

Soñamos con fábricas, vivimos con materias primas

Cristián Valdivieso
Director de Critería



Que los chilenos aspiramos a ser un país desarrollado no es novedoso. Lo interesante es que, para lograrlo, nos sentimos más atraídos por el modelo productivo de países manufactureros que por el de aquellos que han alcanzado el desarrollo exportando materias primas. Queremos desarrollarnos, pero en el camino pareciera que nos negamos a nosotros mismos, desconociendo nuestro verdadero potencial.

Mientras Australia, Canadá o Noruega construyeron bienestar social a partir de ventajas naturales bien gestionadas, el imaginario chileno sigue viendo con mejores ojos modelos industriales como los de China, Estados Unidos o Alemania.

Aunque tenemos cobre, litio, madera, salmones, frutas y energía en abundancia para exportar al mundo, la manufactura parece tener más valor en sí misma: nos gustaría tener fábricas y que predominara el *"made in Chile"*.

Una paradoja identitaria que revela una desconexión entre lo que somos y lo que soñamos ser, y que queda bien reflejada en el estudio Valor Productivo, elaborado por Critería, Gestión Social y la UAI.

Si bien una mayoría ve la exportación de materias primas como un camino legítimo hacia el desarrollo, persiste en nuestra cultura la idea de que el progreso real está en las fábricas y en la manufactura, más que en la minería, la fruticultura, la madera o las energías.

Esta tensión no es solo simbólica: también es geográfica y social, como bien muestra el estudio. Las élites santiaguinas –de mayores ingresos y estudios– tienden a tener una visión más crítica de las industrias primario-exportadoras que las personas que viven en los territorios donde éstas operan. Desde la capital se alzan discursos sobre los impactos ambientales y las malas prácticas comunitarias, mientras que en regiones, donde la experiencia con estas empresas es directa, las percepciones son más matizadas e incluso positivas.

Paradójicamente, quienes más critican el modelo productivo son quienes menos lo conocen o lo viven de cerca, mientras que quienes conviven con él a diario tienden a valorarlo más. No porque ignoren sus efectos, sino porque constatan su aporte al empleo y a los encadenamientos productivos regionales.

También porque quienes se vinculan con estas industrias sienten orgullo de ser parte de ese entorno productivo. Aun así, como bien muestra el estudio, el orgullo no basta: ese vínculo positivo descansa, sobre todo, en la confianza como eje de la relación entre empresas y comunidades. Y la confianza se construye a partir de buenas prácticas, coherencia y responsabilidad en la gestión de los impactos. Ahí donde las empresas hacen bien su trabajo, generan confianza. Donde no, el orgullo se desvanece.

Quizás ahí, en esa tensión entre centro y regiones productivas, entre discurso y experiencia, entre orgullo y confianza, se juega el verdadero desafío que tenemos como país: aceptar que nuestro modelo de desarrollo basado en la producción y exportación de materias primas no es solo económico, sino también parte de nuestra cultura e identidad.