



Sumário

Lista de Mapas e Figuras.....	13
Abreviações	15
Advertência	19
Introdução – As Mídias e a Mudança	21
OUTRAS REVOLUÇÕES DAS MÍDIAS	21
A REFORMA CAROLÍNGIA.....	23
REVOLUÇÃO INDUSTRIAL E ECONOMIA DO SIGNO	27
Primeira Parte – GUTENBERG ANTES DE GUTENBERG	
I. As Condições de uma Nova Economia das Mídias.....	33
O ESPAÇO-CHAVE DA MODERNIDADE: A CIDADE	33
O MERCADO DA FORMAÇÃO	46
O ADVENTO DA POLÍTICA	56

2. A Economia do Livro.....	67
O ESPAÇO-CHAVE DA MODERNIDADE: A CIDADE	67
A PRODUÇÃO MANUSCRITA	68
A MUDANÇA: OS CONTEÚDOS	75
A MUDANÇA: OS OBJETOS E SUAS PRÁTICAS.....	81
3. Nascimento do Mercado.....	95
O MERCADO E SUA REGULAÇÃO	95
O PARADIGMA RELIGIOSO, OU A ENTRADA EM CENA DA MAIORIA DOS INDIVÍDUOS.....	101
A ESCRITA: TRABALHO E PROFISSÕES.....	112

Segunda Parte – O TEMPO DAS *START-UPS*

4. Desenvolvimentos e Lógicas da Inovação	127
O PAPEL E A INDÚSTRIA PAPELEIRA.....	129
A XILOGRAFIA	134
PUNÇÕES, FÔRMAS E MOLDES	144
5. Gutenberg e a Invenção da Imprensa.....	159
RETRATO HISTÓRICO DE UMA CIDADE	159
EM ESTRASBURGO	166
RETORNO A MOGÚNCIA.....	175
6. A Inovação	189
TÉCNICAS: A INOVAÇÃO DE PROCESSO	189
PRÁTICAS	194
A SOCIEDADE ENTRE OFICINAS.....	215
A INVENÇÃO DA GRAFOSFERA	232

Terceira Parte – A PRIMEIRA REVOLUÇÃO DAS MÍDIAS

7. A Imprensa Conquista o Mundo.....	241
A DIFUSÃO DA INOVAÇÃO	241

CLASSIFICAR AS CIDADES	255
CONJUNTURAS E ESPECIALIZAÇÕES: O MERCADO E A INOVAÇÃO ...	271
8. A Natureza do Texto.....	295
O SISTEMA-LIVRO.....	297
O SENTIDO DO TEXTO	315
O “LIVRO-MÁQUINA”	335
9. O <i>Krach</i> das Mídias	339
UM NOVO PARADIGMA: PRODUÇÃO E REPRODUÇÃO.....	339
A REFORMA E O IMPRESSO.....	352
O ENQUADRAMENTO: A ORDEM DOS LIVROS	364
O IMPRESSO E O PODER	378
Conclusão	381
CRONOLOGIAS.....	381
SEMIOLOGIA E VIRTUALIDADE	383
PRODUTO E MERCADO	386
A EUROPA DE GUTENBERG	387
Índice Onomástico	389