NS / NR	16	1,8	1,8	1,8
Discorda totalmente	10	1,1	1,1	2,9
2	15	1,7	1,7	4,6
3	10	1,1	1,1	5,7
4	31	3,4	3,4	9,1
5	99	11,0	11,0	20,1
6	182	20,2	20,2	40,3
7	187	20,8	20,8	61,1
8	172	19,1	19,1	80,2
9	93	10,3	10,3	90,6
Concorda totalmente	85	9,4	9,4	100,0
Total	900	100,0	100,0	

**Quadro 381: Statistics**

		A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Cada vez mais as pessoas irão utilizar o Sms no envio de mensagens pessoais	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: A utilização da carta irá limitar-se ao envio e recepção de mensagens e documentos institucionais ou oficiais	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: As pessoas irão escrever cada vez menos cartas	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Irão surgir formas que tornam o envio das cartas mais fácil	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Haverá formas de enviar e-mails que se pareçam com cartas (poder assinar, utilizar caligrafia, etc.)	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Haverá a possibilidade de enviar e-mails que possam ser entregues em mão	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Cada vez se irão enviar mais mensagens escritas através de telefone	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: A evolução da tecnologia dos telemóveis irá permitir o envio de mensagens longas	
N	Valid	882	890	898	900	899	882	878	896	895
	Missing	18	10	2	0	1	18	22	4	5
	Mean	6,98	7,73	7,16	7,64	7,35	7,15	6,70	7,52	7,45
	Median	7,00	8,00	7,00	8,00	7,00	7,00	7,00	8,00	7,00
	Mode	8	8	7	7	8	8	8	8	8
	Minimum	1	2	1	1	1	1	1	1	1
	Maximum	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Sum	6153	6876	6426	6872	6606	6308	5884	6738	6671
	Percentiles									
	25	6,00	7,00	6,00	6,00	6,00	6,00	5,00	6,00	6,00
	50	7,00	8,00	7,00	8,00	7,00	7,00	7,00	8,00	7,00
	75	8,00	9,00	8,00	9,00	9,00	8,00	8,00	9,00	9,00

Quadro 382: Statistics

		A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Só as pessoas mais velhas irão continuar a utilizar a carta	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Cartas contendo informações ou publicidade, enviadas pelas Empresas aos seus clientes vão ser substituídas por meios electrónicos	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Cartas contendo informações ou documentos, enviadas pelas Instituições e Entidades Públicas vão ser substituídas por meios electrónicos	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Empresas e Bancos vão passar a usar mais meios electrónicos para o envio de Facturas, Recibos, Extractos	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Vao surgir meios de tradução do discurso falado em linguagem escrita	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: A utilização de carta apenas se irá verificar em situações em que é necessária a prova da recepção	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: O e-mail substituirá a carta em todas as situações quando legalmente aceite como prova	A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: O e-mail quando se imprime é o mesmo que uma carta
N	Valid	900	894	897	894	885	899	887	884
	Missing	0	6	3	6	15	1	13	16
	Mean	7,32	7,06	6,86	7,05	7,07	6,93	6,83	6,96
	Median	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
	Mode	8	8	7	8	8	7	6	7
	Minimum	2	1	1	1	1	1	1	1
	Maximum	10	10	10	10	10	10	10	10
	Sum	6584	6315	6156	6300	6256	6226	6058	6153
	Percentiles								
	25	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
	50	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
	75	9,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00

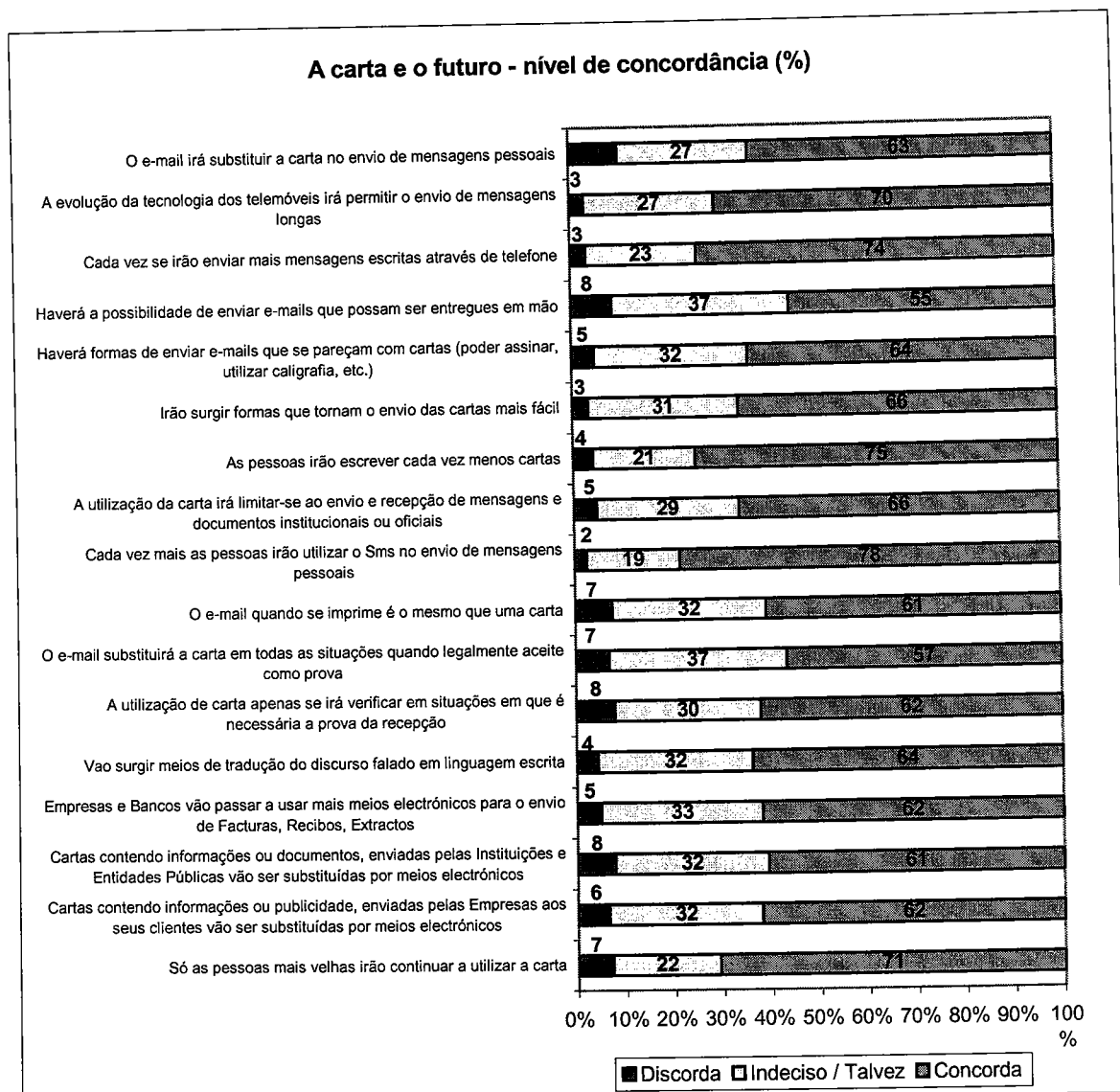


Figura 88: A carta e o futuro

Quadro 383: Classificação das preferências: Intervalos de Confiança

Envio												
	Lim. Inf.	Famil.	lim. Sup.	lim. Inf.	Amig.	lim. Sup.	lim. Inf.	Emp.	lim. Sup.	lim. Inf.	Instit.	lim. Sup.
E-mail	1,97	2,04	2,11	1,85	1,91	1,97	1,85	1,91	1,97	1,94	2,01	2,08
Sms	1,19	1,23	1,27	1,13	1,17	1,21	3,10	3,21	3,32	3,22	3,33	3,44
Carta	1,66	1,72	1,78	1,83	1,89	1,95	1,25	1,29	1,33	1,22	1,26	1,30
Fax	3,45	3,57	3,69	3,48	3,60	3,72	1,86	1,92	1,98	2,47	2,55	2,63
Recepção												
	lim. Inf.	Famil.	lim. Sup.	lim. Inf.	Amig.	lim. Sup.	lim. Inf.	Emp.	lim. Sup.	lim. Inf.	Instit.	lim. Sup.
E-mail	1,96	2,03	2,10	1,85	1,91	1,97	1,90	1,97	2,04	1,98	2,05	2,12
Sms	1,20	1,24	1,28	1,15	1,19	1,23	2,80	2,90	3,00	2,89	2,99	3,09
Carta	1,61	1,66	1,71	1,76	1,82	1,88	1,11	1,15	1,19	1,09	1,13	1,17
Fax	3,51	3,63	3,75	3,50	3,62	3,74	1,92	1,99	2,06	1,93	2,00	2,07

TwoStep Cluster

Quadro 384: Distribuição dos clusters

Cluster Distribution			
	N	% of Combined	% of Total
Cluster 1	479	53,2%	53,2%
2	302	33,6%	33,6%
3	119	13,2%	13,2%
Combined	900	100,0%	100,0%
Total	900		100,0%

Quadro 385: Cluster vs notoriedade dos meios

Notoriedade espontânea TOP dos MCE										
	E-mail		Sms		Carta		Fax		Nenhum	
	frequency	Percent	frequency	Percent	frequency	Percent	frequency	Percent	frequency	Percent
Cluste 1	0	,0%	0	,0%	479	100,0%	0	,0%	0	,0%
2	0	,0%	302	100,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%
3	87	100,0%	0	,0%	0	,0%	17	100,0%	15	100,0%
Combine	87	100,0%	302	100,0%	479	100,0%	17	100,0%	15	100,0%

Quadro 386: Clusters vs idade

idader * TwoStep Cluster Number Crosstabulation					
Count					
		TwoStep Cluster Number			Total
		1	2	3	
idader	15 a 24 anos	149	156	38	343
	25 a 34 anos	123	78	45	246
	35 a 44 anos	90	54	18	162
	45 a 54 anos	73	13	14	100
	55 a 64 anos	22	1	1	24
	65 e mais anos	22	0	3	25
Total		479	302	119	900

**Quadro 387:** Clusters vs sexo

<b>Sexo do inquirido * TwoStep Cluster Number Crosstabulation</b>					
		TwoStep Cluster Number			Total
		1	2	3	
Sexo do inquirido Masculino	Count	214	164	68	446
	% within Sexo do inquirido	48,0%	36,8%	15,2%	100,0%
	% within TwoStep Cluster Number	44,7%	54,3%	57,1%	49,6%
Feminino	Count	265	138	51	454
	% within Sexo do inquirido	58,4%	30,4%	11,2%	100,0%
	% within TwoStep Cluster Number	55,3%	45,7%	42,9%	50,4%
Total	Count	479	302	119	900
	% within Sexo do inquirido	53,2%	33,6%	13,2%	100,0%
	% within TwoStep Cluster Number	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 388:** Clusters vs nível de instrução

<b>Nível de instrução do entrevistado * TwoStep Cluster Number Crosstabulation</b>						
		TwoStep Cluster Number			Total	
		1	2	3		
Nível de instrução do entrevistado	E chefe de família / Não respondem	Count	239	111	65	415
	% within TwoStep Cluster Number	49,9%	36,8%	54,6%	46,1%	
Até primária	Count	46	8	4	58	
	% within TwoStep Cluster Number	9,6%	2,6%	3,4%	6,4%	
Ciclo preparatório/6º a	Count	28	22	5	55	
	% within TwoStep Cluster Number	5,8%	7,3%	4,2%	6,1%	
Antigo 5º ano/9º ano	Count	69	74	11	154	
	% within TwoStep Cluster Number	14,4%	24,5%	9,2%	17,1%	
Antigo 7º ano/12º ano	Count	83	75	28	186	
	% within TwoStep Cluster Number	17,3%	24,8%	23,5%	20,7%	
Curso média/Bacharel	Count	7	4	2	13	
	% within TwoStep Cluster Number	1,5%	1,3%	1,7%	1,4%	
Curso universitário	Count	7	8	4	19	
	% within TwoStep Cluster Number	1,5%	2,6%	3,4%	2,1%	
Total	Count	479	302	119	900	
	% within TwoStep Cluster Number	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

**Quadro 389:** Clusters vs uso do e-mail

Frequência de uso do e-mail * TwoStep Cluster Number Crosstabulation						
			TwoStep Cluster Number			Total
			1	2	3	
Frequência de uso do e-mail	Não Conhece	Count	274	148	29	451
		% within TwoStep Cluster Number	57,2%	49,0%	24,4%	50,1%
	Todos os dias	Count	69	52	41	162
		% within TwoStep Cluster Number	14,4%	17,2%	34,5%	18,0%
	4 a 5 vezes por semana	Count	33	26	18	77
		% within TwoStep Cluster Number	6,9%	8,6%	15,1%	8,6%
	2 a 3 vezes por semana	Count	34	25	10	69
		% within TwoStep Cluster Number	7,1%	8,3%	8,4%	7,7%
1 vez por semana	Count	9	14	4	27	
	% within TwoStep Cluster Number	1,9%	4,6%	3,4%	3,0%	
Menos vezes	Count	21	20	5	46	
	% within TwoStep Cluster Number	4,4%	6,6%	4,2%	5,1%	
Não usa e-mail	Count	39	17	12	68	
	% within TwoStep Cluster Number	8,1%	5,6%	10,1%	7,6%	
Total	Count	479	302	119	900	
	% within TwoStep Cluster Number	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

**Quadro 390:** Clusters vs idade em que deixou de estudar

que idade deixou de estudar ou terminou os estudos * TwoStep Cluster Number Crosstabulation						
			TwoStep Cluster Number			Total
			1	2	3	
Com que idade deixou de estudar ou terminou os estudos	Com 15 anos ou menos	Count	185	62	21	268
		% within TwoStep Cluster Number	38,6%	20,5%	17,6%	29,8%
	Entre os 16 e os 19 anos	Count	140	110	35	285
		% within TwoStep Cluster Number	29,2%	36,4%	29,4%	31,7%
	Com 20 anos ou mais	Count	73	43	39	155
		% within TwoStep Cluster Number	15,2%	14,2%	32,8%	17,2%
	Ainda está a estudar	Count	80	87	23	190
		% within TwoStep Cluster Number	16,7%	28,8%	19,3%	21,1%
	Nunca foi à escola	Count	1	0	1	2
		% within TwoStep Cluster Number	,2%	,0%	,8%	,2%
Total	Count	479	302	119	900	
	% within TwoStep Cluster Number	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

**Quadro 391:** Clusters vs acesso à Internet

<b>Não tem acesso à Internet * TwoStep Cluster Number Crosstabulation</b>						
			TwoStep Cluster Number			Total
			1	2	3	
Não tem acesso à Internet	Tem acesso	Count	205	154	90	449
		% within TwoStep Cluster Number	42,8%	51,0%	75,6%	49,9%
	Não tem acesso	Count	274	148	29	451
		% within TwoStep Cluster Number	57,2%	49,0%	24,4%	50,1%
Total		Count	479	302	119	900
		% within TwoStep Cluster Number	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 392:** Clusters vs leitura de revistas

<b>Frequência de leitura de revistas * TwoStep Cluster Number Crosstabulation</b>						
			TwoStep Cluster Number			Total
			1	2	3	
Frequência de leitura de revistas	Todas as semanas	Count	124	83	39	246
		% within TwoStep Cluster Number	25,9%	27,5%	32,8%	27,3%
	2 a 3 vezes por mês	Count	128	83	36	247
		% within TwoStep Cluster Number	26,7%	27,5%	30,3%	27,4%
	1 vez por mês	Count	72	45	13	130
		% within TwoStep Cluster Number	15,0%	14,9%	10,9%	14,4%
	Menos vezes	Count	64	44	17	125
		% within TwoStep Cluster Number	13,4%	14,6%	14,3%	13,9%
	Nunca lê	Count	91	47	14	152
		% within TwoStep Cluster Number	19,0%	15,6%	11,8%	16,9%
Total		Count	479	302	119	900
		% within TwoStep Cluster Number	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 393:** Clusters vs leitura de livros

Frequência de leitura de livros * TwoStep Cluster Number Crosstabulation						
			TwoStep Cluster Number			Total
			1	2	3	
Frequência de leitura de livros	Todos os dias	Count	39	34	12	85
		% within TwoStep Cluster Number	8,1%	11,3%	10,1%	9,4%
	4 a 5 vezes por seman:	Count	40	32	9	81
		% within TwoStep Cluster Number	8,4%	10,6%	7,6%	9,0%
	2 a 3 vezes por seman:	Count	44	33	20	97
		% within TwoStep Cluster Number	9,2%	10,9%	16,8%	10,8%
	1 vez por semana	Count	45	35	10	90
		% within TwoStep Cluster Number	9,4%	11,6%	8,4%	10,0%
	Menos vezes	Count	129	62	33	224
		% within TwoStep Cluster Number	26,9%	20,5%	27,7%	24,9%
	Nunca lê	Count	182	106	35	323
		% within TwoStep Cluster Number	38,0%	35,1%	29,4%	35,9%
Total		Count	479	302	119	900
		% within TwoStep Cluster Number	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 394:** Clusters vs número horas que vê Televisão por dia

Número de horas que vê televisão por dia * TwoStep Cluster Number Crosstabulation						
		TwoStep Cluster Number			Total	
		1	2	3		
Número de horas que vê televisão por dia	0	Count	2	0	0	2
		% within TwoStep Cluster Number	,4%	,0%	,0%	,2%
	1	Count	60	36	25	121
		% within TwoStep Cluster Number	12,5%	11,9%	21,0%	13,4%
	2	Count	120	82	36	238
		% within TwoStep Cluster Number	25,1%	27,2%	30,3%	26,4%
	3	Count	131	79	21	231
		% within TwoStep Cluster Number	27,3%	26,2%	17,6%	25,7%
	4	Count	88	58	20	166
		% within TwoStep Cluster Number	18,4%	19,2%	16,8%	18,4%
	5	Count	35	26	8	69
		% within TwoStep Cluster Number	7,3%	8,6%	6,7%	7,7%
	6	Count	26	15	5	46
		% within TwoStep Cluster Number	5,4%	5,0%	4,2%	5,1%
	7	Count	4	0	1	5
		% within TwoStep Cluster Number	,8%	,0%	,8%	,6%
	8	Count	6	5	0	11
		% within TwoStep Cluster Number	1,3%	1,7%	,0%	1,2%
	10	Count	3	0	0	3
		% within TwoStep Cluster Number	,6%	,0%	,0%	,3%
	12	Count	1	0	0	1
		% within TwoStep Cluster Number	,2%	,0%	,0%	,1%
	15	Count	1	0	0	1
		% within TwoStep Cluster Number	,2%	,0%	,0%	,1%
	16	Count	1	1	0	2
		% within TwoStep Cluster Number	,2%	,3%	,0%	,2%
	Não Sabe / Não responde	Count	1	0	3	4
		% within TwoStep Cluster Number	,2%	,0%	2,5%	,4%
<b>Total</b>		Count	479	302	119	900
		% within TwoStep Cluster Number	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 395:** Clusters vs frequência de ida ao cinema

Frequência de ida ao cinema * TwoStep Cluster Number Crosstabulation						
			TwoStep Cluster Number			Total
			1	2	3	
Frequência de ida ao cinema	Todas as semanas	Count	4	9	3	16
		% within TwoStep Cluster Number	,8%	3,0%	2,5%	1,8%
	2 a 3 vezes por mês	Count	45	28	12	85
		% within TwoStep Cluster Number	9,4%	9,3%	10,1%	9,4%
	1 vez por mês	Count	53	48	19	120
		% within TwoStep Cluster Number	11,1%	15,9%	16,0%	13,3%
	1 vez cada 2-3 meses	Count	50	47	21	118
		% within TwoStep Cluster Number	10,4%	15,6%	17,6%	13,1%
	1 vez cada 4-6 meses	Count	39	29	11	79
		% within TwoStep Cluster Number	8,1%	9,6%	9,2%	8,8%
	Menos vezes	Count	87	47	23	157
		% within TwoStep Cluster Number	18,2%	15,6%	19,3%	17,4%
	Nunca vai	Count	201	94	30	325
		% within TwoStep Cluster Number	42,0%	31,1%	25,2%	36,1%
Total		Count	479	302	119	900
		% within TwoStep Cluster Number	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 396:** Clusters vs bens que existem o agregado familiar – telefone fixo

Bens que existem no agregado familiar * TwoStep Cluster Number Crosstabulation						
			TwoStep Cluster Number			Total
			1	2	3	
Bens que existem no agregado familiar	Não existe no seu agregado familiar	Count	245	164	44	453
		% within TwoStep Cluster Number	51,1%	54,3%	37,0%	50,3%
	Telefone fixo	Count	234	138	75	447
		% within TwoStep Cluster Number	48,9%	45,7%	63,0%	49,7%
Total		Count	479	302	119	900
		% within TwoStep Cluster Number	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 397:** Clusters vs bens que existem o agregado familiar – telemóvel

<b>Bens que existem no agregado familiar * TwoStep Cluster Number Crosstabulation</b>						
			TwoStep Cluster Number			Total
			1	2	3	
Bens que existem no agregado familiar	Não existe no seu agregado familiar	Count	45	8	3	56
		% within TwoStep Cluster Number	9,4%	2,6%	2,5%	6,2%
	Telemóvel	Count	434	294	116	844
		% within TwoStep Cluster Number	90,6%	97,4%	97,5%	93,8%
Total		Count	479	302	119	900
		% within TwoStep Cluster Number	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 398:** Clusters vs bens que existem o agregado familiar – computador

<b>Bens que existem no agregado familiar * TwoStep Cluster Number Crosstabulation</b>						
			TwoStep Cluster Number			Total
			1	2	3	
Bens que existem no agregado familiar	Não existe no seu agregado familiar	Count	239	129	24	392
		% within TwoStep Cluster Number	49,9%	42,7%	20,2%	43,6%
	Computador	Count	240	173	95	508
		% within TwoStep Cluster Number	50,1%	57,3%	79,8%	56,4%
Total		Count	479	302	119	900
		% within TwoStep Cluster Number	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 399:** Clusters vs bens que existem o agregado familiar – TV cabo

<b>Bens que existem no agregado familiar * TwoStep Cluster Number Crosstabulation</b>						
			TwoStep Cluster Number			Total
			1	2	3	
Bens que existem no agregado familiar	Não existe no seu agregado familiar	Count	218	124	37	379
		% within TwoStep Cluster Number	45,5%	41,1%	31,1%	42,1%
	TV Cabo	Count	261	178	82	521
		% within TwoStep Cluster Number	54,5%	58,9%	68,9%	57,9%
Total		Count	479	302	119	900
		% within TwoStep Cluster Number	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 400:** Clusters vs bens que existem o agregado familiar – antena parabólica

<b>Bens que existem no agregado familiar * TwoStep Cluster Number Crosstabulation</b>						
			TwoStep Cluster Number			Total
			1	2	3	
Bens que existem no agregado familiar	Não existe no seu agregado familiar	Count	426	280	100	806
		% within TwoStep Cluster Number	88,9%	92,7%	84,0%	89,6%
	Antena parabólica	Count	53	22	19	94
		% within TwoStep Cluster Number	11,1%	7,3%	16,0%	10,4%
Total		Count	479	302	119	900
		% within TwoStep Cluster Number	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 401:** Clusters vs bens que existem o agregado familiar – DVD

<b>Bens que existem no agregado familiar * TwoStep Cluster Number Crosstabulation</b>						
			TwoStep Cluster Number			Total
			1	2	3	
Bens que existem no agregado familiar	Não existe no seu agregado familiar	Count	222	124	29	375
		% within TwoStep Cluster Number	46,3%	41,1%	24,4%	41,7%
	DVD	Count	257	178	90	525
		% within TwoStep Cluster Number	53,7%	58,9%	75,6%	58,3%
Total		Count	479	302	119	900
		% within TwoStep Cluster Number	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

## Índice de Quadros

Quadro 1: Multibanco em Portugal, 1993 e 2006 .....	245
Quadro 2: Acesso à Internet em Portugal, 1997 a 2007 .....	245
Quadro 3: Empresas com presença na Internet, 2000-2007 (%) .....	245
Quadro 4: Empresas a praticar comércio electrónico, 2000-2007 (%) .....	246
Quadro 5: Taxa de penetração do telefone em Portugal, 1977 e 2006.....	246
Quadro 6: Utilizadores de Computador por escalão etário, 2000-2007 (%) .....	246
Quadro 7: Utilizadores de computador por nível de escolaridade, 2000-2007 (%) .....	247
Quadro 8: Utilizadores da Internet, 1996-2006 (%).....	247
Quadro 9:- Utilizadores da Internet por escalão etário, 2000-2007 (%) .....	247
Quadro 10 : Estradas e caminhos, continente (km).....	247
Quadro 11: Condução de Malas de correio, de 1928 a 1964 (1000 km).....	248
Quadro 12: População activa por sectores de actividade, 1900 a 1930.....	249
Quadro 13: População activa por sectores de actividade, 1953 a 1995 (1 de 2) .....	249
Quadro 14: Tráfego de correspondência nacional, 1880 a 1990 (nº) .....	250
Quadro 15: População residente e Famílias, 1890 a 2001 (nº).....	251
Quadro 16: Estações e Postos de Correio e de Venda de Selos, 1900 a 1990 (nº).....	251
Quadro 17: Recursos 1990 a 2003 e Variação 2002/1990 .....	252
Quadro 18: Tráfego de Correspondências.....	253
Quadro 19: Tráfego postal total.....	Un: milhares de objectos

253

Quadro 20: Síntese das teorias e modelos da riqueza, crescimento e desenvolvimento económico (4 p.).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Quadro 21: Médias das variáveis do estudo macro .....	261
Quadro 22: Ano 1997 – Países Desenvolvimento Humano Elevado .....	262
Quadro 23: Ano 1998 – Países Desenvolvimento Humano Elevado .....	262
Quadro 24: Ano 1999 – Países Desenvolvimento Humano Elevado .....	263
Quadro 25: Ano 2000 – Países Desenvolvimento Humano Elevado .....	264
Quadro 26: Ano 2001 – Países Desenvolvimento Humano Elevado .....	264
Quadro 27: Ano 2002 – Países Desenvolvimento Humano Elevado .....	265
Quadro 28: Ano 1997 – Países Desenvolvimento Humano Baixo .....	265
Quadro 29: Ano 1998 – Países Desenvolvimento Humano Baixo .....	266
Quadro 30: Ano 1999 – Países Desenvolvimento Humano Baixo .....	266
Quadro 31: Ano 2000 – Países Desenvolvimento Humano Baixo .....	267
Quadro 32: Ano 2001 – Países Desenvolvimento Humano Baixo .....	267
Quadro 33: Ano 2002 – Países Desenvolvimento Humano Baixo .....	268
Quadro 34: Dimensão Universos e amostras .....	268
Quadro 35: Países de Desenvolvimento Humano Elevado: Distribuição de frequências da composição por países das amostras dos anos de 1997 a 2002 .....	269
Quadro 36: Países de Desenvolvimento Humano Baixo: Distribuição de frequências da composição por países das amostras dos anos de 1997 a 2002.....	270
Quadro 37: Fluxos de tráfego de correspondências .....	271
Quadro 38: Fluxos de tráfego .....	271
Quadro 39: Questionário .....	272
Quadro 40 e 38 A: Distribuição final da amostra.....	290
Quadro 41: Lista de variáveis.....	295
Quadro 42: Número membros sexo masculino .....	302
Quadro 43: Número membros sexo feminino .....	302
Quadro 44: Número membros até 3 anos .....	302
Quadro 45: Número membros de 4 a 14 anos .....	303
Quadro 46: Número membros de 15 a 17 anos .....	303
Quadro 47: Número membros de 18 a 54 anos .....	303

Quadro 48: N° MEMBROS DE 55 OU + ANOS.....	303
Quadro 49: Total indivíduos até 14 anos.....	304
Quadro 50: Total de indivíduos com 15 anos e mais .....	304
Quadro 51: Total de indivíduos ou dimensão da família .....	304
Quadro 52: Idade do inquirido .....	305
Quadro 53: Sexo – Sexo do Inquirido .....	306
Quadro 54: Ocupação do chefe de família .....	306
Quadro 55: Nível de instrução do chefe de família .....	307
Quadro 56: Cl_soc - Classe social.....	307
Quadro 57: Notoriedade espontânea TOP dos MCE.....	308
Quadro 58: Notoriedade assistida 1 dos MCE .....	308
Quadro 59: Notoriedade assistida 2 dos MCE .....	308
Quadro 60: Notoriedade assistida 3 dos MCE .....	308
Quadro 61: Notoriedade assistida 4 dos MCE .....	308
Quadro 62: Notoriedade assistida 9=Mais nenhum MCE além do TOP .....	309
Quadro 63: Notoriedade sugerida 1 dos MCE .....	309
Quadro 64: Notoriedade sugerida 2 dos MCE .....	309
Quadro 65: Notoriedade sugerida 3 dos MCE .....	309
Quadro 66: Notoriedade sugerida 4 dos MCE .....	310
Quadro 67: Semelhança Carta - Fax.....	310
Quadro 68: Semelhança Carta - Sms.....	310
Quadro 69: Semelhança Carta - E-mail.....	311
Quadro 70: Semelhança Fax - E-mail .....	311
Quadro 71: Semelhança Fax - Sms .....	311
Quadro 72: Semelhança E-mail - Sms .....	312
Quadro 73: Uso do E-mail (vantagem 1) .....	313
Quadro 74: Uso do E-mail (vantagem 2) .....	314
Quadro 75: Uso do E-mail (vantagem 3) .....	315
Quadro 76: Uso do E-mail (vantagem 4) .....	315
Quadro 77: Uso do E-mail (desvantagem 1) .....	315
Quadro 78: Uso do E-mail (desvantagem 2) .....	316
Quadro 79: P4b_3 - Uso do E-mail (desvantagem 3) .....	316
Quadro 80: Uso do Sms (vantagem 1) .....	317
Quadro 81: Uso do Sms (vantagem 2) .....	318
Quadro 82: Uso do Sms (vantagem 3) .....	319
Quadro 83: Uso do Sms (desvantagem 1) .....	319
Quadro 84: Uso do Sms (desvantagem 2) .....	320
Quadro 85: Uso do Sms (desvantagem 3) .....	320
Quadro 86: Uso do FAX (vantagem 1) .....	321
Quadro 87: Uso do FAX (vantagem 2) .....	322
Quadro 88: Uso do FAX (vantagem 3) .....	322
Quadro 89: Quadro 85: P6b_1 - Uso do FAX (desvantagem 1) .....	323
Quadro 90: Uso do FAX (desvantagem 2) .....	324
Quadro 91: Uso do FAX (desvantagem 3) .....	325
Quadro 92: Uso do FAX (desvantagem 4) .....	325
Quadro 93: Uso do FAX (desvantagem 5) .....	325
Quadro 94: Uso da Carta (vantagem 1) .....	326
Quadro 95: Uso da Carta (vantagem 2) .....	327
Quadro 96: Uso da Carta (vantagem 3) .....	328
Quadro 97: Uso da Carta (vantagem 4) .....	328
Quadro 98: Uso da Carta (desvantagem 1) .....	329
Quadro 99: Uso da Carta (desvantagem 2) .....	330

Quadro 100: Uso da Carta (desvantagem 3) .....	330
Quadro 101: Grau de preferência do e-mail para envio a Familiares.....	331
Quadro 102Quadro 98: P8_Fam2 - Grau de preferência do Sms para envio a Familiares .....	332
Quadro 103: Grau de preferência da Carta para envio a Familiares .....	332
Quadro 104: Grau de preferência do Fax para envio a Familiares.....	333
Quadro 105: Grau de preferência do e-mail para envio a Amigos.....	334
Quadro 106: Grau de preferência do Sms para envio a Amigos .....	335
Quadro 107: Grau de preferência da Carta para envio a Amigos.....	336
Quadro 108: Grau de preferência do Fax para envio a Amigos .....	337
Quadro 109: Grau de preferência do e-mail para envio a Empresas.....	338
Quadro 110: Grau de preferência do Sms para envio a Empresas .....	339
Quadro 111: Grau de preferência da Carta para envio a Empresas.....	339
Quadro 112: Grau de preferência do Fax para envio a Empresas .....	340
Quadro 113: Grau de preferência do e-mail para envio a Instituições .....	341
Quadro 114: Grau de preferência do Sms para envio a Instituições .....	342
Quadro 115: Grau de preferência da Carta para envio a Instituições.....	343
Quadro 116: Grau de preferência do Fax para envio a Instituições .....	344
Quadro 117: Hábitos de envio no último ano (conteúdos).....	345
Quadro 118: Hábitos de envio no último ano (conteúdos).....	346
Quadro 119: Hábitos de envio no último ano (conteúdos).....	346
Quadro 120:Hábitos de envio no último ano (conteúdos).....	346
Quadro 121: Hábitos de envio no último ano (conteúdos).....	346
Quadro 122: Hábitos de envio no último ano (conteúdos .....	346
Quadro 123:Hábitos de envio no último ano (conteúdos).....	347
Quadro 124:Hábitos de envio no último ano (conteúdos).....	347
Quadro 125: Hábitos de envio no último ano (conteúdos).....	347
Quadro 126: Uso de e-mail para envio de convites ou felicitações .....	348
Quadro 127: Uso de e-mail para envio de Comunicação escrita para Amigos .....	348
Quadro 128:Uso de e-mail para envio de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias) .....	349
Quadro 129: Uso de e-mail para envio de Documentos e assuntos oficiais.....	349
Quadro 130: Uso de e-mail para envio de Pagamentos.....	349
Quadro 131:Uso de e-mail para envio de Reclamações.....	349
Quadro 132: Uso de e-mail para envio de Candidaturas, curriculum .....	350
Quadro 133: Uso de e-mail para envio de Comunicação escrita para Familiares.....	350
Quadro 134: Uso de e-mail para envio de Encomendas de produtos / catálogos.....	350
Quadro 135: Uso de Sms para envio de convites ou felicitações.....	350
Quadro 136: Uso de Sms para envio de Comunicação escrita para Amigos .....	351
Quadro 137: Uso de Sms para envio de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias) .....	351
Quadro 138: Uso de Sms para envio de Documentos e assuntos oficiais .....	351
Quadro 139: Uso de Sms para envio de Pagamentos.....	351
Quadro 140: Uso de Sms para envio de Reclamações .....	352
Quadro 141: Uso de Sms para envio de Candidaturas, curriculum.....	352
Quadro 142: Uso de Sms para envio de Comunicação escrita para Familiares .....	352
Quadro 143: Uso de Sms para envio de Encomendas de produtos / catálogos.....	352
Quadro 144:Uso de Carta para envio de convites ou felicitações .....	353
Quadro 145: Uso de Carta para envio de Comunicação escrita para Amigos.....	353
Quadro 146: Uso de Carta para envio de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias) .....	353
Quadro 147: Uso de Carta para envio de Documentos e assuntos oficiais .....	353
Quadro 148: Uso de Carta para envio de Pagamentos .....	354

Quadro 149: Uso de Carta para envio de Reclamações .....	354
Quadro 150: Uso de Carta para envio de Candidaturas, curriculum.....	354
Quadro 151: Uso de Carta para envio de Comunicação escrita para Familiares .....	354
Quadro 152: Uso de Carta para envio de Encomendas de produtos / catálogos .....	355
Quadro 153: Uso de Fax para envio de convites ou felicitações.....	355
Quadro 154: Uso de Fax para envio de Comunicação escrita para Amigos .....	355
Quadro 155: Uso de Fax para envio de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias) .....	355
Quadro 156: Uso de Fax para envio de Documentos e assuntos oficiais.....	356
Quadro 157: Uso de Fax para envio de Pagamentos.....	356
Quadro 158: Uso de Fax para envio de Reclamações.....	356
Quadro 159: Uso de Fax para envio de Candidaturas, curriculum.....	356
Quadro 160: Uso de Fax para envio de Comunicação escrita para Familiares .....	357
Quadro 161:Uso de Fax para envio de Encomendas de produtos / catálogos.....	357
Quadro 162: Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Convites ou felicitações (Aniversário, Natal).....	361
Quadro 163: Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Comunicação escrita para Amigos.....	362
Quadro 164: Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias) .....	362
Quadro 165: Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Documentos e assuntos oficiais.....	362
Quadro 166: Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Pagamentos.....	362
Quadro 167: Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Reclamações .....	363
Quadro 168: Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Candidaturas, curriculum .....	363
Quadro 169: Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Comunicação escrita para Familiares.....	363
Quadro 170:Meio preferido para usar em substituição da carta no envio de Encomendas de Produtos/catálogos.....	363
Quadro 171: Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal).....	364
Quadro 172: Motivo 2 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal).....	364
Quadro 173: Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Comunicação escrita para Amigos .....	364
Quadro 174: Motivo 2 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Comunicação escrita para Amigos .....	365
Quadro 175: Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias) .....	365
Quadro 176: Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Documentos e assuntos oficiais.....	366
Quadro 177: Motivo 2 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Documentos e assuntos oficiais.....	366
Quadro 178: Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Pagamentos.....	366
Quadro 179: Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Reclamações .....	367
Quadro 180: Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Candidaturas, curriculum.....	367

Quadro 181: Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Comunicação escrita para Familiares .....	367
Quadro 182: Motivo 2 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Comunicação escrita para Familiares .....	368
Quadro 183: Motivo 1 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Encomendas de produtos/catálogos .....	368
Quadro 184: Motivo 2 da preferência de uso de outro meio, em substituição da carta, no envio de Encomendas de produtos/catálogos .....	368
Quadro 185: Grau de preferência do e-mail para recepção de Comunicação escrita de Familiares .....	372
Quadro 186: Grau de preferência do Sms para recepção de Comunicação escrita de Familiares .....	373
Quadro 187: Grau de preferência da Carta para recepção de Comunicação escrita de Familiares .....	374
Quadro 188: Grau de preferência do Fax para recepção de Comunicação escrita de Familiares .....	374
Quadro 189: Grau de preferência do e-mail para recepção de Comunicação escrita de Amigos .....	375
Quadro 190: Grau de preferência do Sms para recepção de Comunicação escrita de Amigos .....	376
Quadro 191: Grau de preferência da Carta para recepção de Comunicação escrita de Amigos .....	376
Quadro 192: Grau de preferência do Fax para recepção de Comunicação escrita de Amigos .....	377
Quadro 193: Grau de preferência do e-mail para recepção de Comunicação escrita de Empresas .....	378
Quadro 194: Grau de preferência do Sms para recepção de Comunicação escrita de Empresas .....	378
Quadro 195: Grau de preferência da Carta para recepção de Comunicação escrita de Empresas .....	379
Quadro 196: Grau de preferência do Fax para recepção de Comunicação escrita de Empresas .....	380
Quadro 197: Grau de preferência do e-mail para recepção de Comunicação escrita de Instituições .....	380
Quadro 198: Grau de preferência do Sms para recepção de Comunicação escrita de Instituições .....	381
Quadro 199: Grau de preferência da Carta para recepção de Comunicação escrita de Instituições .....	382
Quadro 200: Grau de preferência do Fax para recepção de Comunicação escrita de Instituições .....	382
Quadro 201: Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano).....	383
Quadro 202: Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano).....	384
Quadro 203: Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano).....	384
Quadro 204: Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano).....	384
Quadro 205: Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano).....	384
Quadro 206: Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano).....	384
Quadro 207: Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano).....	385
Quadro 208: Recepção de comunicação escrita/conteúdos (ultimo ano).....	385
Quadro 209: Recepção de e-mail com Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal).....	386
Quadro 210: Recepção de e-mail com Comunicação escrita de Amigos.....	386
Quadro 211: Recepção de e-mail com Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias) .....	387



Quadro 212: Recepção de e-mail com Documentos e assuntos oficiais (entidades públicas/governamentais).....	387
Quadro 213: Recepção de e-mail com Facturas.....	387
Quadro 214: Recepção de e-mail com Extractos bancários.....	387
Quadro 215: Recepção de e-mail com Publicidade endereçada.....	388
Quadro 216: Recepção de e-mail com Comunicação escrita de Familiares.....	388
Quadro 217: Recepção de Sms com Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal).....	388
Quadro 218: Recepção de Sms com Comunicação escrita de Amigos.....	388
Quadro 219: Recepção de Sms com Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias).....	389
Quadro 220: Recepção de Sms com Documentos e assuntos oficiais (entidades públicas/governamentais).....	389
Quadro 221: Recepção de Sms com Facturas.....	389
Quadro 222: Recepção de Sms com Extractos bancários.....	389
Quadro 223: Recepção de Sms com Publicidade endereçada.....	390
Quadro 224: Recepção de Sms com Comunicação escrita de Familiares.....	390
Quadro 225: Recepção de carta com Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal).....	390
Quadro 226: Recepção de carta com Comunicação escrita de Amigos.....	390
Quadro 227: Recepção de carta com Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias).....	391
Quadro 228: Recepção de carta com Documentos e assuntos oficiais (entidades públicas/governamentais).....	391
Quadro 229: Recepção de carta com Facturas.....	391
Quadro 230: Recepção de carta com Extractos bancários.....	391
Quadro 231: Recepção de carta com Publicidade endereçada.....	392
Quadro 232: Recepção de carta com Comunicação escrita de Familiares.....	392
Quadro 233: Recepção de Fax com Convites ou Felicitações (Aniversário, Natal).....	392
Quadro 234: Recepção de Fax com Comunicação escrita de Amigos.....	392
Quadro 235: Recepção de Fax com Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias).....	393
Quadro 236: Recepção de Fax com Documentos e assuntos oficiais (entidades públicas/governamentais).....	393
Quadro 237: Recepção de Fax com Facturas.....	393
Quadro 238: Recepção de Fax com Extractos bancários.....	393
Quadro 239: Recepção de Fax com Publicidade endereçada.....	394
Quadro 240: Recepção de Fax com Comunicação escrita de Familiares.....	394
Quadro 241: Meio preferido para recepção de Convites ou Felicitações em vez de carta.....	399
Quadro 242: Meio preferido para recepção de Comunicação escrita de Amigos em vez de carta.....	399
Quadro 243: Meio preferido para recepção de Divertimento (anedotas, brincadeiras, imagens, fotografias) em vez de carta.....	399
Quadro 244: Meio preferido para recepção de Documentos e assuntos oficiais em vez de carta.....	399
Quadro 245: Meio preferido para recepção de Facturas em vez de carta.....	400
Quadro 246: Meio preferido para recepção de Extractos bancários em vez de carta.....	400
Quadro 247: Meio preferido para recepção de Publicidade endereçada em vez de carta.....	400
Quadro 248: Meio preferido para recepção de Comunicação escrita de Familiares em vez de carta.....	400
Quadro 249: Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Convites ou Felicitações.....	401
Quadro 250: Motivo 2 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Convites ou Felicitações.....	401

Quadro 251: Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Comunicação escrita de Amigos .....	402
Quadro 252: Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Divertimento (anedotas, brincad., imagens, fotografias).....	402
Quadro 253: Motivo 2 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Divertimento (anedotas, brincad., imagens, fotografias).....	402
Quadro 254: Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Documentos e assuntos oficiais.....	403
Quadro 255: Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Facturas.....	403
Quadro 256: Motivo 2 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Facturas.....	403
Quadro 257: Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Extractos bancários.....	404
Quadro 258: Motivo 2 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Extractos bancários.....	404
Quadro 259: Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Publicidade endereçada .....	405
Quadro 260: Motivo 2 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Publicidade endereçada .....	405
Quadro 261: Motivo 1 da preferência de outro meio, em substituição da carta, na recepção de Comunicação escrita de Familiares .....	405
Quadro 262: Número de cartas que recebeu na última semana.....	410
Quadro 263: Número de cartas que recebeu na última semana.....	410
Quadro 264: Número de cartas que recebeu na última semana.....	411
Quadro 265: Quadro principal de frequências agregado com quadro de escolha por intervalos .....	412
Quadro 266: Carta que recebeu na última semana .....	412
Quadro 267: Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ser simples e prático de enviar e receber.....	413
Quadro 268: Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...) .....	414
Quadro 269: Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Requerer o uso de uma escrita mais cuidada.....	414
Quadro 270: Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho.....	415
Quadro 271: Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoas está, sem precisar de se deslocar.....	415
Quadro 272: Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ter comprovativo do envio .....	415
Quadro 273: Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Facilitar a expressão de sentimentos e emoções .....	416
Quadro 274: Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Poder ser recebido em qualquer local .....	416
Quadro 275: Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ser económico ...	417
Quadro 276: Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ser formal.....	417
Quadro 277: Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe.....	418
Quadro 278: Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa.....	418

Quadro 279: Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova.....	419
Quadro 280: Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém.....	419
Quadro 281: Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ser rápido de enviar e rápido de receber .....	420
Quadro 282: Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ser informal.....	420
Quadro 283: Grau de importância de um meio de comunicação escrita: Ter garantia e segurança de entrega .....	421
Quadro 284: Statistics .....	421
Quadro 285: Statistics .....	422
Quadro 286: Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ser simples e prático de enviar e receber .....	424
Quadro 287: Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...) .....	424
Quadro 288: Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Requerer o uso de uma escrita mais cuidada.....	425
Quadro 289: Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho .....	425
Quadro 290: Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoas está, sem precisar de se deslocar.....	426
Quadro 291: Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ter comprovativo do envio .....	426
Quadro 292: Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de : Facilitar a expressão de sentimentos e emoções .....	427
Quadro 293: Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Poder ser recebido em qualquer local .....	427
Quadro 294: Grau de aplicabilidade à Carta da característica de: Ser económico.....	428
Quadro 295: Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ser formal.....	428
Quadro 296: Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe.....	429
Quadro 297: Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa.....	429
Quadro 298: Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova.....	430
Quadro 299: Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém .....	430
Quadro 300: Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ser rápido de enviar e rápido de receber .....	431
Quadro 301: Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ser informal .....	431
Quadro 302: Grau de aplicabilidade à Carta, da característica de: Ter garantia e segurança de entrega .....	432
Quadro 303: Statistics .....	432
Quadro 304: Statistics .....	433
Quadro 305: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser simples e prático de enviar e receber .....	433
Quadro 306: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...) .....	433
Quadro 307: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Requerer o uso de uma escrita mais cuidada.....	434

Quadro 308: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho .....	435
Quadro 309: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoas está, sem precisar de se deslocar .....	435
Quadro 310: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ter comprovativo do envio .....	436
Quadro 311: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de : Facilitar a expressão de sentimentos e emoções .....	436
Quadro 312: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Poder ser recebido em qualquer locar .....	437
Quadro 313: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser económico .....	437
Quadro 314: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser formal .....	438
Quadro 315: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe.....	438
Quadro 316: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa.....	439
Quadro 317: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova.....	439
Quadro 318: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém.....	440
Quadro 319: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser rápido de enviar e rápido de receber .....	440
Quadro 320: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ser informal .....	441
Quadro 321: Grau de aplicabilidade ao E-mail, da característica de: Ter garantia e segurança de entrega .....	441
Quadro 322: Statistics .....	442
Quadro 323: Statistics .....	443
Quadro 324: Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ser simples e prático de enviar e receber .....	443
Quadro 325: Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...) .....	444
Quadro 326: Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de:Requerer o uso de uma escrita mais cuidada.....	444
Quadro 327: Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho .....	445
Quadro 328: Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoas está, sem precisar de se deslocar.....	445
Quadro 329: Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ter comprovativo do envio .....	446
Quadro 330: Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de : Facilitar a expressão de sentimentos e emoções .....	446
Quadro 331: Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Poder ser recebido em qualquer locar .....	447
Quadro 332: Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ser económico .....	447
Quadro 333: Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ser formal .....	448
Quadro 334. Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe.....	448
Quadro 335: Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Poder ser enviado.....	449
Quadro 336: Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova.....	449
Quadro 337: Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém .....	450

Quadro 338: Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ser rápido de enviar e rápido de receber .....	450
Quadro 339: Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ser informal .....	451
Quadro 340: Grau de aplicabilidade ao Fax, da característica de: Ter garantia e segurança de entrega .....	451
Quadro 341: Statistics .....	452
Quadro 342: Statistics.....	453
Quadro 343: Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser simples e prático de enviar e receber .....	453
Quadro 344: Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Permitir enviar e receber mensagens de diferentes tamanhos e conteúdos (texto, fotografias, documentos,...) .....	454
Quadro 345: Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Requerer o uso de uma escrita mais cuidada.....	454
Quadro 346: Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Permitir o envio da mesma coisa para vários destinatários, com pouco trabalho .....	455
Quadro 347: Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ter a possibilidade de se enviar do local onde a pessoas está, sem precisar de se deslocar.....	455
Quadro 348: Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ter comprovativo do envio .....	456
Quadro 349: Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de : Facilitar a expressão de sentimentos e emoções .....	456
Quadro 350: Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Poder ser recebido em qualquer local.....	457
Quadro 351: Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser económico .....	457
Quadro 352: Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser formal .....	458
Quadro 353: Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Proteger e dar confidencialidade ao que se envia e se recebe.....	458
Quadro 354: Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Poder ser enviado e recebido por toda e qualquer pessoa.....	459
Quadro 355: Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ter um papel escrito que pode guardar, arquivar, servir de prova.....	459
Quadro 356: Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Fazer-lhe sentir que aquela comunicação lhe é dirigida a si e a mais ninguém.....	460
Quadro 357: Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser rápido de enviar e rápido de receber .....	460
Quadro 358: Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ser informal .....	461
Quadro 359: Grau de aplicabilidade ao Sms, da característica de: Ter garantia e segurança de entrega .....	461
Quadro 360: Statistics .....	462
Quadro 361: Statistics .....	463
Quadro 362: Estatísticas P18 e P19 (1) .....	464
Quadro 363: Estatísticas P18 e P19 (2).....	465
Quadro 364: A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: O e-mail irá substituir a carta no envio de mensagens pessoais .....	468
Quadro 365: A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Cada vez mais as pessoas irão utilizar o Sms no envio de mensagens pessoais.....	468
Quadro 366: A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: A utilização da carta irá limitar-se ao envio e recepção de mensagens e documentos institucionais ou oficiais .....	469
Quadro 367: A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: As pessoas irão escrever cada vez menos cartas.....	469

Quadro 368: A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Irão surgir formas que tornam o envio das cartas mais fácil.....	470
Quadro 369: A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Haverá formas de enviar e-mails que se pareçam com cartas (poder assinar, utilizar caligrafia, etc.) .....	470
Quadro 370: A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Haverá a possibilidade de enviar e-mails que possam ser entregues em mão.....	471
Quadro 371: A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Cada vez se irão enviar mais mensagens escritas através de telefone.....	471
Quadro 372: A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: A evolução da tecnologia dos telemóveis irá permitir o envio de mensagens longas.....	472
Quadro 373: A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Só as pessoas mais velhas irão continuar a utilizar a carta.....	472
Quadro 374: A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Cartas contendo informações ou publicidade, enviadas pelas Empresas aos seus clientes vão ser substituídas por meios electrónicos.....	473
Quadro 375: A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Cartas contendo informações ou documentos, enviadas pelas Instituições e Entidades Públicas vão ser substituídas por meios electrónicos.....	473
Quadro 376: A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Empresas e Bancos vão passar a usar mais meios electrónicos para o envio de Facturas, Recibos, Extractos.....	474
Quadro 377: A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: Vão surgir meios de tradução do discurso falado em linguagem escrita.....	474
Quadro 378: A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: A utilização de carta apenas se irá verificar em situações em que é necessária a prova da recepção .....	475
Quadro 379: A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: O e-mail substituirá a carta em todas as situações quando legalmente aceite como prova.....	475
Quadro 380: A carta e o futuro - nível de concordância com a afirmação: O e-mail quando se imprime é o mesmo que uma carta .....	476
Quadro 381: Statistics .....	477
Quadro 382: Statistics .....	478
Quadro 383: Classificação das preferências: Intervalos de Confiança .....	479
Quadro 384: Distribuição dos clusters .....	480
Quadro 385: Cluster vs notoriedade dos meios.....	480
Quadro 386: Clusters vs idade.....	480
Quadro 387: Clusters vs sexo.....	481
Quadro 388: Clusters vs nível de instrução.....	481
Quadro 389: Clusters vs uso do e-mail .....	482
Quadro 390: Clusters vs idade em que deixou de estudar.....	482
Quadro 391: Clusters vs acesso à Internet.....	483
Quadro 392: Clusters vs leitura de revistas.....	483
Quadro 393: Clusters vs leitura de livros .....	484
Quadro 394: Clusters vs número horas que vê Televisão por dia .....	485
Quadro 395: Clusters vs frequência de ida ao cinema .....	486
Quadro 396: Clusters vs bens que existem o agregado familiar – telefone fixo .....	486
Quadro 397: Clusters vs bens que existem o agregado familiar – telemóvel.....	487
Quadro 398: Clusters vs bens que existem o agregado familiar – computador .....	487
Quadro 399: Clusters vs bens que existem o agregado familiar – TV cabo.....	487
Quadro 400: Clusters vs bens que existem o agregado familiar – antena parabólica .....	488
Quadro 401: Clusters vs bens que existem o agregado familiar – DVD.....	488

## Índice de figuras

Figura 1: Fluxos de tráfego .....	271
Figura 2: Semelhança dos meios .....	312
Figura 3: Uso do e-mail.....	314
Figura 4: Uso do e-mail.....	316
Figura 5: Uso do SMS.....	317
Figura 6: Uso do SMS.....	318
Figura 7: Uso do SMS.....	320
Figura 8: Uso do Fax.....	321
Figura 9: Uso do Fax.....	323
Figura 10: Uso do Fax.....	324
Figura 11: Uso da carta .....	327
Figura 12: Uso da carta .....	328
Figura 13: Uso da carta .....	329
Figura 14: Preferências e-mail .....	331
Figura 15: Preferências SMS.....	332
Figura 16: Preferências carta.....	333
Figura 17: Preferências fax.....	334
Figura 18: Preferências e-mail .....	335
Figura 19: Preferências sms .....	336
Figura 20: Preferências carta.....	337
Figura 21: Preferências e-mail .....	338
Figura 22: Preferências sms .....	339
Figura 23: Preferências carta.....	340
Figura 24: Preferências fax.....	341
Figura 25: Preferências e-mail .....	342
Figura 26: Preferências sms .....	343
Figura 27: Preferências carta.....	344
Figura 28: Preferências fax.....	345
Figura 29: Hábitos de envio .....	347
Figura 30: Convites e felicitações .....	357
Figura 31: Comunicação escrita para amigos.....	358
Figura 32: Divertimento .....	358
Figura 33: Documentos e assuntos oficiais .....	359
Figura 34: Pagamentos .....	359
Figura 35: Reclamações .....	360
Figura 36: Candidaturas e CV .....	360
Figura 37: Comunicação escrita para familiares .....	360
Figura 38: Encomendas de produtos /catálogos .....	361
Figura 39: Convites e felicitações .....	369
Figura 40: Comunicação escrita para amigos.....	369
Figura 41: Divertimento .....	369
Figura 42: Documentos e assuntos oficiais .....	370
Figura 43: Pagamentos .....	370
Figura 44 Gráfico 43: Reclamações .....	370
Figura 45: Candidaturas e CV .....	371
Figura 46: Comunicação escrita familiares .....	371
Figura 47: Encomendas de Produtos /Catálogos.....	371
Figura 48: Preferência e-mail .....	373
Figura 49: Preferência sms .....	373
Figura 50: Preferência Carta.....	374
Figura 51: Preferência Fax .....	375
Figura 52: Preferência e-mail .....	375
Figura 53: Preferência SMS .....	376

Figura 54: Preferência Carta.....	377	
Figura 55: Preferência Fax .....	377	
Figura 56: Preferência e-mail .....	378	
Figura 57: Preferência Sms .....	379	
Figura 58: Preferência carta .....	379	
Figura 59: Preferência fax .....	380	
Figura 60: Preferência e-mail .....	381	
Figura 61: Preferência Sms .....	381	
Figura 62: Preferência carta .....	382	
Figura 63: Preferência fax .....	383	
Figura 64: Recepção de comunicação escrita no último ano.....	385	
Figura 65: Convites e felicitações .....	394	
Figura 66: Comunicação escrita amigos.....	395	
Figura 67: Divertimento .....	395	
Figura 68: Documentos e assuntos oficiais .....	396	
Figura 69: Contas e facturas.....	396	
Figura 70: Extractos bancários .....	397	
Figura 71: Publicidade endereçada.....	397	
Figura 72: Comunicação escrita de familiares .....	398	
Figura 73: Convites e felicitações .....	406	
Figura 74: Comunicação escrita de amigos.....	406	
Figura 75: Divertimento .....	407	
Figura 76: Documentos e assuntos oficiais .....	407	
Figura 77: Contas e facturas.....	408	
Figura 78: Extractos bancários .....	408	
Figura 79: Publicidade endereçada.....	409	
Figura 80: Comunicação escrita de familiares .....	409	
Figura 81: Número de cartas que recebeu na última semana .....	411	
Figura 82: Outliers	Figura 83: Análise factorial.....	465
Figura 84: Needs and gaps – carta	Figura 85: Needs and gaps – e-mail .....	466
Figura 86: Needs and gaps – fax	Figura 87: Needs and gaps – sms .....	466
Figura 88: A carta e o futuro .....	479	