

Número da pesquisa: CESOP-IBOPE/BRASIL/BR13.NOV-04659

Título da Pesquisa: CERTIFICAÇÃO DE JORNAIS

Data: Nov/2013

Tamanho da amostra: 400

Universo: Representantes de Jornais

jorn NOME DO JORNAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid A COLUNA	1	,3	,3	,3
A GAZETA	3	,7	,7	1,0
A GAZETA DE RONDONIA	1	,1	,1	1,2
A INTEGRACAO	1	,3	,3	1,5
A MOCOCA	1	,3	,3	1,8
A NOTICIA	2	,5	,5	2,3
A NOTICIA DO VALE	2	,5	,5	2,8
A REALIDADE	1	,3	,3	3,1
A REGIAO	1	,3	,3	3,5
A SEMANA DE BARRETOS E REGIAO	1	,3	,3	3,8
A TRIBUNA	1	,3	,3	4,1
A TRIBUNA PIRACICABANA	1	,3	,3	4,5
A UNIAO	0	,1	,1	4,6
A VANGUARDA	0	,1	,1	4,7
A VOZ DA CIDADE	1	,3	,3	5,0
A VOZ DA FAVELA	1	,1	,1	5,1
A VOZ DE BRUSQUE	1	,3	,3	5,5
A VOZ DE MAUA	1	,3	,3	5,8
A VOZ DO LITORAL	1	,3	,3	6,1
ABCD MAIOR	1	,1	,1	6,3
ACONTECE AGORA	1	,1	,1	6,4
ADC NEWS	1	,3	,3	6,7
AGORA	2	,6	,6	7,3
AGORA NEWS	1	,3	,3	7,6
ALTO PARANAIBA	1	,3	,3	7,9
ALTO SAO FRANCISCO	1	,3	,3	8,3
ALTO TAQUARAL	1	,3	,3	8,6
ATIBAIA HOJE	1	,3	,3	8,9
ATOS E FATOS	0	,1	,1	9,0
ATUALIDADES	1	,3	,3	9,3
BAHIA NEGOCIOS	1	,2	,2	9,5
BEM ESTAR	1	,1	,1	9,6

jorn NOME DO JORNAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
BEM PARANA (EX JORNAL DO ESTADO)	2	,4	,4	10,0
BETIM	1	,1	,1	10,2
BOA VISTA EM PAGINAS	1	,3	,3	10,5
BOM DIA ITATIBA	1	,3	,3	10,8
BRASIL EM FOLHAS	1	,2	,2	11,0
BRASILTURIS	1	,1	,1	11,2
BURITI	1	,3	,3	11,5
CAPITAL DAS PRAIAS	1	,3	,3	11,8
CARAJAS O JORNAL	1	,1	,1	12,0
CARTAZ POST (EDICAO CARTAZES)	1	,3	,3	12,3
CENTRAL BRASIL	1	,2	,2	12,5
CIANORTE AGORA	1	,3	,3	12,9
CIDADE DE RIO CLARO	1	,3	,3	13,2
CIDADE LESTE	2	,4	,4	13,6
CIDADE NO FOCO	1	,1	,1	13,7
CIDADELA	1	,3	,3	14,0
COMERCIO DA FRANCA	1	,1	,1	14,2
CORPORATIVO	1	,1	,1	14,3
CORREIO CATARINENSE	1	,3	,3	14,6
CORREIO CENTRO OESTE	1	,3	,3	15,0
CORREIO DE CAPIVARI	1	,3	,3	15,3
CORREIO DE NOTICIAS	1	,3	,3	15,6
CORREIO DE NOTICIAS (EX- CORREIO DE VILHENA)	1	,1	,1	15,8
CORREIO DO DIA	1	,1	,1	15,9
CORREIO DO POVO	3	,7	,7	16,6
CORREIO DO SUL	1	,3	,3	16,9
CORREIO PAULISTA	1	,1	,1	17,0
CORREIO POPULAR DE RONDONIA	1	,1	,1	17,2
COSTA NORTE	1	,3	,3	17,5
CRUZEIRO CATARINENSE	1	,3	,3	17,8
DCI	1	,1	,1	17,9
DEBATE NOTICIAS	1	,3	,3	18,2
DESTAK FIM DE SEMANA	1	,1	,1	18,4
DESTAQUE	3	,7	,7	19,1
DESTAQUE REGIONAL	1	,3	,3	19,4

jorn NOME DO JORNAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
DIARIO BAHIA (EX-DIARIO DO SUL)	1	,2	,2	19,6
DIARIO COMERCIAL	1	,1	,1	19,7
DIARIO CORUMBAENSE	1	,1	,1	19,8
DIARIO DA REGIAO	0	,1	,1	20,0
DIARIO DE ALEGRETE	1	,3	,3	20,3
DIARIO DE ASSIS	1	,3	,3	20,6
DIARIO DE GUARULHOS	1	,1	,1	20,8
DIARIO DE ILHEUS	0	,1	,1	20,9
DIARIO DE MARILIA	1	,3	,3	21,2
DIARIO DE NOTICIAS	1	,1	,1	21,3
DIARIO DE POUSO ALEGRE	1	,3	,3	21,6
DIARIO DO GRANDE ABC	1	,1	,1	21,7
DIARIO DO LITORAL	1	,1	,1	21,9
DIARIO DO POSTO	1	,3	,3	22,2
DIARIO DO POVO	1	,2	,2	22,4
DIARIO DO SUDOESTE	1	,2	,2	22,6
DIARIO DO VALE	2	,5	,5	23,1
DIARIO MERCANTIL	1	,1	,1	23,2
DIARIO METROPOLITANO (EX-O METROPOLITANO)	1	,3	,3	23,6
DIARIO REGIONAL	1	,3	,3	23,8
DIARIO REGIONAL MT (EX DIARIO DE ...	1	,1	,1	24,0
DITO E FEITO	1	,1	,1	24,1
EDICAO EXTRA	1	,3	,3	24,4
EMPRESAS & NEGOCIOS	1	,1	,1	24,6
ENTREPOSTO	1	,1	,1	24,7
ES HOJE	1	,3	,3	25,0
ESPACO ABERTO	1	,3	,3	25,3
ESPORTE TOTAL E NOTICIAS	1	,3	,3	25,6
ESTADO CAPIXABA	1	,1	,1	25,7
ESTADO DO ESPIRITO SANTO	1	,1	,1	25,8
EVOLUCAO	2	,4	,4	26,2
EXCLUSIVO	1	,2	,2	26,5
EXPRESSAO REGIONAL	1	,3	,3	26,8
EXPRESSO CATARINENSE	2	,4	,4	27,2
EXPRESSO NOTICIAS	1	,3	,3	27,6

jorn NOME DO JORNAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
EXTRA	1	,2	,2	27,8
EXTRA CLASSE	1	,2	,2	28,0
FATO PAULISTA	1	,1	,1	28,1
FATORAMA	1	,2	,2	28,4
FATOS DA REGIAO	1	,3	,3	28,7
FOCO REGIONAL	1	,3	,3	29,0
FOLHA CAMPINAS / FOLHA VALE (FOLHA DE SAO PAULO)	1	,1	,1	29,2
FOLHA DA MATA	2	,4	,4	29,6
FOLHA DA REGIAO	1	,1	,1	29,7
FOLHA DA SERRA	1	,1	,1	29,9
FOLHA DE ALPHAVILLE	1	,1	,1	30,0
FOLHA DE ITAPETININGA	1	,3	,3	30,3
FOLHA DE MOGI	1	,1	,1	30,4
FOLHA DE NANUQUE	1	,3	,3	30,8
FOLHA DE NITEROI	1	,1	,1	30,9
FOLHA DE PERNAMBUCO	1	,2	,2	31,1
FOLHA DE PONTE NOVA	1	,3	,3	31,5
FOLHA DE RIO VERDE	1	,1	,1	31,6
FOLHA DE TAMANDARE	2	,4	,4	32,0
FOLHA DE VILHENA	1	,1	,1	32,2
FOLHA DIARIO (EX- FOLHA DE VIDEIRA)	1	,3	,3	32,5
FOLHA DIRIGIDA	1	,1	,1	32,6
FOLHA DO BAIRRO	1	,3	,3	33,0
FOLHA DO BATEL	1	,3	,3	33,3
FOLHA DO ESTADO	1	,2	,2	33,5
FOLHA DO MATE	2	,4	,4	33,9
FOLHA DO NORTE	2	,5	,5	34,4
FOLHA DO SARANDI	1	,3	,3	34,7
FOLHA DO VALE	1	,1	,1	34,9
FOLHA DOS MUNICIPIOS	1	,3	,3	35,2
FOLHA FLUMINENSE	1	,1	,1	35,3
FOLHA MILITAR	1	,1	,1	35,5
FOLHA NOROESTE	1	,3	,3	35,8
FOLHA NOTICIAS (EX- FOLHA DE VINHEDO E FOLHA DE LOUVEIRA)	1	,3	,3	36,1
FOLHA O JORNAL (EX FOLHA DO VALE)	1	,3	,3	36,4
FOLHA REGIONAL	3	,7	,7	37,1
FOLHA SC	1	,3	,3	37,4

jorn NOME DO JORNAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
FOLHA VALE DO PARAPEBA	1	,1	,1	37,6
GAZETA DA MOOCA	1	,1	,1	37,7
GAZETA DE CACAPAVA	1	,3	,3	38,0
GAZETA DE COSTA RICA	1	,1	,1	38,2
GAZETA DE GUARAREMA	1	,3	,3	38,5
GAZETA DE NOTICIAS	0	,1	,1	38,6
GAZETA DE SANTO AMARO/ GAZETA DE BROOKLIN E CAMPO BELO/ JORNAL DE MOEMA/ INTERLAGOS NEWS	1	,1	,1	38,7
GAZETA DE VARGEM GRANDE/ A GAZETA	1	,3	,3	39,1
GAZETA DO ALTO PIRANHAS	0	,1	,1	39,2
GAZETA DO PARANA	1	,2	,2	39,5
GAZETA DO SUL	1	,2	,2	39,7
GAZETA DO TRIANGULO	1	,3	,3	40,0
GAZETA GOIANA	1	,2	,2	40,3
GAZETA NORTE MINEIRA	1	,3	,3	40,6
GAZETA PANORAMICA	1	,1	,1	40,7
GAZETA REGIONAL	3	,7	,7	41,4
GAZETA RIO BONITO	1	,3	,3	41,8
GERAMIGOS ZONA SUL	2	,4	,4	42,2
GUARULHOS HOJE	1	,1	,1	42,3
HOJE (EX HOJE MS)	1	,1	,1	42,4
HOJE LIVRE	1	,1	,1	42,6
HOJE NOTICIAS	2	,4	,4	43,0
HORA DO POVO	1	,1	,1	43,1
IMAGEM	1	,1	,1	43,2
IMAGEM DA ILHA	2	,4	,4	43,6
IMPrensa	1	,3	,3	43,9
IMPrensa DO ABC	1	,3	,3	44,2
IMPrensa DO CERRADO	1	,2	,2	44,4
IMPrensa LIVRE	1	,3	,3	44,8
INDEPENDENTE	1	,3	,3	45,1
INDUSTRIA & COMERCIO	2	,4	,4	45,5
INFORMACAO	1	,1	,1	45,7
INFORMATIVO REGIONAL	1	,3	,3	46,0

jorn NOME DO JORNAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
INFORMATIVO TRINDADENSE	1	,2	,2	46,2
IPANEMA	1	,1	,1	46,4
IPIRANGA NEWS	1	,1	,1	46,5
JORNAL ALO BRASILIA	1	,2	,2	46,7
JORNAL BSB CONDOMINIOS	1	,2	,2	46,9
JORNAL CIDADE	1	,4	,4	47,3
JORNAL CLASSIVALE	1	,3	,3	47,6
JORNAL DA CIDADE	3	,6	,6	48,3
JORNAL DA COMARCA	1	,3	,3	48,6
JORNAL DA COMUNIDADE	1	,2	,2	48,8
JORNAL DA EDUCACAO	1	,3	,3	49,1
JORNAL DA LIBERDADE	1	,1	,1	49,2
JORNAL DA ORLA	1	,1	,1	49,3
JORNAL DA REGIAO	1	,3	,3	49,7
JORNAL DAS ESTANCIAS	1	,3	,3	50,0
JORNAL DE ALVORADA	2	,4	,4	50,4
JORNAL DE CACAPAVA	1	,3	,3	50,8
JORNAL DE CAMBUCI E ACLIMACAO	1	,1	,1	50,9
JORNAL DE CAPAO	1	,3	,3	51,2
JORNAL DE CONTAGEM	1	,1	,1	51,4
JORNAL DE DOMINGO	1	,2	,2	51,6
JORNAL DE FRUTAL	1	,3	,3	51,9
JORNAL DE HOJE (VESPERTINO)	1	,2	,2	52,1
JORNAL DE IBIA	1	,3	,3	52,5
JORNAL DE ICARAI	1	,1	,1	52,6
JORNAL DE LETRAS	1	,1	,1	52,7
JORNAL DE LIMEIRA	1	,3	,3	53,0
JORNAL DE PATROCINIO	1	,3	,3	53,4
JORNAL DE SAO CAETANO	1	,3	,3	53,7
JORNAL DE UBERABA	1	,1	,1	53,8
JORNAL DE VALINHOS	1	,3	,3	54,1
JORNAL DIARIO BOCA DO POVO	1	,3	,3	54,5
JORNAL DO BRAS	1	,1	,1	54,6
JORNAL DO CENTRO	2	,4	,4	55,0
JORNAL DO COMERCIO	0	,1	,1	55,1

jorn NOME DO JORNAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
JORNAL DO COMMERCIO	1	,1	,1	55,2
JORNAL DO DIA	1	,3	,3	55,6
JORNAL DO GUARA	1	,2	,2	55,8
JORNAL DO INTERIOR	1	,3	,3	56,1
JORNAL DO IRIRIU	1	,3	,3	56,4
JORNAL DO MEDIO VALE	1	,3	,3	56,8
JORNAL DO MOMENTO NEWS	1	,1	,1	56,9
JORNAL DO MUNICIPIO	1	,3	,3	57,2
JORNAL DO PLANALTO	1	,2	,2	57,4
JORNAL DO POVO	3	,7	,7	58,1
JORNAL DO SERTAO	1	,2	,2	58,3
JORNAL DO SINDICO	1	,1	,1	58,4
JORNAL DO SOL	0	,1	,1	58,5
JORNAL DOIS IRMAOS	1	,3	,3	58,9
JORNAL DOS BAIRROS	1	,1	,1	59,0
JORNAL DOS CONDOMINIOS	2	,4	,4	59,4
JORNAL ENTREVISTA	1	,1	,1	59,5
JORNAL FONSECA BAIRROS	1	,1	,1	59,7
JORNAL GOSPEL LAGOS	1	,3	,3	60,0
JORNAL HORA CERTA	1	,3	,3	60,3
JORNAL LEMOS	1	,3	,3	60,6
JORNAL MEIO AMBIENTE	1	,2	,2	60,9
JORNAL NOTICIAS PARANA (EX JORNAL PARANA)	2	,4	,4	61,3
JORNAL REGIONAL	1	,1	,1	61,4
JORNAL REGIONAL CONTAGEM	1	,1	,1	61,5
JORNAL SETE	1	,1	,1	61,6
JORNAL TIPO CARIOCA	1	,1	,1	61,8
JORNAL TRES	1	,3	,3	62,1
JORNAL VITRINE	1	,3	,3	62,5
LAGO NOTICIAS	1	,2	,2	62,7
LAVRAS NEWS	1	,3	,3	63,0
LIBERAL	1	,3	,3	63,4
LIBERDADE MS	1	,2	,2	63,6
LITORAL DE SAQUAREMA	1	,3	,3	63,9
LITORAL NEWS	1	,1	,1	64,1
MARE	1	,3	,3	64,4

jorn NOME DO JORNAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
MASKATE	1	,2	,2	64,6
MATO GROSSO DO NORTE	1	,1	,1	64,7
MENSAGEIRO	1	,3	,3	65,1
MERCADO E EVENTOS	1	,1	,1	65,2
METRO	1	,2	,2	65,5
METRO NEWS	1	,1	,1	65,6
METRO SANTOS	1	,1	,1	65,7
METROPOLE	2	,4	,4	66,1
METROPOLITANO	0	,1	,1	66,2
MINUANO	1	,3	,3	66,6
MOGI NEWS	1	,3	,3	66,9
MUNICIPIO DIA A DIA	2	,4	,4	67,3
NOITE, FESTA & INFORMACAO	1	,3	,3	67,6
NOSSO POVO	1	,3	,3	68,0
NOTICIA - O NOSSO JORNAL	1	,3	,3	68,3
NOTICIAS DE CACONDE	1	,3	,3	68,7
NOTICIAS DE COTIA E REGIAO	1	,3	,3	69,0
NOTICIAS E NEGOCIOS	1	,3	,3	69,3
NOTICIAS EM MIDIA	1	,3	,3	69,6
NOVA FOLHA (EX FOLHA GUAIBENSE)	1	,3	,3	70,0
NOVOESTE	1	,3	,3	70,3
O ATLANTICO	1	,3	,3	70,7
O CANDEEIRO	0	,1	,1	70,8
O CAPIXABA	1	,3	,3	71,1
O CELEIRO	1	,3	,3	71,5
O COMUNITARIO	1	,1	,1	71,6
O CORREIO	1	,3	,3	72,0
O DEBATE	1	,2	,2	72,1
O DESPERTAR	1	,2	,2	72,4
O DIARIO	2	,4	,4	72,8
O DIARIO (EX-DIARIO DE MOGI)	1	,3	,3	73,1
O FLUMINENSE	1	,1	,1	73,2
O FOCO	1	,3	,3	73,6
O FOLHA DE MINAS	1	,1	,1	73,7
O GOIANO	1	,1	,1	73,8
O GRANDE JORNAL	1	,3	,3	74,2
O HOJE	1	,2	,2	74,4

jorn NOME DO JORNAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
O IMPARCIAL	2	,5	,5	74,9
O ITAPERUNENSE	1	,3	,3	75,2
O JORNAL DA ESTANCIA TURISTICA DE BATATAIS (O JORNAL DE BATATAIS)	1	,3	,3	75,5
O JORNALECAO	2	,4	,4	75,9
O LIBERAL	1	,3	,3	76,2
O LIBERAL REGIONAL	1	,3	,3	76,5
O MUNICIPIO	1	,3	,3	76,9
O NOROESTE	1	,3	,3	77,2
O OUVIDOR	1	,1	,1	77,3
O PAPEL	1	,3	,3	77,7
O PARANA	2	,4	,4	78,1
O PATRIOTA	1	,3	,3	78,4
O PATRONO	1	,1	,1	78,5
O PEQUENO	0	,1	,1	78,7
O PONTO	1	,3	,3	79,0
O PROGRESSO	0	,1	,1	79,1
O PROGRESSO DE TATUI	1	,3	,3	79,4
O RECADO NEWS	1	,2	,2	79,7
O REGIONAL	2	,6	,6	80,3
O REPORTER	1	,2	,2	80,5
O RIOSSULENSE	1	,3	,3	80,8
O SOLLO	1	,2	,2	81,0
O TEMPO	1	,3	,3	81,3
O TESTEMUNHO DE FE	1	,3	,3	81,6
O TIMONEIRO	2	,4	,4	82,0
O TROMBETA	1	,3	,3	82,4
O VALE	1	,1	,1	82,5
O VALE DA PEDRA	1	,3	,3	82,8
OPCAO	1	,2	,2	83,0
OPINIAO	1	,1	,1	83,2
PAGINA 3	1	,3	,3	83,5
PAGINA UM	2	,4	,4	83,9
PAMPULHA	1	,1	,1	84,0
PANORAMA	1	,3	,3	84,4
PANORAMA REGIONAL	1	,3	,3	84,7
PERFIL ECONOMICO	1	,1	,1	84,8
PEROLA DO NORTE	1	,3	,3	85,2
PINHAL NEWS	1	,3	,3	85,5
PIRACAIA HOJE	1	,3	,3	85,8

jorn NOME DO JORNAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PONTO FINAL	1	,3	,3	86,1
POTIGUAR NOTICIAS	0	,1	,1	86,3
PRIMEIRA EDICAO	2	,4	,4	86,7
PRIMEIRA FOLHA	1	,1	,1	86,8
RADAR UNIVERSITARIO	1	,1	,1	86,9
REALIDADE NEWS	1	,2	,2	87,2
REGIONAL	3	,7	,7	87,9
REPORTER DIARIO	1	,1	,1	88,0
RODONEWS SEMAFORO	1	,1	,1	88,1
RONDONIA ATUALIDADES	1	,1	,1	88,2
RS NORTE	1	,3	,3	88,6
S PASSO	1	,3	,3	88,9
SANTA MONICA	1	,3	,3	89,3
SANTA ROSA	1	,3	,3	89,6
SAO PAULO NEWS/ JORNAL DO BUTANTA/ MORUMBI NEWS/ TRIBUNA DE SANTO AMARO/ GAZETA DE PINHEIROS	1	,1	,1	89,7
SAO PAULO ZONA SUL	1	,1	,1	89,8
SEMANARIO DE JACAREI	1	,3	,3	90,1
SERRA CATARINENSE	1	,3	,3	90,5
SEXTA FEIRA	1	,3	,3	90,8
SINTONIA LESTE/ SINTONIA BAIROS	1	,3	,3	91,1
START	1	,1	,1	91,2
STYLO	1	,2	,2	91,4
SUL EM FOCO	1	,3	,3	91,8
TABU	0	,1	,1	91,9
TRADICAO REGIONAL	2	,4	,4	92,3
TRIBUNA	1	,3	,3	92,6
TRIBUNA (EX TRIBUNA RIBEIRAO)	1	,1	,1	92,7
TRIBUNA A DOIS - A2 (EX - A SEGUNDA)	1	,3	,3	93,1
TRIBUNA DA CIDADE	1	,3	,3	93,4
TRIBUNA DE CAETE	1	,2	,2	93,6
TRIBUNA DE CRICARE	1	,3	,3	94,0
TRIBUNA DE PETROPOLIS	1	,3	,3	94,3
TRIBUNA DE RESTINGA	1	,3	,3	94,6
TRIBUNA DO ABCD	1	,3	,3	95,0

jorn NOME DO JORNAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TRIBUNA DO NORTE	1	,3	,3	95,3
TRIBUNA DO PAVAO	1	,3	,3	95,6
TRIBUNA DO SERTAO	0	,1	,1	95,8
TRIBUNA FORMIGUENSE	1	,3	,3	96,1
TRIBUNA INFORMA	1	,3	,3	96,4
TRIBUNA LIVRE	3	,8	,8	97,2
TRIBUNA POPULAR	1	,2	,2	97,5
TRIBUNA REGIONAL	0	,1	,1	97,6
TUDO	1	,1	,1	97,7
ULTIMA HORA DO ABC PAULISTA	1	,1	,1	97,9
VALE DO ACO	1	,3	,3	98,2
VALE VIVO	1	,3	,3	98,5
VISAO OESTE	1	,1	,1	98,6
VITRINE EXTREMO SUL	2	,4	,4	99,0
VIVER SPORTS	1	,2	,2	99,2
VOZ D OESTE	1	,3	,3	99,6
ZM NOTICIAS	1	,3	,3	99,9
ZONA LESTE NEWS	1	,1	,1	100,0
Total	400	100,0	100,0	

SEXO

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Masculino	288	71,9	71,9	71,9
2 Feminino	112	28,1	28,1	100,0
Total	400	100,0	100,0	

FXIDADE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Até 24 anos	10	2,4	2,4	2,4
2 25 a 34 anos	46	11,4	11,4	13,9
3 35 a 44 anos	86	21,4	21,4	35,3
4 45 a 54 anos	123	30,8	30,8	66,1
5 55 a 64 anos	102	25,4	25,4	91,5
6 65 anos ou mais	34	8,5	8,5	100,0
Total	400	100,0	100,0	

P1 O(A) sr.(a) já ouviu falar sobre a certificação de circulação de jornais?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Já ouviu	323	80,7	80,7	80,7
	2 Não ouviu falar	73	18,3	18,3	98,9
	99 Não respondeu	4	1,1	1,1	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

P2 O(A) sr.(a) diria que conhece muito bem, conhece bem, conhece mais ou menos ou não conhece o processo de certificação de circulação de jornais?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Conhece muito bem	30	7,5	9,3	9,3
	2 Conhece bem	76	19,1	23,7	32,9
	3 Conhece mais ou menos	167	41,7	51,7	84,7
	4 Não conhece	49	12,2	15,1	99,8
	99 Não respondeu	1	,1	,2	100,0
	Total	323	80,7	100,0	
Missing	91 Não se aplica	77	19,3		
Total		400	100,0		

P3 Possui a certificação de circulação de jornais?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Possui	75	18,8	23,2	23,2
	2 Não possui	222	55,6	69,0	92,2
	98 Não sabe	13	3,2	4,0	96,2
	99 Não respondeu	12	3,1	3,8	100,0
	Total	323	80,7	100,0	
Missing	91 Não se aplica	77	19,3		
Total		400	100,0		

P401 Qual é o principal motivo pelo qual o jornal não possui a certificação de circulação de jornais? (1º lugar)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Alto custo para obter a certificação	34	8,5	15,3	15,3
	2 Discordância com relação à metodologia aplicada	4	,9	1,6	16,9
	3 Desconhecimento sobre o processo	43	10,7	19,2	36,2
	4 Não exigência de certificação por parte de anunciantes	22	5,4	9,7	45,9
	5 Jornal tem baixa tiragem	8	2,1	3,7	49,6
	10 Está em processo de certificação	31	7,8	14,0	63,6
	11 Excesso de burocracia	4	1,0	1,8	65,4
	12 Jornal de baixa circulação	15	3,9	6,9	72,4
	13 Cidade pequena não exige certificação/ cidade do interior	16	3,9	7,1	79,5
	16 Falta de tempo	2	,4	,8	80,2
	17 Não houve acerto com diretoria	1	,3	,5	80,8
	26 Distância da capital/ não existe este serviço na região	3	,8	1,4	82,2
	28 Jornal novo no mercado	1	,3	,6	82,8
	32 Não há nenhuma iniciativa do jornal	1	,1	,2	83,0
	33 Jornal está em fase de reestruturação	3	,7	1,2	84,2
	45 Circulação gratuita	13	3,1	5,7	89,9
	997 Nenhum motivo	4	1,0	1,8	91,8
	998 Não sabe	10	2,4	4,4	96,2
	999 Não respondeu	9	2,1	3,8	100,0
	Total	222	55,5	100,0	
Missing	991 Não se aplica	178	44,5		
Total		400	100,0		

P402 Qual é o principal motivo pelo qual o jornal não possui a certificação de circulação de jornais? (2º lugar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Alto custo para obter a certificação	9	2,3	4,6	4,6
	3 Desconhecimento sobre o processo	5	1,4	2,8	7,4
	4 Não exigência de certificação por parte de anunciantes	8	2,1	4,2	11,6
	5 Jornal tem baixa tiragem	3	,8	1,6	13,2
	10 Está em processo de certificação	1	,1	,3	13,5
	990 Nenhum outro	173	43,2	86,5	100,0
	Total	200	49,9	100,0	
Missing	991 Não se aplica	200	50,1		
Total		400	100,0		

P5 O jornal possui ou já possuiu algum serviço de auditoria de tiragem?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Possui atualmente	88	21,9	21,9	21,9
	2 Já possuiu, mas hoje não possui mais	23	5,8	5,8	27,7
	3 Nunca possuiu	261	65,3	65,3	93,1
	98 Não sabe	18	4,6	4,6	97,7
	99 Não respondeu	9	2,3	2,3	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

P601 Qual é o principal motivo pelo qual o jornal não possui mais um serviço de auditoria de tiragem? (1º lugar)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Alto custo do serviço	5	1,1	19,8	19,8
	2 Discordância com relação à metodologia aplicada	1	,1	2,2	22,0
	4 Não exigência do serviço	3	,6	11,4	33,4
	5 Jornal tem baixa tiragem	1	,1	2,3	35,7
	10 A certificação cobre a auditoria de tiragem	1	,3	5,3	41,0
	17 Não houve acerto com diretoria	1	,2	3,5	44,5
	20 Associação em que é filiado deixou de fazer	3	,7	13,1	57,6
	26 Distância da capital/ não existe este serviço na região	1	,1	2,2	59,8
	34 Falta de acesso ao IVC/ IVC estava auditando somente jornais diários	2	,4	7,5	67,3
	40 Jornal tem outras prioridades no momento	1	,2	3,1	70,3
	45 Circulação gratuita	1	,3	5,6	76,0
	998 Não sabe	5	1,2	21,8	97,7
	999 Não respondeu	1	,1	2,3	100,0
	Total	23	5,7	100,0	
Missing	991 Não se aplica	377	94,3		
Total		400	100,0		

P602 Qual é o principal motivo pelo qual o jornal não possui mais um serviço de auditoria de tiragem? (2º lugar)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12 Jornal de baixa circulação	1	,3	6,9	6,9
	990 Nenhum outro	16	4,0	93,1	100,0
	Total	17	4,3	100,0	
Missing	991 Não se aplica	383	95,7		
Total		400	100,0		

P6A01 Qual é o principal motivo pelo qual o jornal nunca possuiu um serviço de auditoria de tiragem? (1º lugar)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Alto custo do serviço	34	8,6	13,2	13,2
	3 Desconhecimento sobre o processo	17	4,2	6,4	19,6
	4 Não exigência do serviço	84	21,0	32,1	51,7
	5 Jornal tem baixa tiragem	5	1,2	1,8	53,5
	10 A certificação cobre a auditoria de tiragem	3	,8	1,3	54,8
	11 Excesso de burocracia	1	,3	,4	55,2
	12 Jornal de baixa circulação	11	2,6	4,1	59,3
	13 Cidade pequena não exige certificação/ cidade do interior	18	4,4	6,8	66,0
	16 Falta de tempo	4	1,0	1,5	67,5
	17 Não houve acerto com diretoria	1	,2	,4	67,9
	26 Distância da capital/ não existe este serviço na região	6	1,5	2,3	70,2
	28 Jornal novo no mercado	3	,9	1,3	71,5
	29 Não houve solicitação pela ADJORI	1	,3	,5	72,0
	30 Jornal ligado ao Estado	0	,1	,2	72,2
	31 Recebem atestado mensal de tiragem da empresa que imprime o jornal	1	,2	,4	72,6
	32 Não há nenhuma iniciativa do jornal	1	,1	,2	72,8
	45 Circulação gratuita	11	2,8	4,2	77,0
	997 Nenhum motivo	14	3,5	5,4	82,5
	998 Não sabe	30	7,6	11,7	94,1
	999 Não respondeu	15	3,8	5,9	100,0
	Total	261	65,3	100,0	
Missing	991 Não se aplica	139	34,7		
Total		400	100,0		

P6A02 Qual é o principal motivo pelo qual o jornal nunca possuiu um serviço de auditoria de tiragem? (2º lugar)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Alto custo do serviço	10	2,4	4,8	4,8
	3 Desconhecimento sobre o processo	1	,3	,6	5,4
	4 Não exigência do serviço	9	2,2	4,4	9,8
	5 Jornal tem baixa tiragem	3	,6	1,3	11,0
	12 Jornal de baixa circulação	1	,2	,5	11,5
	45 Circulação gratuita	1	,1	,3	11,7
	990 Nenhum outro	178	44,4	88,3	100,0
	Total	201	50,3	100,0	
Missing	991 Não se aplica	199	49,7		
Total		400	100,0		

P701 E quando seu jornal é solicitado a prestar contas sobre os dados de tiragem, como essa prestação é feita? Mais alguma maneira?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Disponibilizam as informações próprias sobre a venda de exemplares de jornal/ declaração do próprio jornal	84	21,1	29,7	29,7
	2 Informam diretamente os números de circulação e tiragem	78	19,6	27,6	57,3
	3 Disponibilizam os controles internos sobre a compra de papel e impressão	13	3,3	4,6	61,9
	7 Através da nota fiscal/ nota fiscal da gráfica	64	15,9	22,4	84,3
	8 Declaração da gráfica/ certificação da gráfica	16	3,9	5,5	89,8
	17 Envio de exemplares em datas aleatórias à SECOM: regularidade de periodicidade e circulação	2	,4	,5	90,3
	19 Relatório/ declaração da empresa terceirizada	2	,4	,6	90,9
	20 Visita in loco	1	,2	,3	91,2
	24 Nunca foi solicitado a prestar dados de tiragem	10	2,6	3,6	94,9

P701 E quando seu jornal é solicitado a prestar contas sobre os dados de tiragem, como essa prestação é feita? Mais alguma maneira?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
29 Declaração da Associação Comercial	1	,3	,5	95,4
98 Não sabe	4	,9	1,3	96,6
99 Não respondeu	10	2,4	3,4	100,0
Total	284	71,0	100,0	
Missing 91 Não se aplica	116	29,0		
Total	400	100,0		

P702 E quando seu jornal é solicitado a prestar contas sobre os dados de tiragem, como essa prestação é feita? Mais alguma maneira?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Disponibilizam as informações próprias sobre a venda de exemplares de jornal/ declaração do próprio jornal	17	4,4	6,4	6,4
2 Informam diretamente os números de circulação e tiragem	14	3,5	5,1	11,6
3 Disponibilizam os controles internos sobre a compra de papel e impressão	9	2,2	3,2	14,8
7 Através da nota fiscal/ nota fiscal da gráfica	39	9,7	14,3	29,1
8 Declaração da gráfica/ certificação da gráfica	7	1,9	2,7	31,8
17 Envio de exemplares em datas aleatórias à SECOM: regularidade de periodicidade e circulação	1	,3	,4	32,3
20 Visita in loco	1	,1	,2	32,5
21 Através da ADJORI	3	,7	1,0	33,5
23 Fotos com edições dos clientes	1	,3	,4	34,0
31 Através de comunicação de entidades locais	1	,2	,3	34,2
35 Através da nota fiscal do correio/ comprovante de postagem dos correios	2	,5	,7	34,9
90 Nenhum outro	176	44,1	65,1	100,0
Total	271	67,7	100,0	

P702 E quando seu jornal é solicitado a prestar contas sobre os dados de tiragem, como essa prestação é feita? Mais alguma maneira?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Missing	91 Não se aplica	129	32,3		
Total		400	100,0		

P703 E quando seu jornal é solicitado a prestar contas sobre os dados de tiragem, como essa prestação é feita? Mais alguma maneira?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Disponibilizam as informações próprias sobre a venda de exemplares de jornal/ declaração do próprio jornal	1	,2	,3	,3
	7 Através da nota fiscal/ nota fiscal da gráfica	3	,8	1,1	1,4
	8 Declaração da gráfica/ certificação da gráfica	1	,3	,4	1,9
	23 Fotos com edições dos clientes	1	,3	,4	2,3
	90 Nenhum outro	265	66,2	97,7	100,0
	Total	271	67,7	100,0	
Missing	91 Não se aplica	129	32,3		
Total		400	100,0		

P8 O jornal possui ou já possuiu algum serviço de auditoria de distribuição de jornais?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Possui atualmente	63	15,7	15,7	15,7
	2 Já possuiu, mas hoje não possui mais	13	3,3	3,3	19,1
	3 Nunca possuiu	296	73,9	73,9	93,0
	98 Não sabe	24	5,9	5,9	98,9
	99 Não respondeu	4	1,1	1,1	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

P901 E quando seu jornal é solicitado a prestar contas sobre os dados de distribuição de jornal, como essa prestação é feita? Mais alguma maneira?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Disponibilizam os controles próprios de distribuição (mailing)	178	44,4	57,6	57,6
	2 Apresentam documentos contábeis e financeiros que comprovem a distribuição	15	3,6	4,7	62,3
	4 Através da gráfica	11	2,7	3,5	65,8
	7 Através de declaração da prefeitura	2	,5	,6	66,4
	8 Declaração/ informações do próprio jornal/ através de relatórios internos	24	5,9	7,6	74,1
	10 Convida uma pessoa à acompanhar a distribuição	1	,1	,2	74,2
	12 Através dos locais de distribuição	1	,1	,2	74,4
	13 Jornal de distribuição gratuita - não há necessidade de prestar contas	2	,5	,6	75,0
	14 Envio de exemplares em datas aleatórias à SECOM: regularidade de periodicidade e circulação	2	,5	,7	75,7
	15 Através de pesquisa com os proprietários de bancas	0	,1	,2	75,8
	18 Contagem dos anunciantes	1	,2	,2	76,1
	20 Relatório/ declaração de empresa terceirizada/ editora	7	1,8	2,4	78,5
	23 Através de fotos, filmagens/ visualização eletrônica	2	,5	,6	79,1
	50 Nunca foi solicitado	24	6,1	7,9	87,0
	96 Outras respostas	2	,4	,6	87,5
	98 Não sabe	9	2,3	3,0	90,5
	99 Não respondeu	29	7,3	9,5	100,0
	Total	309	77,2	100,0	
Missing	91 Não se aplica	91	22,8		
Total		400	100,0		

P902 E quando seu jornal é solicitado a prestar contas sobre os dados de distribuição de jornal, como essa prestação é feita? Mais alguma maneira?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 Apresentam documentos contábeis e financeiros que comprovem a distribuição	16	4,1	6,0	6,0
	4 Através da gráfica	5	1,3	2,0	8,0
	5 Através de comprovante dos correios	2	,5	,8	8,8
	7 Através de declaração da prefeitura	2	,5	,7	9,5
	8 Declaração/ informações do próprio jornal/ através de relatórios internos	8	2,1	3,2	12,7
	12 Através dos locais de distribuição	1	,2	,3	12,9
	13 Jornal de distribuição gratuita - não há necessidade de prestar contas	1	,3	,5	13,4
	20 Relatório/ declaração de empresa terceirizada/ editora	1	,3	,5	13,9
	23 Através de fotos, filmagens/ visualização eletrônica	2	,5	,7	14,6
	26 Através do controle de tiragem	1	,2	,3	14,9
	27 Através de pesquisas do governo	1	,1	,2	15,1
	32 Declaração da Associação Comercial	1	,3	,5	15,7
	90 Nenhum outro	227	56,8	84,3	100,0
	Total	269	67,3	100,0	
Missing	91 Não se aplica	131	32,7		
Total		400	100,0		

P903 E quando seu jornal é solicitado a prestar contas sobre os dados de distribuição de jornal, como essa prestação é feita? Mais alguma maneira?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	8 Declaração/ informações do próprio jornal/ através de relatórios internos	1	,2	,3	,3
	11 Depoimento de clientes	1	,3	,4	,8
	90 Nenhum outro	267	66,8	99,2	100,0
	Total	269	67,3	100,0	
Missing	91 Não se aplica	131	32,7		
Total		400	100,0		

P904 E quando seu jornal é solicitado a prestar contas sobre os dados de distribuição de jornal, como essa prestação é feita? Mais alguma maneira?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4 Através da gráfica	1	,3	,4	,4
	90 Nenhum outro	268	67,0	99,6	100,0
	Total	269	67,3	100,0	
Missing	91 Não se aplica	131	32,7		
Total		400	100,0		

P1001 A certificação de circulação prejudica o acesso de pequenos jornais a investimentos de publicidade

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Concorda totalmente	133	33,2	33,2	33,2
	2 Concorda em parte	113	28,3	28,3	61,5
	3 Nem concorda, nem discorda	8	2,0	2,0	63,5
	4 Discorda em parte	47	11,7	11,7	75,3
	5 Discorda totalmente	89	22,2	22,2	97,5
	98 Não sabe	4	1,1	1,1	98,5
	99 Não respondeu	6	1,5	1,5	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

P1002 A certificação de circulação beneficia os jornais na captação de recursos de publicidade

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Concorda totalmente	211	52,8	52,8	52,8
2 Concorda em parte	114	28,5	28,5	81,3
3 Nem concorda, nem discorda	3	,8	,8	82,1
4 Discorda em parte	30	7,4	7,4	89,6
5 Discorda totalmente	33	8,2	8,2	97,7
98 Não sabe	4	1,0	1,0	98,8
99 Não respondeu	5	1,2	1,2	100,0
Total	400	100,0	100,0	

P1003 A certificação de circulação evita que jornais entrem eventualmente no mercado apenas em função dos investimentos publicitários

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Concorda totalmente	209	52,1	52,1	52,1
2 Concorda em parte	80	20,0	20,0	72,2
3 Nem concorda, nem discorda	5	1,3	1,3	73,5
4 Discorda em parte	40	10,1	10,1	83,6
5 Discorda totalmente	59	14,8	14,8	98,4
98 Não sabe	4	1,1	1,1	99,5
99 Não respondeu	2	,5	,5	100,0
Total	400	100,0	100,0	

P1004 As agências deveriam priorizar os investimentos publicitários em jornais que tenham certificação de circulação

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Concorda totalmente	128	31,9	31,9	31,9
2 Concorda em parte	104	25,9	25,9	57,8
3 Nem concorda, nem discorda	7	1,7	1,7	59,5
4 Discorda em parte	64	16,0	16,0	75,6
5 Discorda totalmente	87	21,8	21,8	97,4
99 Não respondeu	11	2,6	2,6	100,0
Total	400	100,0	100,0	

P1005 O mercado publicitário prioriza os investimentos em jornais que tenham certificação de circulação

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Concorda totalmente	120	29,9	29,9	29,9
2 Concorda em parte	114	28,4	28,4	58,3
3 Nem concorda, nem discorda	10	2,5	2,5	60,8
4 Discorda em parte	76	19,1	19,1	79,9
5 Discorda totalmente	58	14,5	14,5	94,4
98 Não sabe	19	4,7	4,7	99,1
99 Não respondeu	4	,9	,9	100,0
Total	400	100,0	100,0	

P11 Existe uma ação no Brasil que visa a adoção de mecanismos para o credenciamento técnico de empresas especializadas na verificação da circulação de veículos impressos de comunicação. O(A) sr.(a) conhece esse projeto?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Já conhecia	57	14,3	14,3	14,3
2 É a primeira vez que ouvi falar	332	83,1	83,1	97,4
99 Não respondeu	11	2,6	2,6	100,0
Total	400	100,0	100,0	

P12 E o(a) sr(a) aprova ou desaprova esta ação de credenciamento técnico de empresas especializadas na verificação da circulação de veículos impressos de comunicação?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Aprova	44	11,0	76,8	76,8
2 Desaprova	8	1,9	13,1	89,9
98 Não sabe	3	,8	5,7	95,6
99 Não respondeu	3	,6	4,4	100,0
Total	57	14,3	100,0	
Missing 91 Não se aplica	343	85,7		
Total	400	100,0		

P12A01 Por quais razões o(a) sr(a) aprova esta ação? Mais alguma?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Maior credibilidade/ seriedade às informações	16	4,1	37,4	37,4
	2 Dá mais transparência ao trabalho	3	,7	6,2	43,6
	3 Evita a circulação de jornais piratas/ combate à pirataria	3	,7	6,2	49,9
	4 Valorizar quem está no mercado	3	,8	7,5	57,4
	11 Evita fraudes/corrupção/ desvio de verbas para veículos que pouco tenham participado de campanhas específicas	6	1,6	14,7	72,1
	13 Evita que jornais esporádicos continuem no mercado/ ter mais opções de jornais diários	1	,3	2,7	74,8
	15 Melhora aceitação e planejamento de pequenas mídias	1	,2	1,8	76,6
	16 É um meio de fiscalização dos jornais	3	,7	6,2	82,8
	18 Diversificação do mercado de auditorias / certificações / verificações	2	,5	4,8	87,5
	999 Não respondeu	5	1,4	12,5	100,0
	Total	44	11,0	100,0	
Missing	991 Não se aplica	356	89,0		
Total		400	100,0		

P12A02 Por quais razões o(a) sr(a) aprova esta ação? Mais alguma?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Maior credibilidade/ seriedade às informações	3	,6	6,7	6,7
	2 Dá mais transparência ao trabalho	2	,4	4,5	11,1
	4 Valorizar quem está no mercado	1	,3	3,6	14,7
	11 Evita fraudes/corrupção/ desvio de verbas para veículos que pouco tenham participado de campanhas específicas	3	,7	7,1	21,8
	13 Evita que jornais esporádicos continuem no mercado/ ter mais opções de jornais diários	1	,1	1,4	23,3
	18 Diversificação do mercado de auditorias / certificações / verificações	1	,1	1,3	24,6
	27 Desde que seja coerente ao CPM como metodologia de análise	1	,1	1,3	25,9
	990 Nenhum outro	28	7,1	74,1	100,0
	Total	38	9,6	100,0	
Missing	991 Não se aplica	362	90,4		
Total		400	100,0		

P12B01 Por quais razões o(a) sr(a) desaprova esta ação? Mais alguma?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Mídia não deve sofrer intervenção do governo	1	,1	6,7	6,7
	2 Pelo alto custo do processo	1	,2	13,3	20,1
	3 Excesso de burocracia	2	,4	23,0	43,1
	10 Dificuldade para pequenos jornais se adequarem	1	,3	18,4	61,5
	11 Mídia não deve sofrer ações da iniciativa privada	1	,1	6,9	68,4
	14 Qualquer regulamentação pode diminuir o senso investigativo do veículo de comunicação	1	,1	6,7	75,2
	998 Não sabe	2	,5	24,8	100,0
	Total	8	1,9	100,0	
Missing	991 Não se aplica	392	98,1		
Total		400	100,0		

P12B02 Por quais razões o(a) sr(a) desaprova esta ação? Mais alguma?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 Pelo alto custo do processo	1	,3	24,5	24,5
	12 Processo desnecessário	1	,1	9,2	33,7
	990 Nenhum outro	4	,9	66,3	100,0
	Total	6	1,4	100,0	
Missing	991 Não se aplica	394	98,6		
Total		400	100,0		

P13 O(A) sr(a) tem conhecimento, ainda que de ouvir falar, sobre a política de investimentos de mídia do Governo Federal?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Sim	269	67,2	67,2	67,2
	2 Não	130	32,5	32,5	99,7
	98 Não sabe	1	,3	,3	100,0
Total		400	100,0	100,0	

P14 E o(a) sr(a) aprova ou desaprova essa política de investimentos de mídia do Governo Federal?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Aprova	187	46,9	69,7	69,7
	2 Desaprova	44	11,0	16,3	86,0
	98 Não sabe	17	4,3	6,4	92,5
	99 Não respondeu	20	5,1	7,5	100,0
	Total	269	67,2	100,0	
Missing	91 Não se aplica	131	32,8		
Total		400	100,0		

P1501 Conhecimento - Utilização de critérios técnicos de planejamento

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Já tinha conhecimento	137	34,3	34,3	34,3
	2 É a primeira vez que ouve falar	253	63,3	63,3	97,6
	98 Não sabe	5	1,3	1,3	98,9
	99 Não respondeu	4	1,1	1,1	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

P1502 Conhecimento - Valorização de estratégias de comunicação regionalizadas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Já tinha conhecimento	172	43,1	43,1	43,1
	2 É a primeira vez que ouve falar	224	55,9	55,9	99,0
	98 Não sabe	1	,3	,3	99,3
	99 Não respondeu	3	,7	,7	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

P1503 Conhecimento - Desconcentração de investimentos de mídia em praças e veículos

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Já tinha conhecimento	142	35,6	35,6	35,6
	2 É a primeira vez que ouve falar	246	61,6	61,6	97,1
	98 Não sabe	5	1,3	1,3	98,4
	99 Não respondeu	6	1,6	1,6	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

P1504 Conhecimento - Exigência de inscrição no Cadastro de Veículos da SECOM

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Já tinha conhecimento	369	92,2	92,2	92,2
2 É a primeira vez que ouve falar	28	7,1	7,1	99,3
98 Não sabe	3	,7	,7	100,0
Total	400	100,0	100,0	

P1505 Conhecimento - Exigência de declaração de tiragem reconhecida em cartório

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Já tinha conhecimento	277	69,3	69,3	69,3
2 É a primeira vez que ouve falar	123	30,7	30,7	100,0
Total	400	100,0	100,0	

P1506 Conhecimento - Comprovação de regularidade de periodicidade e circulação através do envio de exemplares em datas aleatórias

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Já tinha conhecimento	363	90,8	90,8	90,8
2 É a primeira vez que ouve falar	35	8,8	8,8	99,7
98 Não sabe	1	,3	,3	100,0
Total	400	100,0	100,0	

P1507 Conhecimento - Comprovação de regularidade cadastral junto a Receita Federal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Já tinha conhecimento	319	79,8	79,8	79,8
2 É a primeira vez que ouve falar	73	18,2	18,2	97,9
98 Não sabe	7	1,7	1,7	99,7
99 Não respondeu	1	,3	,3	100,0
Total	400	100,0	100,0	

P1508 Conhecimento - Negociação a partir de média de custos para cada praça e região

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Já tinha conhecimento	266	66,5	66,5	66,5
2 É a primeira vez que ouve falar	130	32,4	32,4	99,0
98 Não sabe	3	,7	,7	99,7
99 Não respondeu	1	,3	,3	100,0
Total	400	100,0	100,0	

P1601 Avaliação - Utilização de critérios técnicos de planejamento

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0 Nada importante	2	,5	1,5	1,5
	4 Nota 4	1	,1	,4	1,9
	5 Nota 5	11	2,7	8,0	10,0
	6 Nota 6	3	,8	2,4	12,4
	7 Nota 7	12	3,0	8,7	21,2
	8 Nota 8	32	8,1	23,6	44,8
	9 Nota 9	9	2,4	6,9	51,7
	10 Muito importante	66	16,6	48,3	100,0
	Total	137	34,3	100,0	
Missing	91 Não se aplica	263	65,7		
Total		400	100,0		

P1602 Avaliação - Valorização de estratégias de comunicação regionalizadas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0 Nada importante	1	,3	,6	,6
	2 Nota 2	2	,5	1,1	1,7
	4 Nota 4	2	,4	1,0	2,7
	5 Nota 5	6	1,4	3,2	5,9
	6 Nota 6	1	,3	,6	6,5
	7 Nota 7	8	1,9	4,4	10,9
	8 Nota 8	27	6,7	15,6	26,5
	9 Nota 9	17	4,2	9,8	36,3
	10 Muito importante	110	27,4	63,7	100,0
	Total	172	43,1	100,0	
Missing	91 Não se aplica	228	56,9		
Total		400	100,0		

P1603 Avaliação - Desconcentração de investimentos de mídia em praças e veículos

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0 Nada importante	1	,3	1,0	1,0
	2 Nota 2	1	,1	,4	1,4
	3 Nota 3	2	,5	1,3	2,7
	4 Nota 4	1	,1	,4	3,1
	5 Nota 5	12	3,1	8,7	11,8
	6 Nota 6	5	1,2	3,5	15,3
	7 Nota 7	11	2,6	7,4	22,7
	8 Nota 8	16	3,9	11,0	33,8
	9 Nota 9	11	2,7	7,5	41,3
	10 Muito importante	84	20,9	58,7	100,0
	Total	142	35,6	100,0	
Missing	91 Não se aplica	258	64,4		
Total		400	100,0		

P1604 Avaliação - Exigência de inscrição no Cadastro de Veículos da SECOM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Nota 1	1	,3	,4	,4
	4 Nota 4	1	,2	,2	,6
	5 Nota 5	9	2,4	2,6	3,1
	6 Nota 6	4	1,1	1,2	4,3
	7 Nota 7	12	3,0	3,2	7,6
	8 Nota 8	35	8,7	9,4	17,0
	9 Nota 9	18	4,5	4,9	21,9
	10 Muito importante	288	72,0	78,1	100,0
	Total	369	92,2	100,0	
Missing	91 Não se aplica	31	7,8		
Total		400	100,0		

P1605 Avaliação - Exigência de declaração de tiragem reconhecida em cartório

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0 Nada importante	9	2,2	3,2	3,2
	1 Nota 1	1	,2	,3	3,6
	2 Nota 2	1	,3	,5	4,1
	3 Nota 3	3	,7	1,0	5,1
	4 Nota 4	2	,6	,8	5,9
	5 Nota 5	27	6,7	9,7	15,6
	6 Nota 6	3	,8	1,1	16,7
	7 Nota 7	17	4,1	6,0	22,7
	8 Nota 8	44	11,1	16,0	38,6
	9 Nota 9	10	2,4	3,5	42,1
	10 Muito importante	160	40,1	57,9	100,0
	Total	277	69,3	100,0	
Missing	91 Não se aplica	123	30,7		
Total		400	100,0		

P1606 Avaliação - Comprovação de regularidade de periodicidade e circulação através do envio de exemplares em datas aleatórias

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0 Nada importante	3	,7	,7	,7
	1 Nota 1	1	,3	,4	1,1
	5 Nota 5	11	2,7	3,0	4,1
	6 Nota 6	5	1,1	1,2	5,4
	7 Nota 7	7	1,8	2,0	7,3
	8 Nota 8	39	9,7	10,7	18,0
	9 Nota 9	11	2,8	3,1	21,1
	10 Muito importante	287	71,6	78,9	100,0
	Total	363	90,8	100,0	
Missing	91 Não se aplica	37	9,2		
Total		400	100,0		

P1607 Avaliação - Comprovação de regularidade cadastral junto a Receita Federal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0 Nada importante	2	,6	,7	,7
	2 Nota 2	4	,9	1,1	1,8
	4 Nota 4	1	,1	,2	2,0
	5 Nota 5	9	2,3	2,8	4,8
	6 Nota 6	2	,5	,6	5,4
	7 Nota 7	6	1,4	1,8	7,2
	8 Nota 8	26	6,6	8,2	15,4
	9 Nota 9	15	3,6	4,5	20,0
	10 Muito importante	255	63,8	80,0	100,0
	Total	319	79,8	100,0	
Missing	91 Não se aplica	81	20,2		
Total		400	100,0		

P1608 Avaliação - Negociação a partir de média de custos para cada praça e região

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0 Nada importante	5	1,2	1,8	1,8
	2 Nota 2	2	,5	,7	2,5
	3 Nota 3	1	,2	,3	2,7
	4 Nota 4	5	1,1	1,7	4,4
	5 Nota 5	44	11,0	16,5	20,9
	6 Nota 6	12	3,0	4,5	25,4
	7 Nota 7	21	5,3	8,0	33,5
	8 Nota 8	52	13,1	19,7	53,1
	9 Nota 9	16	4,0	6,0	59,2
	10 Muito importante	109	27,2	40,8	100,0
	Total	266	66,5	100,0	
Missing	91 Não se aplica	134	33,5		
Total		400	100,0		

P17 Nos últimos anos, o(a) sr(a) percebeu alguma mudança na política de investimentos de mídia do Governo Federal?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Sim	279	69,7	69,7	69,7
	2 Não	110	27,5	27,5	97,2
	98 Não sabe	3	,7	,7	97,9
	99 Não respondeu	9	2,1	2,1	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

P18 E na sua opinião, essa mudança na política de investimentos de mídia do Governo Federal é mais positiva ou mais negativa?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Positiva	236	58,9	84,5	84,5
	2 Negativa	33	8,2	11,8	96,3
	3 Indiferente	3	,7	1,1	97,4
	98 Não sabe	2	,5	,7	98,0
	99 Não respondeu	5	1,4	2,0	100,0
	Total	279	69,7	100,0	
Missing	91 Não se aplica	121	30,3		
Total		400	100,0		

P18A01 Que tipo de aspectos positivos? Mais algum?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21 Comunicação descentralizada/ de maior abrangência / regionalizada	27	6,8	11,5	11,5
	26 Acessibilidade às informações sobre a atuação do Governo Federal em todas as regiões geográficas do país	0	,1	,2	11,7
	27 Maior controle sobre as informações em circulação	1	,3	,6	12,3
	35 Integração com municípios do interior	2	,4	,7	12,9
	36 Descentralização das mídias	24	6,0	10,1	23,1
	39 Governo determina mídias específicas para cada região	2	,4	,7	23,8
	41 Melhor distribuição de verbas/ descentralização nas grandes capitais e para o interior	9	2,1	3,6	27,4
	44 Maior quantidade de anúncios do Governo Federal	3	,6	1,1	28,5
	61 Valorização dos pequenos jornais/ locais / em desenvolvimento	84	21,0	35,6	64,2
	62 Maior credibilidade e seriedade	2	,6	1,0	65,2
	71 Maior contato dos Jornais com a SECOM e Governo Federal	2	,6	1,0	66,2

P18A01 Que tipo de aspectos positivos? Mais algum?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
81 Aprimora o critério de seleção da mídia - evita corrupção	6	1,4	2,4	68,6
89 Acabaram com os representantes intermediários	1	,3	,5	69,1
133 Adequação do mercado publicitário	3	,7	1,2	70,3
136 Democratização - população terá um maior acesso às informações/ campanhas sobre o Governo Federal	54	13,4	22,7	93,0
139 Valorização das grandes mídias	1	,2	,4	93,5
141 A mídia do interior tem maior proximidade com a população local, sendo forte formadora de opinião	7	1,7	2,9	96,4
998 Não sabe	1	,3	,6	96,9
999 Não respondeu	7	1,8	3,1	100,0
Total	236	58,9	100,0	
Missing 991 Não se aplica	164	41,1		
Total	400	100,0		

P18A02 Que tipo de aspectos positivos? Mais algum?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21 Comunicação descentralizada/ de maior abrangência / regionalizada	6	1,6	2,7	2,7
	27 Maior controle sobre as informações em circulação	2	,4	,7	3,4
	35 Integração com municípios do interior	1	,3	,5	4,0
	36 Descentralização das mídias	6	1,5	2,7	6,7
	41 Melhor distribuição de verbas/ descentralização nas grandes capitais e para o interior	2	,6	1,0	7,7
	61 Valorização dos pequenos jornais/ locais / em desenvolvimento	19	4,8	8,4	16,1
	62 Maior credibilidade e seriedade	5	1,3	2,4	18,5
	64 Irá melhorar a imagem do Governo Federal	1	,3	,6	19,1
	71 Maior contato dos Jornais com a SECOM e Governo Federal	3	,7	1,2	20,3
	81 Aprimora o critério de seleção da mídia - evita corrupção	3	,9	1,5	21,8
	87 Incentivo à concorrência	1	,2	,4	22,3
	90 Mais transparência da Secom	1	,1	,2	22,5
	136 Democratização - população terá um maior acesso às informações/ campanhas sobre o Governo Federal	34	8,6	15,1	37,7
	140 Regularização de periodicidade do jornal	1	,3	,5	38,2
	141 A mídia do interior tem maior proximidade com a população local, sendo forte formadora de opinião	2	,4	,8	38,9
	990 Nenhum outro	139	34,7	61,1	100,0
	Total	227	56,8	100,0	
Missing	991 Não se aplica	173	43,2		
Total		400	100,0		

P18B01 Que tipo de aspectos negativos? Mais algum?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21 Governo Federal demora a pagar	8	1,9	23,4	23,4
	22 O desconto sobre a tabela será maior	1	,1	1,6	25,0
	23 Governo só paga mídias que tenham como atividade principal o jornal	1	,1	1,6	26,6
	24 Governo Federal impõe o valor de venda	1	,3	3,7	30,3
	30 Diminuição de publicidade em jornais	4	1,1	13,3	43,6
	31 Desvalorização do governo com a mídia de pequeno porte / do interior	1	,3	3,2	46,7
	32 Diminuição de verbas para mídia do interior	3	,6	7,8	54,6
	42 Continuará a concentração em grandes mídias	6	1,5	18,5	73,1
	51 Muita burocracia	3	,7	8,1	81,2
	52 Diminuição de publicações em mídias impressas de maneira geral	2	,5	5,7	86,9
	997 Recusa	1	,1	1,5	88,5
	998 Não sabe	3	,7	8,4	96,9
	999 Não respondeu	1	,3	3,1	100,0
	Total	33	8,2	100,0	
Missing	991 Não se aplica	367	91,8		
Total		400	100,0		

P18B02 Que tipo de aspectos negativos? Mais algum?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21 Governo Federal demora a pagar	1	,1	1,8	1,8
	30 Diminuição de publicidade em jornais	1	,3	4,8	6,6
	31 Desvalorização do governo com a mídia de pequeno porte / do interior	1	,2	2,7	9,3
	32 Diminuição de verbas para mídia do interior	1	,3	4,8	14,2
	33 O município não recebe nenhum incentivo do governo em relação aos jornais	1	,3	3,6	17,8
	42 Continuará a concentração em grandes mídias	1	,1	1,8	19,5
	51 Muita burocracia	3	,7	9,6	29,1
	990 Nenhum outro	20	5,1	70,9	100,0
	Total	29	7,1	100,0	
Missing	991 Não se aplica	371	92,9		
Total		400	100,0		

REGIÃO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Norte	11	2,8	2,8	2,8
	2 Nordeste	21	5,2	5,2	8,0
	3 Centro Oeste	32	8,0	8,0	16,0
	4 Sudeste	195	48,7	48,7	64,7
	5 Sul	141	35,3	35,3	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

TIRAGEM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Baixa tiragem (até 5000 exemplares)	223	55,8	55,8	55,8
	2 Média tiragem (de 5001 a 15000 exemplares)	119	29,7	29,7	85,5
	3 Alta tiragem (mais de 15.000 exemplares)	58	14,5	14,5	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

CARGO

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Diretor	220	54,9	54,9	54,9
3 Administrativo	3	,8	,8	55,7
5 Editor	50	12,4	12,4	68,1
6 Proprietário	27	6,6	6,6	74,7
7 Gerente	40	9,9	9,9	84,7
8 Jornalista	16	4,0	4,0	88,6
10 Outros	45	11,4	11,4	100,0
Total	400	100,0	100,0	

temp Tempo na função

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Até 1 ano	19	4,8	4,8	4,8
2 Mais de 1 a 5 anos	106	26,6	26,6	31,4
3 Mais de 5 a 10 anos	79	19,7	19,7	51,1
4 Mais de 10 a 20 anos	100	25,1	25,1	76,2
5 Mais de 20 a 49 anos	95	23,8	23,8	100,0
Total	400	100,0	100,0	

fund Ano da fundação

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 1827 a 1984	102	25,5	25,5	25,5
2 1985 a 1994	98	24,6	24,6	50,0
3 1995 a 2004	99	24,9	24,9	74,9
4 2005 a 2013	100	25,1	25,1	100,0
Total	400	100,0	100,0	

P0701recode E quando seu jornal é solicitado a prestar contas sobre os dados de tiragem, como essa prestação é feita? Mais alguma maneira?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Disponibilizam as informações próprias sobre a venda de exemplares de jornal/ declaração do próprio jornal	176	44,0	61,9	61,9
	7 Através da nota fiscal/ nota fiscal da gráfica	79	19,8	27,9	89,8
	17 Envio de exemplares em datas aleatórias à SECOM: regularidade de periodicidade e circulação	2	,4	,5	90,3
	19 Relatório/ declaração da empresa terceirizada	2	,4	,6	90,9
	20 Visita in loco	1	,2	,3	91,2
	24 Nunca foi solicitado a prestar dados de tiragem	10	2,6	3,6	94,9
	29 Declaração da Associação Comercial	1	,3	,5	95,4
	98 Não sabe	4	,9	1,3	96,6
	99 Não respondeu	10	2,4	3,4	100,0
	Total	284	71,0	100,0	
Missing	91 Não se aplica	116	29,0		
Total		400	100,0		

P0702recode E quando seu jornal é solicitado a prestar contas sobre os dados de tiragem, como essa prestação é feita? Mais alguma maneira?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Disponibilizam as informações próprias sobre a venda de exemplares de jornal/ declaração do próprio jornal	40	10,0	14,8	14,8
	7 Através da nota fiscal/ nota fiscal da gráfica	46	11,6	17,1	31,8
	17 Envio de exemplares em datas aleatórias à SECOM: regularidade de periodicidade e circulação	1	,3	,4	32,3
	20 Visita in loco	1	,1	,2	32,5
	21 Através da ADJORI	3	,7	1,0	33,5
	23 Fotos com edições dos clientes	1	,3	,4	34,0
	31 Através de comunicação de entidades locais	1	,2	,3	34,2
	35 Através da nota fiscal do correio/ comprovante de postagem dos correios	2	,5	,7	34,9
	90 Nenhum outro	176	44,1	65,1	100,0
	Total	271	67,7	100,0	
Missing	91 Não se aplica	129	32,3		
Total		400	100,0		

P0703recode E quando seu jornal é solicitado a prestar contas sobre os dados de tiragem, como essa prestação é feita? Mais alguma maneira?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Disponibilizam as informações próprias sobre a venda de exemplares de jornal/ declaração do próprio jornal	1	,2	,3	,3
	7 Através da nota fiscal/ nota fiscal da gráfica	4	1,1	1,6	1,9
	23 Fotos com edições dos clientes	1	,3	,4	2,3
	90 Nenhum outro	265	66,2	97,7	100,0
	Total	271	67,7	100,0	
Missing	91 Não se aplica	129	32,3		
Total		400	100,0		

P0901_recorde E quando seu jornal é solicitado a prestar contas sobre os dados de distribuição de jornal, como essa prestação é feita? Mais alguma maneira?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Disponibilizam os controles próprios de distribuição (mailing)	216	54,0	69,9	69,9
	4 Através da gráfica	18	4,6	5,9	75,8
	7 Através de declaração da prefeitura	2	,5	,6	76,4
	10 Convida uma pessoa à acompanhar a distribuição	1	,1	,2	76,6
	12 Através dos locais de distribuição	1	,1	,2	76,8
	13 Jornal de distribuição gratuita - não há necessidade de prestar contas	2	,5	,6	77,4
	14 Envio de exemplares em datas aleatórias à SECOM: regularidade de periodicidade e circulação	2	,5	,7	78,1
	15 Através de pesquisa com os proprietários de bancas	0	,1	,2	78,2
	18 Contagem dos anunciantes	1	,2	,2	78,5
	23 Através de fotos, filmagens/ visualização eletrônica	2	,5	,6	79,1
	50 Nunca foi solicitado	24	6,1	7,9	87,0
	96 Outras respostas	2	,4	,6	87,5
	98 Não sabe	9	2,3	3,0	90,5
	99 Não respondeu	29	7,3	9,5	100,0
	Total	309	77,2	100,0	
Missing	91 Não se aplica	91	22,8		
Total		400	100,0		

P0902_recode E quando seu jornal é solicitado a prestar contas sobre os dados de distribuição de jornal, como essa prestação é feita? Mais alguma maneira?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Disponibilizam os controles próprios de distribuição (mailing)	25	6,2	9,2	9,2
	4 Através da gráfica	7	1,7	2,5	11,7
	5 Através de comprovante dos correios	2	,5	,8	12,5
	7 Através de declaração da prefeitura	2	,5	,7	13,2
	12 Através dos locais de distribuição	1	,2	,3	13,4
	13 Jornal de distribuição gratuita - não há necessidade de prestar contas	1	,3	,5	13,9
	23 Através de fotos, filmagens/ visualização eletrônica	2	,5	,7	14,6
	26 Através do controle de tiragem	1	,2	,3	14,9
	27 Através de pesquisas do governo	1	,1	,2	15,1
	32 Declaração da Associação Comercial	1	,3	,5	15,7
	90 Nenhum outro	227	56,8	84,3	100,0
	Total	269	67,3	100,0	
Missing	91 Não se aplica	131	32,7		
Total		400	100,0		

P0903_recode E quando seu jornal é solicitado a prestar contas sobre os dados de distribuição de jornal, como essa prestação é feita? Mais alguma maneira?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Disponibilizam os controles próprios de distribuição (mailing)	1	,2	,3	,3
	11 Depoimento de clientes	1	,3	,4	,8
	90 Nenhum outro	267	66,8	99,2	100,0
	Total	269	67,3	100,0	
Missing	91 Não se aplica	131	32,7		
Total		400	100,0		

P0904_recode E quando seu jornal é solicitado a prestar contas sobre os dados de distribuição de jornal, como essa prestação é feita? Mais alguma maneira?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4 Através da gráfica	1	,3	,4	,4
	90 Nenhum outro	268	67,0	99,6	100,0
	Total	269	67,3	100,0	
Missing	91 Não se aplica	131	32,7		
Total		400	100,0		