Sector porcino, información seria frente a las fake news

“Tenemos que eliminar falsas creencias, destacando las características de nuestro exigente modelo europeo de producción”, asegura Daniel de Miguel, director de Internacional de INTERPORC.

Vivimos en un mundo donde la información abunda, hay mensajes contradictorios, en el que cada persona se ha convertido en una fuente de información, y cada vez es más difícil saber cuándo una información es verdadera o falsa. Un mundo donde tres de cada diez *fake news* que circulan por Internet afectan al sector alimentario, según una investigación del Instituto Tecnológico de Massachusetts (Estados Unidos). Asuntos que se han abordado durante el encuentro **‘La importancia de informar con transparencia en el sector porcino’** en el marco de la campaña *Let´s Talk About Pork From Europe*.

“Tenemos que eliminar falsas creencias y **destacar las características de nuestro exigente modelo europeo de producción**”, aseguró durante el evento **Daniel de Miguel**, director de Internacional de la Organización Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC). “Debemos contar que nuestro modelo es **totalmente sostenible y respetuoso con el medio ambiente**”, añadió.

Precisamente, fruto del trabajo y compromiso de los ganaderos, el sector porcino únicamente representa el 1,9% del total de gases de efecto invernadero de España. “Es una cifra muy baja. Además, **nuestro compromiso es lograr el impacto climático neutro en 2050**, para ir alineados con la estrategia europea ‘De la Granja a la Mesa’”, explicó De Miguel.

Una campaña con un enfoque “relevante”

El encuentro fue inaugurado por el director general de la Industria Alimentaria, **José Miguel Herrero**, para quien el sector porcino es “muy importante en la cadena agroalimentaria de España”. Además, puso en valor el modelo de producción europeo “donde el sector porcino está perfectamente imbricado con **altos estándares de seguridad alimentaria y bienestar animal**”.

Sobre la campaña **Let´s Talk About Pork From Europe**, Herrero afirmó que **“es tremendamente oportuna**. Nuestra política, dentro del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, es que no hay alimentos buenos ni malos, sino que tenemos que promover buenos hábitos; una buena información hacia los consumidores para que tengan transparencia en todo lo que están consumiendo; y promover dietas equilibradas en las que no puede faltar la carne, ni la carne de porcino”.

Herrero considera “relevante” el enfoque de la campaña para informar con transparencia a los más jóvenes: “**Hablar el mismo lenguaje que ellos y desmontar falsas creencias y dar rigor, veracidad e información contrastada es la manera de conquistar a las nuevas generaciones** para que se sientan orgullosos de nuestros alimentos”.

Para **la periodista Carme Chaparro,** que también participó en el encuentro, “**las *fake news* han llevado a la sociedad a naturalizar las mentiras**, que se han vuelto algo natural”. “Si me dicen que un alimento es malo ¿cómo me voy a arriesgar a comerlo o dárselo a mis hijos? Genera esa respuesta emocional tan fuerte, que a veces desde los medios de comunicación es difícil combatir", añadió.

En este sentido, el **doctor Antonio Escribano**, médico especialista tanto en endocrinología y nutrición como en medicina deportiva, destacó durante el evento el papel de la carne de cerdo dentro de una dieta variada y equilibrada: **“La proteína animal es fundamental** y no tiene sentido cuestionar la inclusión de la carne en la dieta”.

“La comida es como una partitura y cada instrumento tiene su momento, por eso hay que tomar carne y pescado de 4 a 5 veces por semana y verduras", recomendó el doctor Escribano quien alertó sobre los bulos entorno a la alimentación y la salud: “**Hay que tener muchísimo cuidado con esas *fake news* y con la insensatez**. Hay que ser contundente, cuando se prescinde de la proteína animal se está arriesgando mucho”.

Campaña *Let´t Talk About Pork From Europe*

La campaña *Let´s Talk About Pork From Europe* **proporciona información útil y veraz a través de la voz de todas las partes implicadas en el proceso de producción** de carne de cerdo en Europa. En el programa, que cuenta con la financiación de la Comisión Europea, **también participan los consumidores** quienes pueden resolver sus dudas sobre el modelo de producción de carne de cerdo en Europa a través de la página web letstalkabouteupork.com y los perfiles sociales de Twitter (@TalkAboutEuPork) e Instagram (@letstalkabouteupork_es).