

Paz en tiempos de consumo: reflexiones sobre responsabilidad y globalización

Peace in times of consumption: reflections on responsibility and globalization

JOAN JIMÉNEZ GÓMEZ

Investigador independiente

PROCESO EDITORIAL ▶ EDITORIAL PROCESS INFO

Recibido: 07/11/2024

Aceptado: 07/03/2025

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO ▶ HOW TO CITE THIS PAPER:

Jiménez Gómez, Joan (2024). Paz en tiempos de consumo: reflexiones sobre responsabilidad y globalización. *Revista de Paz y Conflictos*, Vol. 17 pp. 185-203, DOI: <https://doi.org/10.30827/revpaz.17.31891>.

SOBRE LOS AUTORES ▶ ABOUT THE AUTHORS

Joan Jiménez Gómez, doctor en Sociología por la UAB, licenciado en Ciencias Políticas y Sociología por la UNED y Máster en Humanidades por la UOC. Su investigación se centra en el análisis del consumo, la moda y las desigualdades, con especial atención a las intersecciones entre género y clase social. Ha contribuido con numerosos estudios y artículos en revistas especializadas, como la Revista Catalana de Sociología y la Revista Española de Sociología. Además, integra docencia, investigación y gestión de proyectos, enriqueciendo el estudio de la sociedad contemporánea. joan61@telefonica.net

Resumen

Este artículo analiza, desde una perspectiva crítica y multidimensional, las interrelaciones entre el consumo, la responsabilidad ética y la globalización, elementos que configuran tanto la construcción de identidades como los procesos de conflicto y de paz en la sociedad contemporánea. A través de una revisión crítica de la literatura, el análisis de estudios de caso y la comparación de diversas corrientes teóricas, se examinan la transformación del acto de consumir, la distribución de obligaciones éticas en las cadenas globales de producción y las contradicciones inherentes a la interconexión global. El estudio propone que, para alcanzar una paz sostenible, es necesario articular un compromiso compartido entre individuos, instituciones y Estado, lo que se traduce en nuevas estrategias de gobernanza y políticas públicas orientadas a la justicia social.

Palabras clave: Paz, Consumo, Responsabilidad, Globalización, Ética, Interdependencia

Abstract

This article critically and multidimensionally examines the interrelations among consumption, ethical responsibility, and globalization—factors that shape identity construction as well as conflict and peace processes in contemporary society. Based on a critical literature review, case study analysis, and the comparison of various theoretical approaches, the paper explores the transformation of consumption, the distribution of ethical obligations in global production chains, and the inherent contradictions of global interconnectivity. The study argues that achieving sustainable peace requires articulating a shared commitment among individuals, institutions, and the state, which translates into new governance strategies and public policies aimed at social justice.

Keywords: Peace, Consumption, Responsibility, Globalization, Ethics, Interdependence

Si hablamos del Estado y del individuo, y no de esta o de aquella organización política concreta y de este o de aquel grupo de seres humanos víctimas de la necesidad y del sufrimiento, manifestamos tendencia a cubrir con el brillo y el prestigio, con el significado y el valor que lleva en sí la noción general, una situación concreta, y de ese modo cubrimos los defectos de ésta y disimulamos la necesidad de serias reformas.

(Dewey, 1993, p. 198)

1. Introducción

En un mundo marcado por profundas interdependencias económicas, políticas y sociales, los debates sobre consumo, responsabilidad y globalización adquieren una relevancia creciente en los estudios para la paz. Las decisiones de consumo de individuos e instituciones no solo moldean dinámicas económicas, sino que también generan implicaciones éticas y políticas de gran alcance. La globalización intensifica tanto las oportunidades de cooperación como los conflictos derivados de la desigual distribución de recursos y responsabilidades. Ante el acelerado flujo de información, bienes y capital, se hace necesaria la revisión de los modelos tradicionales de responsabilidad y justicia en un contexto globalizado.

Desde la perspectiva de los estudios para la paz, resulta fundamental comprender cómo las prácticas de consumo y las estructuras económicas pueden consolidar sociedades más justas e inclusivas o, por el contrario, perpetuar desigualdades estructurales y conflictos latentes. Diversos autores han problematizado la relación entre la expansión del mercado global y el impacto en la autodeterminación de las comunidades, los derechos humanos y la sostenibilidad ecológica. Mientras algunos sostienen que la globalización puede favorecer el desarrollo y el fortalecimiento de la paz a través de la interconexión y la cooperación internacional, otros advierten sobre los efectos negativos de la mercantilización de la vida, la explotación laboral y la erosión de las culturas locales.

El presente estudio se inscribe en este marco de discusión y se propone realizar una revisión crítica de la literatura sobre las interrelaciones entre consumo, responsabilidad y globalización desde un enfoque interdisciplinario. Mediante un análisis cualitativo y hermenéutico se identifican los principales debates teóricos y sus implicaciones para la configuración de sociedades más pacíficas y equitativas. Para ello se han seleccionado textos y estudios que abordan estas problemáticas desde diversas perspectivas, garantizando un enfoque integral que combina teoría crítica, filosofía política y economía ética.

El artículo se organiza de la siguiente manera: primero se expone la metodología utilizada para la selección y análisis de la literatura, especificando los criterios de inclusión y el enfoque hermenéutico adoptado. A continuación, se presentan los principales hallazgos en torno a los tres ejes centrales del estudio: (1) el papel del consumo en la construcción de identidades y en la configuración de conflictos; (2) la distribución de la responsabilidad en un mundo globalizado; y (3) las implicaciones de la globalización para la gobernanza y la justicia social. Finalmente, se ofrecen reflexiones y conclusiones que plantean posibles líneas futuras de investigación y propuestas para la transformación social en clave de paz.

2. Metodología

El presente artículo se enmarca en una revisión crítica de la literatura cuyo propósito es analizar y sintetizar las interrelaciones entre consumo, responsabilidad ética y globalización en el contexto de los estudios para la paz. Se ha adoptado un enfoque metodológico cualitativo y hermenéutico que

permite interpretar los discursos teóricos y empíricos en función de sus aportes a la comprensión de fenómenos complejos y multidimensionales.

2.1. Criterios de selección de la literatura

Las fuentes se han seleccionado a partir de bases de datos académicas, repositorios institucionales y bibliotecas digitales. La selección se ha guiado por los siguientes criterios:

- **Relevancia temática:** Se han incluido estudios, libros y artículos que abordan directamente los temas de consumo, responsabilidad ética y globalización, con énfasis en sus implicaciones para la paz y el conflicto. Se han priorizado trabajos que exploran estas temáticas desde diversas perspectivas teóricas (teoría crítica, pragmatismo, estudios de globalización, etc.).
- **Rigor metodológico y teórico:** Se han valorado fuentes con solidez metodológica, evidenciada a través de publicaciones arbitradas, obras de reconocidos autores y estudios de caso bien fundamentados (por ejemplo, Johan Galtung, John Dewey, Ulrich Beck, Anthony Giddens, Manuel Castells, Saskia Sassen, entre otros).
- **Actualidad y trascendencia:** Se han considerado tanto publicaciones clásicas que han marcado el debate académico como estudios recientes que abordan los desafíos de la globalización en el siglo XXI.
- **Diversidad de perspectivas:** Se han incorporado fuentes de distintas disciplinas (sociología, filosofía, economía, estudios culturales) para ofrecer una visión integral y multidimensional del fenómeno.

2.2. Enfoque y marco de análisis

El análisis se fundamenta en un enfoque hermenéutico que permite interpretar los significados subyacentes en los textos seleccionados. Este marco integra perspectivas teóricas provenientes de la teoría crítica, el pragmatismo de John Dewey, la sociología del consumo (Zygmunt Bauman, Gilles Lipovetsky, entre otros) y estudios sobre globalización (Anthony Giddens, Manuel Castells, Arjun Appadurai, etc.). Con ello se pretende:

- **Interpretar las transformaciones sociales:** Explorar cómo el consumo y el consumismo configuran identidades individuales y actúan como motores de cambio en las relaciones económicas, culturales y políticas.
- **Evaluar la responsabilidad ética:** Analizar cómo la interdependencia global y la complejidad de las cadenas de producción exigen una reconfiguración de la responsabilidad individual y colectiva.
- **Identificar implicaciones para la paz:** Investigar cómo la globalización, a través de la desigualdad y la exclusión, genera tensiones y conflictos, y plantear alternativas para transformar estas dinámicas en procesos constructivos de paz.

2.3. Procedimiento de revisión y evaluación

El proceso de revisión se ha desarrollado en varias fases:

- **Búsqueda y recopilación:** Se realizó una búsqueda sistemática en diversas bases de datos utilizando palabras clave como “consumo”, “responsabilidad ética”, “globalización”, “conflictos” y “paz”.
- **Selección y cribado:** Los textos identificados se sometieron a un riguroso cribado en función de su relevancia temática, solidez metodológica y aporte teórico.
- **Análisis crítico:** Cada fuente se analizó críticamente, evaluando la claridad conceptual, la coherencia interna y la originalidad del aporte.
- **Síntesis e integración:** Los hallazgos se integraron en un marco conceptual que resume el estado de la situación, identifica brechas en la literatura y propone líneas futuras de investigación.

2.4. Conclusión metodológica

La combinación de una revisión crítica de la literatura y un análisis hermenéutico multidisciplinario permite una comprensión profunda y compleja de los fenómenos estudiados. Este enfoque sienta las bases para formular propuestas aplicadas y orientar futuras investigaciones que examinen cómo las políticas públicas y la educación ética pueden transformar los patrones de consumo y responsabilidad en pos de una paz más inclusiva y sostenible.

3. Consumo: Transformación y complejidad de la sociedad moderna

Como sostienen Michael Hardt y Antonio Negri, “El análisis de la constitución mixta de la gobernanza global debe complementarse con la investigación de la otra esfera, la de la producción y la reproducción, porque, incluso carentes de sincronía, cada esfera requiere el apoyo de la otra (2020, p. 83).

Efectivamente, la transformación de las sociedades modernas está estrechamente vinculada a la evolución del consumo y el consumismo. Este proceso no solo implica la evaluación de bienes y la construcción de identidades individuales, sino que constituye un fenómeno social global con profundas repercusiones económicas, culturales y políticas. La presente sección se organiza en tres apartados: primero se analizan las características del consumo y el consumismo (3.1); luego se abordan las principales perspectivas teóricas sobre la Industria Cultural (3.2); y finalmente se examina la “obligación de consumir” (3.3), considerando sus fundamentos ideológicos y sus implicaciones en la vida cotidiana.

3.1. Consumo y consumismo

En primer lugar, el siglo XX, caracterizado por un notable aumento en la opulencia, transformó la forma de evaluar bienes y de concebir al ser humano. La irrupción de medios como revistas, radio y cine- elementos identificados por Theodor Adorno y Max Horkheimer en la denominada industria

cultural-¹ no solo configuró los horarios de entretenimiento, sino que también orientó los deseos y aspiraciones de individuos y colectividades. Dicho de otra manera, el tiempo libre pasó a concebirse como tiempo de consumo, promoviendo la idea de que la adquisición de bienes es un acto privado, cuando en realidad se trata de un fenómeno social² con repercusiones económicas e incluso generadoras de conflictos.

Giovanni Sartori (2018) ilustra esta transformación al afirmar:

Lamentamos el hecho de que la televisión estimule la violencia, y también de que informe poco y mal, o bien de que sea culturalmente regresiva (como ha escrito Habermas). Esto es verdad. Pero es aún más cierto y aún más importante entender que el acto de telever está cambiando la naturaleza del hombre. (p. 11).

En otras palabras, Sartori destaca cómo la televisión no solo transmite información, sino que transforma la esencia misma del ser humano.

Por otro lado, Zygmunt Bauman (2007), que conceptualiza la *modernidad líquida*³ como una era en la que las estructuras sociales y económicas han perdido estabilidad, generando incertidumbre y precariedad en todos los ámbitos de la vida, define el consumismo como “un tipo de acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas o anhelos humanos en la principal fuerza de impulso y operación de la sociedad” (p. 47).⁴ Por lo tanto, el consumismo no solo parece responder a necesidades materiales, sino que también funciona como una herramienta para afrontar la ansiedad existencial. Además, la constante innovación de productos y experiencias refuerza una sensación de transitoriedad, en la que los consumidores buscan identidad y estabilidad a través del acto de comprar. Sin embargo, esta búsqueda rara vez conduce a una satisfacción duradera.

Desde una perspectiva complementaria, Adela Cortina (2002) sostiene que “el consumo es la dinámica central de la vida social” (p. 65), lo que refuerza la idea de que el consumo no es solo una actividad económica, sino un fenómeno que estructura relaciones sociales. Asimismo, Ulrich Beck (2010) advierte que la globalización del consumo ha configurado una “sociedad del riesgo”, en la que la interconexión de los mercados y la aceleración del consumo generan nuevas formas de vulnerabilidad. Finalmente, desde una perspectiva ética y global, Amartya Sen (2000) argumenta que el consumo debe analizarse en el marco del desarrollo humano y la justicia social, ya que las desigualdades en el acceso a bienes no solo afectan el bienestar de las personas, sino que también pueden propiciar e intensificar tensiones y conflictos.

¹ Véase Adorno, T. W. (2013). La industria cultural. Ilustración como engaño de masas. En *Dialéctica de la ilustración*. Obra completa (Vol. 3, pp. 133–181). Akal Editores.

² El punto de vista que asumimos, como diría Marcel Mauss, es que el consumo “es uno de esos fenómenos que proponemos llamar “totales”. Es religioso, mitológico y chamanístico... También es económico, ...” Véase Mauss, M. (2012) Ensayo sobre el don, (p, 153). Katz editores.

³ Véanse Bauman, Z. (2013). *La cultura en el mundo de la Modernidad Líquida*. Fondo de Cultura Económica de España. Y Bauman, Z. (2006). *Vida Líquida*. Paidós.

⁴ Para Zygmunt Bauman (2005) mantener en constante expansión la capacidad de consumo, es fundamental que los consumidores no tengan descanso. Es preciso mantenerlos en un estado de continua excitación, expuestos constantemente a nuevas tentaciones que refuercen su deseo y disipen cualquier recelo. Se suele afirmar que el mercado de consumo seduce a las personas, pero esta seducción solo es efectiva si los consumidores están predispuestos a ser cautivados y buscan activamente esa experiencia. En una sociedad de consumo bien ajustada, las personas transitan de una atracción a otra, sucumben ante nuevas tentaciones y saltan de un estímulo a otro, cada vez más intenso y llamativo que el anterior. Para quienes han interiorizado esta dinámica, el consumo deja de ser una opción y se convierte en una compulsión disfrazada de libre elección, una obligación que, aunque impuesta por el sistema, se experimenta como un acto voluntario.

De igual modo, la demanda insaciable de recursos naturales derivada del consumismo tiene claras implicaciones geopolíticas. En concreto, Jared Diamond (2024) afirma en *Colapso: Por qué unas sociedades perduran y otras desaparecen*, que la sobreexplotación de recursos ha sido determinante en el desmoronamiento de sociedades históricas, evidenciando que la competencia por recursos esenciales puede desencadenar conflictos. A su vez, Herbert Marcuse (2008), en *El hombre unidimensional*, sostiene que el consumismo fomenta una cultura homogénea que reprime el pensamiento crítico y perpetúa desigualdades, condiciones que pueden alimentar tensiones sociales. Por otra parte, Noam Chomsky y Edward S. Herman (2023) han demostrado que la manipulación mediática y las políticas económicas orientadas a la acumulación de capital fortalecen el poder de las élites, creando un ambiente propicio para conflictos internos e internacionales.⁵

Asimismo, esta dinámica se relaciona con un individualismo radical. Por ejemplo, Charles Baudelaire (2009), en *El pintor de la vida moderna*, anticipa la dicotomía entre lo efímero y lo duradero en la construcción de identidades, mientras que Jonathan Raban, citado por Harvey (2004), señala que “la identidad personal se ha vuelto dúctil, fluida, infinitamente abierta al ejercicio de la voluntad y la imaginación” (p. 18).⁶ De igual manera, Gilles Lipovetsky (2007) observa que “en el curso de unos decenios, la sociedad opulenta ha trastocado los estilos de vida y las costumbres” (p. 7), lo que evidencia cómo la contracultura liberó deseos y emociones, permitiendo la infiltración del consumismo en ámbitos como la familia, la religión, el trabajo y la política.⁷ Finalmente, Naomi Klein (2008) subraya que las marcas y la publicidad no solo moldean los deseos individuales, sino que configuran identidades en función de intereses corporativos, mientras que Michael Hardt y Antonio Negri (2005) sostienen que la globalización del consumo se traduce en una red de poder y control que refuerza la dominación de estructuras económicas globales.

3.2. Perspectivas Teóricas de la Industria Cultural

A continuación, se abordan las distintas posturas teóricas respecto a la Industria Cultural. En primer lugar, Theodor Adorno y Max Horkheimer (2013), desde la década de 1940, desarrollaron el concepto de industria cultural al identificar en medios como la radio, el cine y la televisión no solo un aporte cultural, sino también una amenaza, al convertir la cultura en mercancía. Es decir, Adorno destaca elementos como la estandarización, la serialización y el consumo de masas, afirmando que “los interesados en la industria cultural gustan de explicarla en términos tecnológicos... en realidad, es un círculo de manipulación y necesidad reactiva en el que la unidad del sistema se afianza cada vez más” (p. 134).

⁵ Chomsky, N. y Herman, E.S. afirman que la libertad de expresión es un valor en sí mismo que no necesita ser defendido por su contribución a un bien superior. Asimismo, y en contraste con la visión tradicional que presenta a la prensa como un agente independiente, implacable y comprometido con la búsqueda de la verdad, los autores argumentan que los medios cumplen un papel social distinto. En lugar de proporcionar al público la información necesaria para ejercer un control efectivo sobre el proceso político, su verdadera función es promover y defender la agenda económica, social y política de los grupos privilegiados que dominan el Estado y la sociedad. Para ello, emplean diversos mecanismos: la selección de temas, la distribución de intereses, la articulación de cuestiones, el filtrado de información y el control del énfasis, el tono y los límites del debate. Véase Noam Chomsky y Edward S. Herman, *Los guardianes de la libertad* (Austral, 2023), p. 341.

⁶ Para profundizar sobre el tema véase, entre otros, Godàs, X. (2005). *Postmodernismo: La imagen radical de la desactivación política*. El Roure.; Lyotard, J.-F. (2008). *La condición postmoderna*. Cátedra.; Foster, H. (Ed.). (2008). *La posmodernidad* (7ª ed.). Ediciones Kairós.; Anderson P. (2000). *Los orígenes de la posmodernidad*. Anagrama.

⁷ Véase Featherstone, M. (2000) *Cultura de consumo y posmodernismo*, Amorrortu; También Bauman, Z. (2010) *Mundo consumo*, Paidós.

Sin embargo, Walter Benjamin (2004) adoptó una postura optimista frente a la cultura de masas, lo que contrasta con la crítica de Adorno y Horkheimer. De igual modo, Edgar Morin (1966) enfatiza que la cultura es “un cuerpo complejo de normas, símbolos, mitos e imágenes que penetran en la intimidad del individuo, estructurando sus instintos y orientando sus emociones” (p. 21), y subraya que “para que la cultura industrial haya sido posible han sido necesarios muchos inventos técnicos, impulsados por el ánimo de lucro capitalista” (p. 30). En este contexto, Guy Debord, en *La sociedad del espectáculo* (2008), plantea que la mediatización de la vida social transforma la realidad en una representación, donde las imágenes y apariencias ocultan las relaciones de poder y la mercantilización de la experiencia cotidiana. Así, el consumo se convierte en una experiencia simbólica, más que en una necesidad material. La publicidad y los medios de comunicación crean una ilusión de satisfacción, promoviendo la compra como un acto de pertenencia y validación social. Sin embargo, esta dinámica refuerza la alienación del individuo, al convertir su identidad en una construcción basada en mercancías.

Por otra parte, desde una perspectiva marxista, Hans Magnus Enzensberger (1974) y Paolo Virno (2003) aportan que las nuevas tecnologías y la producción posfordista permiten romper el monopolio de los medios tradicionales. En concreto, Virno sostiene que “la multitud es un modo de ser... contiene en sí peligro y salvación, aquiescencia y conflicto” (pp. 26–27), lo que abre caminos hacia la innovación social y evidencia la ambivalencia inherente a los cambios culturales. A su vez, Saskia Sassen (2010) destaca que la globalización y el consumo masivo reconfiguran las dinámicas de poder en la economía global, generando exclusión y tensiones que se manifiestan en conflictos sociales y políticos.

En síntesis, estas perspectivas muestran que las industrias culturales no se limitan a transmitir la ideología dominante, sino que actúan como organizaciones económicas en constante expansión, impulsadas tanto por la innovación tecnológica como por la transformación digital de los productos culturales.

3.3. La Obligación de Consumir

Finalmente, se examina cómo, en la sociedad contemporánea, los deseos y exigencias de los individuos no surgen de manera espontánea, sino que son articulados y promovidos por la industria cultural a través de la publicidad. En otras palabras, la publicidad no solo vende productos, sino que comercializa imágenes, marcas, valores, símbolos, deseos y emociones, dotándolos de significados que trascienden su función material.⁸

Por ejemplo, Vicente Verdú (2007) puntualiza que “tal como proclaman los profesionales del marketing, la gente se imagina frecuentemente las marcas como si se tratara de personas... Las marcas han dejado de comportarse como símbolos inertes para establecer relaciones afectivas con los consumidores” (p. 111). De igual modo, Zygmunt Bauman (2010) sostiene que, aunque el consumidor goza de cierto control, “elegir es obligatorio y los límites dentro de los que se puede elegir no son negociables” (p. 209), lo que evidencia que el sistema de mercado se fundamenta en un alto nivel de consumo.⁹

⁸ Véase Severiano, M. de F. (2005). *Narcisismo y publicidad*. Siglo XXI Editores.

⁹ Ya en los años cincuenta el presidente norteamericano Eisenhower animó a los ciudadanos a “consumir cualquier cosa” por motivos patrióticos como forma de relanzar la economía del país. También lo hizo el exalcalde de Nueva York, Rudolph Giuliani y el entonces presidente de los EEUU George W. Bush tras los atentados del 11 de septiembre de 2001. Véase Seán, G. B. (2010). El consumo en tiempos de crisis: Una aproximación sociológica a la distribución del gasto en España. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 45, 1–24. Recuperado el 2 de septiembre de 2021, de

Asimismo, la dimensión ética del consumo ha sido analizada por Thomas Pogge (2005), quien argumenta que los patrones de consumo en los países desarrollados perpetúan la pobreza y la desigualdad, exacerbando tensiones y contribuyendo a conflictos. A su vez, Vandana Shiva (2006) advierte que el consumo irresponsable y la explotación de recursos naturales pueden derivar en degradación ambiental y conflictos por escasez, lo que refuerza la necesidad de una responsabilidad ética en la práctica consumista. De hecho, Shiva (2006) vincula la crisis ambiental con la globalización económica, argumentando que el modelo capitalista fomenta un *monocultivo del pensamiento*, es decir, una visión reduccionista del desarrollo basada en la acumulación y el crecimiento sin límites. En su trabajo, denuncia cómo las grandes corporaciones han privatizado semillas, recursos hídricos y biodiversidad, afectando especialmente a las comunidades rurales y campesinas que dependen de estos bienes comunes para su supervivencia. La destrucción de ecosistemas no solo genera conflictos ambientales, sino que también profundiza las desigualdades sociales.

De manera similar, la publicidad opera como transmisora de ideología. En concreto, M^a de Fátima Severiano (2005) señala que la actitud positiva del consumidor hacia un producto puede interpretarse desde dos enfoques: o bien el producto satisface una necesidad real, o la publicidad reconfigura las necesidades conforme a los intereses del mercado. Por consiguiente, John Kenneth Galbraith (2014) subraya que cuestionar estas relaciones es esencial para comprender las dinámicas del mercado y las implicaciones éticas de la publicidad.¹⁰

Finalmente, si el sistema de producción demanda altos niveles de producción, se impone la obligación de consumir, lo que conduce a la conformidad ante mercados laborales precarios. En otras palabras, el consumo se convierte en una estrategia para buscar certidumbre y autoconfianza, reforzando un ciclo en el que la ideología publicitaria y la necesidad de pertenencia se imbrican en la vida cotidiana.

3.4. Conclusión de la Sección

En resumen, el análisis del consumo y del consumismo —desde su papel en la construcción de identidades hasta la imposición de un imperativo de consumo— revela la complejidad de un fenómeno que trasciende lo individual para alcanzar dimensiones sociales y culturales profundas. Así pues, la evolución de la Industria Cultural y la transformación de la publicidad han reconfigurado el significado de consumir, pasando de ser un derecho a constituir un imperativo moral. Por lo tanto, comprender estos procesos es esencial para desentrañar las dinámicas de poder, control e identidad en la sociedad contemporánea, y para promover una ética del consumo que contribuya a la paz y a la justicia global.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950241001>. En España, el presidente de Cataluña, José Montilla instó en 2008 a consumir aludiendo que “Esta gente que puede consumir o que se tiene que cambiar el coche lo tendría que hacer, o la gente que necesita una vivienda y tiene recursos para hacerlo la debería comprar porque, seguramente, haciendo estas cosas está contribuyendo a que su hijo o su vecino mantengan su trabajo”. Véase Garriga, J. (2008, 27 de noviembre). Montilla insta a consumir en Navidad para así salvar puestos de trabajo. *El País*. Recuperado el 1 de septiembre de 2021, de https://elpais.com/diario/2008/11/27/catalunya/1227751644_850215.html.

¹⁰ John Kenneth Galbraith (2014) desarrolla el concepto de dependencia creada para explicar cómo la publicidad y el marketing generan artificialmente nuevas necesidades. Según su análisis, en las sociedades de consumo avanzadas, la producción no responde a demandas reales de los consumidores, sino que las empresas crean el deseo por productos a través de estrategias publicitarias. Este modelo económico genera una espiral de consumo donde la insatisfacción permanente se convierte en el motor del crecimiento, beneficiando a las grandes corporaciones mientras refuerza desigualdades económicas.

4. Responsabilidad: Interrelaciones, Ética y Agencias Compartidas en el Contexto Global

El acelerado proceso de globalización y la creciente complejidad de las cadenas de producción han transformado el rol del consumo en la configuración de conflictos y en la generación de impactos sociales y ambientales. En otras palabras, el consumo ya no se entiende únicamente como un acto económico, sino como un fenómeno que condiciona prácticas productivas y repercute en la esfera social y ambiental. Dicho de otra manera, resulta imprescindible analizar la articulación de la responsabilidad individual y colectiva en un contexto global, donde las cadenas de suministro atraviesan múltiples países y marcos regulatorios. A partir de esto, se parte de la hipótesis de que la responsabilidad se configura como una agencia compartida entre consumidores, corporaciones y Estados.

En esta línea, Amartya Sen (2000) afirma que “El debate público y la participación social son, pues, fundamentales para la elaboración de la política económica y social en un sistema democrático.” (p. 141), lo que sugiere que un debate sobre consumo ético puede contribuir a reducir desigualdades y, por ende, a prevenir conflictos. De igual modo, como hemos apuntado con anterioridad, Ulrich Beck (2010) advierte que la globalización del consumo ha configurado una “sociedad del riesgo”, en la que las consecuencias de las decisiones individuales se expanden a escala global, exigiendo marcos de gobernanza que mitiguen dichos daños.

4.1. Interconexiones

En primer lugar, la interrelación entre consumo, explotación laboral, cambio climático y conflictos bélicos ha generado una demanda creciente de supervisión sobre los procesos de producción global. Es decir, tanto Estados, corporaciones como consumidores deben considerar las implicaciones sociales y ambientales de sus acciones.¹¹ Sin embargo, los discursos en favor del consumo ético a menudo resultan ambiguos respecto a sus fundamentos normativos y mecanismos de implementación.¹² Por consiguiente, es fundamental analizar cómo se distribuye el valor agregado – que, según el World Investment Report 2020 de UNCTAD, representa aproximadamente una cuarta parte del PIB mundial– y cómo se reparte la responsabilidad ante los perjuicios derivados de este modelo de producción. En este sentido, resulta conveniente tener presente la perspectiva de John Galtung (2017), quien, a través de su concepto de “violencia estructural”, evidencia cómo el consumismo y la globalización generan desigualdades que se traducen en tensiones y conflictos a escala internacional.

Así mismo, Immanuel Wallerstein (2005) sostiene que la globalización, presente desde el siglo XVI, ha adquirido nuevas escalas y dimensiones de conflicto; los avances tecnológicos y las

¹¹ Este cambio de importancia del consumo tiende a generar movimientos de *boicot* y *buycotts*. Por *boicot* se entiende evitar deliberadamente o amenazar con evitar ciertos productos y empresas. Por *buycotts*, preferir o señalar una preferencia potencial a favor de empresas y productos que cumplen con algunos requisitos o criterios de excelencia ética. En este sentido véase Friedman, M. (1999) *Consumers Boycotts*, Routledge. Este cambio de importancia del consumo tiende a generar movimientos de *boicot* y *buycotts*. Por *boicot* se entiende evitar deliberadamente o amenazar con evitar ciertos productos y empresas. Por *buycotts*, preferir o señalar una preferencia potencial a favor de empresas y productos que cumplen con algunos requisitos o criterios de excelencia ética. En este sentido véase Friedman, M. (1999) *Consumers Boycotts*, Routledge.

¹² Véase Miller, D. (2001). Distributing responsibilities. *The Journal of Political Philosophy*, 9(4). Recuperado el 20 de septiembre de 2021, de https://people.brandeis.edu/~teuber/Miller_Distributing_Responsibilities-12-11-13-07-03.pdf

modificaciones en las políticas comerciales han reconfigurado la producción: mientras la mano de obra se ofrece a bajo costo, el valor agregado se concentra en naciones más ricas. En otras palabras, cada decisión de compra se inserta en una red compleja de extracción, producción y distribución que trasciende fronteras, aumentando la responsabilidad moral del consumidor.

De igual modo, diversos estudios han vinculado las condiciones laborales en países como China, Vietnam y Bangladesh –donde se debaten temas como salario mínimo, seguridad y trabajo infantil– con consecuencias en términos de violencia, criminalidad y deterioro ambiental.¹³ Por ello, activistas y teóricos como Thomas Pogge (2005) han exigido evitar el uso de recursos naturales “manchados de sangre”, posicionando la responsabilidad ética del consumidor como central para enfrentar conflictos armados e injusticias estructurales.

4.2. La Ética de John Dewey

El pensamiento pragmático de John Dewey¹⁴ ha transitado de una visión de paz impuesta por élites a una perspectiva más inclusiva en la que intervienen diversos actores, incluidos los consumidores.¹⁵ En efecto, Dewey subraya la importancia de desarrollar soluciones concretas para situaciones particulares, en lugar de aplicar respuestas preestablecidas. Tal como afirma,

Lo mismo que en la ciencia la cuestión del avance del conocimiento es una cuestión de saber qué hacer, qué experimentos llevar a la práctica, qué aparato inventar y emplear, qué cálculos realizar, qué ramas de la matemática emplear o perfeccionar, así también el problema de la práctica consiste en saber qué es lo que necesitamos conocer, cómo obtendremos ese conocimiento y cómo lo aplicaremos. (Dewey, 1952, p. 33).

De igual modo, Dewey enfatiza que el conocimiento no es un fin en sí mismo, sino una herramienta para resolver problemas reales. Por ejemplo, Catalán (2001) recuerda que es necesario “dejar de ser un mero espectador del espectáculo universal” para asumir el rol de actor comprometido con el entorno. Así pues, la práctica ética requiere de una teoría de la práctica suficientemente definida para operar en el ensayo experimental y asegurar la integración en la experiencia real (Dewey, 1952, p. 223).

4.3 La Responsabilidad Individual y Colectiva Frente al Mercado

Finalmente, es crucial analizar la implicación moral de cada decisión de compra. En primer lugar, Shelly Kagan (2011) argumenta que “incluso la posibilidad de contribuir a un daño debería motivar la abstención de realizar dicho acto” (p. 89), lo que sugiere que, a pesar de la aparente insignificancia

¹³ A pesar de que las denuncias de conflictos medioambientales han ido en aumento en todo el mundo, véase Atlas de Justicia Ambiental (n.d.; Recuperado el 15 de agosto de 2021, de <https://ejatlas.org>), según un boletín de 2018 de las Naciones Unidas, los recursos naturales causaron más del 40% de las guerras en los últimos sesenta años (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2018; Recuperado el 15 de agosto de 2021, de <https://news.un.org/es/story/2018/10/1443762>).

¹⁴ La línea pragmática a seguir sería la de John Dewey, la cual sugiere, a diferencia del liberalismo tradicional, que el individuo no es solo una entidad que compete con los demás sino que forma parte de una unidad orgánica. Siendo la libertad no simple falta de restricción sino participación en la vida social y política. Por tanto, una sociedad armónica nunca puede darse persiguiendo sus intereses particulares. Véase Dewey, J. (2004). *La opinión pública y sus problemas*. Ediciones Morata.

¹⁵ Véase Bargués, P. (2021). Cuando la paz depende de los objetos cotidianos. *Revista de Estudios de Seguridad Internacional*, 7(1). Recuperado el 7 de agosto de 2021, de <http://www.seguridadinternacional.es/resi/index.php/revista/article/view/346>

de un acto individual, cada decisión tiene consecuencias en el contexto global. En consecuencia, la complejidad de la producción global obliga a construir colectivos capaces de asumir responsabilidades morales compartidas.

De manera similar, Raimo Tuomela y Kaarlo Müller (1988) sostienen que la participación en un grupo –incluso con comunicación limitada– permite atribuir responsabilidad a sus miembros, siempre que algunos contribuyan directamente a la acción dañina y otros faciliten o no prevengan sus consecuencias (pp. 103–104). Así mismo, Marion Smiley (2017) distingue entre responsabilidad colectiva y responsabilidad compartida, enfatizando que la implicación moral de cada miembro es fundamental para guiar acciones prospectivas, en línea con el pragmatismo de Dewey (p. 45).

Por otro lado, Naomi Klein (2008) destaca que la transformación del mercado depende de la capacidad de los consumidores para organizarse y presionar por modelos de negocio más justos,¹⁶ mientras que Vandana Shiva (2006) alerta de que el consumo irresponsable perpetúa injusticias y conflictos derivados de la explotación de recursos naturales. De igual modo, desde una perspectiva crítica, Lisa Herzog (2021) argumenta que los mercados no solo influyen en la vida social, sino que también co-determinan valores fundamentales como la libertad, la justicia y la solidaridad (p. 112). Sin embargo, Milton Friedman (1970) sostiene que incorporar fines sociales en la actividad empresarial equivale a una forma de “socialismo puro”, advirtiendo que tales ideas socavan la base de una sociedad libre.¹⁷ Por consiguiente, Luisa Leonini (2008) subraya que el consumo puede transformarse en un acto ético orientado hacia la solidaridad y la defensa de los derechos humanos, abriendo la posibilidad de reconfigurar el mercado hacia modelos más responsables.

Además, Immanuel Wallerstein (2000) advierte sobre el origen posmoderno de las cadenas de producción, resaltando que los productos cruzan fronteras de manera continua y están regulados por los Estados, lo que invita a cuestionar la efectividad de las acciones individuales para transformar un sistema tan interconectado. En este sentido, autores como Toni Erskine (2014) y Bill Wringe (2014) han abogado por la organización de los consumidores en colectivos para contrarrestar las injusticias derivadas de las cadenas productivas globalizadas. Asimismo, Thomas Pogge (2005) señala que las estructuras económicas globales refuerzan desigualdades sistémicas, lo que exige replantear la responsabilidad moral de los mercados en la lucha contra la pobreza y la exclusión.¹⁸

¹⁶ Naomi Klein (2008) alude en *No Logo* a cómo las grandes marcas han convertido el consumo en un acto identitario, influyendo en la cultura juvenil y en los movimientos sociales. Argumenta que las corporaciones han externalizado la producción a países con condiciones laborales precarias, priorizando el marketing sobre la calidad del producto. Su crítica al *branding* empresarial revela cómo la imagen de una marca puede ocultar prácticas de explotación y violaciones a los derechos humanos, mientras vende un estilo de vida aspiracional.

¹⁷ Milton Friedman (1970) es uno de los mayores exponentes del neoliberalismo y defensor del libre mercado como principio rector de la sociedad. En su influyente ensayo *The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits*, argumenta que la única responsabilidad de las empresas es maximizar beneficios para sus accionistas, rechazando cualquier tipo de intervención estatal o regulación ambiental. Sus ideas han sido fundamentales para las políticas económicas neoliberales, aunque han sido criticadas por promover una visión reduccionista de la economía, ignorando sus impactos sociales y ecológicos.

¹⁸ Para Thomas Pogge, el problema de la pobreza y la exclusión se fundamenta en la creencia de que en nuestras manos reside la capacidad de salvar vidas o, en su defecto, permitir que se pierdan. Sin embargo, según el autor, es menos común enfrentar la idea de que, a través de nuestras decisiones de consumo, no solo evitamos que algunas personas sufran, sino que, de manera indirecta, contribuimos a que otras mueran de hambre. Asimismo, Pogge sostiene que, en un mundo interconectado, es poco plausible que la precariedad de los más desfavorecidos se deba únicamente a factores locales, ni que el sistema de consumo actual, con todas sus dinámicas globales, sea el óptimo. Por ello, afirma que es imperativo trabajar de forma interdisciplinaria y transfronteriza para idear e implantar soluciones integrales que transformen nuestro sistema de consumo, fomentando la paz, la equidad y la justicia global. Véase Pogge, T. (2005). Erradicar la pobreza estructural: Defensa de un dividendo global de recursos. En *La pobreza en el mundo y los derechos humanos* (pp. 249–271). Paidós.

Por otra parte, el impacto del consumo en la militarización y en las políticas de intervención global es ineludible. En concreto, Arundhati Roy (2002) ha señalado que la interconexión entre capitalismo global, consumismo y militarización genera dinámicas que legitiman intervenciones militares para proteger intereses económicos, intensificando la desigualdad y la represión. De hecho, la autora afirma contundentemente que “El pueblo no suele ganar las guerras; los gobiernos no suelen perderlas” (p. 42). De igual manera, David Harvey (2007) refuerza esta idea al afirmar que el neoliberalismo ha incentivado la militarización como mecanismo de control económico y político. Así pues, los consumidores pueden ejercer influencia mediante boicots y la preferencia por alternativas que no sustenten la economía de guerra, resaltando la importancia de la organización colectiva en la transformación del mercado.¹⁹

4.3. Conclusión de la Sección

En resumen, la revisión de las diversas aproximaciones teóricas evidencia que la responsabilidad en el contexto de la globalización no puede limitarse a un solo nivel—individual, colectivo o institucional—sino que se configura como un entramado en el que cada actor puede intervenir para corregir desequilibrios existentes. Así pues, el pragmatismo de Dewey nos insta a pasar de la pasividad a la acción, mientras que las propuestas de responsabilidad compartida invitan a la organización de los consumidores frente a prácticas nocivas en las cadenas de suministro. Por lo tanto, aunque la magnitud de la producción global dificulta atribuir la responsabilidad a un único consumidor, la suma de decisiones éticas articuladas en marcos colectivos puede impulsar cambios significativos, transformando el mercado en un espacio donde se integren valores de justicia, solidaridad y sostenibilidad.

5. Globalización: Un Proceso Contradictorio de Interconexión y Exclusión

La globalización es un fenómeno complejo y polifacético que, pese a la aparente disolución de las fronteras nacionales, sigue generando respuestas identitarias y formas de exclusión. En otras palabras, aunque el mundo se percibe cada vez más como un sistema interconectado, las desigualdades estructurales y las deficiencias en la gobernanza propician respuestas tribalistas y fragmentarias. Dicho de otra manera, la globalización ofrece oportunidades de integración, pero también intensifica tensiones y exclusiones. A continuación, se examinan tres ejes analíticos: la definición y crítica, la configuración de la economía mundial y los conflictos emergentes.

5.1. Definición y Crítica

En primer lugar, en el debate sobre la globalización se han ofrecido diversas definiciones que, si bien resaltan la interdependencia global, evidencian contradicciones respecto a su homogeneidad. Por ejemplo, Alan Touraine (2001) argumenta que “la globalización no existe” como entidad uniforme, sugiriendo que se trata de un constructo ideológico que enmascara realidades muy dispares. Es decir,

¹⁹ Harvey (2007) sostiene que, en un sistema neoliberal, el papel de Estado consiste en crear y preservar un marco institucional que garantice la calidad e integridad del dinero. Y que para ello, debe disponer las funciones y estructuras militares, defensivas, policiales y legales necesarias para asegurar los derechos de propiedad privada y garantizar, en caso necesario mediante el uso de la fuerza, el correcto funcionamiento de los mercados.

pese al incremento de intercambios comerciales y financieros, la globalización se manifiesta de forma desigual, generando exclusiones en distintos contextos.

Asimismo, Octavio Ianni (2001) conceptualiza la globalización como “un proceso histórico-social de vastas proporciones” (p. 85), enfatizando que su impacto trasciende lo económico para afectar la forma de pensar, la cultura y las relaciones de poder. De igual modo, Anthony Giddens (2001) propone que la globalización no tiene que ver únicamente con el mercado económico, sino que implica transformaciones profundas en las instituciones mundiales y en la vida cotidiana. A su vez, Arjun Appadurai (2001) amplía el debate al destacar los flujos culturales, la migración de ideas y la hibridación de identidades, lo que sugiere que la globalización genera un escenario en el que la diversidad cultural convive —y a veces choca— con la imposición de valores hegemónicos.²⁰ En conjunto, estas perspectivas evidencian que la globalización es un proceso contradictorio que, aunque fomenta la interconexión, también acentúa tensiones y desigualdades, cuestionando la idea de un mundo verdaderamente sin fronteras.

5.2. Economía Mundial

Por otro lado, la revolución tecnológica de las últimas cuatro décadas ha impulsado una integración global bajo la lógica del capitalismo de la información.²¹ En otras palabras, este proceso ha permitido que prácticamente todos los países formen parte de una red económica interconectada, en la que la información y la tecnología se han convertido en motores fundamentales de productividad. Es decir, la transformación del valor de las materias primas y de la producción, junto con la intensificación en la capacidad de procesamiento y generación de conocimiento, han reconfigurado la economía mundial.

Sin embargo, la distribución desigual de infraestructuras tecnológicas y el acceso a la información han llevado a una concentración del poder económico en determinados países y corporaciones, exacerbando las brechas entre el norte y el sur global. En efecto, Manuel Castells (2000) argumenta que la globalización se manifiesta especialmente en actividades estratégicas— como el mercado financiero y los medios de comunicación—mientras que la creación de empleo a nivel mundial es limitada, lo que intensifica las desigualdades. Además, la desregulación de los mercados financieros en la década de 1980 facilitó la formación de oligopolios y la creación de productos financieros complejos, configurando lo que algunos analistas denominan una “economía global criminal”, en la que circulan enormes sumas de dinero a través de actividades ilícitas.

De igual modo, la fragmentación de la producción, junto con la movilidad rápida del capital, genera escenarios en los que ciertos sectores prosperan mientras otros quedan rezagados, contribuyendo a la precarización laboral y a la polarización económica.²² Así pues, Robert Castel (2001) advierte que esta precarización debilita la solidaridad y las negociaciones colectivas,

²⁰ Arjun Appadurai (2001) introduce el concepto de *paisaje* (p. 46) para explicar cómo el consumo globalizado ha fragmentado las identidades nacionales, permitiendo la emergencia de nuevas formas de hibridación cultural. Según su perspectiva, los bienes de consumo no solo cumplen una función utilitaria, sino que se convierten en símbolos de estatus y pertenencia en un mundo interconectado. Este fenómeno, impulsado por la globalización y la tecnología, desafía las nociones tradicionales de identidad y transforma la manera en que los individuos se relacionan con su entorno.

²¹ Véase Castells, M. (2000). Globalización, sociedad y política en la era de la información. *Bitácora Urbano Territorial*, 4(1), 42–53. Recuperado el 20 de septiembre de 2021, de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/bitacora/article/view/18812>.

²² Sobre la minusvaloración y movilización del ciudadano posmoderno a causa de las relaciones laborales, véase Sennett, R. (2006), *La corrosión del carácter*. Anagrama.

evidenciando una transformación en la organización del trabajo que favorece la individualización y el debilitamiento de las redes de protección social.

5.3. Conflictos Emergentes

Finalmente, la globalización neoliberal ha tenido profundas implicaciones en la soberanía y legitimidad de los Estados nación. En otras palabras, la pérdida de control sobre la economía, los medios de comunicación y la circulación de capitales ha llevado a una dependencia creciente de los mercados internacionales, limitando la capacidad de los Estados para intervenir eficazmente en sus propias economías y generando tensiones internas cuando la ciudadanía percibe la incapacidad de su gobierno para garantizar un equilibrio social y económico.

Por ejemplo, Saskia Sassen (2015) sostiene que la globalización no solo intensifica la desigualdad, sino que también da lugar a un proceso de “expulsión”, en el que amplios sectores de la población mundial quedan marginados de la economía formal, condenados a la precarización extrema o forzados a desplazarse en busca de condiciones mínimas de subsistencia.²³ De igual modo, esta dinámica responde a la lógica del capitalismo financiero, que prioriza la acumulación de riqueza y el control corporativo sobre los recursos, generando nuevas formas de exclusión estructural.

Así mismo, las conclusiones de Saskia Sassen se complementan con las de Thomas Piketty (2014), quien demuestra que la concentración de la riqueza en manos de una élite global ha acentuado las fracturas sociales, haciendo que la desigualdad alcance niveles comparables a los del siglo XIX. Por consiguiente, sin una intervención política que regule la acumulación descontrolada del capital, las democracias corren el riesgo de convertirse en sistemas oligárquicos donde el poder económico prevalece sobre la soberanía popular. De manera similar, Immanuel Wallerstein (2005) sostiene que el capitalismo global ha perpetuado un “sistema-mundo” en el que las economías periféricas quedan subordinadas a las necesidades de los centros de poder; para Wallerstein, la globalización no representa una oportunidad equitativa para todos los países, sino una reorganización del sistema capitalista en la que la explotación de recursos y mano de obra en el Sur Global sostiene el nivel de vida en el Norte.

Además, la competencia por recursos naturales, exacerbada por el consumismo, es un factor crítico en la generación de conflictos. En concreto, Jared Diamond (2024) argumenta en *Colapso* que la sobreexplotación de recursos ha sido determinante en el colapso de sociedades históricas, lo cual se refleja en tensiones actuales por el acceso a recursos esenciales. Por último, Mary Kaldor (2004, 2011) aporta una visión innovadora sobre la transformación de los conflictos en la era de la globalización, señalando que los conflictos contemporáneos presentan un carácter global alterado, producto de la erosión de la legitimidad estatal y la creciente interconexión transnacional. Kaldor argumenta que el resurgimiento del nacionalismo está vinculado a la privatización de la violencia y la pérdida de cohesión social, evidenciando que la construcción de identidades se ha convertido en un factor central para la movilización de conflictos. En conjunto, estas perspectivas subrayan la necesidad de reconstruir la legitimidad democrática y promover una participación inclusiva que contrarreste la exclusión y la fragmentación global.

²³ Saskia Sassen sostiene que la adquisición de tierras por parte de gobiernos y empresas extranjeras es un fenómeno que data de siglos atrás, pero que ha cobrado un ritmo acelerado desde 2006. En este marco, las declaraciones del presidente de EE.UU., Donald Trump, sobre negociar acuerdos con Ucrania para la explotación de tierras raras, así como su interés en adquirir Groenlandia, forman parte de esta tendencia histórica. Ambos casos evidencian que la apropiación de tierras sigue siendo una estrategia de poder vinculada a los intereses económicos y geopolíticos de los Estados y sus empresas.

5.4. Conclusión de la Sección

En definitiva, el análisis de la globalización evidencia que, a pesar de la aparente desaparición de las fronteras nacionales, persisten procesos de exclusión y desigualdad que generan respuestas identitarias y conflictos. Así pues, las diversas perspectivas teóricas—desde la crítica radical de Touraine hasta las aproximaciones transformadoras de Manuel Castells y Anthony Giddens—demuestran que la globalización ofrece tanto oportunidades como desafíos. Por consiguiente, la incapacidad de las instituciones para ejercer una gobernanza efectiva, junto con la creciente interdependencia de las economías, se traduce en precarización laboral, surgimiento de economías ilícitas y fragmentación social. Por lo tanto, abordar estos desafíos requerirá la integración de políticas públicas que reconozcan la complejidad del fenómeno y promuevan un equilibrio entre la apertura global y la protección de las identidades y derechos locales.²⁴

6. Conclusiones y reflexiones prácticas

El análisis realizado en este estudio evidencia que los procesos de paz y conflicto en el mundo contemporáneo son fenómenos inherentemente complejos y dinámicos, en los que la noción de “pases imperfectas” invita a abandonar la búsqueda de soluciones definitivas.²⁵ Esta perspectiva conduce al replanteamiento de estrategias tradicionales, reconociendo que la paz no se alcanza únicamente mediante la eliminación de la violencia, sino a través de la transformación de las estructuras sociales, políticas y económicas que generan desigualdades.

Desde un punto de vista práctico, el estudio destaca varias implicaciones fundamentales:

- Renovación de los mecanismos de gobernanza: Los hallazgos subrayan la necesidad de modernizar las instituciones públicas para regular el flujo de información y capital, siguiendo las propuestas de Josep M. Colomer y Ashley L. Beale (2021) y Ulrich Beck (2005, 2010). Esto implica desarrollar marcos normativos que integren la responsabilidad compartida y la mutualización de riesgos, permitiendo respuestas más efectivas ante la polarización y fragmentación social. Se proponen, por ejemplo, la creación de organismos de supervisión intergubernamentales y mecanismos de transparencia financiera a nivel global.
- Fomento de una ética del consumo y de la responsabilidad individual y colectiva: La interdependencia global hace evidente que cada decisión de consumo tiene implicaciones éticas que trascienden lo individual. Es imperativo impulsar iniciativas de consumo ético y responsabilidad social corporativa a través de campañas educativas y la formación de redes de cooperación que empoderen a los consumidores para presionar a productores e instituciones en favor de prácticas más justas y sostenibles.
- Replanteamiento de la intervención estatal en la regulación de mercados: Se recomienda establecer impuestos diferenciados para productos cuya producción o distribución genere impactos negativos significativos en el medio ambiente o en los derechos humanos.

²⁴ Según los datos recopilados por el *Stockholm International Peace Research Institute* (SIPRI), el año pasado Asia y Oceanía invirtieron 528.000 millones de dólares (unos 450.187 millones de euros) en dotación para sus ejércitos. Véase Vidal Liy, M. (2021, 18 de septiembre). Más munición en una Asia que se rearma. *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/internacional/2021-09-18/mas-municion-en-una-asia-que-se-rearma.html>.

²⁵ Para profundizar sobre este tema, véase Jiménez Arenas, J. M., Comins Mingol, I., et al. (2013). *Paces imperfectas. Ante un mundo diverso y plural*. En *Filosofías y praxis de la paz* (pp. 59–120). Icaria.

Asimismo, los gobiernos deben incentivar modelos de economía circular que reduzcan la generación de residuos y favorezcan la reutilización y el reciclaje, además de mejorar las políticas laborales para evitar la precarización derivada de la globalización.

- Incorporación de la educación para la paz en los modelos de formación: Se sugiere incluir en los planes educativos programas sobre ética del consumo y responsabilidad global, con un enfoque interdisciplinario que aborde la intersección entre economía, sociología y derechos humanos. La formación en pensamiento crítico respecto al impacto del consumo puede empoderar a las nuevas generaciones para tomar decisiones más informadas y comprometidas con la justicia social.

6.1. Líneas futuras de investigación

Dado que los procesos de consumo y globalización continúan evolucionando, es fundamental explorar nuevas áreas de estudio que permitan consolidar estrategias de intervención más efectivas:

- Impacto de las nuevas tecnologías en la ética del consumo: Analizar cómo las plataformas digitales, el comercio electrónico y la inteligencia artificial están redefiniendo las decisiones de compra y la distribución de la responsabilidad global.
- Evaluación de iniciativas de consumo ético a gran escala: Realizar estudios comparativos entre países o regiones que hayan implementado políticas de fomento al consumo responsable, evaluando su impacto en la reducción de desigualdades y conflictos.
- Interacciones entre sostenibilidad ambiental y justicia social: Investigar cómo la crisis climática y los modelos de producción afectan de manera diferencial a comunidades vulnerables, generando nuevas dinámicas de exclusión y conflicto.
- Relación entre globalización económica y movimientos de resistencia: Examinar el papel de movimientos sociales, redes de consumidores y organizaciones de la sociedad civil en la transformación de los mercados y en la construcción de modelos alternativos de desarrollo.

7. Conclusión final

El análisis realizado evidencia que las dinámicas de consumo, responsabilidad y globalización constituyen ejes fundamentales en la configuración de conflictos y en las posibilidades de construir una paz sostenible y equitativa. A diferencia de enfoques tradicionales que definen la paz como la mera ausencia de violencia, este estudio propone una mirada integral que incluye factores estructurales y culturales. La transformación social en clave de paz dependerá, en última instancia, de la capacidad de articular un compromiso ético colectivo que integre una gobernanza renovada, una ética del consumo robusta y una reconfiguración de la soberanía en el ámbito internacional. Solo mediante un compromiso activo y coordinado entre individuos, Estados y organizaciones se podrá avanzar hacia un orden internacional que promueva la paz y la justicia global.

Referencias bibliográficas:

Obras impresas, capítulos y artículos de revista:

- Adorno, T. W. (2013). La industria cultural. Ilustración como engaño de masas. En *Dialéctica de la ilustración. Obra completa (Vol. 3, pp. 133–181)*. Akal Editores.
- Anderson, P. (2000). *Los orígenes de la posmodernidad*. Anagrama.
- Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada. Dimensiones Culturales de la Globalización*. Ediciones Trilce
- Baudelaire, C. (2009). *El pintor de la vida moderna*. Taurus.
- Bauman, Z. (2005). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Gedisa.
- Bauman, Z. (2006). *Vida Líquida*. Paidós.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2010). *Mundo consumo*. Paidós.
- Bauman, Z. (2013). *La cultura en el mundo de la Modernidad Líquida*. Fondo de Cultura Economica de España.
- Beck, U. (2005). *La mirada cosmopolita o la guerra es la paz*. Paidós.
- Beck, U. (2010). *La sociedad del riesgo*. Paidós.
- Benjamin, W. (2004). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Itaca.
- Castel, R. (2001). Empleo, exclusión y las nuevas cuestiones sociales. En *Desigualdad y globalización. Cinco conferencias (pp. 15–23)*. Manantial.
- Catalán, M. (2001). Una presentación de John Dewey. *Revista de Filosofía*, 22, 127–134.
- Chomsky, N., & Herman, E. S. (2023). *Los guardianes de la libertad*. Austral.
- Colomer, J. M., & Beale, A. L. (2021). *Democracia y globalización*. Anagrama.
- Cortina, A. (2002). *Por una ética del consumo*. Taurus.
- Debord, G. (2008). *La sociedad del espectáculo. Pre-textos*
- Dewey, J. (1952). *La búsqueda de la certeza*. Fondo de Cultura Económica.
- Dewey, J. (1993). *La reconstrucción de la filosofía*. Planeta–Agostini.
- Dewey, J. (2004). *La opinión pública y sus problemas*. Ediciones Morata.
- Diamond, J. (2024). *Colapso: Por qué unas sociedades perduran y otras desaparecen*. Debolsillo.
- Enzensberger, H. M. (1974). *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Anagrama.
- Erskine, T. (2014). Coalitions of the willing and responsibilities to protect: Informal associations, enhanced capacities, and shared moral burdens. *Ethics & International Affairs*, 28(1), 115–145.
- Featherstone, M. (2000). *Cultura de consumo y posmodernismo*. Amorrortu.
- Foster, H. (Ed.). (2008). *La posmodernidad (7ª ed.)*. Ediciones Kairós.
- Friedman, M. (1999). *Consumers boycotts*. Routledge.
- Galbraith, J. K. (2014). *La sociedad opulenta*. Ariel.
- Giddens, A. (2001). Ciencias sociales y globalización. En *Desigualdad y globalización. Cinco conferencias (pp. 127–140)*. Manantial.
- Godàs, X. (2005). *Postmodernismo: La imagen radical de la desactivación política*. ElRoure.
- Hardt, M., & Negri, A. (2005). *Imperio*. Ediciones Paidós.
- Harvey, D. (2004). *La condición de la posmodernidad*. Amorrortu.
- Harvey, D. (2007). *Breve historia del neoliberalismo*. Akal.
- Ianni, O. (2001). Las ciencias sociales y la modernidad-mundo. En *Desigualdad y globalización. Cinco conferencias (pp. 81–118)*. Manantial.
- Jiménez Arenas, J. M., Comins Mingol, I., et al. (2013). *Paces imperfectas. Ante un mundo diverso y plural*. En *Filosofías y praxis de la paz (pp. 59–120)*. Icaria.

- Kagan, S. (2011). Do I make a difference? *Philosophy & Public Affairs*, 39(2), 105–141.
- Klein, N. (2008). *No logo*. Labutxaca.
- Leonini, L., & Sassatelli, R. (2008). *El consumo crítico*. Editori Laterza.
- Lipovetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica*. Anagrama.
- Liotard, J.-F. (2008). *La condición postmoderna*. Cátedra.
- Marcuse, H. (2008). *El hombre unidimensional*. Ariel.
- Mauss, M. (2012). *Ensayo sobre el don*. Katz Editores.
- Miller, D. (2001). Distributing responsibilities. *The Journal of Political Philosophy*, 9(4), 427–445.
- Morin, E. (1966). *La industria cultural*. En *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas*. Taurus.
- Piketty, T. (2014). *El capital en el siglo XXI*. Fondo de Cultura Económica.
- Pogge, T. (2005). *La pobreza en el mundo y los derechos humanos*. Paidós.
- Roy, A. (2002). *El álgebra de la justicia infinita*. Anagrama.
- Sartori, G. (2018). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. deBolsillo.
- Sassen, S. (2010). *Una sociología de la globalización*. Katz Editores.
- Sassen, S. (2015). *Expulsión: Brutalidad y complejidad en la economía global*. Katz Editores.
- Sen, A. (2000). *Desarrollo y libertad*. Planeta.
- Sennett, R. (2006). *La corrosión del carácter*. Anagrama.
- Severiano, M. F. V. (2005). *Narcisismo y publicidad*. Siglo XXI.
- Shiva, V. (2006). *Manifiesto para una democracia de la tierra: Justicia, sostenibilidad y paz*. Ediciones Paidós.
- Touraine, A. (2001). El fin de la ola liberal. En *Desigualdad y globalización. Cinco conferencias* (pp. 29–42). Manantial.
- Tuomela, R., & Müller, K. (1988). We-intentions. *Philosophical Studies*, 53(3), 367–389.
- Verdú, V. (2007). *Yo y tú, objetos de lujo*. deBolsillo.
- Virno, P. (2003). *Gramática de la multitud. Traficantes de sueños*.
- Wallerstein, I. (2000). Introduction to special issue on commodity chains in the world economy, 1590 to 1790. *Review*, 23(1).
- Wallerstein, I. (2005). *Análisis del sistema-mundo*. Siglo XXI.
- Wringe, B. (2014). From global collective obligations to institutional obligations. *Midwest Studies in Philosophy*, 38(1), [páginas pendientes de confirmar].

Webgrafía

- Atlas de Justicia Ambiental. (s. f.). *EJAtlas - Global Atlas of Environmental Justice*. Disponible en: <https://ejatlas.org> [Recuperado el 15 de agosto de 2021].
- Bargués, P. (2021). Cuando la paz depende de los objetos cotidianos. *Revista de Estudios de Seguridad Internacional*, 7(1), Disponible en: <http://www.seguridadinternacional.es/resi/index.php/revista/article/view/346> [Recuperado el 7 de agosto de 2021].
- Castells, M. (2000). Globalización, sociedad y política en la era de la información. *Bitácora Urbano Territorial*, 4(1), 42–53, Disponible en: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/bitacora/article/view/18812> [Recuperado el 20 de septiembre de 2021].
- Friedman, M. (1970, 13 de septiembre). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*. Disponible en:

- <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html> [Recuperado el 6 de septiembre de 2021].
- Galtung, J. (2017). La violencia: Cultural, estructural y directa. En *Cuadernos de Estrategia*, 183 (Política y violencia: Comprensión teórica y desarrollo en la acción colectiva). Disponible en: https://www.ieee.es/Galerias/fichero/cuadernos/CE_183.pdf [Recuperado el 20 de septiembre de 2021].
- Garriga, J. (2008, 27 de noviembre). Montilla insta a consumir en Navidad para así salvar puestos de trabajo. *El País*. Disponible en: https://elpais.com/diario/2008/11/27/catalunya/1227751644_850215.html [Recuperado el 1 de septiembre de 2021].
- Hardt, M., & Negri, A. (2020). *Imperio, veinte años después*. *New Left Review*, 120 (segunda época), 83. Disponible en: <https://newleftreview.es/issues/120/articles/empire-twenty-years-on-translation.pdf> [Recuperado el 22 de septiembre de 2021].
- Herzog, L. (2021). Markets. En E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Fall 2021 ed.). Disponible en: <https://plato.stanford.edu/archives/fall2021/entries/markets/> [Recuperado el 16 de septiembre de 2021].
- ONU. (2018). Los recursos naturales causaron más del 40% de las guerras de los últimos sesenta años. Disponible en: <https://news.un.org/es/story/2018/10/1443762> [Recuperado el 15 de agosto de 2021].
- Señán, G. B. (2010). El consumo en tiempos de crisis: Una aproximación sociológica a la distribución del gasto en España. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 45, 1–24. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950241001> [Recuperado el 2 de septiembre de 2021].
- Smiley, M. (2017). Collective responsibility. En E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Summer 2017 ed.). Disponible en: <https://plato.stanford.edu/archives/sum2017/entries/collective-responsibility/> [Recuperado el 4 de septiembre de 2021].
- UNCTAD. (2020). *World Investment Report 2020*. Disponible en: https://unctad.org/system/files/official-document/wir2020_en.pdf [Recuperado el 9 de agosto de 2021].
- Vidal Liy, M. (2021, 18 de septiembre). Más munición en una Asia que se rearma. *El País*. Disponible en: <https://elpais.com/internacional/2021-09-18/mas-municion-en-una-asia-que-se-rearma.html> [Recuperado el 18 de septiembre de 2021].