

diarios cultos acompañaron la tendencia de incorporar publicidad y vender los ejemplares por debajo del costo de producción.

Es pertinente destacar que el inicio y el fin de las etapas o fases del desarrollo de la prensa operaron de manera asincrónica. Cada una de ellas tuvo solapamientos, hecho que determinó el carácter mixto de la prensa comercial, es decir la articulación de información comercial, social y de interés general con información política y de opinión, beneficiándose cada etapa de la construcción y preparación de las audiencias de las etapas precedentes.

Gráfico 1: Representación gráfica de los momentos de la prensa según la taxonomía de Jürgen Habermas (1994).

	Siglo XVI	Siglo XVII	Siglo XVIII	Siglo XIX	Siglo XX	Siglo XXI
Crematística		
De opinión			————	————	————	
Comercial			

Durante el primer período, los protoperiodistas dependían de los imprenteros y casas editoriales. Con el Estatuto de la Reina Ana de Inglaterra, promulgado el 10 de abril de 1710, comienzan los escritores a autonomizarse. Sin embargo, ello no aplicaba para los “periodistas” dado que, para entonces, los periódicos ya habían pasado de ser “lugares de publicación de noticias frescas, a portadores y guías de la opinión pública, medios de lucha de la política partidista” (Bücher, 1917, citado en Habermas, 1994: 210). Habermas (1994: 210) observa que esta transformación produjo modificaciones en la organización interna de la empresa periodística:

La inserción de una nueva instancia entre la colección de noticias y su publicación; la redacción. Pero para el editor esto significaba que pasaba de ser un vendedor de noticias frescas a un comerciante de opinión pública. La mutación propiamente dicha no se inicia evidentemente con la constitución y autonomización de una redacción; comenzó con los periódicos cultos en el continente y con los semanarios y revistas políticas en Inglaterra, en cuanto los escritores fueron sirviéndose del nuevo instrumento de la prensa periodística para dotar a su raciocinio, intencionadamente pedagógico, de eficacia publicística. Se ha llamado a esta segunda fase la fase de un “periodismo de escritores”...Frecuentemente, en Inglaterra fueron los periódicos y revistas de este estilo “la ocupación predilecta de la aristocracia del dinero.

Habermas analiza de manera minuciosa este proceso, para comprender fundamentalmente el cambio de la esfera pública y el rol del editor, la redacción y el medio en su constitución. Afirma que la relación entre los redactores y el editor no era