



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS - FAGEN
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

BRUNO PACHECO OLIVEIRA SOUSA

**ANÁLISE DE LEGIBILIDADE E LEITURABILIDADE DE TEXTOS NA
PROPAGANDA: ESTUDO DO CASO DE UMA CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO
DE PROCESSO SELETIVO EM UMA UNIVERSIDADE PÚBLICA**

UBERLÂNDIA - MG

2025

BRUNO PACHECO OLIVEIRA SOUSA

**Análise de legibilidade e leitabilidade de textos na propaganda: estudo do caso de
uma campanha de divulgação de processo seletivo em uma universidade pública**

Trabalho de Conclusão de Curso a ser apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito para a conclusão do Curso e obtenção do título de Administrador.

Orientador(a): Prof.^a Renata Rodrigues Daher
Paulo

AGRADECIMENTO

Em primeiro lugar, agradeço a Deus, por me conceder força, sabedoria e resiliência para concluir o curso de Administração. Sem sua presença em minha vida, essa jornada teria sido ainda mais desafiadora.

Expresso minha profunda gratidão à minha mãe, Alessandra, e à minha avó, Lindamar, pelo apoio incondicional, incentivo constante e por sempre acreditarem no meu potencial. Sem o apoio de vocês, essa conquista talvez não teria sido possível.

Agradeço também aos demais familiares e amigos, que, de diferentes formas, me ajudaram a enfrentar os obstáculos ao longo dessa caminhada acadêmica.

Meus sinceros agradecimentos aos colegas de trabalho, que demonstraram compreensão e apoio durante todo o período da graduação, contribuindo para que eu pudesse conciliar estudo e trabalho da melhor forma possível.

Um agradecimento especial à professora Renata, cuja paciência, dedicação e incentivo foram essenciais para que eu não desistisse. Sua orientação foi determinante, e considero-a uma das melhores professoras que tive durante todo o curso.

A cada pessoa mencionada, meu sincero muito obrigado. Cada um de vocês teve um papel fundamental na realização deste trabalho e, acima de tudo, na conquista dessa importante etapa da minha vida.

Resumo

A mensagem escrita em propagandas tem papel fundamental na comunicação eficaz com o público a quem a propaganda se destina. Textos de propaganda adequadamente elaborados possibilitam atrair a atenção, gerar interesse e persuadir os consumidores a se comportar em determinada direção, como comprar um produto ou contratar um serviço. Portanto, avaliar a legibilidade de textos escritos torna-se relevante no processo do planejamento comunicacional. Para realizar a avaliação da legibilidade e leitabilidade há diversas ferramentas possíveis de serem aplicadas, entre elas os testes de Facilidade de Leitura de Flesch, Índice Gulpease, Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, Índice de Nebulosidade de Gunning, Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), Índice de Coleman-Liau. Nesse contexto, este trabalho teve como objetivo analisar a legibilidade (facilidade ou dificuldade de entendimento de um texto de propaganda) de uma campanha de propaganda de um processo seletivo de vagas ociosas, de uma instituição de ensino pública, veiculada no perfil oficial do Instagram dessa Instituição de Ensino Superior. A pesquisa utilizou as métricas de legibilidade contidas na ferramenta online Análise de Legibilidade Textual, que auxilia na avaliação da legibilidade de textos escritos. A coleta de dados teve duração de três meses ocorrendo entre agosto e novembro de 2024 por meio do perfil oficial do Instagram de uma universidade pública, desde o início da divulgação do processo seletivo de vagas ociosas até a finalização desta campanha. Ao longo do período de divulgação, foram realizadas 15 postagens informativas sobre o processo seletivo, entre os dias 02 de janeiro e 05 de agosto de 2024. Os resultados da análise dos textos escritos, publicados no perfil oficial da instituição investigada, indicaram facilidade média a alta na legibilidade da maioria dos textos da campanha e adequação dos mesmos ao perfil de escolaridade do público ao qual a campanha foi destinada. A análise demonstrou que o uso de ferramentas de legibilidade pode ser um recurso valioso para avaliar e aprimorar textos escritos em propagandas, mas que essas ferramentas devem estar aliadas a outros métodos de avaliação que possibilitem uma compreensão mais abrangente do contexto.

Palavras-chave: Propaganda; Legibilidade; Processo Seletivo de Vagas Ociosas; Instagram; Instituição de Ensino Superior.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Pontuações correspondentes aos níveis de notas dos EUA	13
Quadro 2: Análise dos níveis de ensino nos EUA e suas pontuações ARI correspondentes.....	14
Quadro 3: Resumo descritivo	18
Quadro 4: Resumo descritivo	19
Quadro 5: Resumo descritivo	20
Quadro 6: Resumo descritivo	23
Quadro 7: Resumo descritivo	24
Quadro 8: Resumo descritivo	25
Quadro 9: Resumo descritivo	27
Quadro 10: Resumo descritivo	29
Quadro 11: Resumo descritivo	30
Quadro 12: Resumo descritivo	32
Quadro 13: Resumo descritivo	33
Quadro 14: Resumo descritivo	34
Quadro 15: Resumo descritivo	36
Quadro 16: Resumo descritivo	37
Quadro 17: Resumo descritivo	39
Quadro 18: Resumo descritivo	40
Quadro 19: Resumo descritivo	43
Quadro 20: Resumo descritivo	45
Quadro 21: Resumo descritivo	47
Quadro 22: Resumo descritivo	50
Quadro 23: Resumo descritivo	51
Quadro 24: Resumo descritivo	53
Quadro 25: Resumo descritivo	54
Quadro 26: Resumo descritivo	55
Quadro 27: Resumo descritivo	57
Quadro 28: Indicadores de Legibilidade das Postagens – Campanha Vagas Ociosas 2024/1	60

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 : Primeira Postagem da campanha Vagas Ociosas 2024/1	16
Figura 2 : Métricas da análise da legibilidade da primeira postagem da campanha analisada.	17
Figura 3 : Métricas da análise da legibilidade da primeira postagem da campanha analisada.	18
Figura 4 : Segunda Postagem da campanha Vagas Ociosas 2024/1	19
Figura 5 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	20
Figura 6 : Critérios e Diretrizes para Avaliação de legibilidade Textual	21
Figura 7 : Nuvem de palavras	21
Figura 8 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	22
Figura 9 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	24
Figura 10 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	25
Figura 11 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	26
Figura 12 : Terceira Postagem da campanha Vagas Ociosas 2024/1	27
Figura 13 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	28
Figura 14 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	29
Figura 15 :Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	30
Figura 16 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	31
Figura 17 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	33
Figura 18 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	34
Figura 19 : Quarta Postagem da campanha Vagas Ociosas 2024/1	35
Figura 20 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	36
Figura 21 :Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	37
Figura 22 : Quinta Postagem da campanha Vagas Ociosas 2024/1	38
Figura 23 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	39
Figura 24 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	40
Figura 25 : Sexta Postagem da campanha Vagas Ociosas 2024/1	41
Figura 26 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	42
Figura 27 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	43
Figura 28 : Sétima Postagem da campanha Vagas Ociosas 2024/1	43
Figura 29 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	45
Figura 30 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	46
Figura 31 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	47
Figura 32 : Critérios e Diretrizes para Avaliação de legibilidade Textual	48
Figura 33 : Nuvem de palavras	48
Figura 34 : Oitava Postagem da campanha Vagas Ociosas 2024/1	49
Figura 35 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	50
Figura 36 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	51
Figura 37 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	53
Figura 38 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	54
Figura 39 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	55
Figura 40 : Nona Postagem da campanha Vagas Ociosas 2024/1	56
Figura 41 :Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	57
Figura 42 : Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada	58

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. REFERENCIAL TEÓRICO	8
2.1. A propaganda como ferramenta de comunicação de marketing	8
2.2. A mensagem escrita na propaganda	9
2.3. Análise de legibilidade de textos escritos na propaganda	11
3. METODOLOGIA	15
4. ANÁLISE DE RESULTADOS	16
5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	58
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	61
REFERÊNCIAS	62

1. INTRODUÇÃO

Para o antropólogo Everardo Rocha, a propaganda pode ser vista como um sistema de significados que possibilita antever os padrões de estilo de vida da sociedade atualmente, por estar ancorada em valores e códigos culturais das realidades locais (Rocha, 2013). A mesma autora menciona o antropólogo Grant McCracken, no qual diz que é por meio da propaganda que categorias e valores culturais são transmitidos aos produtos. A propaganda mantém a marca de uma empresa sempre fresca na memória do consumidor. Quando surge a necessidade relacionada ao produto anunciado, a influencia da propaganda torna possível ao anunciante chegar à mente do consumidor como candidato à compra. Isso significa dar mais destaque à marca; ou seja, enriquecer o traço da memória para a marca de modo que ela venha à mente em situações relevantes de escolha (Rocha, 2013). Além do mais, já se demonstrou que a propaganda pode influenciar a troca de marcas, lembrando ao consumidor que não adquiriu uma marca recentemente que ela está disponível e que possui atributos favoráveis (Crescitelli, Shimp, 2012).

A propaganda evoluiu para uma forma muito complexa de comunicação, com literalmente milhares de maneiras diferentes para uma empresa enviar uma mensagem ao consumidor. Os anunciantes atualmente têm uma vasta gama de opções à sua disposição. Somente a internet fornece muitas dessas opções, como banners, sites patrocinados, salas de bate-papo com marca, entre outras, que podem gerar, por exemplo, os vídeos virais de marca e muito mais, segundo Belch e Belch (2014). Para Stefano (2020), um anúncio é uma comunicação persuasiva, veiculada de forma massificada, durante determinado período e num determinado espaço, pago ou doado por um indivíduo, uma organização ou campanha, com emissor identificado.

A mensagem escrita em propagandas desempenha um papel crucial na comunicação eficaz com público. Textos de propaganda bem elaborados são essenciais para atrair a atenção, gerar interesse e persuadir os consumidores a tomar uma ação, como comprar um produto ou contratar um serviço (Blume, 2009). Do ponto de vista de saída, propaganda eficaz é aquela que alcança os objetivos do anunciante. Essa perspectiva define a eficácia em termos daquilo que é realizado. É muito mais difícil definir propaganda eficaz na perspectiva de entrada, ou em termos da composição da propaganda em si. Há muitos pontos de vista nessa questão. A propaganda pode ser eficaz apenas se for compatível com outros elementos de uma estratégia de forma integrada e bem orquestrada deve ser apresentada de modo que se relacione às necessidades, aos desejos e valores do consumidor (Crescitelli, Shimp, 2012).

O uso de ferramentas analíticas é fundamental para entender a avaliação das mensagens de propaganda no dia a dia, pois esta passou a incorporar uma linguagem cada vez mais atrativa e dotada de apelos lógicos e emocionais, com vista para o convencimento do consumidor à aquisição de determinados produtos. Para Dias (2010), a avaliação das mensagens publicitárias ajuda evitar mal-entendidos ou interpretações errôneas que podem prejudicar a imagem da empresa. Mensagens confusas ou ambíguas podem levar a percepções negativas e até mesmo a reclamações ou ações legais.

Ao garantir que o texto seja claro, conciso e relevante, por meio da avaliação do que é escrito, as empresas podem proteger sua reputação e assegurar que a comunicação seja efetiva, ética e transparente. Permite também que a empresa ajuste suas estratégias de marketing com base no feedback do público, melhorando continuamente a eficácia de suas campanhas de propaganda.

Nesse contexto, o objetivo desse estudo foi fazer uma análise de legibilidade (facilidade ou dificuldade de entendimento de um texto de propaganda) de uma campanha de propaganda de um processo seletivo de vagas ociosas, de uma instituição de ensino pública, veiculada no perfil oficial do Instagram dessa Instituição de Ensino Superior. No contexto de propaganda, isso é especialmente importante, pois entender se o público tem facilidade de entender mensagens escritas nas redes sociais de uma organização pode aumentar significativamente a eficácia de suas campanhas comunicacionais.

A decisão de analisar o perfil oficial da Universidade Federal de Uberlândia no Instagram ocorreu em função da relevância dessa rede social no Brasil, em termos de número de usuários ativos (Bragado, 2024), além do interesse pessoal do pesquisador, que atua como funcionário dessa instituição. O foco da análise foi o processo seletivo de vagas ociosas por meio de transferência facultativa por ser um dos mais esperados e procurados pelo público-alvo desta instituição de ensino. Este processo exige da universidade um esforço comunicativo substancial, considerando que esse método atrai candidatos de todo o Brasil e de diferentes contextos socioculturais. Atualmente, as universidades públicas em todo o país têm passado por um período de diminuição da procura por vagas em seus cursos de graduação (Fernandes, 2023; Lobo, 2023), o que aumenta a pressão pelo acerto na elaboração das mensagens comunicacionais nas campanhas de divulgação.

Assim, analisar a legibilidade das postagens e descrições nos meios de comunicações digitais oficiais pode auxiliar não apenas a otimizar a interação com os estudantes candidatos aos processos seletivos, mas também evitar erros no processo comunicativo, influenciando até mesmo no aumento da popularidade e na construção de uma imagem positiva da instituição.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. A propaganda como ferramenta de comunicação de marketing

O marketing compreende o processo de satisfação das necessidades individuais e empresariais, determinando preço, a comunicação e a distribuição de ideias, de bens e serviços, sendo elemento primordial para a manutenção dos mercados (Hooley, 2001). Segundo Hooley (2001, p. 27), “a primeira tarefa crítica do marketing é identificar as necessidades dos clientes e comunicá-las de forma eficaz a toda a organização”. Sem considerar se as aplicações que popularmente são dadas ao marketing são corretas ou não, o importante é a constatação de que o marketing vem dia a dia rompendo o hermetismo dos conceitos formados por conjuntos de técnicas para uma visão mais ampla de um processo que busca permanentemente levar ao mercado consumidor aquele bem ou serviço que ele almeja, no momento e na forma desejados.

Para que o marketing exista é preciso estar na presença de uma necessidade humana: tem de haver alguém que necessite ou deseje algo. Em segundo lugar é fundamental que haja um modo de satisfazer essa necessidade, quer seja por intermédio de um produto, de um serviço ou até de uma ideia. E é de um processo de troca, mutuamente benéfico, entre quem quer satisfazer a sua necessidade e quem detém o meio para sua satisfação, que surge o marketing (Zenone, 2020).

Um dos desafios da atividade mercadológica é comunicar adequadamente a existência e os benefícios dos produtos aos públicos aos quais eles se destinam (Belch, Belch, 2008). Para que essa atividade seja levada a cabo, a comunicação de marketing deve se embasar nas características do público-alvo da organização, bem como no contexto socioeconômico e cultural desse público para planejar o esforço comunicacional e determinar quais as ferramentas do composto de comunicação devem ser utilizadas. Dentre as ferramentas do composto de comunicação (propaganda, publicidade, marketing direto, promoção de vendas, venda pessoal etc.), a propaganda destaca-se como uma das mais utilizadas pelas organizações para se comunicar com seus públicos de interesse.

Para os públicos de interesse não importa se a comunicação a que ele teve acesso foi desenvolvida por uma agência de propaganda ou promoção, ou ainda assessoria de imprensa. O que importa é que a comunicação representa uma marca, produto ou serviço, e estes uma organização que deve ser responsável pelas suas ações (Rocha, 2019).

O termo propaganda é definido como qualquer forma paga pela comunicação impessoal sobre uma organização, produto, serviço ou ideia, realizada por um patrocinador que se

identifica. O aspecto pago dessa definição é um reflexo do fato de o espaço ou tempo para veicular uma mensagem de propaganda geralmente ser pago. Uma exceção ocasional é o anúncio de utilidade pública, cujo espaço ou tempo de propaganda é cedido pela mídia (Belch, Belch, 2014).

Antes da popularização da internet e das redes sociais, o componente impessoal significa que a propaganda envolvia os meios de comunicação de massa (p. ex., TV, rádio, revistas, jornais), que transmitiam uma mensagem para grandes grupos de indivíduos, quase sempre ao mesmo tempo. A natureza impessoal da propaganda significava que normalmente não existia oportunidade para obter um *feedback* imediato do receptor da mensagem (exceto na propaganda de resposta direta). Portanto, antes de transmitir a mensagem, o anunciente devia considerar como o público interpretará e reagirá a ela (Belch, Belch, 2014). Atualmente, a propaganda por meio das redes sociais possibilita a obtenção do feedback imediato, mesmo se tratando de mensagens direcionadas a grandes grupos.

A propaganda é fundamental na divulgação e comercialização de produtos e serviços, bem como na disseminação da identidade das marcas. Por meio dela é que os consumidores formam ideias, conceitos e opiniões que influenciam seu comportamento e determinam suas escolhas e preferências (Forechi, Santos, Constante, 2018). Entre as vantagens da propaganda, destaca-se a capacidade de alcançar muitas pessoas de forma rápida e eficiente, a possibilidade de criar uma identidade de marca forte e consistente, o que pode gerar fidelidade e confiança por parte dos consumidores.

Tendo em vista que o destinatário da mensagem propagandística, o comunicatário, principalmente o urbano, vive num universo saturado de estímulos, que o mesmo, nem que se disponha a isso, não consegue dar atenção e assimilar todas as mensagens que lhe chegam via rádio, televisão, jornal, revistas, outdoors etc., a linguagem da propaganda enfrenta o maior dos desafios: prender, como primeira tarefa, a atenção desse destinatário. Tendo conseguido que o comunicatário se ocupe com determinado texto, convencê-lo ou levá-lo em consequência à ação possivelmente são tarefas ou desafios menores (Sandmann, 1993) . Elaborar propagandas escritas pode ser uma tarefa desafiadora, pois exige a combinação perfeita de criatividade, clareza e persuasão. A escolha das palavras, o tom e o estilo da escrita devem ser cuidadosamente planejados para garantir que a propaganda não só informe, mas também inspire a ação.

2.2. A mensagem escrita na propaganda

O processo de interpretação de um enunciado em uma situação real demanda ao menos

dois processos distintos, visto que o reconhecimento de uma proposição demanda a desambiguação dos elementos referenciais (aqueles que nos remetem a coisas no mundo) da sentença e, além disso, é necessário reconhecer as intenções comunicativas do falante para dar à enunciação uma interpretação adequada (França, 2013). A despeito da relevância desses aspectos, o fator essencial na elaboração de uma mensagem escrita é entender quem é o receptor da mensagem. Diferentes públicos podem ter diferentes níveis de conhecimento sobre o assunto, o que pode exigir ajustes no vocabulário e na complexidade da mensagem. Considerar as emoções e perspectivas do receptor pode ajudar a formular uma mensagem que seja bem recebida. Mostrar empatia pode tornar a comunicação mais eficaz e agradável.

Um dos princípios de uma boa propaganda, segundo Gullo e Pinheiro (2005), é envolver o consumidor, pois o mesmo precisa ter sua atenção capturada e mantida para que a mensagem seja transmitida de forma a atingir os objetivos inicialmente previstos Marinho (2023). Complementa dizendo que uma boa estrutura de mensagem ajuda na compreensão da propaganda em si. Iniciar com uma introdução clara, seguir com os pontos principais e concluir com um resumo ou chamada para ação pode tornar a mensagem mais eficaz.

A orientação para a leitura reveste-se de uma grande importância para que o receptor comprehenda mais facilmente uma mensagem escrita. Nas escolas, os jovens devem aprender a orientar as suas pesquisas, a localizar os livros que lhes interessam nas bibliotecas, a localizar textos informativos na Internet, a selecioná-los de acordo com a finalidade da leitura, a registá-los e a anotar as informações que considerem pertinentes (Sabino, 2008). Atualmente, a maioria das pessoas têm se afastado do hábito da leitura. Isso pode ser atribuído a vários fatores, como o aumento do uso de tecnologia digitais, a preferência por conteúdos audiovisuais e a falta de tempo devido a rotinas cada vez mais atribuladas.

Shannon e Weaver (1949) afirmam que, se houver univocidade entre codificação e decodificação e eliminação dos ruídos na transmissão por um sistema de retroalimentação, teremos uma "boa" comunicação. Todavia, isso não ocorre de maneira tranquila. Mesmo os sinais sendo transmitidos com correção, não há nenhuma segurança quanto à boa transmissão de um significado. Para se trabalhar o significado, é necessário entender pelo menos duas funções da linguagem: a comunicação e a construção de um significado (Cardoso, 2006). As ferramentas de avaliação, especialmente a análise da legibilidade, desempenham um papel crucial na garantia de que a mensagem escrita seja compreendida pelo público-alvo. Ao utilizar essa ferramenta, os gestores podem identificar e corrigir possíveis barreiras de entendimento, como vocabulário complexo ou estrutura de frases confusas. A análise da legibilidade se torna um aliado indispensável na construção de uma comunicação mais

eficiente e acessível.

2.3. Análise de legibilidade de textos escritos na propaganda

Ao analisar uma campanha de comunicação, Souza (2004) defende que a coordenação das atividades de comunicação é o caminho natural para a construção da imagem consistente e posicionamento duradouro, diante das inúmeras opções de meios à disposição dos anunciantes, da maior seletividade dos consumidores e das necessidades internas da área da comunicação de avaliação dos seus efeitos. Kotler e Keller (2018) também reforçam essa ideia e afirmam que as atividades de comunicação de marketing devem estar integradas com o objetivo de transmitir mensagem coerente e posicionamento estratégico. Uma das possibilidades de avaliação de mensagens escritas é a análise de legibilidade, ferramenta escolhida para aplicação nesse estudo.

A legibilidade trata a forma como a informação é percebida pelo leitor, enquanto a leitabilidade refere-se à compreensão intelectual. De forma mais completa, legibilidade pode ser definida como a precisão e facilidade com as quais o leitor é capaz de perceber um texto. Este entendimento está relacionado aos pormenores das letras e das palavras e, normalmente, significa a capacidade de serem reconhecidas individualmente (Costa, 2014). Uma das principais vantagens dessa análise é que ela ajuda a identificar se o conteúdo está adequado ao público-alvo.

Segundo Goldim (2006) a legibilidade tem total importância na comunicação interpessoal, ainda mais nos dias atuais onde as informações chegam cada vez de maneira mais rápida e de várias fontes. De acordo com Cunha (2008), os preparadores e divulgadores dos textos devem, de maneira sistemática, preocupar-se com as estruturas e medidas de seus textos, e com a compreensibilidade deles e se estão conseguindo repassar a mensagem para o público-alvo. As pessoas tendem a buscar textos mais simples, ou que estejam com seu nível de conhecimento, assim quanto maior o nível de conhecimento de uma pessoa maior o interesse por textos que são mais complexos, sendo o contrário verdadeiro (Santos, 2021). Textos mais legíveis tendem a ser mais eficazes na transmissão da mensagem, reduzindo ambiguidades e mal-entendidos. Isso é especialmente importante em áreas como educação, saúde e comunicação corporativa, onde a clareza é crucial.

A legibilidade está relacionada com a facilidade de leitura de um texto, geralmente considerando variáveis como comprimento de frases quantidade média de palavras e nas palavras quantidade média de sílabas e/ou letras. É importante frisar a diferença entre legibilidade e compreensibilidade, pois a segunda está relacionada com o entendimento do

leitor da mensagem que está sendo transmitida. A legibilidade está relacionada com o conteúdo, já a compreensão é a relação conteúdo leitor (Smith, Taffer, 1992). A legibilidade de um texto pode ser mensurada pelas diversas fórmulas (*readability formulas*) existentes (Silva, Fernandes, 2009). Essa ferramenta também tem suas limitações, até por não considerar a questão da compreensão do texto. Geralmente se baseiam em fórmulas matemáticas que consideram apenas aspectos superficiais do texto, como o comprimento das palavras e das frases. Por esse motivo, análise da legibilidade deve ser usada como uma ferramenta complementar, e não como a única forma de avaliação da qualidade de um texto.

Nesse trabalho optou-se por utilizar a plataforma online ALT - Análise de Legibilidade Textual (Souza *et al.*, 2024). O software realiza análise de textos selecionados a partir das seguintes ferramentas de legibilidade:

- Teste de facilidade de leitura de Flesch (Flesch reading ease);
- Índice Gulpease (Indice Gulpease);
- Nível de escolaridade de Flesch-Kincaid (Flesch-Kincaid grade level);
- Índice de nebulosidade de Gunning (Gunning fog index);
- Índice de leiturabilidade automatizado (Automated Readability Index - ARI);
- Índice de Coleman-Liau (Coleman-Liau index).

O Teste de Facilidade de Leitura de Flesch (*Flesch reading ease*) é utilizado para determinar a dificuldade de compreensão do texto mediante uma fórmula que mede a facilidade de leitura textual em uma escala que varia de 0 a 100, na qual zero indica um texto de difícil compreensão e cem sugere um texto de fácil compreensão (Flesch, 1948 Rody, 2023). O teste mensura o nível de facilidade de leitura de um texto, ajudando identificar como ela se comporta em termos de clareza e acessibilidade para o público leitor.

Como o Índice de Legibilidade de Flesch foi apresentado ao público muitas décadas antes da popularização dos computadores pessoais, o emprego da fórmula era impraticável em artigos longos ou livros. A fórmula, voltada apenas para textos na língua inglesa, é dada por:

$$\text{Flesch reading ease} = 206,835 - 1,015 \times \left(\frac{\text{Palavras}}{\text{Sentenças}} \right) - 84,6 \times \left(\frac{\text{Palavras}}{\text{Sentenças}} \right).$$

O Índice de Gulpease (IG) é utilizado para determinar o nível de compreensão do texto, a partir de uma fórmula que gera um resultado numa escala que varia de 0 a 100, na qual zero indica um texto de difícil compreensão e cem sugere um texto de fácil compreensão (Gulpease, 1988). Mensura a legibilidade do texto, fornecendo uma indicação de quão acessível e claro ele é para leitor médio.

$$\text{Indice Gulpease} = 89 + 300 \times \left(\frac{\text{Sentenças}}{\text{Palavras}} \right) - 10 \times \left(\frac{\text{Letras}}{\text{Palavras}} \right).$$

O Nível de Graduação de Flesch-Kincaid (NG) é utilizado para determinar o nível de compreensão do texto mediante uma fórmula que gera um resultado numa escala que varia de 0 a 20, na qual zero indica um texto de fácil compreensão e 20 sugere um texto de difícil compreensão (Kincaid *et al.*, 1975). A fórmula do NG é especificada a seguir:

$$NG = 0,36 \times \frac{\text{(Quantidade de palavras)}}{\text{Quantidade de sentenças}} + 10,4 \times \frac{\text{(Quantidade de sílabas)}}{\text{Quantidade de Palavras}} - 18$$

Pontuação Flesch-Kincaid	Nível de leitura	Nível escolar	Faixa etária (EUA)	Exemplo de livro
0 - 3	Básico	Jardim de infância / Ensino fundamental	5 - 8	Viva os peixes!
3 - 6	Básico	Elementar	8 - 11	O Gruffalo
6 - 9	Média	Ensino fundamental	11 - 14	Harry Potter
9 - 12	Média	Ensino médio	14 - 17	Parque jurassico
12 - 15	Avançado	Faculdade	17 - 20	Uma breve História do Tempo
15 - 18	Avançado	Pós-graduação	20+	Artigos acadêmicos

Quadro 1: Pontuações correspondentes aos níveis de notas dos EUA.

Fonte: Souza *et al.* (2024).

O índice Flesch-Kincaid é um dos índices mais utilizados nas pesquisas realizadas sobre legibilidade, a fórmula transforma as relações em número e nível de escolaridade, sendo indicado para jornais, artigos e publicações de negócios (Souza *et al.*, 2024).

Assim como acontece no Índice de Legibilidade de Flesch, o Índice de Nebulosidade de Gunning é baseado nos conceitos de “sentenças complexas” e de “palavras complexas”. Sentenças complexas, no sentido de Gunning, são aquelas muito longas em termos de quantidade de palavras. É esperado que grandes sentenças, compostas por muita recursividade, possam tornar a leitura difícil. Não é raro que, mesmo um leitor ou leitora culta, tenha que reler uma sentença muito longa para poder compreender a informação contida nela (Souza *et al.*, 2024).

O Índice de Nebulosidade de Gunning (ING) é utilizado para determinar o nível de compreensão do texto a partir de uma fórmula que gera um resultado numa escala que varia de 0 a 20, na qual zero indica um texto de fácil compreensão e 20 sugere um texto de difícil

compreensão (Gunning *et al.*, 1952). A fórmula do ING é especificada a seguir:

$$ING = 0,49 \times \frac{\text{Quantidade de palavras}}{\text{Quantidade de sentenças}} + 19 \times \frac{\text{Quant. de palavras complexas}}{\text{Quantidade de Palavras}}.$$

Gunning *et al.* (1952) desenvolveram o índice FOG com base em duas variáveis: o percentual de palavras complexas (com mais de duas sílabas) e a média de palavras por oração. Como resultado, indica-se a quantidade de anos de educação formal que um leitor de inteligência média necessitaria para ler o texto uma vez e entendê-lo sem esforço adicional (Souza *et al.*, 2024).

O Índice de Leiturabilidade Automatizado (Automated Readability Index - ARI) é utilizado para determinar o nível de compreensão do texto a partir de uma fórmula que gera um resultado numa escala que varia de 0 a 20, na qual zero indica um texto de fácil compreensão e 20 sugere um texto de difícil compreensão (Souza *et al.*, 2024). A fórmula do Índice de Leiturabilidade Automatizado (ILA) é especificada a seguir:

$$ILA = 4,6 \times \frac{\text{Quantidade de Letras}}{\text{Quantidade de Palavras}} + 0,44 \times \frac{\text{Quantidade de palavras}}{\text{Quantidade de sentenças}} - 20$$

Como é possível perceber, o Índice de Legibilidade Automatizado também é baseado no conceito de “palavras complexas” e de “sentenças complexas”. A vantagem do ARI é a facilidade com que esses conceitos podem ser quantificados, já que basta contar o número de caracteres de palavras e de sentenças. A contagem dessas três variáveis é bastante simples nos dias atuais com o auxílio de um processador de texto como o Microsoft Word e similares (Souza *et al.*, 2024).

Pontuação ARI	Nível de ensino	Nível de leitura	Idades
1 – 5	Jardim da infância	Extremamente fácil	5-6 anos de idade
1 – 5	Primeira série	Extremamente fácil	6-7 anos de idade
6 – 7	Segunda série	Muito fácil	7-8 anos de idade
8 – 9	Terceira série	Muito fácil	8-9 anos de idade
10 – 11	Quarta série	Fácil	9-10 anos de idade
12 – 13	Quinto ano	Bastante fácil	10-11 anos de idade
14 – 15	Sexto ano	Bastante fácil	11-12 anos de idade
16 – 17	Sétima série	Média	12-13 anos de idade
18 – 19	Oitava série	Média	13-14 anos de idade
20 – 21	Nono ano	Um pouco difícil	14-15 anos de idade
22 – 23	Décimo ano	Um pouco difícil	15-16 anos de idade
24 – 25	Décimo primeiro ano	Bastante difícil	16-17 anos de idade
26 – 27	Decimo segundo ano	Difícil	17-18 anos de idade
28 – e acima	Faculdade	Muito difícil	18-22 anos de idade

Quadro 2: Análise dos níveis de ensino nos EUA e suas pontuações ARI correspondentes.

Fonte: Souza *et al.* (2024).

O Índice de Coleman-Liau (*Coleman-Liau index*) é utilizado para determinar o nível de compreensão do texto a partir de uma fórmula que gera um resultado numa escala que varia de 0 a 20, na qual zero indica um texto de fácil compreensão e 20 sugere um texto de difícil compreensão (Coleman, 1975). A fórmula do Índice de Coleman-Liau - ICL é especificada a seguir:

$$ICL = 5,4 \times \frac{(\text{Quantidade de Letras})}{\text{Quantidade de Palavras}} - 21 \times \frac{(\text{Quantidade de sentenças})}{\text{Quantidade de palavras}} - 14$$

Esse índice é bastante semelhante ao ARI. A diferença mais notável é inferir a complexidade das sentenças pela razão ($\frac{\text{Sentenças}}{\text{Palavras}}$) (Souza *et al.*, 2024).

3. METODOLOGIA

Esta pesquisa descritiva foi conduzida para investigar o grau de legibilidade de uma campanha de divulgação de processo seletivo em uma universidade pública. A pesquisa descritiva trata, nessa direção, de relatar o que ocorre na realidade (Tonetto, 2014).

Para a elaboração do referencial teórico foi utilizada a pesquisa bibliográfica. A pesquisa bibliográfica consiste na busca e análise de informações disponíveis em livros, artigos, teses, dissertações e outros escritos sobre o tema de estudo. Essa técnica é fundamental para embasar teoricamente a pesquisa, identificar lacunas no conhecimento e fundamentar hipótese e conclusões. As bases utilizadas na pesquisa incluíram livros físicos, trabalhos acadêmicos pesquisados em plataformas como o Portal CAPES, SciELO, Google Acadêmico e Minha biblioteca digital. Foram utilizadas as seguintes palavras chaves “Propaganda”, “Comunicação de Marketing”, “Pesquisa de Marketing”, “Análise e Legibilidade”. A pesquisa foi realizada entre os meses de junho até outubro de 2024.

A coleta de dados teve duração de três meses ocorrendo entre agosto e novembro de 2024 por meio do perfil oficial do Instagram de uma universidade pública, desde o início da divulgação do processo seletivo de vagas ociosas até a finalização desta campanha. Ao longo do período de divulgação, foram realizadas 15 postagens informativas sobre o processo seletivo, entre os dias 02 de janeiro e 05 de agosto de 2024. Importa mencionar que foram analisados tanto o texto contido nas imagens das postagens, quanto o texto das legendas, pois a universidade utiliza as legendas dos posts e as próprias imagens para comunicar informações importantes sobre o processo.

A análise dos dados foi realizada por meio da plataforma online ALT - Análise de Legibilidade Textual (Souza *et al.*, 2024), destacando a legibilidade de cada texto em cada

postagem da campanha investigada. A partir desse resultado foi possível estimar a legibilidade de cada postagem e, por fim, avaliar a legibilidade da campanha como um todo. Os índices de legibilidade, de leitabilidade, de apreensibilidade ou ainda de facilidade de leitura são métricas desenvolvidas para avaliar o grau de dificuldade de leitura de um texto. A variável é medida a partir do número médio de palavras por sentença (Souza *et al.*, 2024). Como é difícil medir ‘o grau de dificuldade’ de uma palavra, as métricas usam diferentes formas de avaliar a complexidade de uma palavra. Os índices de Leitabilidade Automatizado e de Coleman-Liau usam o comprimento médio das palavras em termos do número de letras. Já os testes de Flesch-Kincaid e o Índice de Nebulosidade de Gunning usam o critério da quantidade de sílabas de uma palavra (Souza *et al.*, 2024).

4. ANÁLISE DE RESULTADOS

A primeira postagem da campanha do Edital de Vagas Ociosas de 2024/1, no perfil oficial do Instagram da UFU, ocorreu em 02/01/24 e trazia informações sobre a abertura do Edital, como mostra a Figura 1.



Figura 1: Primeira Postagem da campanha Vagas Ociosas 2024/1.

Fonte: Perfil oficial da UFU no Instagram.

Na legenda da postagem há o seguinte texto:

“Já estão abertas as inscrições para o edital de Vagas Ociosas 2024-1 para Transferência e Portador de Diploma”.

Não deixe de se inscrever no link da nossa bio e [#VemSerUFU](#) !

Ao inserir o texto da legenda dessa primeira postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (ver Figura 2):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch apresentou resultado de 82,9, sendo um conteúdo ideal para um público amplo, garantindo uma leitura acessível.

O **Índice Gulpease** com resultado de 75,1 indica que o texto é de fácil compreensão, adequado para pessoas com ensino fundamental completo. Esse resultado é positivo, pois sugere um bom equilíbrio entre simplicidade e clareza.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, representa os anos de escolaridade necessários para compreender o texto. Um valor baixo, como os 4,8 do resultado, indica uma alta acessibilidade, tornando a leitura mais inclusiva.

Índice de Nebulosidade de Gunning mede a complexidade das frases e a quantidade de palavras longas. Quanto menor a pontuação, mais fácil é a leitura, de modo geral um índice abaixo de 10 indica boa legibilidade, como o indicado no resultado de 8,1.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI) também calcula o nível educacional necessário para entender o texto, sendo que 4,3 reflete um conteúdo simples e direto.

Índice de Coleman-Liau analisa a média de letras por palavra e frases por parágrafo. O resultado de 7,1 confirma que o texto tem boa fluidez e não apresenta complexidade excessiva.

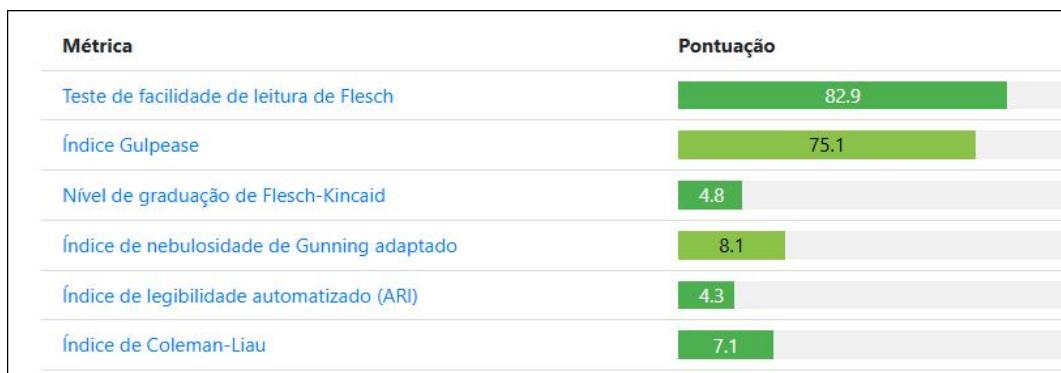


Figura 2: Métricas da análise da legibilidade da primeira postagem da campanha analisada.
Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

O output online da ferramenta de análise de legibilidade utilizada também oferece um resumo descritivo indicando a quantidade de letras, sílabas, palavras e outras métricas que auxiliam no entendimento da complexidade dos textos analisados. Como é possível observar no Quadro 3, a análise indica que a legibilidade da postagem está em um nível intermediário abaixo, o que pode dificultar a compreensão para leitores com baixas escolaridade ou pouca familiaridade com o tema.

Apesar do equilíbrio sintático, sentenças de tamanho razoável, a densidade lexical palavras complexas e longas eleva a complexidade do texto, tornando-o mais apropriado para públicos com nível educacional médio a alto.

Letras	133
Sílabas	57
Palavras	31
Sentenças	3
Letras/palavras	4.3
Sílabas/Palavras	1.8
Palavras/sentença	10.3
Palavras complexas	5(16,1%)

Quadro 3: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Na imagem da postagem há o seguinte texto:

Inscrição abertas para o edital de Vagas Ocasias 2024-1.

O período de inscrição começa hoje, 02/01, e vai às 16h, do dia 25/01.

Se inscreve em www.portalselecao.ufu.br.

Ao inserir o texto da imagem dessa primeira postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (ver Figura 3):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch de 85,3 mostra que o texto é muito fácil de ler. Uma pontuação acima de 80 é considerada simples e adequada para um público amplo.

Índice Gulpease a pontuação de 100 indica que o texto é extremamente fácil de ler, o que sugere frases curtas e palavras simples.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid com resultado de 3,3 indica que o texto é muito simples e pode ser compreendido com facilidade.

Índice de Nebulosidade de Gunning de 4,3 indica um texto claro e acessível, geralmente fácil de entender.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI) a pontuação de 1.6 sugere que o texto pode ser lido por crianças no primeiro ou segundo ano do ensino fundamental.

Índice de Coleman-Liau o índice 4.3 indica que o conteúdo pode ser compreendido por leitores a partir do quarto ano escolar.

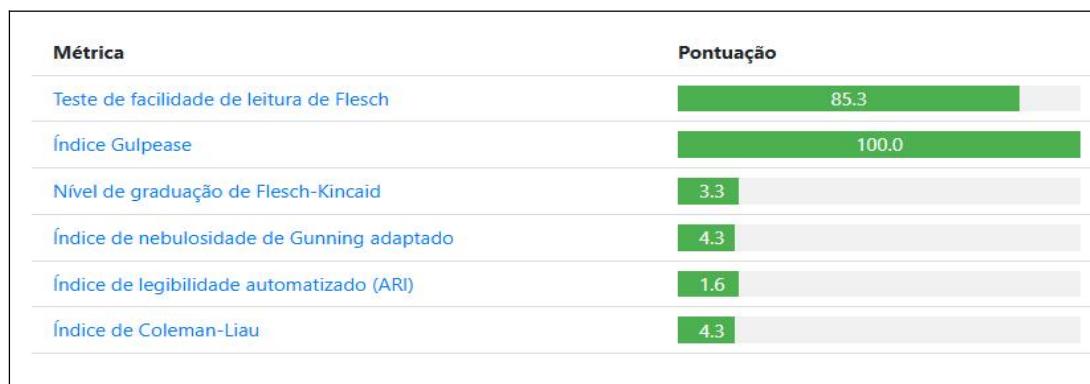


Figura 3: Métricas da análise da legibilidade da primeira postagem da campanha analisada.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 4, o texto analisado é muito simples e de fácil leitura, adequado para um público amplo, incluindo crianças e leitores com poucas familiaridades com textos longos ou complexos. Essas estruturas favorecem a rápida assimilação da informação, tornando a postagem acessível para a maioria dos leitores.

Letras	115
Sílabas	51
Palavras	27
Sentenças	6
Letras/palavras	4.3
Sílabas/Palavras	1.9
Palavras/sentença	4.5
Palavras complexas	3(11.1%)

Quadro 4: Resumo descritivo

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

A segunda postagem da campanha do Edital de Vagas Ociosas de 2024/1, no perfil oficial do Instagram da UFU, ocorreu em 15/01/24 e trazia informações sobre a mudança do Edital, como mostra a Figura 4.

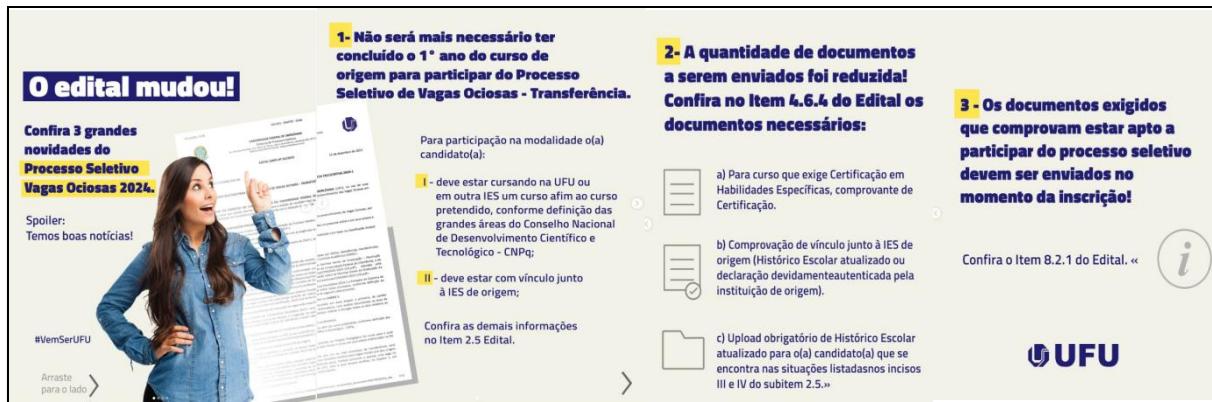


Figura 4: Segunda Postagem da campanha Vagas Ociosas 2024/1.

Fonte: Perfil oficial da UFU no Instagram

Na legenda da postagem há o seguinte texto:

Ei, você que está pensando em [#SerUFU](#) em 2024 já conferiu o Edital do Processo Seletivo de Vagas Ociosas para Transferência e Portador de Diploma que está aberto?

Arraste para o lado e veja as 3 principais novidades para este ano.

Mas não se esqueça de ler o edital completo que está disponível no site da DIRPS e também no link disponível nos destaques "Vagas Ociosas".

O período de inscrição vai até às 16h, do dia 25/01.

Se inscreva em www.portalselecao.ufu.br/

Ao inserir o texto da legenda dessa segunda postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 5):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch de 76,8 mostra que o texto é considerado fácil de ler, indicado para leitores com equivalente ao ensino fundamental.

Índice Gulpease com resultado de 74,3 o texto mostra boa legibilidade para pessoas com escolaridade partir do ensino fundamental completo.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid de 5,7 mostra que o texto é adequado para alguém no final do 5º ano do ensino fundamental por volta dos 10 e 11 anos.

Índice de Nebulosidade de Gunning com resultado de 6,6 mostra que o texto é adequado para alguém com cerca de 6 a 7 anos de escolaridade.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI) de 4,8 indica que o texto é adequado para leitores do 4º ao 5º ano do ensino fundamental.

Índice de Coleman-Liau de 7,9 mostra que o texto apresenta baixa complexidade.



Figura 5: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada .

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 5 a postagem apresenta baixa complexidade textual, sendo composta por frases curtas, média de 10,1 palavras por sentenças, vocabulário simples, apenas 8,6% de palavras complexas e palavras com média de 1,9 sílabas. Indicam que o texto é de fácil leitura, com estrutura acessível e adequada para públicos com diferentes níveis de escolaridade, especialmente aqueles com ensino fundamental.

Letras	359
Sílabas	156
Palavras	81
Sentenças	8
Letras/palavras	4.4
Sílabas/Palavras	1.9
Palavras/sentença	10.1
Palavras complexas	7 (8.6%)

Quadro 5: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual

A imagem a seguir apresenta o resultado da aplicação da ferramenta online "Análise

de Legibilidade Textual" a uma legenda da campanha de Vagas Ociosas 2024 da UFU. A ferramenta utiliza marcações visuais para indicar aspectos que podem dificultar a compreensão do texto. Palavras em azul são consideradas complexas por não estarem entre as 5 mil palavras mais frequentes da língua portuguesa. Frases sublinhadas em amarelo sugerem a necessidade de divisão em sentenças menores para facilitar a leitura. Já as frases sublinhadas em vermelho são identificadas como muito longas e devem ser reescritas de forma mais concisa. Essas indicações contribuem para tornar o conteúdo mais claro, acessível e adequado ao público-alvo.

El, você está pensando em #SerUFU em 2024 já [conferir](#) o Edital do Processo Seletivo de Vagas Ocasas para Transferência e Portador de Diploma que está aberto?
Arraste para o lado e veja as 3 principais novidades para este ano.
Mas não se [esqueça](#) de ler o [editoral](#) completo que está disponível no site da DIRPS e também no [link](#) disponível nos [destaques](#) "Vagas Ocasas".
O período de inscrição vai até às 16h, do dia 25/01.
Se [inscreva](#) em [www.portalselecao.ufu.br](#).

Palavras em azul: são consideradas complexas, no sentido em que elas não estão nas 5 mil primeiras palavras mais usadas conforme o banco de palavras.
Frases sublinhadas em amarelo: considere dividir em duas frases para melhorar a legibilidade do texto.
Frases sublinhadas em vermelho: frase muito longa. Divida-a em duas ou mais frases.

Figura 6: Critérios e Diretrizes para Avaliação de legibilidade Textual.
Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

A nuvem de palavras gerada pela ferramenta online de Análise de Legibilidade Textual, é um recurso visual que auxilia na compreensão do conteúdo ao destacar as palavras mais utilizadas em um texto. Nesse tipo de gráfico, quanto maior o tamanho da palavra, maior é sua frequência no material analisado. Essa visualização contribui para identificar rapidamente os temas centrais abordados. No caso analisado, os termos em maior evidência foram "está", "disponível", "Vagas", "Ociosas" e "editor", indicando que o foco principal da mensagem está na divulgação do processo seletivo de vagas ociosas.



Figura 7: Nuvem de palavras.
Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Texto da imagem1 da segunda postagem:
O edital mudou!
Confira 3 grandes novidades do Processo Seletivo Vagas ociosas 2024.
Spoiler:
Temos boas notícias!

Ao inserir o texto da imagem dessa segunda postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 8):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch de **65,8** o texto mostra ter uma boa legibilidade, sendo compreensível para pessoas com escolaridade equivalente ao ensino fundamental.

Índice Gulpease, com resultado **100** o texto mostra ser extremamente simples e acessível, ideal até para leitores com escolaridade básica.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, de **5,9** mostra que o texto é voltado para um público amplo, com pouca exigência de escolaridade.

Índice de Nebulosidade de Gunning com resultado **3,9** o texto é altamente compreensível, com frases diretas e vocabulário simples.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), de **5,6** o texto mostra ter um resultado que, em média, uma pessoa com entre o **5º** e o **6º** ano conseguiria entender o texto com relativa facilidade.

Índice de Coleman-Liau, com resultado de **8,1** o texto mostra indicadores de boa legibilidade.

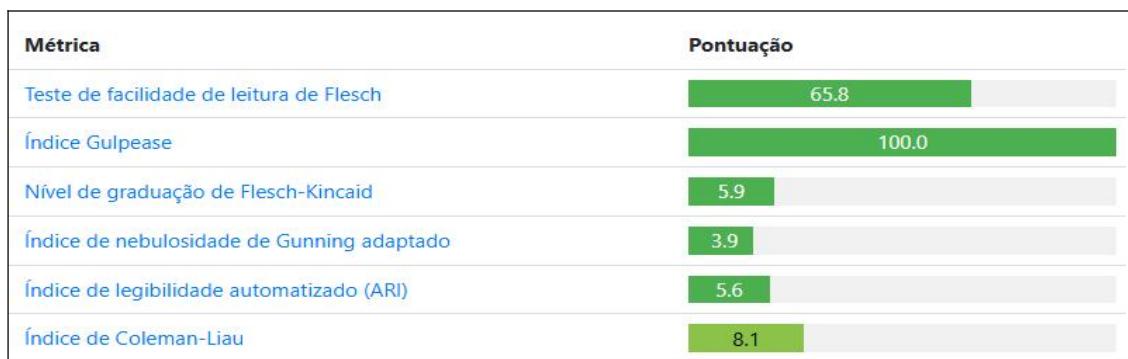


Figura 8: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.
 Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 6 o uso de palavras com maior número de sílabas e letras, bem como a presença de palavras complexas acima da média ideal, confere a ele um grau levemente mais elevado de complexidade lexical. Ainda assim, os dados indicam que a

compreensão geral do texto deve ser relativamente fácil, mas com atenção ao vocabulário utilizado, que pode ser um pouco mais exigente para leitores com escolaridade mais baixa.

Letras	89
Sílabas	37
Palavras	17
Sentenças	5
Letras/palavras	5.2
Sílabas/Palavras	2.2
Palavras/sentença	3.4
Palavras complexas	2 (11.8%)

Quadro 6: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Texto da imagem 2 da segunda postagem:

Não será mais necessário ter concluído o 1º ano do curso de origem para participar do Processo Seletivo de Vagas Ocasas – Transferência.

Para participação na modalidade o(a) candidato(a):

I – deve estar cursando na UFU ou em outra IES um curso afim ao curso pretendido, conforme definição das grandes áreas do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq;

II – deve estar com vínculo junto à IES origem:

Confira as demais informações no item 2.5 Edital

Ao inserir o texto da imagem dessa segunda postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 9):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch com resultado de 53,7 o texto indica legibilidade moderada, com o nível médio de escolaridade de ensino médio ou superior para plena compreensão.

Índice Gulpease, de 63,6 indica que o texto pode ser mais facilmente compreendido por quem possui nível de escolaridade médio ou mais alto.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, com resultado de 9,6 indica que o texto é adequado para quem tem ensino médio. Ele não é difícil, mas está acima do nível básico.

Índice de Nebulosidade de Gunning, de 8,4 o texto pode ser entendido facilmente por alguém com pelo menos o 8º ou 9º ano escolar. Não é difícil, mas usa algumas palavras mais longas ou frases complexas.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), com resultado 8,0 indica que o texto é apropriado para leitores com 8 anos de escolaridade.

Índice de Coleman-Liau, de 10,4 o texto mostra um índice mais alto entre os apresentados, o que reforça uma maior complexidade.



Figura 9: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.
Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 7 revela uma linguagem mais elaborada, com vocabulário possivelmente mais técnico e frases menos diretas. Isso tende a reduzir a acessibilidade do texto para leitores com escolaridade fundamental, tornando a leitura mais exigente e menos fluida. É uma postagem com nível de legibilidade intermediário para elevado, adequada a públicos com maior domínio da leitura.

Letras	381
Sílabas	174
Palavras	79
Sentenças	6
Letras/palavras	4.8
Sílabas/Palavras	2.2
Palavras/sentença	13.2
Palavras complexas	8 (10,1%)

Quadro 7: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Texto da imagem 3 da segunda postagem:

A quantidade de documentos a serem enviados foi reduzida!

Confira no Item 4.6.4 do Edital os documentos necessários:

- a) Para curso que exige Certificação em Habilidades Específicas, comprovante de Certificação.*
- b) Comprovação de vínculo junto à IES de origem (Histórico Escolar atualizado ou declaração devidamente autenticada pela instituição de origem).*
- c) Upload obrigatório de Histórico Escolar atualizado para o(a) candidato(a) que se encontra nas situações listadas incisos III e IV do subitem 2.5.*

Ao inserir o texto da imagem dessa segunda postagem na ferramenta de análise de

legibilidade os resultados mostram (Figura 10):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch, com resultado 29,2 indica que o texto é difícil de ler. Segundo esse texto, essa pontuação exige nível superior de escolaridade para serem compreendidos facilmente.

Índice Gulpease, de 70,0 indica que o texto pode ser compreendido por pessoas com escolaridade intermediária.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, com resultado 12,1 significa que o leitor ideal tem pelo menos o último ano do ensino médio ou início do ensino superior.

Índice de Nebulosidade de Gunning, de 7,4 o texto sugere que a complexidade da linguagem em termos de vocabulário difícil, não é excessiva.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), com resultado de 9,3 o texto é adequado para quem está no final do ensino fundamental ou início do ensino médio.

Índice de Coleman-Liau de 13,7 o texto não tem boa legibilidade para o público geral. Ele é considerado bastante complexo.

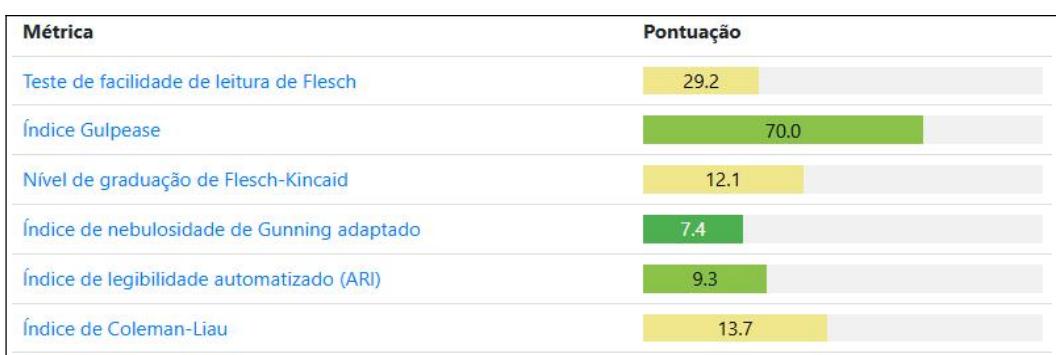


Figura 10: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 8 é um nível linguístico exigente, tanto pelo uso de palavras longas e complexas quanto pela densidade do vocabulário. Esses fatores, somados à estrutura frasal relativamente equilibrada, sugerem que o texto é mais adequado a leitores com ensino médio completo ou superior, sendo menos acessível para públicos com baixa escolaridade. A clareza pode ser comprometida caso o conteúdo não esteja bem contextualizado ou visualmente apoiado.

Letras	409
Sílabas	191
Palavras	73
Sentenças	9
Letras/palavras	5.6
Sílabas/Palavras	2.6
Palavras/sentença	8.1
Palavras complexas	13 (17,8%)

Quadro 8: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual

Texto da imagem 4 da segunda postagem:

Os documentos exigidos que comprovam estar apto a participar do processo seletivo devem ser enviados no momento da Inscrição.

Confira o Item 8.2.1 do Edital.

Ao inserir o texto da imagem dessa segunda postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 11):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch, com resultado de 62,4 indica um nível de facilidade razoável para leitura e adequados a alunos do ensino médio ou superior.

Índice Gulpease, de 98,6 o texto indica altíssima facilidade de leitura para qualquer nível educacional.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, de 6,7 indica que o texto tem uma boa legibilidade e pode ser compreendido por leitores do 7º ano do ensino fundamental.

Índice de Nebulosidade de Gunning, com resultado de 6,3 indicam um texto claro, direto e fácil de entender.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), com resultado de 5,4 indica que o texto pode ser compreendido por estudantes a partir da 5ª ou 6ª série do ensino fundamental.

Índice de Coleman-Liau, de 9,0 indica que o texto tem moderada complexidade, com uso frequente de palavras relativamente longas e frases de comprimento médio.

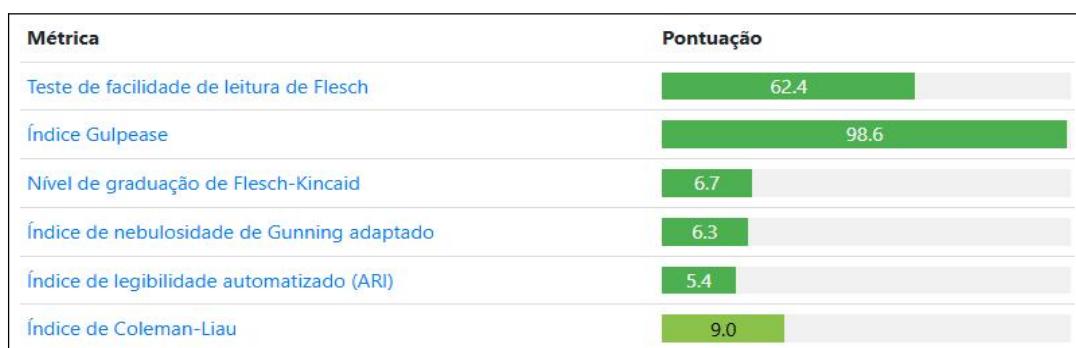


Figura 11: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.
Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 9 a alta densidade de palavras complexas torna a postagem mais difícil de ser compreendida, principalmente por leitores com menor familiaridade com o vocabulário utilizado. Isso pode reduzir a eficácia comunicativa em campanhas que visam atingir um público mais amplo.

Letras	126
Sílabas	55
Palavras	25
Sentenças	5
Letras/palavras	5.0
Sílabas/Palavras	2.2
Palavras/sentença	5.0
Palavras complexas	5 (20,0%)

Quadro 9: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

A terceira postagem da campanha do Edital de Vagas Ocasias de 2024/1, no perfil oficial do Instagram da UFU, ocorreu em 24/01/24 e trazia informações sobre de como funciona o processo seletivo, como mostra a Figura 12.

Figura 12: Terceira Postagem da campanha Vagas Ocasias 2024/1.

Fonte: Perfil oficial da UFU no Instagram.

Na legenda da postagem há o seguinte texto:

Ficou interessado no Processo Seletivo de Vagas Ocasias e gostaria de saber mais?

Respondemos as principais dúvidas nesse carrossel. Lembrando que todas as informações estão nos Editais publicados em

www.portalselecao.ufu.br/servicos/edital/listar

[#VemSerUFU](#)

Ao inserir o texto da legenda dessa terceira postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 13):

Quando um texto é muito curto por exemplo, menos de 50 palavras os algoritmos de legibilidade podem ter dificuldades em calcular um resultado preciso. Isso acontece porque não há dados suficientes para que a fórmula funcione corretamente, indicando que os resultados podem ser imprecisos ou inválidos. O índice Gunning fog, por exemplo, é baseado em um algoritmo que requer um trecho com aproximadamente 100 palavras.



Figura 13: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.
Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Texto da imagem 1 da terceira postagem:

Tá pensando em ser UFU em 2024?

Separamos algumas informações essenciais sobre o Processo Seletivo de Vagas Ociosas para Transferência e Portadores de Diploma.

Estudantes de outras IES, estudantes UFU que querem mudar de curso e Pessoas que já possuem graduação, esse post é para você!

Ao inserir o texto da imagem dessa terceira postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 14):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch, de 59,1 está moderadamente fácil de ler. Textos com essa pontuação são compreensíveis para estudantes do ensino médio.

Índice Gulpease, com resultado de 64,9 apresenta uma boa legibilidade para leitores com escolaridade média.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, de 8,5 está informando que uma pessoa com 8º ou 9º ano do ensino fundamental pode entender o texto.

Índice de Nebulosidade de Gunning, com resultado de 6,9 o texto está apresentando uma boa legibilidade.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), de 8,2 este índice está semelhante ao Flesch

Kincaid que exige escolaridade em torno de 8º ano do ensino fundamental.

Índice de Coleman-Liau, com resultado de 11,3 o texto possui alta complexidade, com palavras longas e frases mais estruturadas, o que pode tornar a leitura mais desafiadora.



Figura 14: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual

Como é possível observar no Quadro 10, apresenta complexidade moderada. Embora use palavras de comprimento e número de sílabas razoável, o baixo índice de palavras complexas e o tamanho controlado das sentenças favorecem a compreensão. Assim, a postagem é adequada para leitores com escolaridade básica a intermediária, permitindo uma leitura relativamente fluída e confortável.

Letras	231
Sílabas	99
Palavras	46
Sentenças	4
Letras/palavras	5.0
Sílabas/Palavras	2.2
Palavras/sentença	11.5
Palavras complexas	3 (6.5%)

Quadro 10: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Texto da imagem 2 da terceira postagem:

Quem pode participar do Processo Seletivo de Vagas Ocasas?

Transferências: Candidatos matriculados em cursos de graduação em Instituições de Ensino Superior (IES) autorizados pelo MEC.

Portador de Diploma: Candidatos diplomados em curso de graduação no Brasil reconhecido pelo MEC ou em curso no exterior com diploma valido por IES autorizada.

Ao inserir o texto da imagem dessa terceira postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 15):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch, com resultado de 33,0 o texto não tem boa

legibilidade é difícil de ler, e o nível de escolaridade correspondente seria de ensino superior completo.

Índice Gulpease, de 55,4 sugere que o texto possui uma legibilidade média. Esse valor indica que o texto é razoavelmente fácil de ler,

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, com resultado de 12,5 indica que o texto é adequado para alguém que tenha completado, em média, o equivalente ao 12º ano de escolaridade.

Índice de Nebulosidade de Gunning, um valor de 9,5 indica complexidade moderada.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), de 12,0 indica que o texto possui alta complexidade. É adequado para pessoas com ensino médio completo.

Índice de Coleman-Liau, o texto se aproxima de um nível universitário de leitura. Isso significa que, para uma compreensão confortável, o leitor ideal já teria completado o ensino médio e iniciado o ensino superior.

Figura 15: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada



Quadro 10: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 11, a postagem analisada apresenta um grau de complexidade textual moderado a elevado. A alta proporção de palavras complexas, o número relativamente elevado de sílabas por palavra e o cumprimento das sentenças indicam que o texto pode ser desafiador para leitores com menos experiência. Assim, é mais adequado para um público que tenha pelo menos o ensino médio completo ou que estejam habituados a textos mais elaborados.

Letras	288
Sílabas	125
Palavras	50
Sentenças	4
Letras/palavras	5.8
Sílabas/Palavras	2.5
Palavras/sentença	12.5
Palavras complexas	9 (18.0%)

Quadro 11: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual

Texto da imagem 3 da terceira postagem:

Quais são as etapas do Processo Seletivo?

O processo seletivo ocorrerá em duas etapas:

1^a etapa: Prova Objetiva em 15 questões de língua Portuguesa e uma Redação.

2^a etapa: Avaliação dos documentos (enviados no ato da inscrição) com caráter eliminatório.

Ao inserir o texto da imagem dessa terceira postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 16):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch, com valor de 57,7 indica que o texto é de dificuldade moderada. Ele é considerado adequado para leitores com nível de escolaridade equivalente ao final do ensino fundamental ou início do ensino médio.

Índice Gulpease, um valor de 76,6 é considerado bom, sugerindo que a maioria dos leitores consegue compreender o texto com relativa facilidade.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, um resultado de 8,0 indica que o leitor ideal teria completado o oitavo ano do ensino fundamental, ou seja, um público jovem, mas não iniciante.

Índice de Nebulosidade de Gunning, de 6,8 indica que o texto tem boa legibilidade. É considerado para leitores que corresponde aproximadamente ao 6º ao 7º ano do ensino fundamental.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), um valor de 6,2 aponta para um nível de escolaridade de 6^a série do ensino fundamental, sugerindo facilidade de compreensão.

Índice de Coleman-Liau, com resultado de 9,9 indica que o texto possui complexidade moderada a elevada, com palavras relativamente longas e frases mais elaboradas.

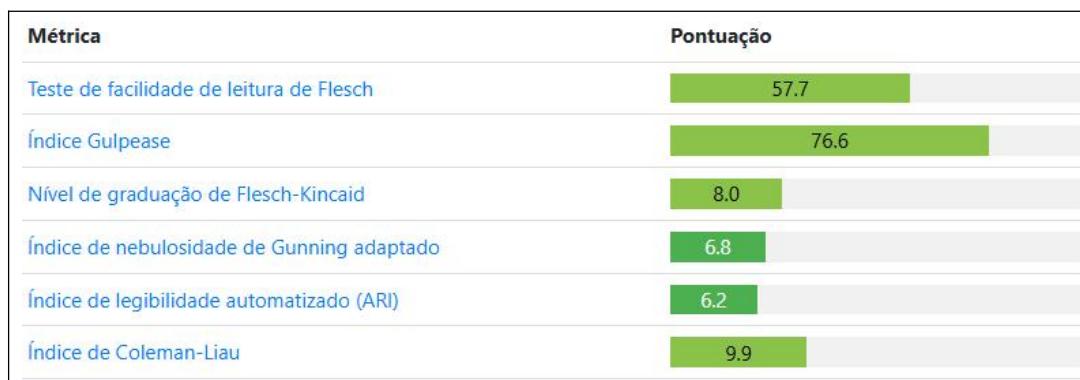


Figura 16: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.
Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 12, apresenta um nível de complexidade

intermediário e o uso de palavras mais longas e complexas pode exigir um nível maior de atenção ou conhecimento prévio do leitor, mas o tamanho das sentenças equilibra a fluidez da leitura.

Quadro 12: Resumo descritivo.

Letras	288
Sílabas	125
Palavras	50
Sentenças	4
Letras/palavras	5.8
Sílabas/Palavras	2.5
Palavras/sentença	12.5
Palavras complexas	6 (14,6%)

Figura 16: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual

Texto da imagem 4 da terceira postagem:

Como saber se o curso que tenho interesse tem vaga?

Acesse o arquivo com o quantitativo de vagas que está disponível em:

www.portalselecao.ufu.br

Ao inserir o texto da imagem dessa terceira postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 17):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch, de 61,1 indica que o texto é considerado de leitura relativamente fácil, adequado para pessoas com um nível de escolaridade médio.

Índice Gulpease, de 100,0 é excepcionalmente alta, indicando um texto extremamente fácil de ler e compreender.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, um valor 6.7 indica uma boa legibilidade, é indicado para leitores que corresponde ao 7º ano do ensino fundamental.

Índice de Nebulosidade de Gunning, um valor de 4,7 indica que o texto tem excelente legibilidade. É indicado para leitores que corresponde aproximadamente ao 4º ou 5º ano do ensino fundamental.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), de 5,6 sugere que o texto é adequado para leitores no nível do início do ensino médio.

Índice de Coleman-Liau, com resultado de 9,1 indica que o texto tem complexidade moderada.

Figura 17: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada

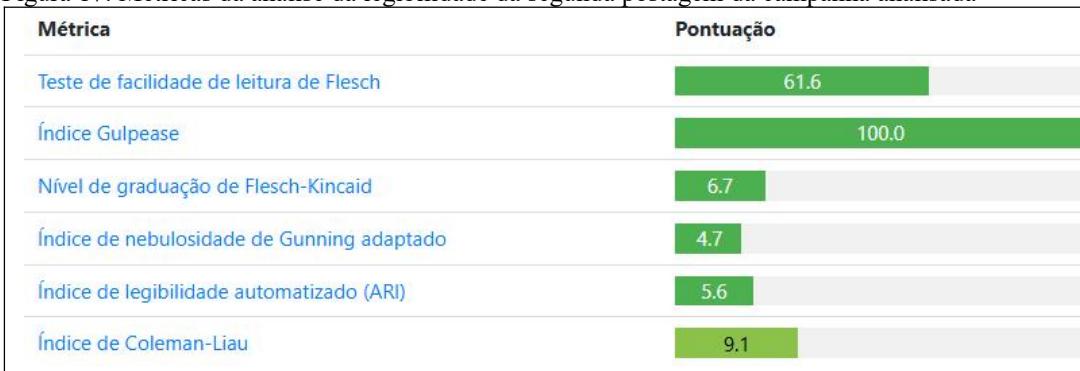


Figura 16: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 13, O texto apresenta um nível de complexidade baixo a moderado, com frases curtas e vocabulário relativamente simples. Mesmo com a presença de palavras mais longas ou técnicas, a estrutura geral favorece a leitura rápida e a compreensão.

Quadro 13: Resumo descritivo.

Letras	118
Sílabas	51
Palavras	23
Sentenças	5
Letras/palavra	5.1
Sílabas/palavra	2.2
Palavras/sentença	4.6
Palavras complexas	3 (13.0%)

Figura 16: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Texto da imagem 5:

Onde encontro mais informações sobre o Processo Seletivo de vagas Ociosas?

Todas as informações estão nos editais que foram publicados em: www.portalselecao.ufu.br

Ao inserir o texto da imagem dessa terceira postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 18):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch apresenta uma pontuação de 34,9 indica um texto bastante difícil de ler e sugere que o leitor tem um nível de escolaridade de ensino superior.

Índice Gulpease, está apresentando uma pontuação alta de 94,9 sugere um texto muito fácil de compreender para a maioria dos leitores.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, com uma pontuação 10,5, sugere que o leitor deveria estar no ensino médio avançado ou equivalente.

Índice de Nebulosidade de Gunning, a pontuação baixa de 3,9 indica que o texto tem alta

legibilidade, com frases curtas e palavras simples, sendo muito fácil de ler e entender. Esse valor sugere que o texto é acessível para leitores do 3º ou 4º ano do ensino fundamental. **Índice de Legibilidade Automatizado (ARI)**, com uma pontuação de 10.6, aponta que o texto é mais adequado para leitores do ensino médio.

Índice de Coleman-Liau, tem uma pontuação de 14.9 indica que o texto é altamente complexo, a legibilidade é difícil, adequada para leitores experientes.

Figura 18: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada



Figura 16: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 14, O texto é moderadamente complexo devido ao uso de palavras longas, mas a simplicidade na estrutura das frases ajuda a tornar a leitura mais fluida. Para leitores com algum nível de conhecimento técnico ou acadêmico, ele será perfeitamente compreensível.

Letras	137
Sílabas	57
Palavras	22
Sentenças	5
Letras/palavra	6.2
Sílabas/palavra	2.6
Palavras/sentença	4.4
Palavras complexas	2 (9.1%)

Quadro 14: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

A quarta postagem da campanha do Edital de Vagas Ocasias de 2024/1, no perfil oficial do Instagram da UFU, ocorreu em 23/01/24 e trazia informações sobre a quantidade de vagas, como mostra a Figura 19.

Figura 19: Quarta Postagem da campanha Vagas Ociosas 2024/1



Quadro 14: Resumo descritivo.

Fonte: Perfil oficial da UFU no Instagram.

Na legenda da postagem há o seguinte texto:

Não perca essa chance de [#SerUFU!](#)

Confira todas as vagas que estão disponíveis. Acesse o quantitativo de vagas do Processo Seletivo de Vagas Ociosas para Transferência e Portador de Diploma.

Você também encontra o Link no “destaque” Vagas Ociosas.

Ao inserir o texto da legenda dessa quarta postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 20):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch, com resultado de 62.8 indica que o texto é fácil de ler, sendo ideal para leitores com escolaridade equivalente ao ensino fundamental ou médio.

Índice Gulpease, tem uma pontuação de 75,7 indica que o texto tem boa legibilidade, sendo relativamente fácil de ler e entender, tornando-o acessível para leitores com nível básico a intermediário de escolaridade.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, um resultado de 7,2 significa que leitores no nível do 7º ano ou equivalente e podem compreender o material com facilidade.

Índice de Nebulosidade de Gunning, de 4,8 indica que o texto é muito fácil de ler, com legibilidade típica para o 4º ou 5º ano do ensino fundamental.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), de 7,3 o texto é adequado para leitores do ensino fundamental médio.

Índice de Coleman-Liau, de 11.3 indica que o texto possui complexidade moderada a alta.

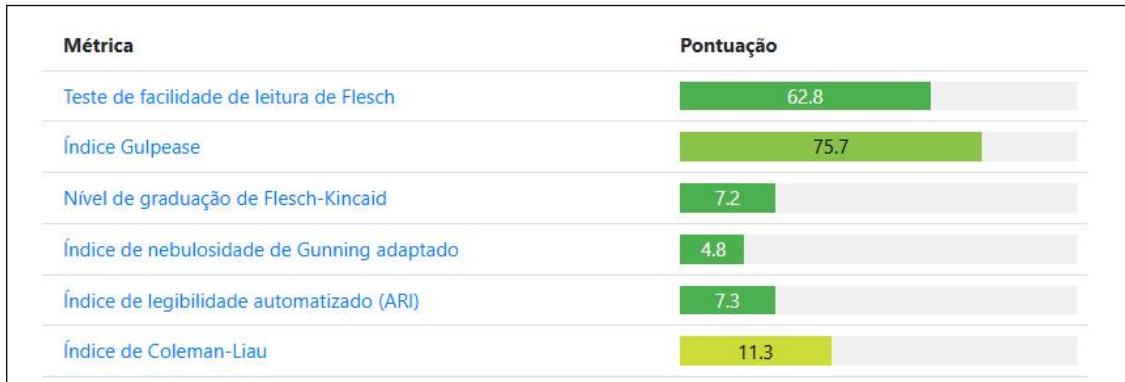


Figura 20: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual .

Como é possível observar no Quadro 15, embora o texto utilize palavras ligeiramente longas com mais sílabas, a estrutura das sentenças curtas e a baixa porcentagem de palavras complexas ajudam a equilibrar a legibilidade. Isso torna o conteúdo adequado para uma audiência ampla, inclusive pessoas com nível educacional médio ou superior. A abordagem parece ter sido elaborada para informar com clareza, sem sacrificar profundidade.

Quadro 15: Resumo descritivo

Letras	202
Sílabas	84
Palavras	39
Sentenças	5
Letras/palavras	5.2
Sílabas/Palavras	2.2
Palavras/sentença	7.8
Palavras complexas	2 (5.1%)

Quadro 15: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Texto da imagem:

Mais de 300 vagas disponíveis para transferência e Portador de Diploma!

Confira todos os cursos disponíveis!

Acesse o arquivo que está disponível em: www.portalselecao.ufu.br

Ao inserir o texto da imagem dessa quarta postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 21):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch, de 51,4 indica que o texto é de dificuldade moderada, exigindo um nível educacional médio para compreensão adequada.

Índice Gulpease, com resultado de 100,0 sugere que o texto é muito fácil de compreender.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, de 7,9 indica que leitores com nível próximo ao final do ensino fundamental ou início do médio comprehendem o texto.

Índice de Nebulosidade de Gunning apresenta uma pontuação de 3,3 o texto é considerado muito claro e pouco "nebuloso", sugerindo que foi projetado para facilitar a leitura.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), de 8,7 indica que o texto é adequado para leitores do ensino médio.

Índice de Coleman-Liau, de 11.8 indica que o texto tem alta complexidade, com uso de palavras longas e frases mais complexas.

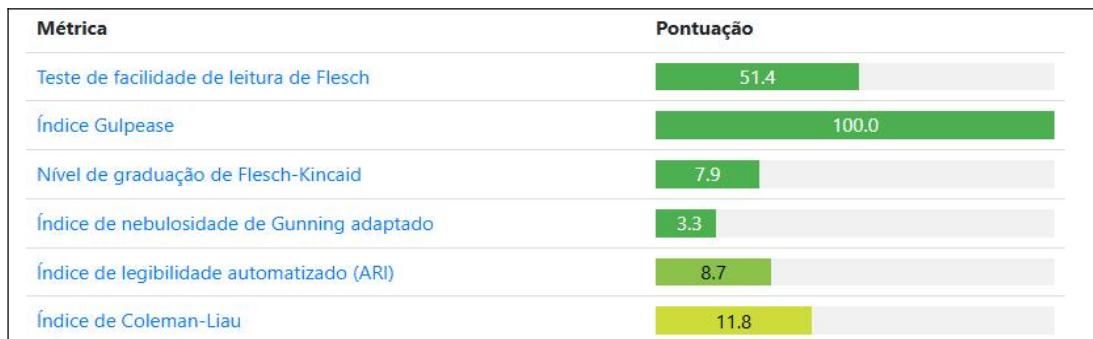


Figura 21: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.
Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual .

Como é possível observar no Quadro 16, foram utilizadas palavras ligeiramente longas, o texto é estruturado de forma simples e fluida, com sentenças curtas e claras. Essa combinação torna o conteúdo adequado para uma audiência ampla, permitindo fácil leitura e compreensão.

Letras	142
Sílabas	57
Palavras	24
Sentenças	7
Letras/palavras	5,9
Sílabas/Palavras	2,4
Palavras/sentença	3,4
Palavras complexas	2 (8,3%)

Quadro 16: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

A quinta postagem da campanha do Edital de Vagas Ocasas de 2024/1, no perfil oficial do Instagram da UFU, ocorreu em 24/01/24 e trazia informações sobre a data de encerramento das inscrições do processo seletivo, como mostra a Figura 22.



Figura 22: Quinta Postagem da campanha Vagas Ocasas 2024/1.

Fonte: Perfil oficial da UFU no Instagram.

Na legenda da postagem há o seguinte texto:

Vai ficar de fora dessa oportunidade de [#SerUFU](#)?

Corre que ainda dá tempo de se inscrever no Processo Seletivo de Vagas Ocasas para Transferência e Portador de Diploma.

Ao inserir o texto da legenda dessa quinta postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 23):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch, de 57,2 está indicando que o texto possui uma legibilidade moderada.

Índice Gulpease, com resultado de 60,8 indica que o texto é relativamente acessível ao público geral.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, de 9,3 tem uma complexidade moderada, sendo adequado para leitores do 9º ano do ensino fundamental.

Índice de Nebulosidade de Gunning, com resultado de 7,5 indica que o texto possui complexidade moderada é mais exigente do que textos simples. A legibilidade é adequada para **leitores** corresponde aproximadamente ao 8º ou 9º ano do ensino fundamental.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), um valor de 9,0 aponta para a necessidade de nível médio de escolaridade, indicando que o texto pode ser um pouco mais exigente para leitores iniciantes.

Índice de Coleman-Liau, de 11,3 o texto está indicando que tem complexidade moderada a alta é considerando um número médio de letras por palavra.

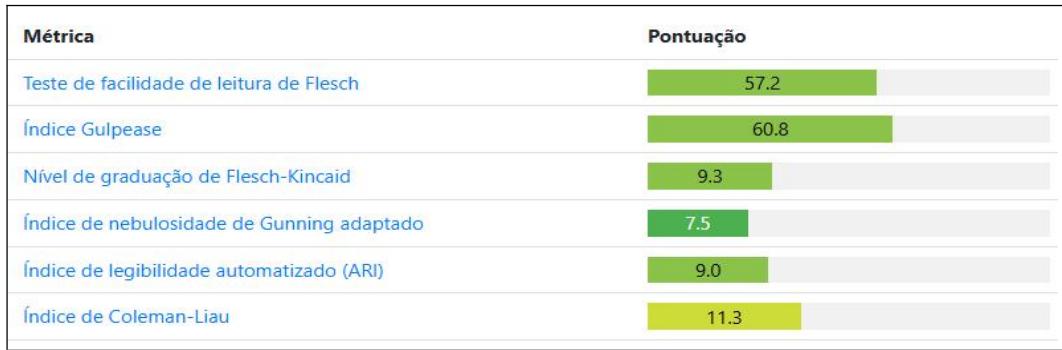


Figura 23: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.
Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 17, embora as sentenças apresentem uma extensão relativamente longa, com média de 14 palavras por sentença, o vocabulário utilizado é simples, com baixa incidência de palavras complexas, poucas sílabas por palavra e palavras de tamanho reduzido. Esses fatores contribuem para que o texto, de modo geral, apresente baixa complexidade, sendo de fácil compreensão mesmo por leitores com nível básico de escolaridade.

Letras	139
Sílabas	60
Palavras	28
Sentenças	3
Letras/palavras	5.0
Sílabas/Palavras	2.1
Palavras/sentença	14.0
Palavras complexas	1 (3.6%)

Quadro 17: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Texto da Imagem:

Último dia!

As inscrições para o Processo Seletivo de Vagas Ocasas para Transferência e Portador de Diploma se encerram amanhã!

Você pode se inscrever até as 16h.

Para informações, acesse: www.portalselecao.ufu.br

#VemSerUFU

Ao inserir o texto da imagem dessa quinta postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 24):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch, teve uma pontuação de 43,5 indica nível moderado de dificuldade, sugerindo que o texto pode exigir nível médio de escolaridade para uma leitura confortável.

Índice Gulpease, de 97,4 é muito alta, sinalizando que o texto é extremamente acessível, especialmente para leitores com escolaridade fundamental.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, com resultado de 9,3 corresponde aproximadamente ao primeiro ano do ensino médio.

Índice de Nebulosidade de Gunning, de 4,6 indica que o texto é muito fácil de ler, com frases curtas e palavras simples. Esse valor é adequado para que correspondente ao 4º ou 5º ano do ensino fundamental.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), teve um valor de 8,3 indica que o conteúdo pode ser compreendido por pessoas com nível de escolaridade de ensino fundamental completo a médio.

Índice de Coleman-Liau, de 12,3 indica que o texto possui alta complexidade, com palavras mais longas e frases mais elaboradas.

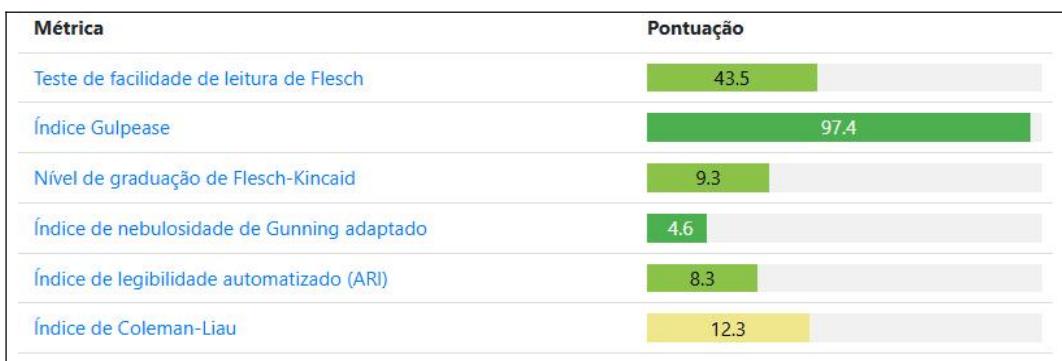


Figura 24: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Conforme os dados apresentados no Quadro 18, observa-se que a estrutura do texto favorece a fluidez e a compreensão, especialmente em razão das sentenças curtas. No entanto, a densidade lexical revela-se relativamente elevada, em virtude da proporção significativa de palavras complexas e do número médio de sílabas por palavra. Esses aspectos indicam o uso de um vocabulário mais técnico ou elaborado. Dessa forma, a postagem pode ser classificada como de complexidade moderada. Embora apresente trechos de fácil compreensão, requer certo nível de familiaridade com o tema abordado para uma leitura fluida.

Letras	183
Sílabas	79
Palavras	32
Sentenças	7
Letras/palavras	5.7
Sílabas/Palavras	2.5
Palavras/sentença	4.6
Palavras complexas	4 (12.5%)

Quadro 18: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

A sexta postagem da campanha do Edital de Vagas Ociosas de 2024/1, no perfil oficial do Instagram da UFU, ocorreu em 17/02/24 e trazia informações sobre a data de aplicação da prova, como mostra a Figura 25.



Figura 25: Sexta Postagem da campanha Vagas Ociosas 2024/1
Fonte: Perfil oficial da UFU no Instagram.

Na legenda da postagem há o seguinte texto:

Acontecerá amanhã a aplicação das provas do processo seletivo de Vagas Ociosas para Portador de Diploma e Transferência.

Não deixe de ler o edital para conferir tudo que você precisa saber para se preparar para o grande dia.

Boa prova!

Saiba mais em: <https://comunica.ufu.br/noticias/2024/01/ufu-simplifica-processo-seletivo-de-vagas-ociosas-reta-final-de-inscricoes>.

Ao inserir o texto da legenda dessa sexta postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 26):

As métricas de legibilidade precisam de uma quantidade mínima de palavras para produzir resultados precisos. O Índice Gunning fog, por exemplo, foi desenvolvido para analisar trechos mais longos de texto aproximadamente 100 palavras ou mais. Quando um trecho é muito curto (menos de 50 palavras), o algoritmo pode não conseguir identificar padrões adequados de estrutura frasal e vocabulário, resultando em uma avaliação imprecisa ou inválida. A plataforma alerta sobre essa limitação para evitar interpretações erradas dos índices.



Figura 26: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.
Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Texto da imagem:

É amanhã! 18/02 Aplicação das provas do Processo Seletivo de Vagas Ociosas.

Início às 10h. Término previsto para às 12h

Uberlândia -MG

Para mais informação, confira o edital: www.portalselecao.ufu.br

#VemSerUFU

Ao inserir o texto da imagem dessa sexta postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 27):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch, de 58,1, o texto está na faixa de moderadamente fácil, adequado para leitores que possuem um nível de escolaridade médio.

Índice Gulpease, com resultado de 100,0 indica que o texto é extremamente simples de ler.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, de 7,1 indica que o texto pode ser entendido por alguém com aproximadamente o 7º ano de escolaridade do ensino fundamental.

Índice de Nebulosidade de Gunning, de 3,7 indica que o texto é muito fácil de ler. Esse nível corresponde aproximadamente ao 3º ou 4º ano do ensino fundamental.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), teve uma pontuação de 6,2 e indica que estudantes de ensino fundamental, conseguiriam ler e entender o texto.

Índice de Coleman-Liau, de 9,5 indica que o texto tem complexidade moderada, com uso frequente de palavras relativamente longas e frases de estrutura média.

Métrica	Pontuação
Teste de facilidade de leitura de Flesch	58.1
Índice Gulpease	100.0
Nível de graduação de Flesch-Kincaid	7.1
Índice de nebulosidade de Gunning adaptado	3.7
Índice de legibilidade automatizado (ARI)	6.2
Índice de Coleman-Liau	9.5

Figura 27: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.
Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 19, apresenta uma complexidade moderada, evidenciada pelo uso de vocabulário rico e palavras mais elaboradas. A proporção de palavras complexas, combinada com métricas de letras e sílabas por palavra, demonstra que a postagem é mais apropriada para um público com boa alfabetização e experiência no tema tratado. Apesar disso, a estrutura mantém certa acessibilidade devido ao número de sentenças e à construção equilibrada.

Letras	162
Sílabas	69
Palavras	30
Sentenças	7
Letras/palavras	5.4
Sílabas/Palavras	2.3
Palavras/sentença	4.3
Palavras complexas	3 (10.0%)

Quadro 19: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

A sétima postagem da campanha do Edital de Vagas Ocasas de 2024/1, no perfil oficial do Instagram da UFU, ocorreu em 25/03/24 e trazia informações sobre a mudança de data do resultado, como mostra a Figura 28.



Figura 28: Sétima Postagem da campanha Vagas Ocasas 2024/1.

Fonte: Perfil oficial da UFU no Instagram.

Na legenda da postagem há o seguinte texto:

A Universidade Federal de Uberlândia (UFU) informa que as imagens digitais (cópias) das Folhas da Prova de Redação, assim como as notas obtidas por todos(as) os(as) candidatos(as) classificados(as) para a Prova de Redação e o resultado da análise de documentos, não serão divulgadas em 25 de março de 2024, conforme inicialmente previsto em Edital (Transferência 2024-1 e Portador de Diploma 2024). Isso se deve à greve dos servidores técnicos administrativos em educação iniciada em 18 de março de 2024, conforme comunicado à Reitoria da UFU, por meio do ofício 052/2024- SINTET-UFU, de 12 de março de 2024.

O comunicado está disponível no Portal de Seleção da Diretoria de Processos Seletivos (Dirps/UFU): www.portalselecao.ufu.br/servicos/

Ao inserir o texto da legenda dessa sétima postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 29):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch, teve uma pontuação de 46,5 indica que indica que o texto tem dificuldade moderada e exige um nível de escolaridade aproximado: entre o ensino médio e o início do ensino superior.

Índice Gulpease, de 54,9 avalia indica que o texto tem uma legibilidade moderada.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, apresenta uma pontuação de 11,8 indica que o texto é ideal para leitores com ensino médio avançado ou início do ensino superior.

Índice de Nebulosidade de Gunning, de 11,0 aponta para um texto denso, com alguma complexidade lexical.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), de 11,3 indica que o texto é adequado para leitores com nível médio ou superior.

Índice de Coleman-Liau, similar ao ARI, apresenta uma pontuação de 12,0 que a construção do texto exige que o leitor tenha bom domínio do idioma e compreensão de vocabulário avançado.

Figura 29: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada



Figura 28: Sétima Postagem da campanha Vagas Ociosas 2024/1.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 20, a postagem possui uma complexidade moderada, combinando linguagem elaborada com frases curtas. É mais adequada para um público alfabetizado e com nível educacional médio ou avançado. Para leitores iniciantes, o uso de palavras complexas pode representar uma barreira.

Letras	562
Sílabas	249
Palavras	112
Sentenças	6
Letras/palavras	5.0
Sílabas/Palavras	2.2
Palavras/sentença	18.7
Palavras complexas	11 (9.8%)

Quadro 20: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Texto da imagem 1:

Comunicado, Comunicado, Comunicado, Comunicado.

Vagas Ociosas 2024.

Ao inserir o texto da imagem dessa sétima postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 30):

Apesar de o Índice Gulpease indicar excelente legibilidade com pontuação 100,0 os demais índices apontam que o texto é bastante difícil de ler, com destaque para o Teste de Flesch (-33,6), Flesch-Kincaid (20,0), ARI (15,2) e Coleman-Liau (17,1), todos indicando necessidade de nível universitário ou superior para plena compreensão. Ainda que a legenda seja curta e objetiva, a presença de termos complexos ou estrutura densa compromete sua acessibilidade. Cabe ressaltar que, por se tratar de um texto muito curto, com menos de 10 palavras, a própria plataforma de análise de legibilidade adverte que os resultados podem ser imprecisos ou inválidos, especialmente no caso do índice Gunning, que exige ao menos 100 palavras para uma avaliação confiável.

Métrica	Pontuação
Teste de facilidade de leitura de Flesch	-33.6
Índice Gulpease	100.0
Nível de graduação de Flesch-Kincaid	20.0
Índice de nebulosidade de Gunning adaptado	1.1
Índice de legibilidade automatizado (ARI)	15.2
Índice de Coleman-Liau	17.1

Figura 30: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.
Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Texto da imagem 2:

A Universidade Federal de Uberlândia informa que as imagens digitais (cópias) das folhas da Prova de redação, assim como as notas obtidas por todos(as) os(as) candidatos(as) classificados(as) para a Prova de Redação e o resultado da análise de documentos, não serão divulgados em 25 de março de 2024, conforme inicialmente previsto em EDITAL.

Isso se deve à greve dos Servidores Técnicos Administrativos em Educação iniciada em 18 de março de 2024, conforme comunicado à Reitoria da UFU, por meio do ofício 052/2024-SINTET-UFU, de 12 de março de 2024.

Ao inserir o texto da imagem dessa sétima postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 31):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch, de 42,5 e sugere que o texto é considerado difícil de ler, mais bem compreendido por pessoas com nível educacional avançado.

Índice Gulpease, com resultado de 51,8 indica uma legibilidade intermediária, apropriada para leitores com, no mínimo, ensino médio completo.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, de 14,7 implica que é necessário, aproximadamente, um nível de ensino superior para compreender totalmente o conteúdo.

Índice de Nebulosidade de Gunning, com resultado de 16,3 indica que o texto é muito difícil de ler. Precisa ter um nível de escolaridade aproximado que corresponde ao final do ensino superior ou pós-graduação.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), de 14,7 a pontuação é semelhante ao Flesch-Kincaid, esse índice estima os anos de escolaridade necessários para a leitura do texto. A pontuação, novamente, sugere um nível de ensino superior.

Índice de Coleman-Liau, teve uma pontuação de 10,9 indica que o texto possui complexidade moderada a elevada exigindo maior atenção do leitor, devido ao uso de palavras longas e estrutura frasal mais densa.



Figura 31: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.
Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 21, o texto destaca-se por seu alto grau de complexidade, caracterizado por frases longas e um vocabulário sofisticado. Essa estrutura torna-o mais adequado para leitores com maior experiência ou formação acadêmica. No entanto, simplificar a linguagem pode torná-lo mais acessível, dependendo do público-alvo.

Letras	417
Sílabas	187
Palavras	88
Sentenças	3
Letras/palavras	4.
Sílabas/Palavras	2.1
Palavras/sentença	29.3
Palavras complexas	9 (10,2%)

Quadro 21: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

A figura a abaixo apresenta o resultado da aplicação da ferramenta online "Análise de Legibilidade Textual". O texto é submetido a uma avaliação que identifica elementos que comprometem a clareza e a compreensão por parte do leitor. Palavras marcadas em azul são classificadas como complexas, pois não constam entre as 5 mil palavras mais frequentes da língua portuguesa, o que pode dificultar a leitura para públicos mais amplos. As frases sublinhadas em amarelo indicam a necessidade de divisão em sentenças menores, visando melhorar a fluidez e a legibilidade. Já as marcações em vermelho apontam frases excessivamente longas, recomendando sua reescrita em estruturas mais concisas. Dessa forma, a ferramenta contribui para a adequação textual, promovendo uma comunicação mais acessível e eficaz.

A Universidade Federal de Uberlândia informa que as imagens digitais (cópias) das folhas da Prova de redação, assim como as notas obtidas por (todasas) (osas) (candidatasas) (classificadasas) para a Prova de Redação e o resultado da análise de documentos, não serão divulgados em 25 de março de 2024, conforme inicialmente previsto em EDITAL. Isso se deve à greve dos Servidores Técnicos Administrativos em Educação iniciada em 18 de março de 2024, conforme comunicado à Reitoria da UFU, por meio do ofício 052/2024-SINTET-UFU, de 12 de março de 2024.

Palavras em azul: são consideradas complexas, no sentido em que elas não estão nas 5 mil primeiras palavras mais usadas conforme o banco de palavras.

Frases sublinhadas em amarelo: considere dividir em duas frases para melhorar a legibilidade do texto.

Frases sublinhadas em vermelho: frase muito longa. Divida-a em duas ou mais frases.

Figura 32: Critérios e Diretrizes para Avaliação de legibilidade Textual.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Uma nuvem de palavras gerada a partir da análise de um comunicado institucional utilizando a ferramenta "Análise de Legibilidade Textual". Essa visualização destaca graficamente as palavras mais frequentes do texto: quanto maior o tamanho da palavra, maior é a sua recorrência. Na nuvem em questão, os termos mais proeminentes são "março", "redação", "Prova" e "notas", o que indica que o comunicado tem como foco principal informações relacionadas à Prova de Redação, suas correções e datas relevantes, especialmente o mês de março. Essa ferramenta auxilia na identificação rápida dos temas centrais do texto, contribuindo para uma análise mais objetiva de seu conteúdo.



Figura 33: Nuvem de palavras.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

A oitava postagem da campanha do Edital de Vagas Ocasas de 2024/1, no perfil oficial do Instagram da UFU, ocorreu em 09/04/24 e trazia informações sobre o novo cronograma do processo seletivo, como mostra a Figura 34.



Figura 34: Oitava Postagem da campanha Vagas Ociosas 2024/1.
Fonte: Perfil oficial da UFU no Instagram.

Na legenda da postagem há o seguinte texto:

UFU divulga novas datas dos cronogramas dos editais dos processos seletivos para preenchimento das vagas ociosas.

Classificações gerais e boletins de desempenhos serão divulgados no dia 7 de maio.

Saiba mais em: <https://comunica.ufu.br/node/29936/>

Ao inserir o texto da legenda dessa oitava postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 35):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch, de 44,6 indica que o texto é difícil, exigindo mais atenção e leitura concentrada por parte do leitor médio.

Índice Gulpease, de 74,5 indica que o texto é considerado médio, bastante acessível. Contrasta com o índice de Flesch, sugerindo que a estrutura das frases pode ser simples, mesmo que as palavras sejam mais longas.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, um resultado de 9,6 e indica que é necessário estar no final do ensino fundamental ou início do ensino médio para compreender o texto com facilidade.

Índice de Nebulosidade de Gunning, de 9,6 indica que o texto teve complexidade moderada, apropriado para leitores do ensino médio.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), de 10,5 indica que o texto é mais apropriado para leitores com escolaridade de ensino médio completo.

Índice de Coleman-Liau, um resultado de 15,2 indica que o texto pode ser mais complexo e exigirá uma maior habilidade de leitura. Geralmente, valores mais altos significam que o texto contém mais palavras longas ou frases mais complicadas, dificultando a compreensão por leitores com menos experiência.

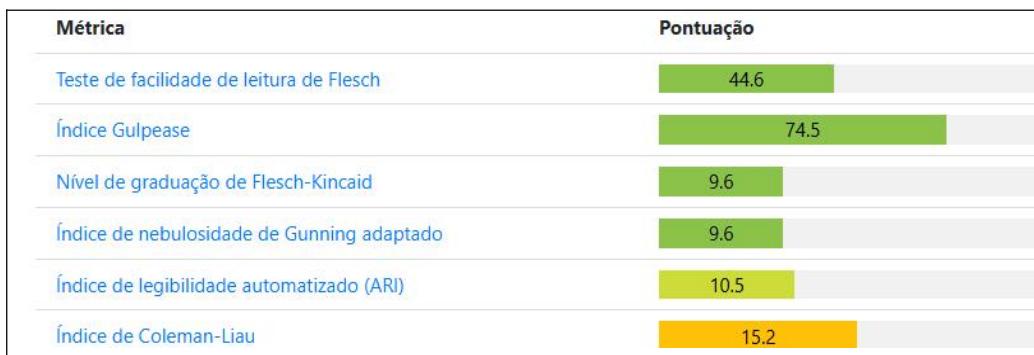


Figura 35: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.
Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 22, apresenta alta densidade de vocabulário complexo em um espaço textual curto. Isso significa que, embora o texto não seja longo nem apresente frases extensas, o uso de palavras longas e complexas torna a leitura mais exigente, especialmente para públicos com menor escolaridade ou familiaridade com o tema.

Letras	198
Sílabas	80
Palavras	33
Sentenças	5
Letras/palavras	6.0
Sílabas/Palavras	2.4
Palavras/sentença	6.6
Palavras complexas	11 (33.3%)

Quadro 22: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Texto da imagem 1:

Comunicado

Confira o novo cronograma dos Processos Seletivos de Vagas Ociosas UFU 2024

Ao inserir o texto da imagem dessa oitava postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 36):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch, de 40,8 indica que o texto é classificado como difícil, exigindo maior esforço do leitor.

Índice Gulpease, teve uma pontuação de 58,2 e indica que o texto está no limite inferior da faixa de média legibilidade, já exigindo um nível mais elevado de escolaridade.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, de 11,5, e o texto é adequado para alguém que cursa o último ano do ensino médio ou início do ensino superior.

Índice de Nebulosidade de Gunning, com uma pontuação de 7,8, esse é o único índice que classifica o texto como fácil.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), de 10,5 está indicando um texto apropriado para leitores com ensino médio completo.

Índice de Coleman-Liau, teve um valor de 13,5 indica que o texto possui uma complexidade maior, com frases mais longas e vocabulário mais avançado.

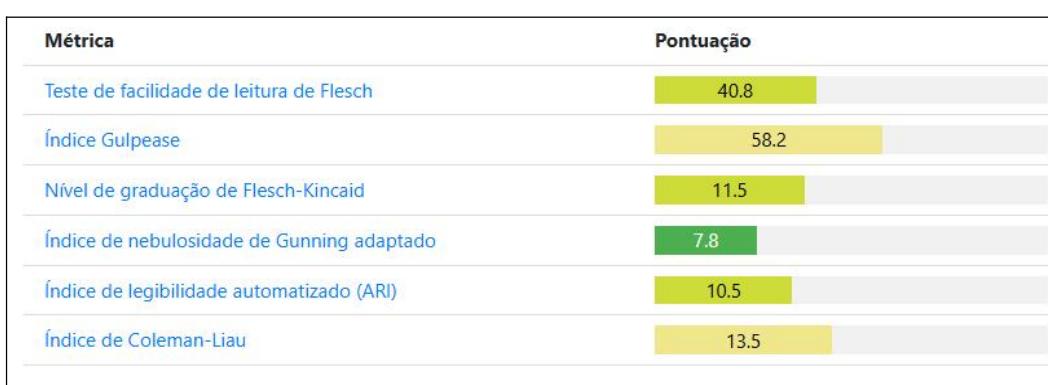


Figura 36: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.
Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 23, apresenta-se um texto muito curto, ele é relativamente denso por concentrar todas as palavras em uma única frase longa e por apresentar um vocabulário mais elaborado. Isso compromete a fluidez da leitura e pode gerar dificuldade de compreensão, especialmente para leitores com menor familiaridade com o conteúdo.

Letras	70
Sílabas	31
Palavras	13
Sentenças	1
Letras/palavras	5.4
Sílabas/Palavras	2.4
Palavras/sentença	13.0
Palavras complexas	1 (7.7%)

Quadro 23: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Texto da imagem 2:

Transferência Facultativa 2024-1

15 de abril de 2024, até as 11h

Divulgação das imagens digitais (cópias) das Folhas da Prova de Redação, das notas obtidas por todos(as) os(as) candidatos(as) classificados(as) para a Prova de Redação e do resultado da análise de documentos

07 de maio de 2024

Divulgação da Classificação geral do Processo Seletivo de Transferência facultativa 2024-1

Ao inserir o texto da imagem dessa oitava postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 37):

A complexidade do texto com base em diferentes índices. O Teste de Facilidade de Leitura de Flesch obteve uma pontuação de 9,3 indicando extrema dificuldade de leitura, enquanto o Índice Gulpease apresentou um valor de 44,5 sugerindo uma legibilidade baixa para leitores com escolaridade média. O Nível de Graduação de Flesch-Kincaid foi de 25,5 está indicando que o texto seria compreendido por pessoas com formação acadêmica avançada. Além disso, o Índice de Nebulosidade de Gunning Adaptado (30.7) e o Índice de Legibilidade Automatizado (28.4) reforçam a exigência de muita escolaridade para a compreensão do conteúdo. Por fim, o Índice de Coleman-Liau, com pontuação de 12,5 sugere que o texto tem uma complexidade moderada. Esses valores indicam que a postagem analisada apresenta alta complexidade linguística e pode não ser facilmente compreendida por públicos com escolaridade básica ou intermediária.



Figura 37: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 24, o texto se caracteriza por ser altamente técnico, complexo e denso. Isso pode dificultar a compreensão, especialmente para públicos menos familiarizados com terminologias específicas ou temas altamente especializados.

Letras	288
Sílabas	126
Palavras	58
Sentenças	1
Letras/palavras	5.0
Sílabas/Palavras	2.2
Palavras/sentença	58.0
Palavras complexas	7 (12,1%)

Quadro 24: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Texto da imagem 3:

PORTADOR DE DIPLOMA DE CURSO SUPERIOR 2024-1

15 de abril de 2024, até as 11h

Divulgação das imagens digitais (cópias) das Folhas da Prova de Redação, das notas obtidas por todos(as) os(as) candidatos(as) classificados(as) para a Prova de Redação e do resultado da análise de documentos

07 de maio de 2024

Divulgação da Classificação geral do Processo Seletivo de Portador de Diploma de Curso Superior 2024-1

Ao inserir o texto da imagem dessa oitava postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 38):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch, de 11,2 teve uma pontuação baixa que indica alta

complexidade, exigindo um nível de escolaridade avançado.

Índice Gulpease, apresentou uma pontuação de 47,5 sugere que o texto pode ser entendido por pessoas com ensino médio completo.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, de 26,9 seria necessário nível superior avançado, como pós-graduação.

Índice de Nebulosidade de Gunning, teve uma pontuação de 34,1 reforça a ideia de um texto denso, adequado para um público técnico ou especializado.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), de 30,2 teve um índice que também aponta para um nível muito alto de dificuldade, sendo compreensível apenas para pessoas com alta escolaridade.

Índice de Coleman-Liau, com resultado de 10,6 o texto indica uma complexidade moderada,



Figura 38: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.
Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 25, embora o texto utilize palavras de comprimento médio, ele apresenta uma única sentença excessivamente longa, o que compromete a fluidez e dificulta sua compreensão. Isso pode torná-lo desafiador, especialmente para leitores com menor experiência ou nível de instrução mais básico.

Letras	304
Sílabas	134
Palavras	66
Sentenças	1
Letras/palavras	4.6
Sílabas/Palavras	2.0
Palavras/sentença	66.0
Palavras complexas	6 (9.1%)

Quadro 25: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Texto da imagem 4:

Confira o cronograma completo dos editais no Portal de Seleção DIRPS.

Ao inserir o texto da imagem dessa oitava postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 39):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch, apresentou uma pontuação de 31,5 indica que o texto é considerado difícil de ler. Isso significa que o conteúdo é adequado para leitores com uma formação superior, provavelmente em um nível de especialização ou pós-graduação.

Índice Gulpease, teve um valor de 100,0 indica que o texto é extremamente fácil de ler.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, de 10.6 sugere que ele é adequado para alguém com ensino médio completo, tornando-o razoavelmente acessível para leitores com esse nível.

Índice de Nebulosidade de Gunning, com um valor de 5,9 indica que o texto possui dificuldade moderada.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), de 11,3 este índice sugere que o texto é mais apropriado para leitores do 1º ano do ensino médio.

Índice de Coleman-Liau, um resultado de 12,8 é indica que o texto possui uma complexidade moderada a alta, com frases mais longas e vocabulário mais avançado.



Figura 39: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 26, o texto é caracterizado por sua densidade e tecnicidade, mesmo sendo muito curto. A presença de um vocabulário complexo (25% das palavras consideradas difíceis) e a alta proporção de sílabas por palavra reforçam que o texto foi estruturado para um público específico, possivelmente técnico ou acadêmico.

Letras	79
Sílabas	32
Palavras	12
Sentenças	5
Letras/palavras	6.6
Sílabas/Palavras	2.7
Palavras/sentença	2.4
Palavras complexas	3 (25.0%)

Quadro 26: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

A nona postagem da campanha do Edital de Vagas Ociosas de 2024/1, no perfil oficial do Instagram da UFU, ocorreu em 07/05/24 e trazia informações sobre a divulgação do resultado, como mostra a Figura 40.



Figura 40: Nona Postagem da campanha Vagas Ociosas 2024/1.
Fonte: Perfil oficial da UFU no Instagram.

Na legenda da postagem há o seguinte texto:

Vagas ociosas: UFU divulga lista de aprovados para o primeiro semestre letivo de 2024. Aprovados na primeira chamada deverão fazer a matrícula entre os dias 13 e 15/5; aulas terão início no próximo dia 20 de maio.

Saiba mais em: <https://comunica.ufu.br/node/30018>

Ao inserir o texto da legenda dessa nona postagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 41):

Teste de Facilidade de Leitura de Flesch, de 68,2 indica que o texto é relativamente fácil de ler é acessível para a maioria dos leitores, incluindo aqueles com nível de escolaridade de ensino médio ou até ensino fundamental.

Índice Gulpease, com resultado de 78,3 indica que o texto tem uma boa legibilidade é adequado para leitores com um nível de escolaridade de ensino médio.

Nível de Graduação de Flesch-Kincaid, de 6,5 revela que o texto é adequado e para alunos no início do ensino fundamental II.

Índice de Nebulosidade de Gunning, com resultado de 6,8 indica que o texto tem certa simplicidade, com frases curtas e palavras pouco complexas, favorecendo uma leitura fluida.

Índice de Legibilidade Automatizado (ARI), de 5,4 sugere que o texto é acessível para leitores com nível fundamental II.

Índice de Coleman-Liau, com resultado de 9,0 confirma que o texto tem boa fluidez e não

apresenta complexidade excessiva.

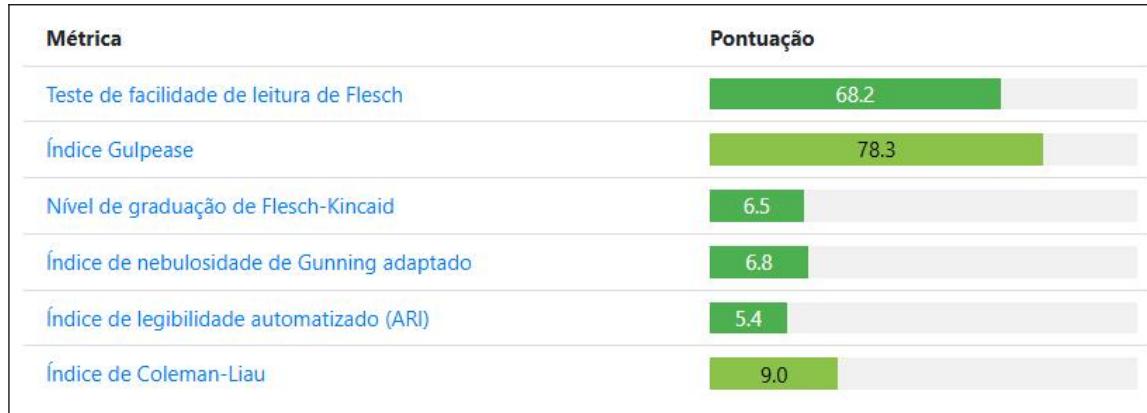


Figura 41: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.
Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Como é possível observar no Quadro 27, a postagem possui uma construção relativamente acessível, graças ao uso de sentenças curtas e palavras de comprimento médio. No entanto, o nível de complexidade aumenta com a presença de 14.6% de palavras complexas, o que pode ser um desafio para leitores menos experientes ou familiarizados com o tema abordado.

Letras	194
Sílabas	85
Palavras	41
Sentenças	5
Letras/palavras	4.7
Sílabas/Palavras	2.1
Palavras/sentença	8.2
Palavras complexas	6 (14.6%)

Quadro 27: Resumo descritivo.

Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

Texto da imagem:

Resultado Liberado

Confira a lista de aprovados do processo Seletivo de Transferência Facultativa e Portador de Diploma.

#VemSerUFU

Ao inserir o texto da imagem na ferramenta de análise de legibilidade os resultados mostram (Figura 42):

A análise dos índices de legibilidade mostra que o texto tem alta complexidade, sendo desafiador para muitos leitores. O Teste de Facilidade de Leitura de Flesch (20,6) indica

dificuldade na leitura, enquanto o Índice Gulpease (60,1) sugere que pode ser compreensível para leitores de escolaridade média. No entanto, o Nível de Graduação de Flesch-Kincaid (13,6) e o Índice de Coleman-Liau (17,3) indicam que é necessário alto nível de escolaridade para entender o texto. Além disso, é fundamental considerar o impacto do tamanho do texto na precisão das métricas. A própria plataforma destaca que, quando o texto é muito curto (menos de 50 palavras), os cálculos podem ser imprecisos ou inválidos. O Índice Gunning fog, por exemplo, requer um trecho com aproximadamente 100 palavras para fornecer resultados mais confiáveis. Isso significa que textos curtos podem não refletir adequadamente a complexidade real da leitura, tornando necessário interpretar os índices com cautela.

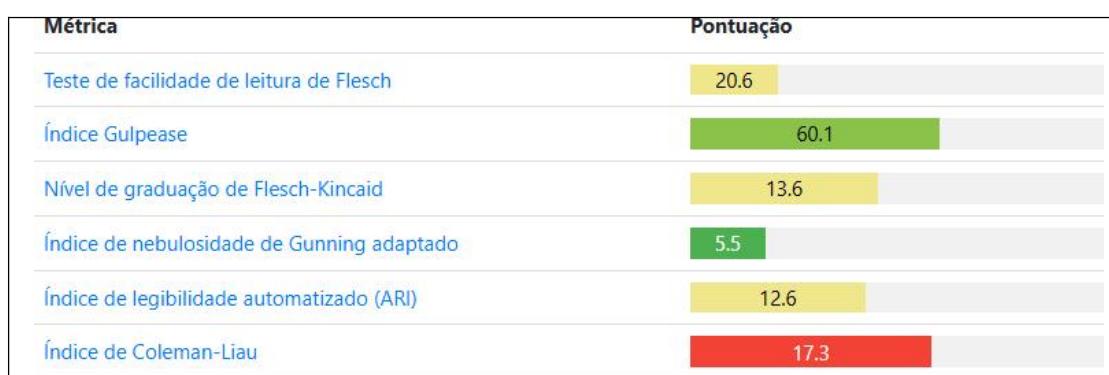


Figura 42: Métricas da análise da legibilidade da segunda postagem da campanha analisada.
Fonte: Output da ferramenta online Análise de Legibilidade Textual.

5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os resultados apresentados podem ser sustentados por alguns dados quantitativos, que oferecem uma visão detalhada sobre as postagens da campanha “Vagas Ocasias 2024/1” da Universidade Federal de Uberlândia (UFU) no Instagram. A análise quantitativa oferece uma base adequada para a formulação de estratégias de comunicação que são tanto eficazes quanto acessíveis ao público-alvo desejado.

O foco principal deste estudo está na legibilidade dos textos das legendas e das imagens associadas às publicações, tendo como referência índices obtidos por meio do site <https://legibilidade.com/>. A análise dos textos, tanto nas legendas quanto nas imagens, revelou índices de legibilidade considerados simples ou muito simples. A utilização de textos curtos e diretos indica uma preocupação evidente com a acessibilidade da informação. A maior parte dos textos apresentou índices de legibilidade adequados, embora se observe a possibilidade de aprimoramento no uso de palavras mais complexas, especialmente em comunicados mais extensos, que, em certos casos, podem se tornar cansativos para o leitor.

Em relação aos textos nas imagens, devido à limitação do espaço disponível, os

índices de legibilidade em alguns casos foram classificados como “imprecisos” uma vez que a quantidade de palavras para análise é reduzida. No entanto, as postagens em sua maioria adotam frases curtas, objetivas e de baixa complexidade. A presença reduzida palavras complexas geralmente variando 5% a 20%, contribui para a facilidade de leitura, permitindo que candidatos interessados compreendem rapidamente as informações essenciais. As imagens, a maioria apresentou índices classificados como de leitura difícil. No entanto, algumas imagens com chamadas rápidas ou frases de incentivo, como convites para inscrição, obtiveram melhores índices, sendo classificadas como de leitura média ou fácil.

As legendas apresentaram índices de legibilidade que variaram entre leitura média e difícil. De forma geral, as legendas com textos mais curtos, objetivos ou de caráter informativo direto exibiram melhores índice de legibilidade. Em contrapartida, aquelas com instruções detalhadas, termos técnicos e explicações mais elaboradas sobre o processo seletivo registram índices de legibilidade mais baixos, sendo classificadas como mais densas, embora adequadas ao público universitário. O número médio de letras por palavras nas legendas variou entre 4,7 e 6,2, indicando uma estrutura que favorece a legibilidade, visto que textos com uma média entre 5,0 e 6,0 letras por palavras são geralmente considerados acessíveis para o público em geral. A porcentagem de palavras complexas variou, com valores como 12,25% em algumas análises e até 20% em outras, evidenciando que, embora a maior parte do texto seja simples, há uma fração que pode dificultar a compreensão em determinadas situações. Observou-se que textos com cerca de 30 palavras, como no caso de algumas legendas analisadas, apresentaram uma legibilidade boa. Em comparação, textos mais longos, com mais de 10 palavras, demonstraram dificuldades de leitura.

O uso de textos curtos foi associado à maior popularidade das postagens, refletindo uma tendência de que mensagens mais concisas geram maior interação. A análise dos resultados da comunicação da campanha “Vagas Ocasas” constitui um ponto de partida relevante para compreender como a legibilidade afeta a recepção de mensagens em contextos administrativos e educacionais. Além disso, ressalta a importância de adequar a linguagem e o formato das mensagens ao perfil do público-alvo, de modo a garantir maior eficácia na comunicação.

Durante a análise dos resultados, observou-se que a ferramenta apresenta algumas limitações, especialmente ao lidar com textos muito curtos. Quando a extensão do texto é inferior a 50 palavras, a precisão dos índices de legibilidade tende a ser comprometida. Apesar disso, a ferramenta mostrou-se eficaz na avaliação de textos com maior volume, sendo capaz de fornecer resultados coerentes e úteis para a maioria das postagens. No contexto da

pesquisa, a análise foi mais eficiente em textos mais longos, alinhando-se com a intenção do pesquisador e permitindo um aprimoramento contínuo na escrita das postagens. O resumo da análise das publicações do Instagram se encontra no quadro 28 a seguir:

Postagem	Teste de Facilidade de Leitura de Flesch	Índice Gulpease	Nível de Graduação de Flesch-Kincaid	Índice de Nebulosidade de Gunning	ARI	Índice de Coleman-Liau	Percentual de palavras complexas
Legenda da Postagem 1	82.9	75.1	4.8	8.1	4.3	7.1	16,01%
Imagen da Postagem 1	85.3	100	3.3	4.3	1.6	4.3	11,01%
Legenda da Postagem 2	76.8	74.3	5.7	6.6	4.8	7.9	8,06%
Imagen 1 da Postagem 2	65.8	100	5.9	3.9	5.6	8.1	11,08%
Imagen 2 da Postagem 2	53.7	63.6	9.6	8.4	8.0	10.4	10,01%
Imagen 3 da Postagem 2	29.9	70.0	12.1	7.4	9.3	13.7	17,08%
Imagen 4 da Postagem 2	62.4	98.6	6.7	6.3	5.4	9.0	20%
Imagen 1 da Postagem 3	59.1	64.9	8.5	6.9	8.2	11.3	6,05%
Imagen 2 da Postagem 3	33.0	55.4	12.5	9.5	12.0	15.4	18%
Imagen 3 da Postagem 3	57.7	76.6	8.0	6.8	6.2	9.9	14,06%
Imagen 4 da Postagem 3	61.6	100	6.7	4.7	5.6	9.1	13%
Imagen 5 da Postagem 3	34.9	94.9	10.5	3.9	10.6	14.9	9,01%
Legenda da Postagem 4	62.8	75.7	7.2	4.8	7.3	11.3	5,01%
Imagen da Postagem 4	51.4	100	7.9	3.3	8.7	11.8	8,03%
Legenda da Postagem 5	57.2	60.8	9.3	7.5	9.0	11.3	3,06%
Imagen da Postagem 5	43.5	97.4	9.3	4.6	8.3	12.3	12,05%
Imagen da Postagem 6	58.1	100	7.1	3.7	6.2	9.5	10%
Legenda da Postagem 7	46.5	54.9	11.8	11.0	11.3	12.0	9,08%
Imagen 2 da Postagem 7	42.5	51.8	14.7	16.3	14.7	10.9	10,02%
Legenda da Postagem 8	44.6	74.5	9.6	9.6	10.5	15.2	33,03%
Imagen 1 da Postagem 8	40.8	58.2	11.5	7.8	10.5	13.5	7,07%
Imagen 2 da Postagem 8	9.3	44.5	25.5	30.7	28.4	12.5	12,01%
Imagen 3 da Postagem 8	11.2	47.5	26.9	34.1	30.2	10.6	9,01%
Imagen 4 da Postagem 8	31.5	100	10.6	5.9	11.3	12.8	25%
Legenda da Postagem 9	68.2	78.3	6.5	6.8	5.4	9.0	14,06%

Quadro 28: Indicadores de Legibilidade das Postagens – Campanha Vagas Ocasias 2024/1.

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Alguns elementos textuais não foram incluídos no quadro de legibilidade final devido à imprecisão nos resultados obtidos durante a análise. Especificamente, as legendas das postagens 3 e 6, bem como os textos das imagens das postagens 7 e 9, apresentaram características que comprometeram a avaliação por meio dos índices de legibilidade utilizados. Essas inconsistências podem ter sido causadas por fatores como trechos muito curtos, linguagem excessivamente fragmentada, presença de símbolos ou formatações não textuais, ou ainda pela baixa qualidade de extração do texto (no caso das imagens). Por esses motivos,

optou-se por não apresentar os resultados dessas análises no quadro, a fim de preservar a consistência e a confiabilidade dos dados apresentados.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise de legibilidade e leitabilidade dos textos na propaganda da campanha de divulgação do processo seletivo de vagas ociosas da UFU demonstrou a importância de uma comunicação clara e acessível para garantir que as informações cheguem de maneira eficaz ao público-alvo. Os índices apresentados indicam que, no geral, os textos utilizados nas legendas e imagens das postagens possuíam níveis adequados de legibilidade para o público ao qual foram direcionados, variando entre textos simples e intermediários. No entanto, algumas postagens apresentaram complexidade elevada, podendo exigir um maior nível de escolaridade para plena compreensão.

Como mencionado por Gullo e Pinheiro (2005) e Marinho (2023), textos mais curtos e diretos podem facilitar a assimilação das informações, enquanto frases mais longas e palavras complexas tornam a comunicação mais desafiadora para alguns leitores. As mensagens curtas e objetivas tendem a ter melhor legibilidade, favorecendo a rápida assimilação das informações. Os resultados da pesquisa permitem perceber que houve um esforço por parte da equipe responsável pela criação da campanha de divulgação do processo seletivo da UFU nesse sentido. A maioria dos textos utilizados eram curtos, objetivos e com palavras de fácil compreensão.

O uso de frases mais longas e palavras complexas também foi identificado na campanha de divulgação do edital de vagas ociosas, embora em menor proporção. Como relatado por Cunha (2008) a utilização de frases complexas pode comprometer a clareza e dificultar a compreensão por parte de candidatos com diferentes níveis educacionais. É importante lembrar que, embora a campanha analisada esteja voltada a um público que, no mínimo, já ingressou no ensino superior, há diferenças de formação básica que podem gerar dificuldade de compreensão de termos mais elaborados e técnicos.

Nesse contexto, a aplicação de ferramentas de análise textual pode ser um recurso valioso para aprimorar campanhas institucionais, garantindo que a comunicação seja eficaz e acessível para todos. É interessante que futuras campanhas observem os critérios de legibilidade, entre outros parâmetros importantes como o perfil do público-alvo, buscando equilibrar a precisão técnica com a simplicidade da linguagem. A adequação das mensagens

ao público-alvo pode contribuir significativamente para a popularidade da campanha e para a construção de uma imagem positiva da instituição. Dessa forma, a legibilidade dos textos propagandísticos pode ser vista como uma valiosa aliada para o sucesso da comunicação organizacional.

Importa ressaltar a principal limitação da própria ferramenta de análise de legibilidade, visto que textos curtos, com menos de 50 palavras podem apresentar resultados imprecisos ou incorretos. O algoritmo necessita, para aplicação de cada um dos testes, um montante mínimo de palavras para precisão dos resultados. Como já comentado anteriormente, qualquer ferramenta de avaliação tem suas limitações e não deve ser utilizada como única fonte de informação para tomada de decisão. Nesse sentido, aplicar pré-testes aos aspectos principais das mensagens a serem veiculadas em uma campanha pode ser uma excelente alternativa para entender a efetiva percepção do público-alvo quanto à facilidade / dificuldade de compreensão dessas mensagens.

O presente trabalho apresenta como principal limitação a análise de apenas uma campanha de divulgação e o fato de a maior parte das mensagens da campanha terem um montante de palavras pequeno para utilização da ferramenta Análise de Legibilidade Textual.

Para estudos futuros recomenda-se o uso da ferramenta em diversas campanhas, bem como a utilização de outras formas de avaliação que possibilitem investigar as percepções das pessoas do público-alvo quanto à facilidade ou dificuldade de compreensão de textos escritos nas propagandas.

REFERÊNCIAS:

BELCH, G. E.; BELCH, M. A. *Propaganda e Promoção: Uma Perspectiva da Comunicação Integrada de Marketing*. 9. ed. Porto Alegre: Editora AMGH, 2014.

BELCH, G. E.; BELCH, M. A. *Propaganda e Promoção: Uma Perspectiva da Comunicação Integrada de Marketing*. 7. ed. Porto Alegre: Editora AMGH, 2008

BLUME, M. C. *Promoção, propaganda e mídia*. (Coleção educação a distância. Série livro-texto). Ijuí: Ed. Unijuí, 2009. 194 p. Disponível em: <<https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/server/api/core/bitstreams/c583a083-78a2-49d7-92ea-0aef613b96bd/content>>. Acesso em: 08/08/2024.

BRAGADO, L. *Saiba qual é a rede social mais usada no Brasil*. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/tecnologia/noticia/2024/02/saiba-qual-e-a-rede-social-mais-usada-no-brasil.ghml>>. Acesso em 25/07/2024.

CARDOSO, O. O. Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos. *Revista de Administração Pública*. 40 (6). Dez 2006 Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rap/a/Wzm35MwM3s5ntxL3GqPnrsF/>>. Acesso em:19/08/2024.

COSTA, T. L. 19 de Agosto de 2024. *Análise de Legibilidade dos Pronunciamentos Técnicos do Comitê de Pronunciamentos Contábeis*. 2014. 27 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade de Brasília, Brasília, 2014.

CRESCITELLI, E.; SHIMP, T. A. *Comunicação de Marketing: integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação*. São Paulo, Cengage Learning: 2012.

CUNHA, R. K. C. da. Análise da facilidade de leitura das demonstrações contábeis das empresas brasileiras: uma investigação do gerenciamento de impressões nas narrativas contábeis. 2008. 81 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) -Programa Multiinstitucional e Inter-Regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Universidade de Brasília /UFPB /UFRN, Brasília, 2008

DIAS, L. A. 08 de Agosto de 2024. *Critérios para Avaliação de Ilicitude na Publicação. Tese de Doutorado* (Faculdade de Direito) - Universidade de São Paulo. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2131/tde-16082011-160021/publico/Tese_Doutorado_Lucia_A_L_M_Dias_04_02_2010.pdf>. São Paulo, 2010.

FERNANDES, S. Por que o número de jovens que se candidatam a uma vaga no ensino superior gratuito tem caído nos últimos anos? *Jornal da Unesp*, 22/06/2023. Disponível em: <<https://jornal.unesp.br/2023/06/22/por-que-o-numero-de-jovens-que-se-candidatam-a-uma-vaga-no-ensino-superior-gratuito-tem-caido-nos-ultimos-anos/>>. Acesso em 08/02/2024.

FORECHI, M., SANTOS, K. N., CONSTANTE, F. L. *Concepções teóricas na propaganda*. 1. ed. Porto Alegre, Grupo A: 2018.

FRANÇA, A. S. *Comunicação Empresarial*. 1. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2013.

GULLO, J.A.; PINHEIROS, E.P. *Comunicação integrada de marketing*. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

GOLDIM, J. R. *Consentimento e informação: a importância da qualidade do texto utilizado*. Clinical & Biomedical Research, v. 26, n. 3, 2006.

HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; NIGEL, Piercy A. *Estratégia de Marketing e posicionamento competitivo*. 2. Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2001

LOBO, R. *Presencial ou Remoto: Para Onde Estão Indo os Ingressantes do Nossa Ensino Superior?* Estadão, 19/10/2023. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/educacao/roberto-lobo/presencial-ou-remoto-para-onde-estao-indo-os-ingressantes-do-nossa-ensino-superior/>>. Acesso em 14/06/2024.

MARCO P. M. DE SOUZA, G. C. *legibilidade*. Análise de Legibilidade Textual: Disponível em: <<https://legibilidade.com/sobre>>. Acesso em: 18/07/2024

MARINHO, A. A. 19 de Agosto de 2024. Relação dos elementos da mensagem presente na propaganda com a memória dos consumidores entre 18 e 24 anos. 9 f. Trabalho de Conclusão

de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023

KOTLER. P, KELLER. L. 10 de Setembro de 2024. *Administração de Marketing*. Disponível em:

<https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7519481/mod_resource/content/0/Administrac%C%C%A7a%C83o%20de%20Marketing%202015%C2%AA%20Edic%C2%A7a%C83o_compressed.pdf>. 15. ed. São Paulo, Pearson Education do Brasil, 2018.

ROCHA, A. J. B. *Administração de marketing: conceitos, estratégias, aplicações*. São Paulo, Atlas: 2013.

ROCHA, MARCOS DONIZETE A.; TREVISAN, NANCY M. *Comunicação Integrada de Marketing* - Coleção MKT em Tempos Modernos. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora: Saraiva Uni, 2019.

RODY, P. H. 20 de Agosto de 2024. *Violação Gramatical e Grau de Legibilidade das Demonstrações Contábeis no Brasil*. 2023. 154 f. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis do Centro de Ciências Jurídicas (Pós-Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Federal do Espírito Santo, Vitoria - ES, 2023.

SABINO, M. M. *Importância educacional da leitura e estratégias para a sua promoção*. Revista Ibero Americana. Mar 2008. Disponível em: <<https://rieoei.org/RIE/article/view/2028/3045>>. Acesso em: 19/08/2024.

SANDMANN, A. *A linguagem da propaganda*. 10. ed. São Paulo: Contexto, 1993.

SANTOS, G. T. 20 de Agosto de 2024. *Legibilidade dos relatórios de Asseguração externa dos Relatórios de Sustentabilidade das empresas que compõem o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) (2018 a 2020)*. 2021. 23 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade de Brasília, Brasilia, 2021.

SILVA, C. A., FERNANDES, J. L. *Legibilidade dos Fatos Relevantes no Brasil*. Revista RAC-Eletrônica, Curitiba, v. 3, n. 1, art. 8, p. 142-158, Jan./Abr. 2009. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documents/ver/31132/legibilidade-dos-fatos-relevantes-no-brasil/i/pt-br>>. Acesso em: 19/08/2024.

SMITH, M; TAFFLER, R... Legibilidade e compreensibilidade; diferentes medidas da complexidade textual da narrativa contábil. Revista Contabilidade, Auditoria e Accountability, v.5, n. 4 p. 84-89, 1992.

SHANON, C.; WEAVER, W. *The mathematical theory of communication* Urbana: University of Illinois Press, 1949.

SOUZA, M. P. M.; MORENO, G. C.; HEIN, N.; KROENKE, A. ALT - Análise de Legibilidade Textual [Online]. Disponível em: <<https://legibilidade.com/>>. Acesso em 29/07/2024.

STEFANO, N. M. *Propaganda e Promoção*. 2020. Disponível em: <<https://virtual.faminas.edu.br/wp-content/uploads/2024/03/Unidade-IV-Propaganda-promocao.pdf>>. Acesso em: 08/08/2024.

TONETTO, L. M., BRUST-RENCK, P. G., STEIN, L. M. *Perspectivas metodológicas na pesquisa sobre o comportamento do consumidor*. Psicologia: Ciência e Profissão. 34 (1). Mar 2014. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/pcp/a/b4YYN9wycwMHNhdMn9dVXsv/>>. Acesso em: 21/08/2024.

ZENONE, L. C. *Fundamentos do Marketing Estratégico*. 1. ed. São Paulo: Almedina, 2020.

