



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO



**A FORÇA DE TRABALHO E O IMPACTO NO PODER DE CONSUMO DOS
BRASILEIROS: um recorte temporal entre os anos 2014 a 2018.**

**LABOR FORCE AND THE IMPACT ON CONSUMER POWER OF BRAZILIANS: a
temporal cutting between 2014 and 2018.**

Francielton Frutuoso Holanda Costa¹, Leiane Maria Rodrigues de Sousa², Luzia Rodrigues de
Macedo³.

PICOS – PI

2019

¹ *Graduando em Administração pela UFPI;*

² *Graduanda em Administração pela UFPI;*

³ *Professora da UFPI, Especialista, Orientadora.*

FICHA CATALOGRÁFICA
Universidade Federal do Piauí
Biblioteca Setorial do CCS
Serviço de Processamento Técnico

C837f Costa, Francielton Frutuoso Holanda.
A Força de trabalho e o impacto no poder de consumo dos brasileiros :
um recorte temporal entre os anos 2014 a 2018 / Francielton Frutuoso
Holanda Costa, Leiane Maria Rodrigues de Sousa. – 2019.
21 f. : il.

Monografia (Graduação) – Universidade Federal do Piauí, Curso de
Bacharelado em Administração, 2019.
Orientação: Luzia Rodrigues de Macedo.

1. Capitalismo. 2. Trabalho. 3. Consumo. 4. Compra. I. Sousa, Leiane
Maria Rodrigues de. II. Título.

CDD 330.122



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO



PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE ARTIGO CIENTÍFICO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Francielton Frutuoso Holanda Costa
Lelane Maria Rodrigues de Sousa

**A FORÇA DE TRABALHO E O IMPACTO NO PODER DE CONSUMO DOS
BRASILEIROS: um recorte temporal entre os anos 2014 a 2018.**

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência da primeira, considera as discentes como:

- Aprovados (as)
 Aprovados (as) com restrições

Observações: a nota está condicionada a entrega do TCC final com todas as alterações sugerida pela banca nos prazos previamente estabelecidos.

Picos (PI), 04 de dezembro de 2019

Luiza Rodrigues de Macedo
(Orientadora – Luiza Rodrigues de Macedo, Esp.)

Carolina Maria Furtado Matos
(Membro 1 – Carolina Maria Furtado Matos, Ma.)

Itamara Lima Matos
(Membro 2 – Itamara Lima Matos, Esp.)

Josimar Elpidio de Brito
(Membro 3 – Josimar Elpidio de Brito, Dr.)

RESUMO

As concepções de trabalho se desenvolveram ao longo do processo histórico, ao mesmo tempo dos modos de produção, organização da sociedade e consumo. Assim, para esta pesquisa levantou a hipótese de que a sociedade está organizada de tal modo que o indivíduo cresce num ambiente consumista e de que o consumo varia conforme a força de trabalho aplicada ao longo do tempo. E, objetivou-se analisar o impacto da força de trabalho no poder de consumo dos brasileiros no período compreendido entre os anos de 2014 a 2018. A metodologia tem base quantitativa e qualitativa, onde os resultados estão expostos para interpretação por meio de gráficos, tabelas como também de forma descritiva levando de maneira mais fiel e compreensiva a explicitação dos objetivos e da hipótese que se propôs pesquisar. Os resultados apresentam uma forte relação da força do trabalho sobre o poder de compra dos brasileiros, contribuindo assim para elucidações sobre a temática e trazem maior reflexão acerca do sentido subjetivo do trabalho e suas relações com o consumo.

Palavras-chave: Capitalismo; Trabalho; Consumo; Compra.

ABSTRACT

The conceptions of work developed throughout the historical process, at the same time as the modes of production, organization of society and consumption. Thus, for this research raised the hypothesis that society is organized in such a way that the individual grows in a consumerist environment and that consumption varies according to the workforce applied over time. And, the objective was to analyze the impact of the workforce on the consumption power of Brazilians in the period from 2014 to 2018. The methodology has a quantitative and qualitative basis, where the results are exposed for interpretation through graphs, tables. as well as descriptively taking more faithfully and comprehensively the explanation of the objectives and hypothesis proposed to research. The results show a strong relationship between the labor force and the purchasing power of Brazilians. Thus, the results contribute to elucidations on the theme and bring greater reflection about the subjective meaning of work and its relations with consumption.

Keywords: Capitalism; Job; Consumption; Purchase.

1 INTRODUÇÃO

Do ponto de vista histórico, as concepções de trabalho demonstram uma divisão social do mesmo, a exemplo nas sociedades clássicas e na Idade Média onde o ponto central de produção era a terra. No tocante ao primeiro modo de produção, o serviço operacional era realizado pelos escravos, enquanto o intelectual era realizado pelos homens livres. Em consequente, no modo de produção feudal eram os servos os responsáveis pelo desempenho das funções e os objetos produzidos possuíam valor de uso. Já no final do século XX e início do Século XXI, forma-se uma geração organizada em classes sociais, que ainda por um curto período de tempo teve certa estabilidade trabalhista e salarial, levando a uma efetiva participação no mercado de consumo, antes, reservada apenas a burguesia.

Independentemente do tipo de organização social se faz necessária a atividade que transforma a natureza ou outros materiais em produtos com utilidades. Assim, essa atividade historicamente não é posta de maneira positiva, visto que, a história do trabalho é marcada pela dominação nas suas variadas formas: escravocrata ou assalariado. Neste sentido, se faz entender que se trata de uma atividade complexa que exige múltiplas abordagens, onde Coutinho (2009) afirma que o trabalho é uma atividade que tem caráter social complexa, dinâmica e mutante. Ao mesmo tempo, Marx (1983), afirma que a capacidade que o homem tem de transmitir significados à natureza por meio de uma atividade planejada, diferencia o trabalho do homem de qualquer outro animal.

Assim, entende-se por força de trabalho a capacidade física e mental do indivíduo de produzir valores de uso em que participa do processo econômico, condição fundamental do processo produtivo em qualquer sociedade. No mercado capitalista, tal como qualquer outra mercadoria essa força é determinada pelo tempo necessário para a produção e conservação dos seus detentores. Quando o trabalhador vende sua força, capitaliza o valor monetário, possibilita esperança no futuro, delinea um projeto de vida e expande as possibilidades de subsistência. Conforme explica Marx (2004, p.75), “no processo de trabalho que é simultaneamente processo capitalista de produção, os meios de produção empregam o operário, de tal sorte que o trabalho só aparece como um meio graças, ao qual determinada quantidade de valor”.

Nesse aspecto, há de se considerar que a valorização do consumo é um dos fundamentos da ordem econômica, enquanto o trabalho como meio de produção é também um meio de propulsão ao consumismo. Com isso, potencializa-se a necessidade de estudos que venham refletir acerca da dignidade da atividade laboral em relação à necessidade de comprar e, sobretudo, como a força do trabalho impacta no poder de consumo dos brasileiros. Pois a sociedade capitalista é marcada pela necessidade intensa de aquisição de bens e serviços, sendo que tal processo leva a uma intensificação da produção e conseqüentemente da busca por novas matérias primas.

A expectativa de mostrar o impacto da força de trabalho sobre o poder de consumo dos brasileiros em um recorte temporal entre 2014 a 2018 problematizou-se: **como o modelo econômico sob as quais os homens produzem impacta o consumo?** Sob este viés, levantou-se a hipótese de que a sociedade está organizada de tal modo que o indivíduo cresce num ambiente consumista é de que o consumo varia conforme a força de trabalho aplicada ao longo do tempo. Para responder o problema levantado elaborou-se o objetivo geral o qual pretende analisar o impacto da força de trabalho no poder de consumo dos brasileiros no período compreendido entre os anos de 2014 a 2018 e os seguintes objetivos específicos os quais pretende: a) Mostrar a força de trabalho dos brasileiros em um período de cinco anos compreendidos entre os anos de 2014 a 2018; b) Apontar a variação do consumo dos brasileiros em um período de cinco anos compreendidos entre os anos de 2014 a 2018; c)

Mostrar o impacto e a variação no consumo a partir da análise da força de trabalho dos brasileiros em um período recente.

Para atingir os objetivos, o presente estudo se subdivide em seções sequenciadas, onde a primeira discorre sobre a forma de trabalho e seu impacto do poder de consumo e, subseções as quais abordam a força do trabalho, o poder de consumo, a força de trabalho e poder de consumo; metodologia, análise dos resultados e considerações finais. Assim, a relevância deste estudo se sustenta na premissa de que a relação entre trabalho e consumo se dimensiona pelas políticas econômicas de ambos.

2. A FORÇA DE TRABALHO E SEU NO IMPACTO NO PODER DE CONSUMO

O trabalho, tal como se configura atualmente, se delinea por meio do desenvolvimento do modo de produção capitalista. No entanto, o trabalho é a forma pelo qual o homem se apropria na natureza com a finalidade de satisfazer suas necessidades. Assim, no processo de trabalho a atividade humana se concretiza em valores de uso e consumo. “O processo de trabalho, como o apresentamos em seus elementos simples e abstratos, é atividade orientada a um fim para produzir valores de uso, apropriação do natural para satisfazer a necessidades humanas [...]” (MARX, 1985a, p.153). Nas colocações de Max a atividade orientada, o desenvolvimento do modo de produção capitalista a força de trabalho é vendida em troca de um salário.

2.1 A força de trabalho

O trabalho é uma ação executada pelo indivíduo, com uma finalidade específica. Nesse sentido, o ato de trabalhar não difere dos diversos modos de produção, visto que, enquanto atividade social do ser humano tem finalidade de produzir valores de uso. A força de trabalho é, portanto, a força física, mental e psíquica que o trabalhador dispense para produzir os bens necessários à sua manutenção. Para cumprir uma jornada laboral o sistema capitalista compra e transforma a força em mercadoria. O preço é, de acordo com Marx (1996, p. 225), “a denominação monetária do trabalho objetivado na mercadoria”. Contudo, esse mesmo autor sinaliza que preço e valor podem não se equivaler, encerrando “uma contradição qualitativa, de modo que o preço deixa de todo de ser a expressão do valor” (MARX, 1996, p. 226).

O sistema de produção capitalista tem sua configuração no fato de que o trabalhador vende sua força como mercadoria. Marx (1984, p.48), conceitua força de trabalho como “o conjunto das faculdades físicas e espirituais que existe na corporalidade, nas personalidades viva de um homem e que ele põe em movimento toda vez que produz valores de uso de qualquer espécie”. Com isso, Marx, sustenta que o valor da força de trabalho, assim como qualquer outra mercadoria, é determinado pelo dispêndio de tempo de aplicação ao trabalho e, sobretudo, na compreensão como meio de subsistência necessária do trabalhador e de sua família.

A força de trabalho assume um valor com base na necessidade da subsistência do trabalhador. E, conseqüentemente, a noção de exploração por parte do empregador. Com esse entendimento, Marx (1983) aponta a categoria de mais-valia, indica que o processo de produção capitalista dialoga com o processo de trabalho e valorização, ou seja, exploração da força de trabalho. A produção de mais-valia traduz a produção capitalista e o valor da força de trabalho expressa em dinheiro constitui o seu preço. Com isso, Sweezy (1982) aponta que o capitalismo, extrai o máximo de mais-valia a qual é determinante por três fatores: a extensão do dia de trabalho, a quantidade de mercadorias que participa do trabalho real e a produtividade do trabalho.

No contexto brasileiro, as inovações tem tentado acessar o mercado mundial, por meio dos seus padrões de preços, qualidade dos produtos e abertura comercial. Esse processo aumentou a competitividade e, conseqüentemente, a disputa por espaços. Já no que se refere à força de trabalho, vimos surgir mais intensamente a terceirização nas mais variadas formas, o aumento de tensões e conflitos nas demandas trabalhistas. Tais processos levou o trabalhador a diminuir seus espaços de expressão, suas posições, demandas e perspectivas. É histórica a luta dos trabalhadores, pela sua particularidade e especificidade. Tais mudanças no mundo do trabalho, conforme Santana (2016, p.18), “têm exigido novos requerimentos de processos e de seus trabalhadores”.

Igualmente, as transformações ocorridas no mundo do trabalho, tem sido das mais variadas formas. Ora por um perfil capitalista, ora por um perfil crítico exigindo novos paradigmas, devido ao conjuntos de transformações do modelo capitalista. Com os avanços tecnológicos e a ascensão nas comunicações, as interações humanas passam a serem as principais forças produtivas. Nesse sentido, carece de uma reflexão crítica sobre o modelo de sociedade do trabalho. A partir desse ponto de observação, Torres (2016, p.101) esclarece, “não apenas a desconstrução e questionamento sociológico da categoria do trabalho, mas também o abandono da dinâmica de classe como estruturadora do conflito social”.

O modelo produtivo do capital, sob o arranjo neoliberal projeta um novo modelo de trabalho implicando numa dinâmica de atuação das corporações capitalistas, tais arranjos segundo Torres (2016, p.207), “tem implicado um desenho multifacetado da dinâmica de atuação das corporações capitalistas, combinado deslocalização espacial com centralização e terceirização de capital”. Com isso, o trabalho regulamentado é substituído pela flexibilização, a informalidade e a precarização e, conseqüentemente, fragilizado a relação trabalhador e o direito trabalhista. Esse modelo de relação aliena e faz sofrer, sufoca a liberdade de exercer o trabalho com dignidade.

Em se tratando da força de trabalho, a partir do ano de 2012 o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, passou a realizar a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio – PNAD (IBGE, 2019), contínua em todo território brasileiro. O PNAD contínuo disponibiliza trimestralmente informações que permitem analisar mais precisamente sobre os impactos do comportamento e a evolução do mercado de trabalho. Tais informações evidenciaram que os empregados perderam expressões no conjunto geral das ocupações. Outro ponto evidenciado é a precarização do nível de remuneração dos trabalhadores. Para Antunes (2018), a base produtiva resultante dessas transformações, citando as organizações do trabalho, o que se ver é o crescimento de formas flexíveis de ocupação, mediante a superação de direitos e a elevação do custo com o trabalho.

Embora existam programas sociais que objetivam combater a miséria (REIS; FONTANA, 2011), por exemplo: o Fome zero e o Bolsa família, que impulsionaram a economia entre os anos de 2003 e 2014, por meio do aumento de postos de trabalho a força de trabalho nem sempre é aproveitada, isso vai depender da oferta de emprego, em muitos casos, impulsionada por medidas voltadas ao campo social de combater a pobreza. Já em 2015, a crise econômica surge exercendo uma forte influência no mercado de trabalho brasileiro. Dados do Ministério da Economia (BRASIL, 2019), mostra que as taxas de juros com redução expressiva da taxa de investimento promoveu um forte processo recessivo, identificado por meio das taxas negativas do PIB nos anos de 2015 e 2016.

A falta de acesso dos trabalhadores ao mercado do trabalho tem trazido significativas conseqüências para grande parte da população. No ponto de vista da lógica capitalista, esta questão é tratada como “natural”, e às vezes culpam os indivíduos pela sua condição de desempregado. No entanto, Husson (1999, p.161) aponta que, “[...] o desemprego é efetivamente o produto de um sistema baseado na apropriação privada dos meios de produção que entra forçadamente em contradição com os arranjos que visam aplicar qualquer tipo de

regulação social”. Nesse contexto, as mazelas geradas pelo movimento da globalização produtiva, traz a urgência da consciência do valor humano.

No jogo da oferta e da procura no mundo do trabalho, entende-se que dignidade da pessoa não pode ser abordada como uma criação constitucional, antes de tudo é um valor próprio da natureza humana e, deve ser um valor protegido pelas Constituições modernas e democráticas. Com esse entendimento, o equilíbrio entre a força de trabalho e o poder de compra, está na criação de valores de uso, no qual Marx (1985a, p.50), afirma que “o trabalho é uma condição de existência do homem, independente de todas as formas de sociedade [...], portanto, da vida humana”.

2.2 O poder de Consumo

O ato de adquirir bens ou serviços por meio de compra é uma atividade econômica fim, que chamamos de consumo. Levando em consideração a sociedade capitalista, o consumo faz o dinheiro circular gerando renda e emprego. O consumo depende de vários fatores entre eles: a cultura da população, os hábitos, a renda e os preços dos bens. O consumo, portanto, é incentivado na realidade capitalista, o qual prega que os bens podem ser acessíveis a todos, e que o indivíduo pode acender socialmente, até transformar um trabalhador em um grande empresário. A promessa de uma vida feliz e a desqualificação como membro autêntico da sociedade faz o consumidor, conforme reforça Bauman (2008, p.61) “o valor mais característico da sociedade de consumidores, na verdade seu valor supremo, em relação ao quais todos os outros são incitados a justificar seu mérito, é uma vida feliz”.

No contexto do capitalismo mundial o consumismo se fortalece na sensação de felicidade material e conseqüentemente na inserção do indivíduo no universo do consumo. No entanto, o que está por traz de tudo isso é o desenvolvimento político e econômico, tecnológico e produtivo que teve seu *pool* na década de 1960 e a formação de uma grande quantidade de consumidores, cada vez mais especializados e influenciadores do consumo. Para Baudrillard (1995), “o consumo representa uma lógica socialmente compartilhada na sociedade capitalista, assim como um sistema legítimo da discriminação de classe”. Tal lógica constitui-se um meio em que de uma determinada sociedade se reconhecem e se aceitam.

Os séculos que antecederam a sociedade moderna, as pessoas viviam em circunstâncias semelhantes, com poucas alterações ao passar dos anos. No entanto, no final do século XVIII e início do século XIX, período do surgimento da sociedade moderna ocidental, aparecem novos valores dando um novo significado cultural e apreço ao individualismo. Com isso, a produção de riquezas e o aumento das necessidades absolutas, elevou o desejo por tudo que é novo e o descarte do que considerava ultrapassado. Reforçando tal afirmação, Elias (1994) aponta que as atitudes em relação à necessidade e a satisfação se tornaram uma simples prática cotidiana, como assim como os hábitos de higiene pessoal. Já Garcia Canclini (1993) aponta que as subjetividades foram remodeladas e se expressam em novos hábitos.

Em meio a uma sociedade de necessidades relativas em que tais necessidades aumentam conforme as condições socioeconômicas também aumentam as pessoas não só consumiam o básico para suprir suas necessidades, mas também, buscavam uma melhora qualidade no que consumiam. Tais demandas por melhores produtos e serviços impulsionaram um processo de inovação, e com isso, a busca por maior conforto e bem-estar, estabelecendo-se como distintivo de ascensão social, ao contrário disso, um status de inferioridade e de demérito social. Assim, para Veblen (1965) reproduzir os valores de uma classe dominante, passou a ser uma norma de conduta para uma boa reputação, que deveria ser tomada como modelo para todas as classes sociais.

Atualmente vivemos em uma sociedade do consumo. A economia capitalista surge como referência a crescente produção de bens e serviços e conseqüentemente, trouxe facilidade à vida do homem moderno. Em contrapartida, a prática consumista, traz a sensação de pertencimento a um grupo social assegurando-lhe certa identidade social. Entre consumo e consumismo, este último se defere do primeiro segundo Cortez (2009, p.35) como “o ato de consumir produtos ou serviços, muitas vezes, sem consciência”. Junto às forças do capitalismo a publicidade e propaganda exercem papel importante na indução ao consumo mesmo que não necessite dos produtos ou serviços oferecidos. Para Rocha (1995), a ideologia repassada no discurso publicitário é uma forma de controle social, pela qual faz do consumo um projeto de vida.

Em uma “sociedade do consumo”, se torna um desafio estabelecer limites entre consumo e consumismo, visto que, o conceito de necessidades básicas e supérfluas depende das características culturais dos grupos que constituem a sociedade. Nesse modelo de concepção, o básico para uns pode ser supérfluos para outros. É consumo é, portanto, um fato social que atende as demanda dos clientes, ajuda a classificar os objetos e pessoas e elaborar semelhanças e diferenças. Para Rocha (2000, p.19) “o consumo é um sistema simbólico que articula coisas e seres humanos e, como tal, uma forma privilegiada de ler o mundo que nos cerca”.

Mesmo assim, o consumo não é um fenômeno recente, contudo, é uma questão de modernização, para Slater (2002), ser moderno é ser consumidor. E, com isso, cria se a cultura do consumidor e a ideologia do consumir, amplamente disseminada na realidade moderna. Tal ideologia do consumo se apresenta como um “ritual” que precisa de companheiros julgadores sobre suas escolhas, para ter sucesso. Assim, o indivíduo usa o consumo para dizer algo sobre si mesmo, sua família e sua posição social no tempo e no espaço. Para Douglas e Isherwood (1999, p.115-6) ele, o indivíduo “pode assegurar, através das atividades de consumo, a concordância de outros consumidores para redefinir certos eventos tradicionalmente considerados menos importantes como mais importantes e vice-versa”.

O esforço em obter os bens e serviços para a satisfação das necessidades humana são impostos pela própria necessidade de possuí-los. Assim, as pessoas oferecem sua força de trabalho para garantir sua sobrevivência e sua segurança. Portanto, a privação das necessidades básica pode levar um indivíduo deixar de ter sua dignidade e até a morte. Para ter suas necessidades atendidas às pessoas precisam trabalhar, conforme aponta Adam Smith *apud* Galbraith (1963, p.21), “um homem deve sempre poder viver do seu trabalho, de modo que o seu salário deve ser pelo menos suficiente para mantê-lo em vida”. E, em vezes o suficiente para constituir família, ao contrário, seus descendentes não chegaria à segunda geração.

Mas, na realidade a insaciabilidade dos desejos faz do consumidor um inconformado com o que tens em mão, fazendo-lhe buscar mais e mais produtos e serviços, mesmo que estes não estejam na sua lista de necessidades. Nesse sentido, a satisfação deve ser momentânea e logo substituída por uma nova necessidade, visto que, o que seria a satisfação senão a felicidade? Sendo assim, logo a satisfação passe a felicidade também acabará. Como objeto social a conquista da felicidade é admirável, reforçando esta expressão Baudrillard (1995, p.47) aponta que “a felicidade constitui a referência absoluta da sociedade de consumo, revelando-se como equivalente o autêntico da salvação”. Sendo assim, a função do mercado é satisfazer a sociedade e evitar que a mesma entre em um estado melancólico.

A dinâmica de um mundo globalizado, a inovação tecnológica e dos meios de comunicação, deram origem a novos desejos e novas necessidades de consumo. Acredita-se que o consumo não é passivo de retrocesso, visto que, é ele que dá força ao capitalismo. Com isso, o consumismo leva a população para novas expectativas, essencial para segurar e sustentar o capitalismo, por meio de mais e mais produção. Em se tratando da tecnologia e dos

meios de comunicação, estes, são utilizados para imprimir nas pessoas o sentimento de necessidade. Assim, Moura (2018, p.13) nos faz refletir “se os bens materiais nos satisfazem momentaneamente e logo perdem a graça, por que dedicamos toda uma vida para tê-los”?

Assim, compreende-se que a modernidade estimulou o consumismo a partir do estímulo à crença que é possível obter a satisfação pessoal por meio do consumo. No entanto, o consumo trouxe vários problemas ecológicos, no qual a redução do consumo é vista como uma condição para uma sociedade efetivamente equilibrada. Encontrar o ponto de equilíbrio entre o consumo e um mundo sustentável é o grande desafio que deve ser de responsabilidade de toda população.

2.3 Força de trabalho e poder de consumo

A produção em escala industrial trouxe alterações para a família, transformando-a de unidade produtora em unidade consumidora. Com essa alteração, as relações da família com o mercado passam a ser de dependência ao atendimento de suas necessidades sociais. Assim, com a mercantilização das relações sociais, fez surgir novos bens e serviços para ocupar os espaços deixados pelas relações humanas sob a forma de relações de mercado, sobretudo, o capital no esforço de inovar produtos e serviços. A universalização desse modelo de relações sob a égide do capitalismo monopólico, segundo, Ceolin (2014, p.245), “intensifica e generaliza não só o produto do trabalho, mas também, a relação de compra e venda da força de trabalho [...] quase que excluindo outras possibilidades de produção dos meios necessários da vida social”.

Nessa dinâmica do meio de produção e consumo, percebe-se um acirramento de forças, ou seja, o capitalista intensifica a busca pelo lucro e o trabalhador a busca pelo aumento dos seus salários, já o mercado em si, assume um papel fundamental no delineamento da sociedade, como afirma Baudrillard (2009) em seu livro *A Sociedade do Consumo*, vivemos em suma sociedade que é orientada pela lógica dos objetos. A partir dessa afirmação, Almeida (2016, p.92) reforça que “na sociedade capitalista o homem perde o contato com seus semelhantes e cria uma fantasia na qual o consumo exagerado é visto como abundância e os objetos que os rodeiam passam a serem os orientadores de suas relações sociais”.

Mas, nas demandas reais o trabalho é uma ação executado pelo indivíduo a qual proporciona a adquirir bens ou serviços. Como visto em Marx (1996) que preço e valor podem não ser equivalentes, o consumo vai depender do incentivo da realidade capitalista, da cultura dos hábitos da sociedade e de sua renda. Em se tratando de renda, Vasconcellos (2003) aponta que a renda é o principal e maior fator gerador do gargalo aquisitivo que influencia a determinação do consumo. Entretanto, para Pereira *et al* (2014, p.6) “há outros fatores que influenciam as decisões de consumo dos indivíduos, tais como, os preços, taxa de juros, expectativas futuras, crédito ao consumidor e estoque de bens financeiros”. O preço tem, portanto, uma grande relevância no poder de compra.

O conceito de força de trabalho apontado por Marx (1984, p.48), quando diz que “é o conjunto de faculdades físicas e espirituais que existe na corporalidade, nas personalidades de um homem” implica no fortalecimento da sensação de felicidade material do indivíduo por meio do consumo. E, sobretudo, na lógica que determina o reconhecimento e aceitação em uma sociedade, como aponta Baudrillard (1995). A aquisição dos bens e serviços deixa de ser apenas um ato para suprir as necessidades básicas e passa a ser, um ato social, um estilo de vida. Já que o consumo faz da natureza humana é necessário consumir, mas nem sempre a necessidade é própria da pessoa, mas do interesse do capital.

Quando Marx (1983) afirma que o processo de produção capitalista dialoga com o processo de trabalho e do processo de valorização, converge com Elias (1994) quando aponta as atitudes em relação às necessidades e a satisfação se tornam uma simples prática cotidiana. Assim, numa realidade de necessidades e desejos instantâneos, em uma realidade de descartes, os bens e serviços perdem seus valores com muita rapidez. A felicidade pelo ato de consumir é muitas vezes controversa, vazia necessitando constantemente ser “alimentada” por um novo ato de consumo. Esta necessidade de renovação da felicidade por via do consumo leva os meios de produção a lançar novas mercadorias para trocar por novas necessidades.

Mas recentemente os padrões de preços e qualidade dos produtos colocou o Brasil em um patamar de competitividade, com isso, estimulou a aumento da produção e com isso, o consumo. Visto que, a sociedade tem suas necessidades condicionadas às condições socioeconômicas. Com o aumento da produção, do consumo aumentou também a exigência do consumidor na procura por produtos de maior qualidade. O conforto e o bem-estar também aparecem como distintivos na classificação das classes sociais. Poder de compra e consumo passa a ser uma norma de conduta para uma boa reputação de destaque social, como afirma Veblen (1965). Já no que se refere ao trabalhador, a dinâmica de produção passa a exigir, deste, maior produtividade e processos.

O novo comportamento no meio de produção, devido suas mais variadas formas traz consigo instabilidade tanto para o meio de produção quanto para a sociedade consumidora. O acirramento competitivo, provocado pelo avanço tecnológico e das comunicações, as interações humanas que se configuraram como forças produtivas desenharam a identidade na nova sociedade consumista. Com isso, Torres (2016) aponta um desconstruir do pensamento sociológico do trabalhador, por outro lado, Cortez (2009) aponta um consumo inconsciente por parte do consumidor, justificando que o consumo considera que o homem como um ser social, assimila as ideias da sociedade em que está inserido.

Esta nova configuração do mercado do trabalho, e o entendimento que o problema do desemprego decorria de problemas com as leis trabalhistas, especificamente a Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT), em 22 de dezembro de 2016 o governo brasileiro encaminha para o Congresso Nacional uma “reforma trabalhista”, sendo aprovada pela Câmara Federal no dia 26 de abril de 2017 e pelo Senado Federal em 11 de julho de 2017. Entre as principais mudanças estão férias, jornada de trabalho, remuneração e planos de carreira, o trabalho *home office* e o trabalho intermitente. Em relação aos aspectos jurídicos Mattei e Heinen (2019, p.23) destacam essas mudanças como “o desmonte do papel do Direito do Trabalho, [...] representado pelas leis, pela Justiça do Trabalho e pelas negociações coletivas”.

Esse novo modelo de relação no trabalho com o afrouxamento das leis trabalhista, incorre na precarização do trabalho e na instabilidade do trabalhador e trazem como consequências para os trabalhadores como aponta Harvey (1992), mudanças radicais de reestruturação, contratos de trabalho mais flexíveis como o trabalho intermitente. A tendência atual do mercado de trabalho é substituir os trabalhadores centrais por uma força de trabalho de fácil aquisição e fácil demissão sem custos. Essa dinâmica do mercado de trabalho contrapõe a ideia de Adam Smith quando diz que o homem deve sempre viver do seu trabalho e da suficiência do seu salário.

Do outro lado o consumo parece ter se solidificado. A sociedade parece promover e encorajar cada vez mais o consumo para Santos (2011) a sociedade reconhece o indivíduo como peça fundamental do meio social, desde que este esteja em condições de consumir. Já o sistema de mercado, pode-se dizer estar no controle da sociedade consumidora, pois é ela quem decide comprar ou deixar de comprar, ou seja, a curva da demanda dá a forma ao mercado. Mas quando se entende que a mesma sociedade está sob a influência do estímulo ao consumismo com a promessa de oferecer uma vida feliz. Entende-se também, conforme aponta Marinho (2008) a esfera do econômico, geralmente, é identificada com a ideia de

necessidade, com a qual participa no quadro de diversas outras associações simbólicas que são importantes para a compreensão de sua evolução.

A tríade, produto, consumidor e mercado adquiriu ao longo dos tempos uma convergência significativa. Essa relação anteriormente norteadada pelo trabalho passa a ser norteadada pelo consumo e, mais recentemente para o consumismo. Martins e Viegas (2013) apontam que “a sociedade contemporânea, elege-se olhar a estrutura social moderna a partir do fenômeno do consumo e da exacerbação dele, o consumismo”. Assim a definição de consumo vai além da definição de adquirir bens e serviços, passado ao termo consumismo. Bauman (2008, p.41) diz que “o consumismo é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes”. Em outras palavras, representa, o tipo de sociedade que reforça uma estratégia existencial consumista.

Segundo o IBGE (2019), apesar da redução na população desocupada, o contingente de pessoas subutilizadas na força de trabalho no Brasil aumentou ao passar dos anos, compreendendo 27,4 milhões de pessoas em 2018, e correspondendo a maior taxa de subutilização (percentual de pessoas desocupadas, subocupadas por insuficiência de horas trabalhadas e na força de trabalho potencial em relação à força de trabalho ampliada). Estes dados apontam as principais movimentações observadas no mercado e trabalho brasileiro calculado por meio de médias aritméticas e tendo como base o ano de 2014 por ter sido o ano no qual o mercado de trabalho brasileiro apresentou a menor taxa de desocupação nos oito anos de série histórica da pesquisa realizada pelo PNAD.

Abordar o tema em questão e sua relação com a dinâmica atual do trabalho e o poder de compra é adentrar em um “pântano” de incertezas promovido pelo mundo globalizado. Não há como se fazer uma análise precisa nem muito menos mensurar o futuro de forma isolado, pois o arranjo do mercado atual é inteiramente dependente de inúmeros fatores internos e externos que influenciam diretamente a conjuntura comercial. Portanto, torna-se necessário construir uma discussão que considere as diferentes transformações internas e externas do capitalismo e seus efeitos na configuração do mundo do trabalho e consumo.

Compreender a atual situação da força de trabalho e o seu efeito sobre o poder de comprar considera-se fundamental para delinear estratégias e construir reflexões robustas capazes de indicar as dinâmicas do mercado de trabalho. Considera-se essencial uma análise dos fenômenos existentes na dinâmica capitalista para que encontrem meios adequados de equilíbrio entre a força de trabalho e poder de compra. Assim, para dá maior visibilidade aos conceitos discutidos a presente pesquisa tentou mostrar de forma mais real a relação da força de trabalho e poder de compra.

3 METODOLOGIA

O presente estudo trata-se de uma pesquisa de abordagem, quantitativa prioriza os resultados numéricos dos estudos propostos para avaliar os comportamentos de um determinado grupo ou população. E, atuará na análise de modo estatístico com o objetivo de determinar se as generalizações previstas na teoria se sustentam ou não (KNECHTEL, 2014). Na pesquisa quantitativa o objetivo é medir informações sobre um assunto que já é conhecido. Desta forma, os dados coletados apresentam uma natureza mais estatística, sendo os resultados expostos em forma de gráficos, tabelas.

Diante desse contexto, percebe-se que é de extrema importância que a escolha da abordagem esteja em sintonia com o objeto da pesquisa para assim ser possível analisar e ter conclusões coerentes acerca dos saberes desejados. Portanto a escolha dessa modalidade quantitativa para o presente estudo se justifica por se tornar possível interpretar as informações quantitativas através de símbolos numéricos, mas também, os dados qualitativos mediante a observação, descrição e análise da temática abordada. (KNECHTEL, 2014).

Quanto à natureza se trata de uma pesquisa básica que segundo Tybel (2017) objetivo principal desse tipo de pesquisa consiste em gerar conhecimento que seja útil para a ciência e tecnologia. Com relação aos objetivos, se trata de uma pesquisa descritiva, que conforme Gil (2010) as pesquisas descritivas têm como propósito principal descrever as características de determinada população ou fenômeno, e ainda estabelecer as relações entre as variáveis.

Com relação ao procedimento técnico foi utilizada a pesquisa bibliográfica, que segundo Gil (2010) se desenvolve através de material já publicado, acerca do tema abordado como livros, revistas, artigos científicos bem como outros materiais da internet. Assim foi realizado um levantamento, visando o conhecimento direto da realidade, economia e rapidez, e obtenção de dados agrupados em tabelas que possibilitaram uma riqueza na análise estatística. Os dados foram levantados a partir de informações secundárias sistematizadas junto aos bancos de informação do Ministério da Economia e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE.

A organização e a análise dos dados se deram por meio da sistematização dos dados obtidos sobre a força do trabalho e consumo, sendo estas, fontes de escolhas das variáveis dependentes e independentes que foram intercruzadas e geram os resultados. Desse modo, para melhor apresentar os resultados, os dados foram tabulados em linha e colunas e descritos de forma compreensiva. As múltiplas variáveis encontradas foram analisadas por meio uma Análise de Componentes Principais – PCA que é um procedimento matemático que utiliza uma transformação ortogonal para converter um conjunto de observações de variáveis possivelmente correlacionadas num conjunto de valores de variáveis linearmente não correlacionadas. Lyra *et al* (2010) aponta que a Análise de Componentes Principais – PCA certamente é uma das mais importantes ferramentas de análise e constitui a base onde se torna possível fundamentar a maioria dos outros métodos multivariados de julgamento de dados.

Os resultados estão expostos para interpretação por meio de gráficos, tabelas como também de forma descritiva levando de maneira mais fiel e compreensiva a explicitação dos objetivos e da hipótese que se propôs pesquisar.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Diversas modificações que ocorreram no mundo do trabalho e nos meios de produção no final do século XX, trouxeram desafios para compreender as novas formas de trabalho. No que se refere à população, base dessas modificações, as estimativas das populações residentes nos municípios brasileiros, com data de 1º de julho de 2019 (IBGE, 2019). Estima-se que no Brasil tenha 210,1 milhões de habitantes e uma taxa de crescimento populacional de 0,79% no ano de 2018, apresentando queda do crescimento quando comparado ao ano de 2017 que foi de 0,82%. (Tab.1).

O ritmo de crescimento populacional de uma nação é um dos fatores que determinam o tamanho da força de trabalho de uma economia. Assim, a dinâmica demográfica observada pode se constituir em elemento para pressionar o mercado de trabalho, pois um crescimento populacional elevado requer maior capacidade de geração de emprego, ao contrário, o efeito será menor capacidade de gerar mão de obra. Quanto à dinâmica da faixa etária dos brasileiros no período observa-se que os menores de 14 anos tende a decrescer, já os maiores de 14 anos tendem a crescer. Essa realidade reflete a hipótese de que a população está se tornando mais velha (IBGE, 2019).

A presente pesquisa foi realizada em um recorte temporal entre os anos de 2014 a 2018 e, conforme os dados encontrados para a distribuição da força de trabalho identificou-se que a média dos brasileiros com a faixa etária menor de 14 anos de entre 2014 a 2018 foi de 39.231 milhões e uma variância de 0,630. Já a média da quantidade de brasileiros com idade maior que 14 anos foi de 166.214 milhões e a variância de 9,93. (Tab.1).

Tabela 1 Faixa etária dos brasileiros entre 2014 e 2018

FAIXA ETÁRIA	2014	2015	2016	2017	2018
Menor de 14 anos	40.158	39.527	39.129	38.713	38.629
Maior de 14 anos	162.029	164.344	166.371	168.362	169.965
TOTAL	202.187	203.871	205.500	207.075	208.594

Fonte: IBGE, 2019 (Adaptação do autor).

A força de trabalho é compreendida como a capacidade física existente que o ser humano dispõe para produzir valores de uso de qualquer espécie. Assim, a distribuição dos brasileiros na força de trabalho entre o período de 2014 e 2018, apresenta uma variação positiva ao longo do tempo, passando de 98.855 no ano de 2014 para 104.696 milhões de pessoas no ano de 2018.

O aumento da força de trabalho ocorrido no período pesquisado não fez aumentar a quantidade de trabalhadores ocupados, ao contrário teve uma redução de 92.112 para 91.861 milhões de pessoas quando analisado o período de 2014 para 2018 e conseqüentemente o aumento das pessoas fora da força de trabalho de 6.743 para 12.836 pessoas no período (Tab. 2).

Tabela 2 Distribuições dos brasileiros na força de trabalho

SITUAÇÃO	2014	2015	2016	2017	2018
Na Força de Trabalho Ocupado	92.112	92.142	90.384	90.647	91.861
Na Força de Trabalho Desocupado	6.743	8.585	11.760	13.234	12.836
TOTAL NA FORÇA DE TRABALHO	98.855	100.727	102.143	103.881	104.696

Fonte: IBGE, 2019 (Adaptação do autor).

Por meio da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios – PNAD foi possível identificar além das pessoas ocupadas e desocupadas, o tipo de ocupação na força de trabalho dos brasileiros. Assim, levando em consideração o tipo de ocupação, a soma dos quatro anos que perfazem o período investigado mostrou que 68,45% das pessoas ocupadas são empregados, 4,46% empregadores, 24,52% tiveram ocupação por conta própria e 2,57% tiveram ocupadas com o trabalho familiar e auxiliar (IBGE, 2019).

Ao analisar cada tipo de ocupação infere-se que os empregados tiveram um decréscimo nos anos de 2014, 2015 e 2016 consecutivamente e um leve aumento nos anos de 2017 e 2018. Já quando analisado o tipo de ocupação por conta própria observa-se que o aumento foi constante a ascendente ao longo do período dos quatro anos, passando de 21.305 milhões pessoas ocupadas em 2014 para 23.340 milhões em 2018, um acréscimo, portanto, de 2.035 milhões de pessoas trabalhado por conta própria (Tab. 3).

Tabela 3 Tipo de ocupação dos brasileiros

TIPO DE OCUPAÇÃO	2014	2015	2016	2017	2018	%
Empregado	64.397	63.275	61.823	61.507	61.908	68,45
Empregador	3.787	4.022	3.915	4.243	4.423	4,46
Conta própria	21.305	22.246	22.523	22.683	23.340	24,52
Trabalhador familiar auxiliar	2.623	2.600	2.122	2.214	2.190	2,57
TOTAL	92.112	92.143	90.383	90.647	91.861	100

Fonte: IBGE, 2019 (Adaptação do autor).

A Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios – PNAD organizou as pessoas ocupando-as por grupos de ocupação sendo eles: Agricultura, Pecuária, Produção Florestal, Pesca e Aquicultura; Indústria Geral; Construção; Comércio Reparação de Veículo automotor e Motocicletas; Transporte, Armazenagem e Correios; Alojamento e Alimentação; Informação, Comunicação e Atividades Financeiras e Imobiliárias; Administração Pública, Defesa, Segurança, Educação e Saúde Humana; Outros Serviços e Serviços Domésticos (IBGE, 2019). Por meio de uma Análise de Componentes Principais – PCA, foi possível identificar que o grupo com maior significância, ou seja, que mais representou os grupos ocupados foi o grupo da Indústria Geral, seguido do grupo representado pela Agricultura, Pecuária, Produção Florestal Pesca e Aquicultura - APFA (Tab. 4).

Tabela 4 Análise de Componentes Principais (PCA)

GRUPO	PC1	PC2
APFA	0.39967	-0.28986
INDG	0.61348	0.6047
CONS	0.38624	-0.25373
CRVA	-0.011153	0.11955
TACO	-0.15717	-0.0035259
ALOA	-0.38411	0.31636
ICFI	0.13596	0.48516
ADSE	-0.27787	0.14706
OUTS	-0.19413	0.33434
SERD	-0.094754	-0.052567

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A coluna 1 da Tabelas 4 representa grupos de pessoas ocupada, **APFA**-Agricultura, Pecuária, Produção Florestal, Pesca e Aquicultura; **INDG** – Indústria Geral; **CONS** – Construção; **CRVA**- Comércio Reparação de Veículo automotor e Motocicletas; **TACO** - Transporte, Armazenagem e Correios; **ALOA** – Alojamento e Alimentação; **ICFI** – Informação, Comunicação e Atividades Financeiras e Imobiliárias; **ADSA** – Administração Pública, Defesa, Segurança, Educação e Saúde Humana; **OUTS** – Outros Serviços; **SERD** – Serviços Domésticos. A coluna 2 representa o componente 1 da PCA e a Coluna 3, representa o componente 2 da PCA.

A partir da análise dos resultados da PCA percebe-se que o conjunto de dados originais das variáveis, inicialmente correlacionadas entre si, transformou-se num conjunto substancialmente menor de variáveis não correlacionadas que contém a maior parte da informação do conjunto original. Assim, o componente 1 representa acima de 85,18% enquanto o componente 2 representa 12,26% dos grupos de pessoas ocupadas. Sendo o grupo INDG como o mais representativo (0.61348) seguido APFA (0.39967) estes dois grupos de maior representatividade estão alinhado aos anos de 2014 e 2015, conformes apresenta o gráfico 2. Como os dois primeiros componentes principais explicaram 97,44 % da variação total dos dados (Fig. 4), de acordo com Rencher (2002), pelo menos 70% da variância total devem ser explicadas pelos primeiros e o segundo componentes principais.

Analisando a Figura 1, que é o Biplot CP1xCP2 das pessoas ocupadas pode-se concluir que, de acordo com os dados de pessoas ocupadas no Brasil no período da pesquisa **APFA**-Agricultura, Pecuária, Produção Florestal, Pesca e Aquicultura; **INDG** – Indústria Geral; possuem maiores representação da taxa de ocupação do país, já **CRVA**- Comércio Reparação de Veículo automotor e Motocicletas e **SERD** – Serviços Domésticos apresentaram menores números de representação da taxa de ocupação. Tendo em vista os resultados obtidos, a análise de componentes principais se mostrou efetiva e permitiu analisar as variáveis com maior e menor contribuição e suas correlações.

Gráfico 1 - PCA por grupamentos de pessoas ocupadas.

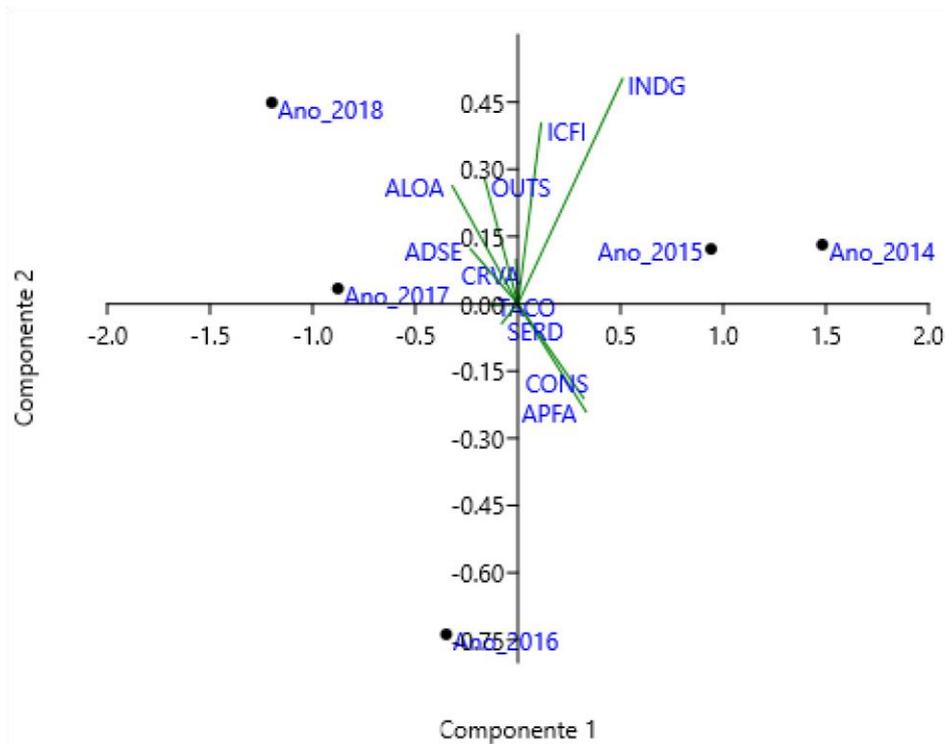


Gráfico 1: Apresenta os dez grupos formulados pela PENAD onde o eixo Y ou componente 1 representa os grupos com maior representação de pessoas ocupadas, já o eixo X ou componente 2 representa o conjunto dos grupos com a segunda representação no que se refere as pessoas ocupadas.

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

A Figura 5 mostra os índices de volume de receita nominal de vendas no comércio varejista por atividade no período de 2014 a 2018, os grupos aqui representados foram organizados pela PNAD sendo eles: Combustíveis e lubrificantes; Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo; Hipermercados e supermercados; Tecidos, vestuário e calçados; Móveis e eletrodomésticos; Móveis; Eletrodomésticos; Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos; Livros, jornais, revistas e papelaria; Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação; Outros artigos de uso pessoal e doméstico.

O Gráfico 2, representado pelo resultado da PCA, mostrou que o componente 1 responde por 84,84% dos grupos com maior significância e o componente 2 responde por 11,69% dos grupos com maior significância no volumes de recitas nominal de vendas no comércio varejista no período pesquisado. O grupo dos eletrodomésticos teve maior representação com o maior volume de receitas, representado (0,46853) no componente 1 da PCA seguido do grupo de móveis e eletrodomésticos, com (0,43358). Tanto o grupo eletrodoméstico quanto o grupo de móveis e eletrodomésticos estão alinhados ao ano de 2018, significando que tais grupos tiveram maior destaque na receita por vendas no comercio varejista no ano de 2018. Já o componente 2 aprestou o grupo dos artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos como o maior representante de receita, seguido de combustíveis e lubrificantes.

Tabela 5 Análise de Componentes Principais (PCA)

GRUPO	PC1	PC2
CLUB	0.21948	0.41606
HSPA	0.14491	-0.050804
HSUP	0.14903	-0.070427
TVCA	0.28419	-0.17149
MOVE	0.43358	-0.3387
MOVL	0.38311	-0.13641
ELET	0.46853	-0.3705
AMOP	0.1801	0.42268
LJRC	0.21318	0.10664
EMEI	0.26607	0.42684
OAPD	0.3534	0.38357

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

CLUB – Combustíveis e lubrificantes; HSPA - Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo; HSUP - Hipermercados e supermercados; TVCA - Tecidos, vestuário e calçados; MOVE - Móveis e eletrodomésticos; MOVL – Móveis; ELET – Eletrodomésticos; AMOP - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos; LJRC - Livros, jornais, revistas e papelaria; EMEI- Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação; OAPD - Outros artigos de uso pessoal e doméstico.

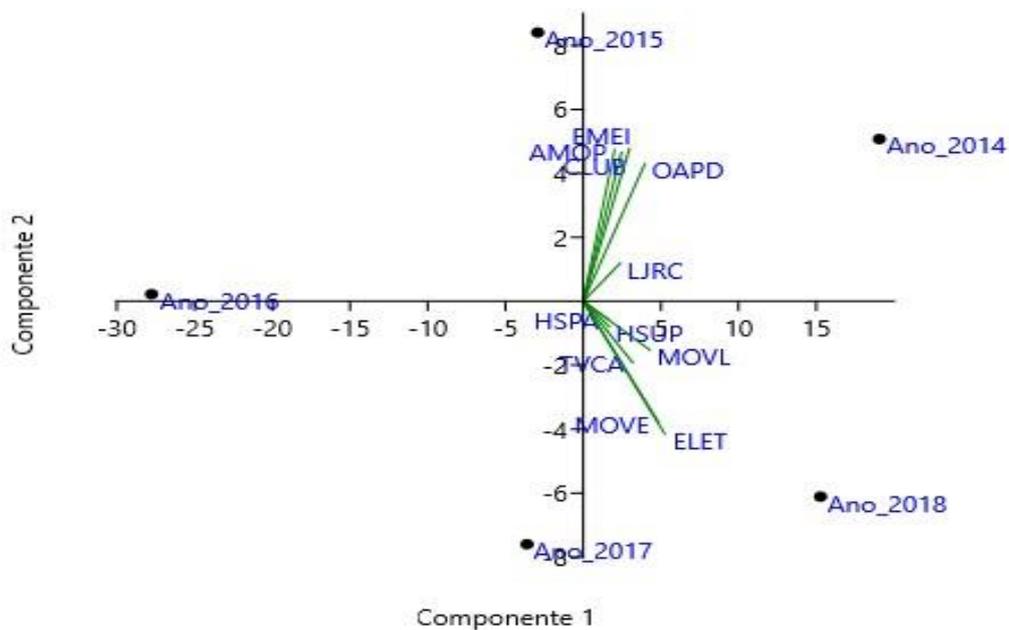
Gráfico 2 PCA volumes de receitas nominal de vendas no comércio varejista

Gráfico 2: Apresenta os onze grupos formulados pela PENAD onde o eixo Y ou componente 1 representa os grupos com volume de receitas, já o eixo X ou componente 2 representa o conjunto dos grupos com a segunda maior numero de receitas de venda no comércio varejista entre os anos de 2014 e 2018.

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

As relações entre a força de trabalho ocupada e as receitas das empresas no âmbito da pesquisa mostraram que, enquanto o força de trabalho aumenta o poder de compra também aumenta. No gráfico 3, pode-se inferir por meio de uma análise ascendente que o ano de 2016 apresentou menor taxa de pessoas ocupadas e conseqüentemente menor taxa de receita, na sequênciã os anos de 2017 e 2015, já o ano de 2018 apresentou uma elevaçã

na taxa de ocupação e receita seguido pelo ano de 2014, apresentando com isso, uma oscilação de pessoas ocupada e receitas ao longo do período de 2014 e 2018.

O gráfico 3 Correlação entre pessoas ocupada e receita no período

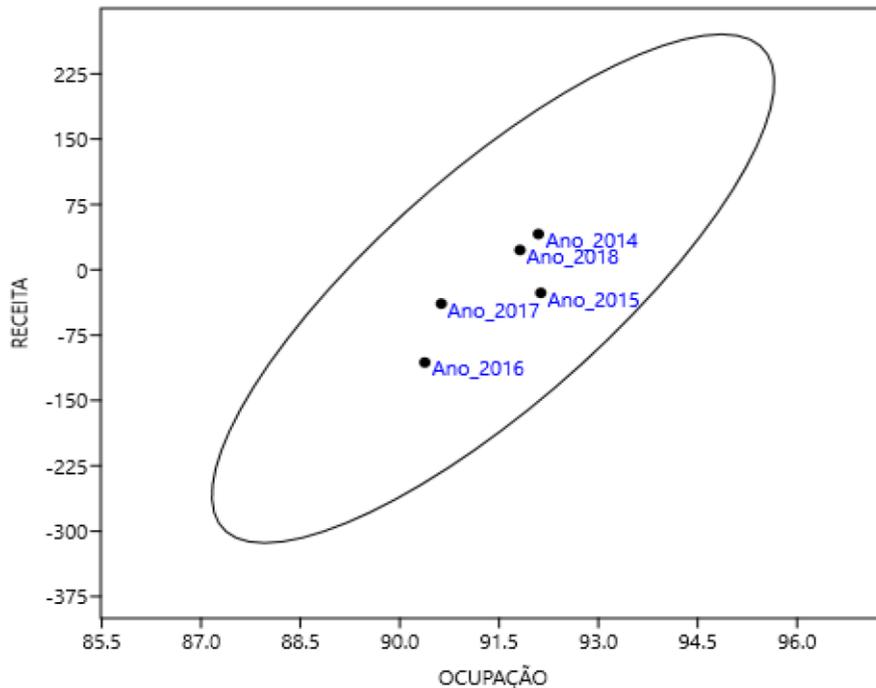


Gráfico 3 O eixo X (horizontal) representa a ocupação dos brasileiros de milhões, o eixo Y (vertical) representa a taxa de receitas das empresas durante o período de 2014 e 2018.

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa nos induziu a uma abordagem quantitativa que propôs mensurar a relação entre força de trabalho e poder de compra dos brasileiros em um recorte temporal recente. Obteve-se, com isso, êxito quanto à hipótese levantada quando se questionou que a sociedade se organiza de tal modo que reproduz um indivíduo consumista e, por outro lado, a força de trabalho é comprada pela demanda capitalista para satisfazer as necessidades do capital por meio da produção de mercadorias.

Como se pode observar, no período pesquisado a ocupação e a receita pelos produtos de consumo têm uma relação ascendente, o trabalho formal tem sido substituído pela flexibilização, informalidade e precarização, principalmente no ramo de serviços, responsável por absorver o excedente da força de trabalho ociosa.

Em resposta ao primeiro objetivo específico em que visava mostrar a força de trabalho dos brasileiros em um período de cinco anos compreendidos entre os anos de 2014 a 2018, considerou-se que ao longo do período pesquisado houve um aumento. No entanto, a força de trabalho ocupada diminuiu ao longo dos primeiros quatro anos, já a força de trabalho desocupada aumentou. Considera-se que tal fato esteja vinculado à crise econômica a partir do ano de 2015 que combinou taxas de juros elevadas e redução da taxa de investimento. Outro fato, importante a considerar foi a reforma trabalhista aprovada no ano de 2017, que promoveu mudanças nas relações entre trabalho e emprego.

Quanto à variação do consumo dos brasileiros no período pesquisado, fruto do segundo objetivo específico, considerou-se que móveis e eletrodomésticos apresentaram a maior quantidade de produtos consumidos, coincidindo com o incentivo do governo da época para o consumo desses bens. O aumento do consumo de tais produtos vai ao encontro ao processo de precarização das condições de trabalho do período, portanto, o consumo referido não se deu por maior poder de compra da população, consequência da força de trabalho, mas de incentivos do governo, implicado no endividamento da população.

Para responder o impacto e a variação no consumo a partir da análise da força de trabalho dos brasileiros, recorre-se se a análise de correlação (Gráfico 3), onde pode-se correlacionar o percentual de receitas nos anos de 2014, 2015, 2016, 2017 e 2018 com o aumento do poder de consumo. Assim, as perspectivas para a relação força de trabalho e poder de compra considerou-se indissociável na medida em que são práticas que apresentam variáveis dependentes. Em uma análise mais ampla percebe-se que a força de trabalho implica em maiores rendimentos de capital e por consequência, o aumento da credibilidade e a confiança em poder adquirir os produtos que são produzidos pelas indústrias. Dessa forma, à medida que o mercado de trabalho absorve a força de trabalho, aumenta mais o poder de compra por parte dos empregados.

A partir do exposto e das elucidações sobre a temática, espera-se maior reflexão acerca do sentido subjetivo do trabalho e suas relações com o consumo. Com isso, sugere maior abordagem da lógica capitalista no ambiente escolar e acadêmico, para que se tenha maior compreensão da necessidade de consumir em um cenário de valorização do ter.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, Felipe M. Tempo livre e consumo na sociedade capitalista. **Sinais**. n. 19 Jan-Jun 2016, Vitória - BR. Disponível em: <periodicos.ufes.br/sinais/article/viewFile/13261/9747>. Acesso em 13 set. 2019.
- ANTUNES, Ricardo. **O Privilégio da Servidão**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2018.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Trad. Artur Morão. 2ª ed. Lisboa/Portugal: Edições 70, 2009.
- BAUDRILLARD, Jean. **Para uma crítica da economia política do signo**. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.
- BAUMAN, Zygmunt. **A vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008
- BRASIL. Disponível em<<http://www.economia.gov.br/>>acesso em 25. Nov. 2019.
- CEOLIN, George Francisco. Crise do capital, precarização do trabalho e impactos no Serviço Social. **Serv. Soc. Soc.**, São Paulo, n. 118, p. 239-264, abr./jun. 2014.
- CORTEZ, ATC., and ORTIGOZA, SAG., orgs. **Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano [online]**. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 146 p. ISBN 978-85-7983-007-5. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.
- COUTINHO, M. C. Sentidos do trabalho contemporâneo: as trajetórias indenitárias como estratégia de investigação. **Cadernos de Psicologia Social do Trabalho**, v. 12, n. 2, p. 189-202, 2009.
- DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.
- ELIAS, N. **O processo civilizador: uma história dos costumes**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994. v.1. Disponível em: <bi.mte.gov.br/bgcaged/rais.php>. Acesso em: 28 set. 2018.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.
- GALBRAITH, John Kenneth. **A sociedade da abundância**. Trad. Henrique de Barros. Lisboa/Portugal: Livraria Sá da Costa Editora, 1963.
- GARCÍA CANCLINI, N. **El consumo cultural en México**. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1993.
- GARCÍA CANCLINI, N. **El consumo cultural en México**. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1993.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6 ed. São Paulo: Atlas 2010.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. 17. ed. [Trad. Adail Ubirajara Sobral; Maria Stela Gonçalves] São Paulo: Loyola, 1992.

HUSSON, Michel. **Miséria do capital: Uma crítica do neoliberalismo**. Tradução Ana Barradas. Lisboa: Terramar, 1999.

IBGE. Disponível em:< <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/20980-numero-de-idosos-cresce-18-em-5-anos-e-ultrapassa-30-milhoes-em-2017>> Acesso em: 25. Nov. 2019

IBGE. Disponível em:< <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/pme/quadros/total-das-areas/fevereiro-2016>> acesso em: 25 nov.2019.

KNECHTEL, Maria do Rosário. **Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada**. Curitiba: Intersaberes, 2014.

LYRA, Wellington da Silva *et al.* Classificação periódica: um exemplo didático para ensinar análise de componentes principais. **Química Nova**. São Paulo, v. 33 n. 7, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-40422010000700030>. Acesso em: 27 out. 2019.

MARINHO, Tais Alves. CULTURA E ECONOMIA: **a busca de uma teoria do consumo**. Sociedade e Estado, Brasília, v. 23, n. 3, p. 761-766, set./dez. 2008.

MARTINS, Tereza Lisieux Gomes; VIEGAS, Thais Emilia de Sousa. Sociedade de consumo e superendividamento: uma discussão Sobre a proposta de alteração do código de defesa do Consumidor. **Publicadireito**, 2013. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=72fa288df9f22f71>> Acesso em: 16 set. 2019.

MARX, K. **O capital: crítica da economia política**. Livro 1, tomo 2. São Paulo: Abril Cultural, 1984.

MARX, K. **O capital: crítica da economia política**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

MARX, K. **O Capital: crítica da economia política**. Tradução por Regis Barbosa e Flávio R. Kothe. São Paulo: Abril Cultural, Livro 1, v.1, t.1. 1985.

MARX, Karl e ENGELS. **Capítulo VI inédito de o capital**. Tradução: Klaus Von Puchen. 2ª ed. São Paulo: Centauro Editora, 2004.

MARX, Karl e ENGELS. **Capítulo VI inédito de o capital**. Tradução: Klaus Von Puchen. 2ª ed. São Paulo: Centauro Editora, 2004.

MARX, Karl. **O capital: crítica da economia política**. Volume I, livro primeiro, o processo de produção do capital, tomo I. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

MATTEI, Lauro. HAINEM Vicente Loeblein. Panorama do mercado de trabalho brasileiro entre 2012 e 2018. **Sep**. Disponível em: <https://sep.org.br/anais/2019/Sesoes-Ordinarias/Sessao4.Mesas31_40/Mesa35/352.pdf>. Acesso em: 16 de setembro de 2019.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2000.

MOURA, Roldão Alves. Consumo ou consumismo: uma necessidade humana? **Rev. Fac. Direito.** São Bernardo do Campo | v.24 | n.1 | 2018.

MTE – Ministério do Trabalho. *Relação Anual de Informações Sociais (Rais)*, 2018. Disponível < <http://trabalho.gov.br/>> acesso em: 25.nov.2019

PEREIRA, Cristiane Bastos; SILVA, Rafael Cabral; SANTOS, João Almeida. A gestão do poder de compra de família com rendas de um salário mínimo em um cenário de inflação. **Revista de Administração do Unisal**, [S.l.], v. 4, n. 6, dez. 2014. ISSN 1806-5961. Disponível em: <<http://www.revista.unisal.br/sj/index.php/RevAdministracao/article/view/373>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

REIS, Jorge Renato dos; FONTANA, Eliane. **Direitos fundamentais sociais e a solidariedade: notas introdutórias.** In: REIS, Jorge Renato dos; ROGERIO, Gesta Leal (Orgs.). *Direitos sociais & políticas públicas: desafios contemporâneos.* Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2011.

ROCHA, Everardo Pereira. **A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo.** Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

ROCHA, Everardo. Totem e consumo: um estudo antropológico de anúncios publicitários. **Criança e Consumo.** ALCEU - v.1 - n.1 -pg 18 a 37 - jul/dez 2000. Disponível em: <<http://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2017/03/Totem-e-Consumo.pdf> > acesso em: 12 set. 19.

SANTANA, Marco Aurélio. **O mundo do trabalho em mutação: As reconfigurações e seus impactos.** Universidade do Vale do Rio dos Sinos *Instituto Humanitas Unisinos.* São Leopoldo RS, 2016.

SANTOS, A. T. Abertura comercial da década de 90 e os impactos nas obras iniciais de Jean Baudrillard. In. **Revista Galaxia**, São Paulo, nº 21, p 125-136, jun.2011.

SLATER, D. **Cultura do consumo & modernidade.** Trad. Dinah de Abreu Azevedo. São Paulo: Nobel, 2002.

SMITH, Adam. **Teoria dos sentimentos morais.** São Paulo: Martins Fontes, [ed. orig.: 1759]. 1999.

SWEEZY, P. M. **Teoria do desenvolvimento capitalista.** 5 ed., Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

TORRES, Michelangelo Marques. Opacidade ou vitalidade do trabalho? As teses de desconstrução de afirmação da centralidade do trabalho hoje. **Áskesia.** v.5. n.1.jan/jun., 2016.

TYBEL, Douglas. Natureza da Pesquisa e Conceito de Classificação | Metodologia 3º Passo. **Guia da Monografia,** São Mateus ES, 2017. Disponível em: <<https://guiadamonografia.com.br/natureza-pesquisa/>>. Acesso em 26 nov. 2019

VASCONCELLOS, Marco Antônio Sandoval. **Fundamentos de Economia.** São Paulo: Saraiva, 2003.

VEBLLEN, T. **A teoria da classe ociosa.** São Paulo: Pioneira, 1965.

VEBLEN, T. **A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições.** São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1965.



TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA
"JOSÉ ALBANO DE MACEDO"

Identificação do Tipo de Documento

- () Tese
() Dissertação
() Monografia
(x) Artigo

Eu, Franciellen Cristovão Maranhão Costa, docente Maria Rodrigues de Sousa autorizo com base na Lei Federal nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 e na Lei nº 10.973 de 02 de dezembro de 2004, a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar, gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação A FORÇA DE TRABALHO E O IMPACTO NO PODER DE CONSUMO DOS BRASILEIROS: um recorte temporal entre os anos 2014 a 2018. de minha autoria, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, pela internet a título de divulgação da produção científica gerada pela Universidade.

Picos-PI, 19 de Agosto de 2018.

Franciellen Cristovão Maranhão Costa
Assinatura

Maria Rodrigues de Sousa
Assinatura