

Casimiro García-Abadillo: “Nunca se había producido una concentración de poder tan grande en tan pocos”

- *El director del diario digital El Independiente analizó el estado de su profesión ante la Sesión Plenaria del Foro de la Sociedad Civil*
- *Lamentó que en España no haya “editores de verdad” pero defendió el papel de la prensa como mecanismo de control del poder*

Madrid.- Casimiro García-Abadillo, director del diario digital El Independiente, afirmó durante su participación en la Sesión Plenaria del Foro de la Sociedad Civil celebrada el pasado 5 de julio que “nunca se había producido en el mundo una concentración de poder tan grande en tan pocas compañías como la que vivimos hoy”.

Para el periodista, esta circunstancia, que afecta de manera decisiva a los medios de comunicación, tiene una consecuencia negativa directa sobre el estado de las democracias occidentales.

Según García-Abadillo, “la calidad de la democracia de un país se mide por la calidad de la prensa, y en un país como España, en el que no hay editores de verdad, es difícil que haya medios a la altura de las circunstancias”.

Sin embargo, el director de El Independiente considera que “el papel de la prensa es cada día más necesario como mecanismo de control del poder”. Según García-Abadillo, los medios de comunicación son la manera en que “se cristaliza un derecho ciudadano, como es el derecho a la información”.

A los profesionales del periodismo, Casimiro García-Abadillo les pide que “no pierdan nunca la capacidad de asombro y la curiosidad por las cosas para ver dónde está la verdad”.

Según este experimentado periodista, exdirector del diario El Mundo, cada día veremos cómo se fabrican más noticias falsas. Para proteger a la sociedad de este mal, García-Abadillo reclama “un periodismo con capacidad de análisis”.

En su última aventura profesional, el diario digital El Independiente, García-Abadillo ha apostado por la información política y económica, huyendo de contenidos que podrían generar un tráfico intenso pero que a él no le interesan al dirigir su producto a “un público reducido pero influyente”.