Los comunicadores Diego Losada, Carme Chaparro y Flora González reciben los Pink Awards por su labor divulgativa en torno al sector porcino

Los Pink Awards nacen con la intención de reconocer a distintos profesionales de la comunicación su compromiso con la veracidad y su labor divulgativa de la realidad del sector porcino de capa blanca

Esta iniciativa se enmarca en la campaña Let's talk About Pork From Europe, liderada por INTERPORC y que tiene entre sus objetivos difundir las verdades del sector porcino en nuestro país y luchar contra las Fake News

Madrid, 21 de julio de 2022. – INTERPORC sigue con su labor de reconocimiento del esfuerzo de los trabajadores del sector porcino y de los profesionales de la información que tratan este tema. El color rosa ha sido el elegido para estos Pink Awards, con los que se ha premiado a los periodistas y comunicadores que mejor difunden y apoyan los valores del sector. Con este color se defiende la buena información y las buenas prácticas de un sector que lleva décadas poniendo el máximo esfuerzo y dedicación a impulsar iniciativas dirigidas a ser más sostenibles, mejorar el bienestar animal, apoyar el desarrollo rural y crear miles de empleos al año.

Pero la importancia del rosa va mucho más allá de estos premios. El sector no sólo reconoce la labor de estos profesionales de la información, sino que además se han comprometido a seguir mejorando en su lucha por la sostenibilidad, el cuidado del medio ambiente y la mejora en la calidad de vida de las personas que forman parte de él. Por ello, el sector de cerdo de capa blanca se compromete a:

- Conseguir un futuro mejor para el planeta
- Promover el papel de la mujer
- Luchar contra la España vaciada
- Generar más de 100.000 empleos
- Alcanzar la sostenibilidad plena
- Reducir considerablemente todo tipo de emisiones
- Convertir el bienestar animal en una prioridad

Desde la organización de los Pink Awards están convencidos de que será la primera de muchas. El **Director General de INTERPORC, Alberto Herranz,** ha dejado la puerta abierta a nuevas ediciones: "El sector va a seguir trabajando día tras día, y nosotros queremos reconocer lo orgullosos que estamos de ellos. También estamos orgullosos de los comunicadores que ensalzan esta labor que tanto aporta a todos los ciudadanos, por lo que es muy probable que el año que viene nos volvamos a reunir".

El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad.
La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Porcino de España

CAMPAÑA FINANCIADA CON LA AYUDA DE LA UNIÓN EUROPEA

LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Por su parte, el **Director Internacional de INTERPORC, Daniel de Miguel**, ha remarcado la importancia de estos galardones: “Unos premios como los Pink Awards son beneficiosos tanto para el sector como para la sociedad, ya que reconocen la buena información y defienden las buenas prácticas que se están llevando a cabo”.

Desde el sector porcino se está haciendo un enorme esfuerzo para llegar a las nuevas generaciones, para que sean conscientes de los beneficios de incluir la carne de cerdo en sus dietas y conozcan de primera mano las buenas prácticas que se llevan a cabo con un producto de referencia mundial como es el cerdo de capa blanca español. La repercusión que han tenido en redes sociales los hashtags **#PinkPower** y **#PinkAwards2022** constatan que la campaña Let’s Talk About Pork from Europe ha conseguido llegar a ese público más Millenial.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha estado presente en la entrega de los Pink Awards. El **director general de la Industria Alimentaria, José Miguel Herrero**, ha mostrado su gratitud por esta iniciativa: “Quiero felicitar a INTERPORC por conectar con la gente joven, que son los nuevos consumidores y los que tienen que tomar el relevo. Somos el país más rico del mundo, lo somos por la diversidad de nuestros alimentos, por la calidad de los productos y por todo lo que hay detrás.”

Los premiados, ejemplo de comunicación y veracidad

La entrega de premios ha sido dirigida por Alex Gibaja, el conocido influencer ejemplo de conexión con ese público Millenial, y que ha hecho las veces de maestro de ceremonias. Los tres galardonados tienen en común su compromiso con la verdad y la rigurosidad. Se trata de periodistas con una carrera contrastada y cuya reputación está fuera de toda duda. Pero, además, desde INTERPORC han premiado aspectos individuales compartidos con los valores del sector que los han llevado a ser los ganadores.

A **Carme Chaparro, periodista y escritora española**, se le ha premiado por ser una de las periodistas más comprometidas con la importancia de la mujer en la sociedad. Su relación con el sector porcino es bastante longeva y, de hecho, fue la moderadora del primer debate de la campaña *Let’s Talk About Pork from Europe*. Carme Chaparro ha querido dedicar el premio a las mujeres trabajadoras del campo: “Quiero que este premio sea para todas las mujeres, para todas esas ganaderas que trabajan todos los días del año por sacar adelante a esta ganadería tan espléndida que tenemos en España”.

Diego Losada, director y presentador de “En Boca de Todos”, ha recibido el reconocimiento por su compromiso para resaltar el hecho de que cuidar el medioambiente es cosa de todos al igual que informar a la sociedad día a día. Una constancia que comparte con los trabajadores del sector. Diego Losada ha hecho una reivindicación del papel de los medios de comunicación a la hora de informar a la sociedad: “Para que haya personas a las que les importe el campo tiene que haber personas trabajando en el campo. Por eso es importante que nuestros campos vuelvan a florecer al igual que el interés por lo que pasa en el campo. Los medios tenemos esa tarea para concienciar”.

El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad.
La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Porcino de España
CAMPAÑA FINANCIADA CON LA AYUDA DE LA UNIÓN EUROPEA
LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS
ENJOY IT'S FROM EUROPE

Por último, **Flora González, periodista y presentadora de "El Tiempo"** en los canales de Mediaset, ha destacado por el amor que muestra en público al mundo del campo y el medio rural y por su trabajo de visibilidad desde el tiempo, algo tan importante para los agricultores y ganaderos de nuestro país. Flora González ha querido centrarse en la importancia de proteger nuestro entorno: "Debemos cuidar más nuestro campo. El campo es sostenible y ayuda a equilibrar el ecosistema. Hay mucha gente que se esfuerza para seguir conservando nuestras raíces, y si no cuidamos nuestro entorno va a ser muy difícil que los alimentos se sigan produciendo".

El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad.
La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Porcino de España

CAMPAÑA FINANCIADA CON LA AYUDA DE LA UNIÓN EUROPEA

LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS

ENJOY IT'S FROM EUROPE

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).

Sobre INTERPORC

INTERPORC es la Organización Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca, reconocida por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, y tiene entre sus objetivos potenciar la imagen del sector porcino de Capa Blanca ante la sociedad española.

INTERPORC es una organización de carácter privado, de ámbito nacional y constituida por organizaciones de la producción, transformación y comercialización del sector porcino de capa blanca.

El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad.
La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Porcino de España

CAMPAÑA FINANCIADA CON LA AYUDA DE LA UNIÓN EUROPEA

LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS

ENJOY IT'S FROM EUROPE