



Mariana Braga Nogueira Cupolillo

**O letramento funcional o entendimento da
comunicação em anúncios de celular**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração de Empresas

Orientador: Prof. Paulo Cesar de Mendonça Motta

Rio de Janeiro
Abril de 2010



Mariana Braga Nogueira Cupolillo

**O letramento funcional o entendimento da
comunicação em anúncios de celular**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Paulo Cesar de Mendonça Motta

Orientador

Departamento de Administração – PUC-Rio

Prof^a. Angeluccia Bernardes Habert

PUC-Rio

Prof^a. Mônica Zaidan Gomes Rossi

FACC - UFRJ

Prof^a. Mônica Herz

Vice-Decana de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro, 06 de maio de 2010

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e do orientador.

Mariana Braga Nogueira Cupolillo

Graduou-se em Administração de Empresas, com ênfase em marketing, pela PUC-Rio. No âmbito profissional fundou e atuou em uma marca de roupas femininas em diversas áreas, incluindo marketing.

Ficha Catalográfica

Cupolillo, Mariana Braga Nogueira

O letramento funcional o entendimento da comunicação em anúncios de celular / Mariana Braga Nogueira Cupolillo ; orientador: Paulo Cesar de Mendonça Motta. – 2010.

85 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (Mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração, 2010.

Inclui bibliografia

1. Administração – Teses. 2. Letramento funcional. 3. Comunicação em marketing. 4. Comportamento do consumidor. 5. Anúncio de celular. I. Motta, Paulo Cesar de Mendonça. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD 658

Resumo

Cupolillo, Mariana Braga Nogueira; Motta, Paulo Cesar de Mendonça. **O letramento funcional o entendimento da comunicação em anúncios de celular**. Rio de Janeiro, 2010. 85p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Esta dissertação foca no tipo de linguagem usada em anúncios e propagandas de celular e no seu impacto como fonte de informações para o comportamento do consumidor. Esses instrumentos de publicidade podem chegar a não ser compreendidos não só por cerca de 1/3 da população, que é considerada analfabeta funcional geral, mas também por outros que não entendem linguagem técnica e termos estrangeiros. Esse fato pode acarretar grandes perdas financeiras e mau uso da ferramenta de comunicação de marketing. Esta pesquisa foi inspirada no S-TOFHLA, que é um teste internacional de letramento usado na área de saúde. Ela mediu a capacidade dos respondentes de entender aspectos e atributos usados nos anúncios de mídia impressa sobre celulares. Para isso, foi desenvolvido um questionário inspirado na técnica de *cloze*, que consiste no preenchimento de lacunas com a palavra mais adequada, contendo quatro opções de múltipla escolha para cada questão. Esse teste foi aplicado em 202 respondentes e as respostas contribuiriam para avaliar a sua compreensão sobre o tema. Os resultados evidenciam que os respondentes, segundo seus níveis de renda, escolaridade, idade e sexo têm níveis de entendimento diferentes sobre o tema. Quanto maior, por exemplo, o nível de escolaridade do respondente maior a sua pontuação no teste. Isso reforça a idéia de se reavaliar a clareza, a inteligibilidade e a especificidade desses materiais promocionais. Finalmente o estudo salienta a importância de as mensagens e os elementos usados nesses anúncios se tornem instrumentos mais sensíveis ao letramento dos diferentes públicos e conseqüentemente mais eficazes na comunicação publicitária. O estudo deixa clara a necessidade latente de mudanças para a comunicação de marketing.

Palavras-chave

Letramento funcional; comunicação em marketing; comportamento do consumidor; anúncio de celular

Abstract

Cupolillo, Mariana Braga Nogueira; Motta, Paulo Cesar de Mendonça (Advisor). **Functional literacy and the understanding of cell phone printed promotions.** Rio de Janeiro, 2010. 85p. MSc. Dissertation - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This thesis focuses on the type of language used in advertisements and publications for cell phones and its impact as a source of information for the consumer behavior. These publication instruments can actually be not understood by about 1/3 of the population, which is considered functional illiterate, but by others that don't understand technical languages, jargons, and foreign terms. This fact can result in large financial losses and misapplication of the marketing communication tools. The research at issue was inspired by S-TOHFLA, which is an international test of functional health literacy of patients used in the health care setting. It measured the ability of the respondents to understand aspects and attributes used in press media advertisements about cell phones. Thereto, a test was inspired by the Cloze procedure which consists in fulfilling gaps with the most appropriate word, containing four multiple choice options for each question. That test was administrated to 202 respondents, and the answers contributed to assess their comprehension about the theme. The results point out that the respondents, according to their level of income, literacy, age and gender, have different levels of understanding the subject - for example, the higher the level of literacy of the respondent, the higher his or her score in the test. That reinforces the idea of reassess the clarity, intelligibility and the specificity of these promotional materials. Finally, this study stresses out the importance of messages and elements, used in advertisements, to become more sensitive to the literacy of different audiences and consequently, to be more effective in the advertising community. This study clarifies the latent need of changes for the marketing communication.

Keywords

Functional literacy; marketing communication; consumer behavior; cell phone.

Sumário

1. Introdução	10
1.1. O Problema	11
1.2. Objetivos do Estudo	12
1.3. Relevância do Estudo	12
1.4. Delimitação do Estudo	14
2. Literatura Pertinente	15
2.1. Aspectos Teóricos	15
2.1.1. Analfabetismo Funcional	15
2.1.2. Problemas de Estigma Deste Consumidor	17
2.1.3. Letramento e Consumo	18
2.1.4. Limitações para o Consumo	19
2.1.5. Esforço Desempenhado para o Consumo	21
2.1.6. Como o Letramento afeta o Consumo	22
2.1.7. A Comunicação em Marketing e sua Relação com o Consumidor Analfabeto Funcional	23
2.1.8. Propagandas Escritas	24
2.1.9. Linguagem Usada em Propagandas	25
2.1.10. Perfil de Consumidor Desejado pelo Mercado	26
2.2. Aspectos Práticos	27
2.2.1. Mercado de Aparelhos Celulares	27
2.2.2. O Teste de Letramento Funcional – TOFHLA	29
2.2.3. O Teste – S-TOFHLA	32
3. Método	34
3.1. Perfil dos Respondentes	37
4. Resultados	39
4.1. Índice de Dificuldade	39
4.2. Índice de Discriminação	40
4.3. O Cruzamento dos Dados Pessoais e a Média dos Escores Totais dos Respondentes no Teste	43
4.4. Resultados por Questão	46
4.5. Média de Acertos por Categoria de Atributos: Análise do Questionário	61
5. Discussão e Conclusão	63
5.1. O Uso de Termos e Palavras não Familiares	64
5.2. O Uso de Termos em Inglês	65
5.3. O Uso de Termos Técnicos e Abreviaturas	65
5.4. Explicação sobre Termos, Siglas e Atributos	66
5.5. Implicações de Compatibilidade da Linguagem dos Profissionais de Marketing para com os Consumidores	68
6. Implicações Gerenciais	69

7. Recomendações para Estudos Futuros	71
8. Referencial Bibliográfico	72
Anexo 1 – Glossário de Termos do Questionário	75
Anexo 2 – Questionário	83

Lista de figura

Figura 1 - Título do Gráfico	12
Figura 2 - Mercado de Telefonia Celular	13

Lista de tabela

Tabela 1 - Divisão dos respondentes por sexo	37
Tabela 2 - Divisão dos respondentes por renda familiar mensal	37
Tabela 3 - Divisão dos respondentes por idade	38
Tabela 4 - Divisão dos respondentes por escolaridade	38
Tabela 5 - Índice de Dificuldade	40
Tabela 6 - Índice de Discriminação	42
Tabela 7 - Pontuação média X Renda familiar mensal	43
Tabela 8 - Pontuação média X Escolaridade	43
Tabela 9 - Pontuação média X Idade	44
Tabela 10 - Pontuação média X Escolaridade X Renda familiar mensal	45
Tabela 11 - Pontuação média X Renda familiar mensal X Sexo	46