



C Columna

## Chile en Japón y la epifanía del salmón

**E**l Presidente Boric destacó que el salmón chileno se ha vuelto "un alimento indispensable en las mesas japonesas" durante la presentación de Chile en la Expo 2025 en Japón. Lo dijo con orgullo.

Esa imagen contrasta con otra: la que todavía se promueve desde ciertos sectores ideológicos, que insisten en calificar como "extractivismo" cualquier actividad productiva basada en los bienes de la naturaleza. Como si todo uso de la tierra o del mar fuera sinónimo de daño, dependencia o atraso.

Las palabras importan, y

muchas veces también distorsionan.

Lo que ha ido tomando forma en Chile no es extractivismo, sino un modelo de bioeconomía: una forma de desarrollo que se basa en el uso sostenible de nuestros territorios, con conocimiento local, trazabilidad, innovación y una creciente integración entre producción y conservación. Un modelo que genera empleo, arraigo y valor desde las regiones, y que responde con hechos donde otros insisten en consignas.

Lo que hoy reconocemos –y celebramos– no es un cambio en las actividades, sino en

su comprensión. Chile no extrae sin pensar. Chile transforma con inteligencia. Detrás del salmón hay ciencia, empleo y compromiso regional. Detrás de una cereza hay logística sofisticada y tecnología de postcosecha. Y detrás de cada litro de vino o tonelada de madera hay investigación, eficiencia y sostenibilidad.

Junto con los productos, exportamos también nuestra cultura: la cultura del mar que sostiene comunidades en el sur austral; la del campo, donde el trabajo da forma a nuestra alimentación; y la del bosque, donde el conocimiento productivo convive con la

conservación. La bioeconomía es forma de vida, identidad territorial y una relación activa con la naturaleza. Ese es su verdadero valor: no solo en lo que vendemos, sino en lo que somos.

Chile no está solo en este camino. Países como Nueva Zelanda han demostrado que es posible construir economías modernas sobre la base del uso sostenible de sus bienes naturales, combinando producción, innovación y cohesión territorial. Chile tiene condiciones similares. Lo que falta no es inspiración: es voluntad.

Voluntad para enfrentar

Por Carlos Odebrecht,  
presidente de la Asociación de  
Salmonicultores de Magallanes



Porque sí, la ignorancia es mala compañera en la conversación pública. Y debemos tener cuidado con aquellas frases hechas que, más que reflejar la realidad, funcionan como campañas de marketing ideológico. "Extractivismo" es una de ellas: un concepto con alta carga simbólica, pero poca capacidad explicativa. Se utiliza con frecuencia, especialmente en tiempos de campaña, cuando la necesidad de diferenciarse se impone sobre la evidencia y el análisis serio.