
[Bosques de verdad para Chile](#)

Desde fines de agosto los empresarios forestales chilenos llevan a cabo una agresiva campaña publicitaria llamada "Bosques para Chile". Muchos chilenos nos hemos sentido agredidos por la puesta en escena de los empresarios forestales, que en su primera etapa ha salido con mucha fuerza a través de los medios de comunicación.

Según la Corporación de la Madera (Corma), entidad que agrupa a los grandes empresarios madereros y de la industria de la celulosa, esta campaña durará cinco años y su primera fase tendrá un costo de 1 millón de dólares. El costo total de la campaña se estima en unos 6 millones de dólares. La campaña en cuestión es transmitida por todos los medios de comunicación (televisión, radios y prensa escrita), acompañada de diversos artículos de opinión firmados por destacados ejecutivos de las empresas forestales más importantes.

Los mensajes transmitidos apuntan a generar confusión. Por ejemplo, en los spots televisivos se muestran plantaciones forestales de pino y se dice que son Bosques para Chile. También en la misma publicidad se muestra una casa, muebles y otros objetos de madera elaborada, diciendo: "madera, un recurso renovable" y repitiendo: Bosques para Chile. En radio la publicidad no es muy distinta. Se escuchan golpes de puño sobre madera y el locutor va diciendo nombres de distintos instrumentos musicales (piano, guitarra, violín, etc.) y se repite: Bosques para Chile. La campaña obviamente pretende mejorar la imagen que tienen los chilenos del sector forestal, ya que según una encuesta realizada por la propia Corporación de la Madera dio por resultado que el 97% de los chilenos piensa que los bosques están en peligro.

A través de esta estrategia el empresariado forestal chileno pretende ocultar los daños que han causado con el establecimiento de grandes plantaciones forestales: la erosión de los suelos por prácticas de tala rasa, la aplicación de agroquímicos que son arrastrados hacia los cursos de agua, las precarias condiciones en que viven y los miserables sueldos que reciben los trabajadores forestales. También pretende ocultar el gran daño a la biodiversidad que estas plantaciones forestales han generado al ocupar grandes extensiones de tierras, fragmentando los hábitats de las especies nativas, como tampoco da cuenta de las al menos 200.000 hectáreas de bosques que han sido sustituidas por plantaciones en los últimos 25 años. Nada dice de cómo se han adquirido los terrenos que ocupan las plantaciones, ni de cómo el estado ha subsidiado durante todos estos años el establecimiento de plantaciones con especies exóticas y el enriquecimiento de los propietarios de las grandes masas forestales. Tampoco la citada campaña explica que las plantaciones forestales de nuestro país no están hechas para producir objetos elaborados con alto valor agregado sino que están orientadas a producir madera en bruto y celulosa para exportación.

Las organizaciones ambientales, ecologistas y de consumidores estamos muy preocupadas y hemos iniciado acciones en respuesta a esta campaña. La primera de ellas es solicitar la adhesión de organizaciones y personas a una "aclaración pública" que llamamos BOSQUES DE VERDAD PARA CHILE. Cada una de las organizaciones firmantes se compromete además dentro de sus posibilidades a generar acciones que desenmascaren la campaña de los empresarios.

Sin embargo, y pese a lo difícil que pueda resultar contrarrestar los efectos de una campaña tan bien financiada como la desatada por los empresarios forestales, las organizaciones no gubernamentales chilenas pueden sentirse muy orgullosas de su éxito. A través del lanzamiento de esta campaña, el sector forestal reconoce su creciente desprestigio social, motivado por sus propios actos y por la constante denuncia fundamentada de las organizaciones de la sociedad civil acerca de los graves impactos que los monocultivos forestales han causado al bosque chileno, a otros ecosistemas, a la biodiversidad, al agua, a los suelos y a los habitantes de las regiones invadidas por las plantaciones. Se han visto obligados a sacar 6 millones de dólares de sus bolsillos para maquillar su imagen. Y aunque los dólares les sobren, eso siempre les duele.

Por: Flavia Liberona, Red Nacional de Acción Ecológica (RENACE).