



## **O CONSUMO SUSTENTÁVEL À LUZ DA DIALÉTICA DA IGUALDADE E DA DISTINÇÃO**

Luciana Pereira da Fonseca  
Universidade Anhangera-UNIDERP

Daiane Pereira da Fonseca Lopes  
Universidade de Brasília

O Relatório de Brundtland, publicado em um abril de 1987 pela Comissão Mundial das Nações Unidas, invocou direcionamentos para a temática da sustentabilidade. Em anos recentes, o debate acerca desse tema tornou-se recorrente, pois ganhou novas cores e sentidos, destacando-se como um movimento recorrente para o funcionamento da sociedade. A partir dessa conjuntura, a sustentabilidade é vista como um valor que ampara esferas e perspectivas díspares, admitindo relações que se inserem em contextos diversos, como o do consumo. Nesse sentido, para avançar na discussão relativa ao consumo sustentável, e alicerçando-se nas reflexões de Pierre Bourdieu, propõe-se discutir quais estilos de vida e *habitus* são evocados nas escolhas de consumo sustentáveis na sociedade. A metodologia utilizada será caracterizada por meio de pesquisa bibliográfica, que é conduzida a partir de dados bibliográficos. Permitindo explorar um objeto ou uma abordagem teórica sob uma nova perspectiva, gerando novas conclusões. Inicialmente, nota-se que a sustentabilidade está intimamente ligada ao aspecto de liberdade humana, tal que o compromisso com a sustentabilidade é também um compromisso com a perpetuação dos aspectos de liberdade (NORTON, 2005). Ainda, é descrita como um processo que atende as necessidades de um meio ambiente intacto, conjuntamente com a justiça social e uma prosperidade econômica (FINKBEINER, et al, 2010). A partir desses fundamentos, as análises apontaram para um consumo sustentável sedimentado, simultaneamente em duas vertentes: igualdade social e distinção social. No primeiro cenário, notou-se um consumo orientado para a geração e consolidação de um mercado, onde são evidenciadas relações igualitárias de poder. Apesar da distinção social, observou-se que ao oferecer produtos diferenciados (que sedimentam uma distribuição desigual), o mercado sustentável possibilita a elitização, através da aquisição de estilos, estruturados no *habitus* e na distinção de classes.



NORTON, Bryan G. Sustainability: A philosophy of adaptive ecosystem management. University of Chicago Press, 2005.