



---

## **CULTURA E COMUNICAÇÃO IMPRESSAS COMO TRÂNSITO E FORMULAÇÃO DO MUNDO: MEDIAÇÃO, PRESCRIÇÃO, APROPRIAÇÃO**

*PAPER TITLE: PRINT CULTURE AND COMMUNICATION AS TRANSIT AND FORMULATION OF THE WORLD: MEDIATION, GATEKEEPING, APPROPRIATION*

---

### **Nuno Medeiros**

Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa (FLUL); Centro de Estudos Comparatistas da Universidade de Lisboa (CEComp). E-mail: nmedeiros@letras.ulisboa.pt

### **RESUMO**

Esta apresentação incide no editor de livros e no papel de mediação cultural e social que este exerce na sua actividade prescritiva e mediadora e sobre a edição enquanto processo de produção e circulação de ideias ordenadoras da realidade. Procura-se analisar o editor enquanto personagem social nas suas práticas e a actividade editorial enquanto quadro de constituição de públicos, mercados, hierarquias e modos de ler e extrair sentido. Um dos resultados do processo histórico da modernidade é o da transformação do livro editado em sistema de autorização do que nele se contém, selo de garantia cujo fautor é o editor ou a casa que representa. Neste processo, a edição de livros surge como lugar e acção: de editar, de publicar o que se editou, de disseminar e fazer distribuir o produto, de constituir um mercado para o consumo do livro, mercado esse que torna simultâneos o sentido da existência do livro editado e publicado e possibilita a viabilidade de permanência da actividade de editar. Este circuito, que não termina nem começa no editor, fabrica o livro, fabricando por isso uma proposta textual sobre o mundo, conferindo-lhe o poder eventual de o ordenar, de formular. E esta formulação prescrita no livro através do processo de escolha e recorte editorial está tão presente na vida colectiva das sociedades contemporâneas, que é frequentemente vista como natural. O livro e, mais latamente, o objecto publicado obedecem a um jogo subtil e plástico de ligações, reciprocidades, posições e interesses, aspectos promotores de intervenção estratégica sobre o objecto textual a editar, quer do ponto de vista dos princípios, quer do ponto de vista do mercado de leitores. Editar o livro funciona como maneira não aleatória de recorte social das formas de representar as coisas e as ideias. O livro editado – e distribuído, e publicitado, e vendido e posto a circular – corresponde, por isso, ao resultado material (o objecto) e imaterial (a ideia acerca do próprio objecto) de modos de ver o mundo e de o formular. Editar livros é, neste sentido, oferecê-los à fruição a partir de premissas enunciativas.

**Palavras-chave:** Livro. Edição. Editor. Prescrição e mediação culturais.



## ABSTRACT

This presentation focuses on the book publisher and the role of cultural and social mediation that he plays in his prescriptive and mediating activity and on publishing as a process of production and circulation of ideas that order reality. The aim is to analyse the publisher as a social character in his practices and the publishing activity as a framework for the constitution of publics, markets, hierarchies, and ways of reading and extracting/ascribing meaning. One of the results of modernity as historical process is the transformation of the published book into a system of authorisation of what it contains, a seal of guarantee whose maker is the publisher or the house he represents. In this process, book publishing emerges as place and action: to edit, to publish what has been edited, to disseminate and distribute the product, to build up a market for the consumption of the book. This circuit, which does not end or begin with the publisher, manufactures the book, thus manufacturing a textual proposal about the world, conferring upon it the eventual power to order it, to formulate it. And this formulation prescribed in the book through the process of selection and editorial framing is so present in the collective life of contemporary societies that it is often seen as natural. The book and, more broadly, the published object obey a subtle and plastic game of connections, reciprocities, positions and interests, aspects that promote strategic intervention on the textual object to be published, both from the point of view of the principles and from the point of view of the market of readers. Publishing the book functions as a deliberate way of socially representing things and ideas. The book that is published – and distributed, and advertised, and sold and circulated – therefore corresponds to the material result (the object) and the immaterial result (the idea about the object itself) of ways of seeing and formulating the world. Publishing books is, in this sense, offering them to fruition based on enunciative premises.

**Keywords:** Book. Publishing. Publisher. Cultural brokerage. Cultural mediation.

165

**Recebido/ Received: 24/09/2022**  
**Aceito/ Accepted: 18/10/2022**  
**Publicado/ Published: 15/11/2022**