

# Os espaços de comunicação nas cidades medievais: um estudo sobre a mediação cultural e a constituição comercial da mídia moderna

**Glauco Rodrigues Cortez**

## Resumo

O presente artigo busca criar bases teórico-históricas para a formulação de um novo entendimento da indústria da comunicação contemporânea. Esse novo entendimento está fundado na concepção de que a mídia deve ser compreendida como um espaço de comunicação. Nesse sentido, tenta-se entender praças medievais como espaços de comunicação importantes e que contêm semelhanças diversas, inclusive práticas, com a mídia originada na Modernidade.

### Palavras-chave

Espaço. Mídia. Praça. Idade Média. Comunicação.

## 1 A mediação e a cidade

Há na Idade Média *espaços de mediação cultural* pouco desenvolvidos como espaços políticos, mas que contêm aspectos da vida, conflitos e aspirações sociais fundamentais para o entendimento da mídia moderna. Esse pressuposto, que utilizamos nesta análise do período medieval, faz parte da concepção teórica que busca entender a mídia como espaços de comunicação em oposição a veículos de comunicação. Como fundamento dessa análise, temos o conceito de Milton Santos, que define o espaço como um híbrido de ações e objetos (SANTOS, 2002), o processo de institucionalização da imprensa (RIBEIRO, 2004a) e a multiplicidade de práticas, diálogos e atividades dos tecnoatores (CORTEZ, 2005). A hipótese que levantamos é de que a praça pública medieval contém substâncias, práticas, experiências, rotinas, hábitos ou formatos que foram capturados no processo de consolidação da imprensa na Modernidade.

Os espaços de comunicação (ou espaços mediadores culturais) emergem de uma

**Glauco Rodrigues Cortez** | [glauco.cortez@ig.com.br](mailto:glauco.cortez@ig.com.br)

Doutor em Ciências Sociais pelo Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas – Unicamp. Professor pesquisador da Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC-Campinas.

necessidade da própria organização social humana e sua presença mais intensa se dá no momento histórico da formação das aldeias, vilas e cidades, quando as coletividades se tornam sedentárias e complexas. Esse espaço permite o desenvolvimento de mecanismos de sobrevivência, organização e sociabilidade. O lugar dessa mediação pode ser uma área central, um círculo vazio, uma ágora, uma praça etc. Importante é que esse lugar será múltiplo e híbrido, visto que surge da necessidade de um espaço para a ação coletiva. Essa ação pode ser diferenciada de acordo com a cultura, a prática e a história de cada sociedade; ela se manifesta como um concentrador e irradiador da substância cultural da própria coletividade. Por ali, vê-se não só a política, forma fundamental na complexificação social, mas também as crenças, cultos, produtos, mercadorias, arte, diálogo, entretenimento, flerte, afetividade, diversão etc.

Na Idade Média, especificamente, o local desses espaços será conhecido como praça pública e manterá semelhanças com a ágora do período greco-romano<sup>1</sup>. Segundo Mumford (1998), pelo menos nos países latinos, onde foi chamada de plaza, campo, piazza ou grand-place, descendem diretamente de ágora. Essas praças, segundo o autor, mantiveram por séculos as características da Antiguidade, presentes em seu espaço aberto,

com cafés e restaurantes à volta. Um local em que o encontro, a conversa e a discussão face a face têm lugar garantido. São encontros fortuitos, não-formalizados e habituais.

Até os próprios esportes e funções dramáticas da ágora original jamais desapareceram por completo: torneios de cavalaria ainda eram realizados no mercado, ao fim da Idade Média, na Europa setentrional, e foram seguidos, no século XVII por exibições militares. Em Elida, ágora era, na verdade, chamada de Hipódromo; e corridas de cavalo, semelhantes àquelas que outrora tiveram lugar ali, ainda se realizam anualmente no famoso Pálio, de Siena, tendo seu ponto culminante na piazza diante do Paço Municipal (MUMFORD, 1998, p. 168).

Convém recordar que até o século X todas as cidades (e aglomerados humanos) eram normalmente formados em volta de um burgo central. Os burgos eram fortalezas, cujas muralhas encerravam um perímetro bastante limitado. Desde o princípio, os mercadores, artesãos e servos foram obrigados a se instalar, por falta de espaço, no exterior desse perímetro, chamado de novo burgo ou subúrbio. A partir do século XI, a indústria, principalmente de tecido, começa a fazer parte desse entorno. O historiador Henri Pirenne (1964) define a cidade nessa época como “uma comuna vivendo do comércio e da indústria, ao abrigo de um recinto fortificado, gozando de um direito, de uma administração e de uma jurisprudência” (PIRENNE, 1964, p.161).

<sup>1</sup> Essas e outras comparações entre feudalismo e mundo grego não indicam uma sequência histórica, evolucionista ou progressiva, mesmo porque essa não é uma pesquisa que tem como objeto desvendar processos históricos, ainda que não-lineares. Essas comparações servem como diferenciação de contextos distintos para o entendimento do espaço mediador cultural. Ainda que Mumford (1998) entenda que haja um legado de ágora nas praças medievais.

No decurso do século XII, diz o autor, senhores laicos ou eclesiásticos fundam “cidades novas”, que são aldeias estabelecidas em terreno virgem e cujos ocupantes receberão lotes de terra em troca de uma renda anual.

A partir do século XI, a vida feudal começa a sofrer transformações com as novas condições econômicas e sociais dadas pelo desenvolvimento do comércio. As cidades emergem do abandono e tornam-se importantes entrepostos comerciais, lugar de uma vida urbana baseada no trabalho livre assalariado, na troca e na produção artesanal de mercadorias. Esse movimento, sem dúvida, é o que vai permitir a localização de um novo espaço físico de mediação cultural, ainda que informal, nas praças públicas. O crescimento do comércio gera uma nova ordem social que começa a minar a sólida estrutura do feudalismo. O espaço público político, aos poucos, volta a ter seu local fisicamente estabelecido. Ele inicia a sua passagem da pessoa do senhor feudal para as cidades e, principalmente, para as cortes dos monarcas (RIBEIRO, 2004b).

Na realidade feudal mais característica, no entanto, praticamente só existia a vida privada dentro do feudo, no seu limite territorial, o que era muito diferente da dupla existência “pública” e “privada” do mundo grego. Apesar da falta de uma esfera pública em oposição à outra privada, nos termos do modelo clássico grego, Habermas (1984) atenta para o fato de que, em documentos medievais, *senhorial* é empregado como sinônimo

de *publicus*. Para o autor, *publicare* significa requisitar ao senhor. Ele admite a existência de uma esfera pública feudal representativa, que se manifesta nos atributos próprios de suas condições de poder e se realiza no conjunto das relações jurídicas e políticas do regime feudal. O caráter público dos integrantes dessa esfera de representação manifesta-se como uma qualidade pessoal do senhor feudal.

Como a representação pública se manifesta na própria pessoa do senhor feudal, fica sem sentido um local específico, geograficamente definido, de espaço público político, por exemplo, como em *ágora* ou o *pnux*. A representação pública se manifesta em todo e qualquer lugar em que o senhor feudal está presente. Nesse sentido, não há necessidade de espaços públicos no aspecto estritamente político.

Mas o poder político dos feudos, no sentido de governamental, é um aspecto da vida medieval incapaz de evitar a formação de espaços de mediação cultural durante o período em que as cidades são reerguidas. Independente de se pôr de maneira dialógica ou não, o poder governamental faz parte de uma infinidade de atividades da vida que mantém um intenso movimento de transformação, ainda que sem rupturas radicais e violentas como guerras e revoluções.

Entre os séculos XIV e XVI, as cidades passam a receber um número crescente de camponeses que abandonam os campos atraídos pelas possibilidades de melhores condições de vida.

O comércio em expansão necessita de mão-de-obra livre e assalariada para se desenvolver. Mas, nesses séculos de declínio do feudalismo, a exploração da terra continua em grande parte sobre o domínio senhorial. As cidades estavam, em muitos casos, sob o controle político-administrativo da aristocracia feudal, assim como a produção de mercadorias e o comércio (RIBEIRO, 2004b, p. 200). Mas tais comunidades urbanas, na medida em que eram centros independentes de comércio e de transações contratuais, também se constituíam em corpos estranhos, o que permitiu uma circulação constante de dinheiro através da troca e a interferência na auto-suficiência da economia feudal (DOBB, 1987). A presença da autoridade feudal na cidade justifica as lutas ocorridas entre burgueses e nobres feudais pelo controle do comércio. Para Dobb, é preciso evitar o engano de conceber a época feudal como um período em que o comércio houvesse desaparecido de todo e ao qual o dinheiro fosse inteiramente estranho. “Daí ser natural que o controle das cidades e sua fundação viessem a serem tomados como fonte valiosa de renda feudal” (DOBB, 1987, p. 87).

## 2 A mediação e a praça

No desenvolvimento urbano medieval, a praça apresenta um caráter oficial bastante distinto de uma assembleia do povo (ágora) na Grécia Antiga<sup>2</sup>. Se na Antiguidade a democracia política pôde se realizar na ágora, na Idade Média é um governo forte que procura exibir sua autoridade em praça pública.

O poder oficial na praça pública da Idade Média acontece quando o Estado ocupa esse território com manifestações governamentais, seja ao empreender cerimônias, anunciar leis ou realizar punições e execuções. O suplício, que é um tipo específico de tortura em praça pública, exibe o poder estatal na praça, como nesse relato:

Damiens fora condenado, em 2 de março de 1757, a pedir perdão publicamente diante da porta principal da Igreja de Paris, aonde devia ser levado e acompanhado numa carroça, nu, de camisola, carregando uma tocha de cera acesa de duas libras; em seguida, na dita carroça, na praça de Grève, e sobre um patíbulo que aí será erguido, atezado nos mamilos, braço, coxas, e barrigas das pernas, sua mão direita segurando a faca com que cometeu o dito parricídio, queimada com fogo de enxofre, fervente, piche em fogo, cera e enxofre derretidos conjuntamente, e a seguir seu corpo será

<sup>2</sup> Ágora, em determinados períodos, foi na realidade um espaço da mediação cultural, ou melhor, um espaço de comunicação em um sentido amplo da interação humana. Ela possibilita o comércio de mercadorias e produtos, a discussão política e de problemas sociais, a troca de informações e de focos, histórias individuais e coletivas, discursos artísticos e outros. Há nesse sentido uma semelhança muito grande com a mídia moderna. Ao partilhar a ágora, o indivíduo, ainda que não fosse cidadão, com certeza se sentia informado das decisões políticas, dos acontecimentos sociais, das ironias, sátiras e informações culturais. Para os escravos e para os que não tinham cidadania, ágora pode ter sido uma fonte de informação. Para os cidadãos, era algo mais e de forma oficial: uma espécie de parlamento popular, já que votavam e participavam das decisões coletivamente, além de ter obrigações no funcionamento burocrático da estrutura política da sociedade. É certo que a mídia moderna não possui esse poder normatizador, mas parece reter em si, pela sua grande penetração na sociedade, uma espécie de cultura coletiva dada por uma série de hábitos e práticas presentes nas sociedades. Ágora se apresenta como uma manifestação real da importância histórica de se pensar a comunicação como um processo produtor de espaço (CORTEZ, 2007).

puxado e desmembrado por quatro cavalos e seus membros e corpo consumidos ao fogo, reduzidos as cinzas, e suas cinzas lançadas ao vento (FOUCAULT, 1987, p. 11).

Esse espetáculo em praça pública significava, segundo Foucault, um exercício do poder do Estado. A finalidade do suplício era mostrar ao extremo a dessimetria entre o súdito que ousou violar a lei e o soberano todo-poderoso que faz valer sua força. Nessa liturgia da pena, há uma afirmação enfática do poder e de sua superioridade. “E esta superioridade, não é simplesmente a do direito, mas a da força física do soberano que se abate sobre o corpo de seu adversário e o domina” (FOUCAULT, 1987, p. 46).

Para se realizar em praça pública, o suplício é cercado por todo um aparato militar. Sentinelas, arqueiros, policiais e soldados exibem um cerimonial meticuloso. “Os oficiais irão a cavalo segundo a ordem abaixo; a saber, à frente os dois sargentos de polícia, em seguida o paciente (criminoso); depois [...] irão à praça pública do grande mercado em que será executado o julgamento” (FOUCAULT, 1987, p. 47). Havia no suplício regras e normas embasadas em uma cientificidade jurídica, que o validava como uma instituição governamental e legal, com legitimidade para a definição das penas. O suplício é uma técnica e não deve ser equiparado aos extremos de uma raiva sem lei. Ele correlaciona “o tipo de ferimento físico, a qualidade, a intensidade, o tempo dos sofrimentos com a gravidade do crime, a pessoa do criminoso,

o nível social de suas vítimas. Há um código jurídico da dor” (FOUCAULT, 1987, p. 34).

Assim como na Antiguidade, quando o espaço mediador cultural desenvolveu procedimentos técnicos baseado na oratória e retórica, na Idade Média os procedimentos técnicos ganhavam uma graduação científica exposta na metodologia da punição ou mesmo no método de construção de texto dos jograis, que também nas praças se apresentavam.

Segundo Foucault, nas cerimônias de suplício, o personagem principal é a população, cuja presença real e imediata é requerida para sua realização. A população é chamada como espectador e convocada para assistir às exposições e às confissões públicas.

Os pelourinhos, as forcas e os cadafalsos são erguidos nas praças públicas ou à beira dos caminhos [...] As pessoas não só têm que saber, mas também ver com seus próprios olhos [...] Todos protestam quando no último instante se retira a vítima aos olhares dos espectadores. O caixa-geral do correio, exposto porque matara a mulher, é em seguida subtraído à multidão; fazem-no subir numa carruagem de praça; se não estivesse bem escoltado, teria sido difícil defendê-lo dos maus tratos da população que queria justicá-lo (FOUCAULT, 1987, 53).

Assim como participa irada contra o criminoso, a população, diante de um suplício, poderia recusar o poder punitivo e se revoltar. Muitas vezes impede a execução que considera injusta, arranca um condenado das mãos do carrasco e, eventualmente, pode até perseguir e assaltar os executores. “De qualquer maneira, maldizer os

juízes e fazer tumulto contra a sentença, isso tudo faz parte das práticas populares que contrariam, perturbam e desorganizam muitas vezes o ritual dos suplícios” (FOUCAULT, 1987, p. 54).

O suplício em praça pública foi suprimido em grande parte entre 1830 e 1848. O poder do Estado deixou de se apresentar como um procedimento técnico do governo e como um espetáculo ao mesmo tempo. Como consequência também se suprimiu um poder da população sobre questões judiciais e sua capacidade de intervenção direta em ações jurídicas do Estado.

Quando não está presente o aparato do Estado para o suplício ou outros acontecimentos, a praça da Idade Média ressurgiu como um palco de comunicação da sociedade. Em Florença, por volta do século XIV, a política era de certa forma vivida na praça. As praças da cidade, sobretudo piazza Della Signoria, eram espaços públicos nos quais se ouviam discursos e se debatia a política. “Discursos fluentes eram bastante apreciados, sendo cruciais para o que os italianos chamavam de *vita civile*, a vida ativa política do cidadão” (BURKE; BRIGGS, 2004, p. 82-83).

De acordo com Le Goff (1992), a praça era o centro de atração para o qual se voltavam as preocupações do urbanismo. Em Montauban, criada em 1.144, a praça ocupava exatamente o centro da cidade, cuja forma, em trapézio, reproduz o desenho da cidade. Bem diferente arquitetonicamente da cidade Antiga, que tinha sua ágora, seu fórum e seus criptopórticos, a

cidade medieval elimina os espaços livres e mantém a praça como um centro bem protegido e de uma sociabilidade que estimula uma igualdade de comunicação entre as classes sociais. Para Mikhail Bakhtin (1999), a cultura popular não-oficial da Idade Média tinha na praça pública um território próprio, e com datas próprias: os dias de festa e de feira.

Essa praça entregue à festa, já dissemos várias vezes, constituía um segundo mundo especial no interior do mundo oficial da Idade Média. Um tipo especial de comunicação humana dominava então: o comércio livre e familiar. Nos palácios, nos templos, nas instituições, nas casas particulares reinava um princípio de comunicação hierárquica, uma etiqueta, regras de polidez. Discursos especiais ressoavam na praça pública: a linguagem *familiar*, que formava quase uma língua específica, inutilizável em outro lugar, nitidamente diferenciada da usada pela Igreja, pela corte, tribunais, instituições públicas (BAKHTIN, 1999, p. 133).

Ainda que sem as decisões através do voto como em ágora, a praça pública da Idade Média parece estabelecer uma espécie de utopia dialógica e comunicacional, um território de livre acesso de classes e de linguagem. Le Goff vai definir a praça pública medieval, a partir dos estudos de Bakhtin, como o lugar de encontro entre as duas culturas, a popular e a erudita.

Por ocasião do mercado e da feira, o mundo camponês penetra na cidade. Lá encontra a cultura mercantil, a cultura eclesiástica e mesmo a cultura cavaleiresca. Mesmo fora das festas, na vida cotidiana, o encontro se realiza. Aliás, neste sentido, a praça pode estar onde quer que haja divertimento, convergência de curiosos, consumo cultural diversificado (LE GOFF, 1992, p. 207).

Ao imaginar a praça deslocada de um local determinado e geográfico, o historiador Le Goff possui um entendimento muito próximo do conceito de *espaço mediador cultural*. A praça, no sentido dado pelo autor, pode ser considerada não um local específico, mas um espaço social.

As praças da Idade Média concentravam o movimento da população e eram onde se realizavam as festas públicas, feiras, procissões, exposições, apresentações teatrais e vários outros eventos. No fim da Idade Média e no Renascimento, diz Bakhtin (1999), a praça pública forma um mundo único e coeso, onde aconteciam interpelações em altos brados ou espetáculos organizados “A praça pública era o ponto de convergência de tudo que não era oficial, de certa forma gozava de um direito de ‘extraterritorialidade’ no mundo da ordem e da ideologia oficiais, e o povo aí tinha sempre a última palavra” (BAKHTIN, 1999, p. 132). Na praça com liberdade de ações e de linguagem, a feira especificamente tem um papel fundamental, ou seja, o comércio de produtos era parte constituinte do espaço mediador cultural que se formava. Em Lyon, diz Bakhtin (1999), a feira, com duração de quinze dias, realizava-se quatro vezes por ano. Ou seja, havia dois meses de feira por ano. “O ambiente carnavalesco reinava nessas ocasiões, qualquer que fosse o momento do ano” (BAKHTIN, 1999, p. 132-133). A feira de Fontenay-le-Comte é retratada em um documento do século XVI como a pátria de um jargão especial. “Ela reunia uma quantidade

impressionante de comerciantes e clientes vindos não apenas de toda a França, mas também dos países vizinhos” (BAKHTIN, 1999, p. 133).

### 3 A mediação e o jogral

No cotidiano das cidades medievais, a vida cultural é bastante ativa e as experiências de narração de informação estão presentes nos espaços públicos. Por ter um caráter informal, isto é, não-oficial, a praça é um espaço de mediação cultural que possibilita a riqueza artística e dialógica apontada por Bakhtin (1999). O discurso da praça medieval se enriquece com analogias, brincadeiras, fantasias e humor porque está de certa forma livre, ou melhor, distinto, do discurso político oficial. Além disso, esse espaço também se realiza no comércio e numa comunicação mais estreita entre as cidades. Novos personagens como cantores, narradores e artistas em geral acabam se transformando em veiculadores de informação em praças e outros locais públicos.

Até o século XI, diz Rizzini (1977), as notícias se difundiam de forma oral pelas cantinelas – estrofes breves e atualizadas, que eram meio líricas e meio narrativas. Para ele, tanto o romance (conto medieval em verso no qual se narram aventuras ou amores de um herói de cavalaria), como as canções e as sirventes (poesia crítica e satírica sobre o senhor feudal) eram o prenúncio do periodismo, ou seja, uma forma embrionária de informação em movimento.

Peregrinando por vilas e castelos, os jograis, ao lado do lirismo das baladas e pastorelas, dos lais e cantigas de amor e de amigo, – entoados ao som de sanfonhas, rotas, violas, e saltérios – cantavam e recitavam gestas, que eram a história popular do tempo, e contos facetos e satíricos, inspirados em discórdias e agitações, verdadeiras gazetas rimadas (RIZZINI, 1977, p. 11).

Os intérpretes e declamadores eram tantos que se estabeleceram distinções em relação à função e aos locais em que se apresentavam. Em Portugal, o jogral ganhava uma denominação para cada prática que se especializava: o jogral propriamente era aquele que ganhava a vida nos castelos e nas vilas, mas havia os trejeitadores ou truões que se exibiam nas praças públicas; os goliardos “merendavam e bebericavam nas tavernas” e os bufões eram os que de “arqueta ao colo mercavam quinquilharias” (RIZZINI, 1977, p. 12).

Uma das formas de se transmitir notícias eram as baladas, espécie de poemas rimados. “As notícias foram transformadas em versos por um motivo: para torná-las mais divertidas – especialmente para a grande maioria da população, cujos gostos haviam sido formados através da exposição de formas orais” (STEPHENS, 1993, p. 212-213). Nas baladas já vemos imagem ilustrativa, textos em coluna, capitular, título em corpo maior e até uma espécie de linha-fina, conceito jornalístico para completar informações dos títulos.

A pauta das baladas era bastante diversa. As inglesas do século XIV e início do XVII traziam os acontecimentos de alto-mar, principalmente naufrágios. Mas havia notícias de caráter

sensacionalista em livretos, que relatavam assassinatos e mutilações, e outros fatos curiosos como “novidades acerca de uma criança gigantesca e feia nascida em Arneheim na Gelderlândia ou uma verdadeira narrativa sobre o nascimento de três monstros na cidade de Namen” (STEPHENS, 1993, p. 225-226).

Apesar de sua origem em uma cultura oral, a balada já inicia uma passagem para uma cultura escrita. O sucesso dos bons criadores de narrativas gerou um mercado de textos e canções, que eram repassados a algum jogral mediante honorários ou vendido num caderno de pergaminho, pequeno, prático e escrito numa só coluna. “De posse delas, procedia o comprador como um editor: publicava-lhes sucessivas tiragens verbais e cedia com usura o direito de cópia” (RIZZINI, 1977, p. 13). Assim como as baladas, alguns jograis impressos possuíam uma incrível semelhança gráfica com os jornais de hoje. Havia a divisão em pequenas colunas, imagens ilustrativas e capitulares. O jogral, atento às transformações de seu tempo, não se limitou à oralidade e apareceu em versões manuscritas bem antes do invento da prensa.

Segundo Nunes (1928), a política e os costumes davam ao trovador das sirventes ora aplauso, ora censura e não raro os ridículos de seus contemporâneos eram postos a nu e troçados com palavras da mais requintada baixeza nas cantigas de escárnio e maldizer (NUNES, 1928, *apud* RIZZINI, 1977). Após declamarem contos



engraçados e fragmentos de epopeias, “narravam o que tinham ouvido dizer ou visto com os seus olhos” (FIGUEIREDO, 1917, *apud* RIZZINI, 1977, p. 14). Esse final era o esperado momento da informação talhada com a arte do orador. É certo que era uma informação moldada em uma linguagem da época, mas estavam ali as narrativas dos fatos e acontecimentos recentes, com a mídia que era possível: a habilidade do canto, da dramaturgia e da fala do orador. Segundo Rizzini, os jograis eram mais estimados pelo que conheciam e podiam narrar do que pelo repertório de músicas e canções inéditas. “Disso se valiam habilmente, servindo à assistência, garridas pelo metro e a assonância, notícias condimentadas com a maledicência e a crítica” (RIZZINI, 1977, p. 15).

Além do caráter informativo da notícia passada pelo jogral, o que também despertava o interesse do público era a sua capacidade crítica, que incluía um discurso opinativo sobre os acontecimentos recentes. Esses artistas-jornalistas não devem ser desprezados com relação à sua influência social e nem imaginados como raros e pouco comuns nas cidades. O sucesso dos jograis foi tamanho que o Estado tentou se apropriar desse meio de comunicação. Os jograis parisienses, diz Le Goff (1992), eram tão reputados que o regente da Inglaterra, Guilherme de Longchamp, no início do século

XIII, chama alguns deles para uma “campanha de publicidade” com canções em sua própria honra. Já Henrique IV, segundo Menéndez Pidal (1942), mandou compor um romance para celebrar a entrada do conde Miguel Lucas em Granada. “O canto era o meio de propagar a notícia dos sucessos coetâneos, sendo tal publicidade cuidadosamente fomentada pelos poderes públicos” (PIDAL, 1942, *apud* RIZZINI, 1977, p. 14).

A cooptação – distribuição de benesses e favores – provavelmente não foi uma alternativa de sucesso no combate aos textos críticos com relação ao governo. A censura foi a forma mais difundida para tentar calar os jograis que incomodavam e perturbavam o poder estabelecido. “Gazeta viva e lida todos os dias, eles assoalhavam as notícias, comentavam-nas febrilmente e agitavam os povos” (RIZZINI, 1977, p. 15). Uma ordenança de 1395 de Carlos VI proíbe “a todos os cantores, autores de canções e todos os demais trovadores e repentistas que mencionem ou digam, em qualquer lugar, nem rimas nem músicas que mencionem o Papa, o Rei, nossos Senhores da França [...] sob pena [...] de serem colocados na prisão por dois meses, somente com pão e água” (RIZZINI, 1977, p. 15, tradução nossa)<sup>3</sup>. Mas a ação política dos cantadores e músicos ambulantes foi intensa na Inglaterra. Disfarçadas em canções

**3** Texto original: “à tous ditteurs, faiseurs de ditz et de chançons et à tous autres menestriers de bouche et recordeurs de ditz que ils ne facent, dyent, ne chantent, em place ne ailleurs, aucuns ditz, rymes ne chançons que facent mention du Pape, du Roy, nostre sire, de nos seigneurs de France [...] sous peine [...] d'estre mis em prinson deux mois au pain et à l'eau”.

aparentemente inocentes, introduziam doutrinas “fortemente liberais e que até incitavam a revolta” (RIZZINI, 1977, p. 18, tradução nossa)<sup>4</sup>.

#### 4 Considerações finais

A praça pública medieval, neste quadro, é um *espaço de mediação cultural* que implica em uma multiplicidade de atividades comunitárias, incluindo comércio, política, crítica, arte, diversão e sociabilidade. Ela funciona como um fator aglutinador e central semelhante a alguns períodos de ágora. Na praça se recebem informações que são distribuídas, assim como se recebem mercadorias, alimentos, que também são retransmitidos. Esse caráter comercial e de troca de mercadorias e informação a constitui como um *espaço mediador cultural* distante temporalmente do sistema capitalista. A troca material, por meio do comércio e do consumo de mercadorias, assim como a troca simbólica, por meio da comunicação e da informação, estiveram tão intrinsecamente presentes nesse espaço da Idade Média que se pode afirmar que essas atividades fazem parte de um único processo social. Nesse sentido, a emergência desse movimento faz parte do processo de complexificação da coletividade humana anterior à revolução burguesa.

No entanto, o capitalismo permitiu que sua classe hegemônica elevasse a relação comercial à última potência e, nessa radicalização, fez com que seus

opositores (trabalhadores ou qualquer grupo utópico) imaginassem a possibilidade de um *espaço mediador cultural* puro, que expurgasse toda a imanência comercial (de troca) da comunicação. Mas a análise dos espaços de comunicação, como se vê, não distingue comércio e comunicação. Esses dois conceitos formam uma unidade indivisível. Comunicar é comerciar e vice-versa. Ora, isso rompe com uma concepção sobre a informação muito presente na sociedade contemporânea que é entendê-la como algo que foi criado pelo sistema capitalista e que precisa ser expurgada de toda relação comercial.

Com isso, a noção de espaço mediador estabelece um outro caminho de análise da imprensa, que não está fundado na pré-existência de uma comunicação pura, mas que parte de um entendimento histórico-espacial entrecortado e matizado por procedimentos e práticas sociais oriundas de agrupamentos civilizatórios complexos. Em última instância, e simplificando, não é possível desvincular imprensa de espaços de troca de mercadorias, diversão, lazer, fofocas, política etc. E isso significa dizer, como se pôde analisar no espaço de mediação cultural medieval da praça, que a narrativa noticiosa não é algo essencialmente oriundo do processo capitalista, ainda que essa afirmação se mostre como algo paradoxal. Em síntese: a imprensa e sua comunicação são essencialmente comerciais, mas não essencialmente capitalistas.

É nesse entendimento que o *espaço mediador cultural* ganha sentido e capacidade analítica para superar “o paradoxo aparentemente irresolúvel” definido por Harvey (1992), que é a incapacidade de grupos utópicos de lidar com o espaço e o dinheiro. Os grupos utópicos ou sociais, ao se definirem como antagônicos ao capital e constroem uma comunicação dentro dessa depuração histórico-ideológica, constroem a própria armadilha, que se apresenta como paradoxo. Ao compreender o espaço mediador fica impossível expurgar o valor e a herança comercial da comunicação sem destruir a sua força e vitalidade social. E a comunicação só pode conter em si a troca de ideias e de mercadorias se for entendida como um espaço complexo da sociedade, ou melhor, como um *espaço mediador cultural*.

## Referências Bibliográficas

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média**: o contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec; Brasília: Edunb, 1999.

BURKE, Peter; BRIGGS, Asa. **Uma história social da mídia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

CALDEIRA, Júnia Marques. **Praça**: território de sociabilidade. 1998. Dissertação (Mestrado em História)– Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1998.

CORTEZ, Glauco. **O espaço da Comunicação**: por uma teoria do espaço mediador social. 2005. Tese (Doutorado em Ciências Sociais)– Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.

\_\_\_\_\_. **Ágora e a mídia moderna**: espaços de comunicação e jornalismo na Antiguidade. **Estudos**

**de Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 1, n.1, p. 143-151, 2007.

DOBB, Maurice. **A evolução do capitalismo**. Rio de Janeiro: LTC Editora, 1987.

FOUCAULT, Michael. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 1987.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural na esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.

LE GOFF, Jacques. **O apogeu da cidade medieval**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

MUMFORD, Lewis. **A cidade na história**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

PIRENNE, Henri. **As cidades da Idade Média**. Lisboa: Europa-América, 1964.

RIBEIRO, Lavina Maderia. **Imprensa e espaço público**: a institucionalização do jornalismo no Brasil 1808-1960. Rio de Janeiro: E-Papers, 2004a, 384p.

\_\_\_\_\_. **Comunicação e sociedade**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2004b, 364p.

RIZZINI, Carlos. **O jornalismo antes da tipografia**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Edusp, 2002.

STEPHENS, Mitchel. **Uma história das comunicações**: dos tantãs aos satélites. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993.

**Communication spaces  
in medieval towns: study  
on cultural mediation and  
the constitution of modern  
commercial media**

**Los espacios de comunicación  
en las ciudades medievales:  
un estudio sobre la mediación  
cultural y la constitución  
comercial de los media modernos**

**Abstract**

The present article aims to create theoretical-historical bases for the formulation of a new agreement of the industry of contemporary communication. This new agreement is established in the conception that the media must be understood as a communication space. In this direction, this study tries to understand the medieval place as a space of important communication and which contains diverse similarities, also practiced with the media originated in Modernity.

**Keywords**

Space. Media. Square. Middle Ages Communication.

**Resumen**

El presente artículo busca crear bases teorico-históricas para la formulación de una nueva comprensión de la industria de la comunicación contemporánea. Esa nueva comprensión está fundada en la concepción de que los medios deben ser comprendidos como espacios de comunicación. En ese sentido se trata de entender plazas medievales como espacios de comunicación importantes y que contienen semejanzas diversas, inclusive prácticas con los medios originados en la modernidad.

**Palabras clave**

Espacio. Medios. Plaza. Edad Media. Comunicación

**Recebido em:**  
30 de agosto de 2008

**Aceito em:**  
16 de junho de 2009

## Expediente

A revista E-Compós é a publicação científica em formato eletrônico da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Lançada em 2004, tem como principal finalidade difundir a produção acadêmica de pesquisadores da área de Comunicação, inseridos em instituições do Brasil e do exterior.

**E-COMPÓS** | [www.e-compos.org.br](http://www.e-compos.org.br) | E-ISSN 1808-2599

Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Brasília, v.12, n.1, jan./abr. 2009.

A identificação das edições, a partir de 2008, passa a ser volume anual com três números.

### CONSELHO EDITORIAL

#### Afonso Albuquerque

Universidade Federal Fluminense, Brasil

#### Alberto Carlos Augusto Klein

Universidade Estadual de Londrina, Brasil

#### Alex Fernando Teixeira Primo

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

#### Alfredo Vizeu

Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

#### Ana Carolina Damboriarena Escosteguy

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

#### Ana Sílvia Lopes Davi Médola

Universidade Estadual Paulista, Brasil

#### André Luiz Martins Lemos

Universidade Federal da Bahia, Brasil

#### Ângela Freire Prysthon

Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

#### Antônio Fausto Neto

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil

#### Antonio Carlos Hohlfeldt

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

#### Arlindo Ribeiro Machado

Universidade de São Paulo, Brasil

#### César Geraldo Guimarães

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

#### Cristiane Freitas Gutfreind

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

#### Denilson Lopes

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

#### Eduardo Peñuela Cañizal

Universidade Paulista, Brasil

#### Erick Felinto de Oliveira

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

#### Francisco Menezes Martins

Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil

#### Gelson Santana

Universidade Anhembi/Morumbi, Brasil

#### Hector Ospina

Universidad de Manizales, Colômbia

#### Ieda Tucherman

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

#### Itania Maria Mota Gomes

Universidade Federal da Bahia, Brasil

#### Janice Caiafa

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

#### Jeder Silveira Janotti Junior

Universidade Federal da Bahia, Brasil

#### João Freire Filho

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

#### John DH Downing

University of Texas at Austin, Estados Unidos

#### José Luiz Aidar Prado

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

#### José Luiz Warren Jardim Gomes Braga

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil

#### Juremir Machado da Silva

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

#### Lorraine Leu

University of Bristol, Grã-Bretanha

#### Luiz Claudio Martino

Universidade de Brasília, Brasil

#### Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Universidade de São Paulo, Brasil

#### Maria Lucia Santaella

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

#### Mauro Pereira Porto

Tulane University, Estados Unidos

#### Muniz Sodre de Araujo Cabral

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

#### Nilda Aparecida Jacks

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

#### Paulo Roberto Gibaldi Vaz

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

#### Renato Cordeiro Gomes

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil

#### Ronaldo George Helal

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

#### Rosana de Lima Soares

Universidade de São Paulo, Brasil

#### Rossana Reguillo

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores do Occidente, México

#### Rousiley Cell Moreira Maia

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

#### Sebastião Carlos de Moraes Squirra

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

#### Simone Maria Andrade Pereira de Sá

Universidade Federal Fluminense, Brasil

#### Suzete Venturilli

Universidade de Brasília, Brasil

#### Valério Cruz Brittos

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil

#### Veneza Mayora Ronsini

Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

#### Vera Regina Veiga França

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

### COMISSÃO EDITORIAL

**Ana Gruszynski** | Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

**Rose Melo Rocha** | Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil

#### CONSULTORES AD HOC

**Alberto Schneider** | Visitante Tokyo University

**Alexandre Rocha da Silva** | Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

**Fernanda Bruno** | Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

**Ida Stumpf** | Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

**Kati Caetano** | Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil

**Laura Cánepa** | Universidade Anhembi Morumbi, Brasil

**Malena Contrera** | Universidade Paulista, Brasil

**Sandra Gonçalves** | Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

**Vicente Gosciola** | Universidade Anhembi Morumbi, Brasil

**REVISÃO DE TEXTO E TRADUÇÃO** | **Everton Cardoso**

**EDITORAÇÃO ELETRÔNICA** | **Raquel Castedo**

### COMPÓS | [www.compos.org.br](http://www.compos.org.br)

Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação

Presidente

#### Erick Felinto de Oliveira

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

[erickfelinto@uol.com.br](mailto:erickfelinto@uol.com.br)

Vice-presidente

#### Ana Sílvia Lopes Davi Médola

Universidade Estadual Paulista, Brasil

[asilvia@faac.unesp.br](mailto:asilvia@faac.unesp.br)

Secretária-Geral

#### Denize Correa Araújo

Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil

[denizearaujo@hotmail.com](mailto:denizearaujo@hotmail.com)