



**Vinícius Garcia de Freitas Pacheco**

**O letramento funcional e linguagem das  
embalagens de óleos lubrificantes**

**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  
Setembro de 2010



**Vinícius Garcia de Freitas Pacheco**

**O letramento funcional e linguagem das  
embalagens de óleos lubrificantes**

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. Luis Fernando Hor-Meyll Alvares**

Departamento de Administração - PUC-Rio

**Prof<sup>a</sup>. Irene Raguenet Troccoli**

**Prof<sup>a</sup>. Mônica Herz**

Vice-Decana de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro, 10 de setembro de 2010

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

### **Vinícius Garcia de Freitas Pacheco**

Graduado em Administração de Empresas pela PUC-Rio. Mestre em Administração de Empresas, com ênfase em Marketing, pela PUC-Rio. No âmbito profissional atua como especialista em Pricing na White Martins Gases Industriais Ltda., tendo também desempenhado a mesma função na Ipiranga Produtos de Petróleo S.A.

#### Ficha Catalográfica

Pacheco, Vinicius Garcia de Freitas

O letramento funcional e linguagem das embalagens de óleos lubrificantes / Vinicius Garcia de Freitas Pacheco ; orientador: Paulo Cesar de Mendonça Motta. – 2010.

77 f. : il. (color.) ; 30 cm

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

Inclui bibliografia

1. Administração – Teses. 2. Analfabetismo funcional. 3. Consumidor iletrado. 4. Comunicação de marketing. 5. Comportamento do consumidor. 6. Embalagens de lubrificantes. I. Motta, Paulo Cesar de Mendonça. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD 658

## Resumo

Pacheco, Vinícius Garcia de Freitas; Motta, Paulo Cesar de Mendonça. **O letramento funcional e linguagem das embalagens de óleos lubrificantes.** Rio de Janeiro, 2009. 77p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Esta dissertação procurou identificar o nível de entendimento de dois diferentes públicos em relação ao tipo de linguagem usada nas embalagens de óleos lubrificantes automotivos. O uso de uma linguagem técnica e de expressões em inglês é um desafio para a correta interpretação da informação não só para o consumidor analfabeto funcional, mas também para aqueles que possuem dificuldade com este tipo de comunicação. As teorias de marketing foram elaboradas partindo da premissa de que os consumidores são alfabetizados, o que na verdade se torna um problema, pois cerca de 1/3 da população é considerada analfabeta funcional. A pesquisa foi inspirada no teste S-TOFHLA, que foi desenvolvido para se avaliar o nível de entendimento dos indivíduos em relação à linguagem utilizada na área da saúde. Foi desenvolvido um questionário utilizando a técnica de *cloze*, que consiste no preenchimento de lacunas com a palavra mais adequada. Os resultados obtidos sugerem que os públicos pesquisados possuem níveis de entendimento diferentes de acordo com seu nível de escolaridade e renda, e evidenciam a necessidade de a comunicação de marketing se tornar mais sensível ao nível de letramento do seu público alvo.

## Palavras-chave

Analfabetismo funcional; consumidor iletrado; comunicação de marketing; comportamento do consumidor; embalagens de lubrificantes

## Abstract

Pacheco, Vinícius Garcia de Freitas; Motta, Paulo Cesar de Mendonça (Advisor). **Functional literacy and Labels of lubricants packages**. Rio de Janeiro, 2009. 77p. MSc Dissertation - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This dissertation aimed to identify the level of understanding of two different audiences in relation to the type of communication used in automotive lubricants oils packages. The use of technical language and expressions in English is a challenge for the correct interpretation of information, not only for the functionally illiterate consumers, but also for those who have difficulty with this type of communication. The marketing theories have been developed based on the premise that consumers are literate, which really becomes a problem, because approximately one third of the population is considered functionally illiterate. The research was inspired by the S-TOFHLA test, which was developed to assess the level of understanding of individuals in relation to the language used in healthcare. A questionnaire was developed using the cloze technique, which consists in filling in the blanks with a proper word. The results suggest that the public surveyed have different levels of understanding according to their level of education and income, and underline the need for marketing communication become more sensitive to the level of literacy of its target market.

## Keywords

Functional illiteracy; illiterate consumer; marketing communication; consumer behavior; lubricant labels

## Sumário

1. Introdução	10
1.1. O Problema	11
1.2. Objetivos	11
1.2.1. Objetivo Central	11
1.2.2. Objetivos Secundários	12
1.3. Delimitação do Estudo	12
1.4. Relevância do Estudo	12
2. Referencial Teórico	13
2.1. O Problema do Analfabetismo Funcional	13
2.2. O Analfabetismo Funcional no Brasil	14
2.3. O Consumidor Analfabeto Funcional	20
2.4. O Comportamento de Compra do Consumidor Analfabeto Funcional	22
2.5. A Comunicação de Marketing e o Consumidor Analfabeto Funcional	24
3. O Mercado Brasileiro de Lubrificantes	27
3.1. A Comunicação Contida nas Embalagens de Lubrificantes	28
4. Os Testes TOFHLa e S-TOFHLa	31
5. Metodologia	34
5.1. Amostra	34
5.2. Seleção de Sujeitos	34
5.3. Coleta de Dados	35
5.4. Limitações do Método	35
6. Resultados	36
6.1. Perfil da Amostra	36
6.2. Análise dos Resultados	38
6.2.1. Índice de Dificuldade	38
6.2.2. Resultados por Tipo de Questão	40
6.2.3. Média de Acertos	42
6.2.4. Resultados por Questão	44
7. Conclusões	58
7.1. O Estilo de Comunicação das Embalagens de Lubrificantes e o seu Impacto na Percepção de Valor do Cliente.	59
7.2. A Importância de uma Comunicação Adequada para Lubrificantes Sintéticos de Maior Valor Agregado	60
7.3. O Uso de Termos em Inglês	61
7.4. Implicações para os Profissionais Responsáveis pela Comunicação Contida nas Embalagens de Lubrificantes	61
8. Recomendações para Estudos Futuros	63

9. Referências Bibliográficas	64
Apêndice 1. Questionário	67
Apêndice 2. Fotos de Embalagens de Lubrificantes Automotivos	72

## Lista de tabelas

Tabela 1: O analfabeto funcional no Brasil	15
Tabela 2: Níveis de Alfabetismo – INAF	17
Tabela 3: Resultados do INAF – Habilidades de leitura, escrita e matemáticas	18
Tabela 4: Resultado do Teste de Auto-Avaliação aplicado no INAF	18
Tabela 5: Média Geral dos Respondentes no TOFHLA	33
Tabela 6: Divisão dos Participantes por Sexo	36
Tabela 7: Divisão dos Participantes por Nível de Renda	37
Tabela 8: Divisão dos Participantes por Nível de Escolaridade	37
Tabela 9: Divisão dos Participantes por Idade	38
Tabela 10: Percentual de Acerto por Questão dos Proprietários de Veículos	39
Tabela 11: Percentual de Acerto por Questão dos Frentistas	40
Tabela 12: Classificação das Questões do Questionário	41
Tabela 13: Percentual de Acerto por Tipo de Questão	41
Tabela 14: Média de Acertos de Acordo com o Nível de Escolaridade	42
Tabela 15: Média de Acertos de Acordo com o Nível de Renda	43
Tabela 16: Média de Acertos de Acordo com a Idade	43
Tabela 17: Média de Acertos de Acordo com o Sexo	43



## Lista de figuras

Figura 1: Nível de letramento por séries escolares completas	19
Figura 2: Market Share Lubrificantes 2009	27
Figura 3: Exmplos de expressões e siglas encontradas nas embalagens de lubirficientes	29
Figura 4: Estilos de comunicação das marcas de lubrificantes pesquisadas	30