

**CONSUMO ORIENTADO PARA SUSTENTABILIDADE: REFLEXÕES A PARTIR DO
POSITIVISMO E DA SOCIOLOGIA BOURDIEUSIANA**

PAULO RAFAEL DE SOUZA SANTANA
UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE (MACKENZIE)

CONSUMO ORIENTADO PARA SUSTENTABILIDADE: REFLEXÕES A PARTIR DO POSITIVISMO E DA SOCIOLOGIA BOURDIEUSIANA

Introdução

O consumo promove impactos que tocam as dimensões social e ambiental a partir do aumento das desigualdades sociais, da intensa exploração dos recursos naturais finitos e da produção de resíduos. A sustentabilidade, em seu mainstream, é reduzida a questões econômicas, sociais e ambientais, algo questionado por O'Connor (1998) que, em um rompimento com esta visão dominante, assume a sustentabilidade como uma questão ideológica e política. Defende-se que as relações entre consumo e sustentabilidade compõem um campo de conhecimento pouco explorado pela literatura nacional e internacional.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Este ensaio teórico pretendeu questionar a interpretação positivista do consumo orientado para sustentabilidade, motivo pelo qual compreendeu este fenômeno em uma construção social da realidade a partir da sociologia bourdieusiana. Trata-se de um recorte sociológico que está em um espaço epistemológico que sustenta uma análise que considera agente e estrutura, bem como suas relações, a partir de um estruturalismo específico, denominado de dinâmico, genético, ou construtivista.

Fundamentação Teórica

Este ensaio teórico conta com as seguintes discussões: demarcações conceituais sobre consumo e sustentabilidade; pressupostos do positivismo; possíveis relações entre consumo e sustentabilidade: uma crítica ao positivismo; e, consumo orientado para sustentabilidade: contribuições bourdieusianas.

Discussão

A representação cultural do consumo rompe com o positivismo, por compreender que o consumo representa significados que são construídos em seu contexto específico, os quais assumem diferentes representações em espaços distintos. A interpretação da sustentabilidade como uma questão ideológica e política transcende os limites positivistas, uma vez que a sustentabilidade, enquanto fenômeno social, assume-se como razão de ser e de agir de uma comunidade sem a necessidade de se apoiar em qualquer critério de significação.

Conclusão

O consumo orientado para sustentabilidade foi assumido como um campo, o habitus consolidou o questionamento sobre a separação entre o homem e a natureza, o capital simbólico foi reconhecido como a linguagem compartilhada entre aqueles que unem consumo e sustentabilidade em seu escopo — linguagem esta também conhecida como doxa, os agentes e as estruturas foram reconhecidos como todos aqueles que estabelecem algum vínculo com o senso prático do consumo orientado para sustentabilidade, e, por fim, esta liberdade de questionamento aos pressupostos positivistas foi interpretada como uma *illutio*.

Referências Bibliográficas

Bourdieu, P. (2004a). *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense. Bourdieu, P. (2012). *O poder simbólico*. 16. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. Douglas, M., & Isherwood, B. (2013). *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ. O'Connor, J. R. (Ed.). (1998). *Natural causes: Essays in ecological Marxism*. Guilford Press. Rocha, E. (2005). *Culpa e prazer: imagens do consumo na cultura de massa*. *Comunicação, mídia e Consumo*, 2(3), 123-138. Schweickart, D. (2010). *Is sustainable capitalism possible?* *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2(5), pp. 6739-6752.