

Imersão digital e campanhas políticas uma estratégia semiótica¹

Francisco José Paoliello Pimenta²

Letícia Perani³

Resumo: O objetivo é o de investigar se a geração de interpretantes mais ricos via representação da imersão parece apta a colaborar na construção de hábitos mentais de maior razoabilidade para o ciberativismo, ao atender aos requisitos de seu *summum bonum* estético, voltado para a democracia participativa e para um novo internacionalismo. É descrita etapa da pesquisa de campo, dirigida ao estudo de dois sites ligados a campanhas políticas, um uruguaio e um norte-americano. Como conclusão parcial, sugere que a referência para as estratégias lúdicas e imersivas na Internet deva ser a busca da razoabilidade do pensamento coletivo.

Palavras-Chave: Semiose; Multicódigos; Ativismo Político

Abstract: This article intends to investigate if the generation of richer interpretants by immersion seems to collaborate for the construction of mental habits with better reasoning for cyberactivism, when attending to its aesthetic *summum bonum* requirements, towards participatory democracy and a renewed internationalism. A field research is described, with an analysis of two websites of political campaigns in Uruguay and USA. As partial conclusion, it suggests that the reference for ludic and immersive strategies on the Internet must be the search of the reasoning of collective thought.

Keywords: Semiosis; Multicode; Political Activism

Este trabalho apresenta resultados parciais de grupo de pesquisa do Programa de Educação Tutorial da Facom/UFJF associada a pesquisa de pós-doutorado intitulada Ciberativismo na Iberoamérica: do despertar em Chiapas aos movimentos urbanos em Barcelona e Madrid. O objetivo é o de investigar se a geração de interpretantes mais ricos via representação da imersão parece apta a colaborar na construção de hábitos mentais de maior razoabilidade para o ciberativismo, ao atender aos requisitos de seu *summum bonum* estético, voltado para a democracia participativa e para um novo internacionalismo. É descrita etapa da pesquisa de campo, dirigida ao estudo de dois sites ligados a campanhas políticas, um uruguaio e um norte-americano. Como conclusão parcial, sugere que a referência para as estratégias lúdicas e imersivas na Internet deva ser a busca da razoabilidade do

¹ Comunicação apresentada no XIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom (setembro de 2006).

² Doutor em Comunicação e Semiótica (PUC/SP - TSOA/NYU) - Professor Associado I (PPGCOM/UFJF).

³ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGC/UERJ). Bolsista da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ).

pensamento coletivo. A fundamentação teórica principal decorre da Semiótica de Charles S. Peirce (Peirce, 1931-1958).

1. O jogo e a vida

Como nos aponta o filósofo holandês Johan Huizinga em seu estudo sobre o lúdico, *Homo Ludens*, o jogo é parte constituinte da cultura humana, desde o início da sua evolução. Segundo ele, o ato de jogar se forma em “(...) uma evasão da vida ‘real’ para uma esfera temporária de atividade com orientação própria” (Huizinga, 2004: 11):

O jogo é uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e de alegria e de uma consciência de ser diferente da “vida quotidiana” (Huizinga, 2004: 33).

Além disso, por meio de características como a ordem, a tensão, o movimento, a mudança, a solenidade, o ritmo e o entusiasmo, o jogo pode ser uma luta por alguma coisa ou a representação de algo, funções que acabam por se confundir, já que ele é capaz de ser a representação de uma luta, ou uma luta para a representação de algo.

Marshall McLuhan se apropria da teoria de Huizinga colocando o jogo como mais uma “extensão” psíquica do ser humano. Para ele, “(...) os jogos são extensões do homem social e do corpo político, assim como as tecnologias são extensões do organismo animal” (McLuhan, 2003: 264). Embora considere que os jogos devam refletir de alguma forma a nossa vida comum para serem bem aceitos, McLuhan também vê o lúdico com uma função de catarse frente às pressões do cotidiano, contribuindo para “(...) uma liberação da tirania monopolística da máquina social” (McLuhan, 2003: 267).

Os jogos são, pois, situações inventadas e controladas extensões da consciência grupal, que permitem uma suspensão dos padrões costumeiros, como se a sociedade entabulasse uma conversa consigo mesma (McLuhan, 2003: 273).

Assim, a atividade lúdica possui em si um conjunto de regras e padrões que, no momento do jogo, não são contestadas. Quando participamos, aceitamos implicitamente o universo que é criado por ele (Chateau, 1987), ou seja, seu conjunto de regras e modos de ação, muitas vezes em detrimento do conjunto de hábitos e crenças do indivíduo. Assim, estar no jogo é deixar-se cercar por aquele mundo de possibilidades virtuais.

Esse quadro amplo do universo no qual nossas percepções estão estabelecidas e orientadas, e por isso tomam um significado, esse pano de fundo desaparece. (...) O jogador secciona o universo: e é porque o secciona que pode dar um novo sentido aos objetos: o que é vara no mundo inteiro pode ser espada no domínio do jogo (Chateau, 1987: 25)

1.1. O lúdico e o digital

Com a simbiose cada vez maior entre o ser humano e os objetos técnicos, através da introdução massiva de ferramentas tecnológicas no cotidiano, surge a cultura contemporânea, “(...) produto de uma sinergia entre o tecnológico e o social” (LEMOS, 2004: 15). Assim, a transposição de atividades lúdicas para o digital foi inevitável, já que, de acordo com Huizinga, o jogo está presente na formação de qualquer manifestação da cultura⁴. Daí, os jogos eletrônicos tendem a seguir os mesmo paradigmas tradicionais do lúdico.

Porém, não basta ao novo tipo de jogador se deixar imergir neste mundo particular que é criado, neste caso, pelo programador. De acordo com Janet Murray (2003), a fruição dessa experiência vai depender também das características criadas por este meio em especial, ou seja, os três “prazeres” dos ambientes virtuais. São eles:

- Transformação: “Como os objetos no meio virtual podem assumir múltiplas representações, eles trazem à tona nosso prazer pela variedade em si mesma” (Murray, 2003: 153).
- Imersão: “(...) a sensação de estarmos envolvidos por uma realidade completamente estranha, tão diferente quanto a água e o ar, que se apodera de toda a nossa atenção, de todo o nosso sistema sensorial” (Murray, 2003: 102);
- Agência: “(...) a capacidade gratificante de realizar ações significativas e ver os resultados de nossas decisões e escolhas” (Murray, 2003: 127).

O *game* se constitui, então, em uma realidade autônoma que gera um “esquecimento” consentido das regras e crenças do indivíduo, e uma conseqüente assimilação de um conjunto de hábitos próprios ao seu momento de execução. Daí, lançamos a questão: é possível que a imersão em três dimensões proporcionada por estas linguagens conduza à alteração de hábitos de sentimento, de ação e de pensamento dos produtores destes sites de ciberativismo e dos demais usuários em rede em direção à participação política?

1.2. Serious games: o lúdico para a construção social

Os atributos do ato de jogar abrem possibilidades interessantes para um tipo particular de *game* eletrônico: os jogos políticos (ou, em sua terminologia em língua inglesa, *serious games*⁵). O uso de jogos eletrônicos para atividades políticas, seja de partidos ou de movimentos sociais organizados, remonta ao começo dos anos 2000, com a popularização da comunicação em rede em todo o mundo. Em vista do desenvolvimento de novos métodos de programação computacional, as possibilidades de interação *online* foram potencializadas, permitindo que ferramentas lúdicas passassem a ser empregadas para as tentativas de atração de novos ativistas.

Exemplos de *serious games* são hoje facilmente encontrados na Internet, construídos por grupos diversos. Os italianos do *La Molleindustria*

⁴ Considera-se que o primeiro jogo eletrônico surgiu no final da década de 1950, para entreter visitantes de um laboratório militar norte-americano (BÔAS, 2005), demonstrando as aplicações “práticas” para a tecnologia que estava sendo desenvolvida ali.

⁵ Os *serious games* abrangem todos os tipos de jogos que não são prioritariamente voltados para o entretenimento, como os educacionais, os utilizados para treinamentos (em empresas, exércitos etc.) e os *games* com temática política.

(www.molleindustria.it) desenvolvem jogos para tentar despertar a atenção dos internautas para questões sociais, como os processos de precarização do trabalho na Europa, e foram responsáveis pelo inovador protesto virtual *Euromayday Netparade*, que reuniu milhares de pessoas de vários continentes para as comemorações do 1º de maio, em 2004 (Pimenta e Soares, 2004).

2. *Cambiemos* e *Take Back Illinois Game*: jogos eletrônicos para a política através da Internet

Os *serious games* podem servir, portanto, como verdadeiras ferramentas de marketing para partidos políticos, como foi o caso de jogos recentes como *Cambiemos* e *Take Back Illinois Game*. Ambos tiveram o objetivo de atrair eleitores, despertar sua atenção para propostas de candidatos e, mais que isso, torná-los, por meio das estratégias de imersão, co-partícipes daqueles movimentos. Porém, os dois *games* trabalharam com realidades sociais diferentes e fizeram sua interação com os votantes utilizando explorações interativas diversas, conforme veremos a seguir.

2.1. Cambiemos: o lúdico eletrônico na América Latina

Em outubro de 2004, o Uruguai vivia momentos de agitação cívica, devido às suas eleições presidenciais. Pela primeira vez em mais de 170 anos de história, o país tinha como favorito um candidato de esquerda: o médico Tabaré Vázquez, da coalizão de esquerda “Encuentro Progressista - Frente Amplio”. Mas a grande surpresa da campanha ainda estaria por vir: a coalizão EP/FA surpreendeu o país ao anunciar seu inovador website: *Cambiemos: construyamos el país de la gente*.

À primeira vista, *Cambiemos* (www.cambiemos.org.uy) podia parecer apenas mais uma página de um candidato presidencial, mas havia uma diferença: o site era, na realidade, um jogo eletrônico. *Cambiemos* foi considerada, então, a primeira exploração lúdica no marketing político latino-americano (BELO, 2004), desenvolvida pela empresa *Powerful Robot* (<http://www.powerfulrobot.com>), do pesquisador uruguaio Gonzalo Frasca, um dos pioneiros também na abordagem acadêmica sobre *games*.

O jogo foi construído na plataforma Shockwave, que suporta áudio, vídeo e animações, freqüentemente utilizada para a geração de programas interativos na Internet. Seu formato era o de um quebra-cabeça, e funcionava de maneira simples, com poucas regras: ao iniciar o jogo, o usuário tem a visão de uma localidade arrasada, cinzenta. Ao colocar as placas fornecidas por outras “pessoas” em seus devidos lugares, a paisagem se transforma, recuperando cores e vitalidade. *Cambiemos* possuía três fases, com níveis de dificuldade crescentes, porém a tarefa executada não sofria mudanças ao longo do tempo. Segundo Gonzalo Frasca, o tema do *game* foi escolhido a partir do contexto histórico e social uruguaio: “O Uruguai é um país que está passando pela pior crise econômica da sua história, então, o foco da campanha é dizer para as pessoas que nós podemos mudar, se todos trabalharmos juntos” (Belo, 2004).

O texto apresentado pela tela de abertura do jogo também não deixava dúvidas sobre os objetivos explicitados:

Necessitamos da ajuda de todos para construir um novo Uruguai. Com o mouse, clique em cima dos espaços vazios para completar a imagem que

falta. Assegure-se de terminar no menor tempo possível: as mudanças que precisamos não admitem a menor demora (Cambiemos, 2004).

Porém, o jogo não deixava claro quais seriam as ações políticas necessárias para a reconstrução social, além do envolvimento dos cidadãos e do trabalho gradual, não servindo, assim, sequer como meio de veiculação das propostas de governo da coalizão EP/FA. Os elementos ideológicos ficam implícitos, não permitindo uma identificação imediata dos programas de governo e modos de atuação do candidato Tabaré Vázquez. Quanto a utilizar as estratégias imersivas dos jogos no sentido de envolver os eleitores, nada podia ser observado.

Em *Cambiemos*, o usuário não possuía outras opções além do que era fornecido pela programação do jogo. Não havia outras formas de explorar o cenário, o que prejudicava sensivelmente o sentimento de imersão do usuário. Também não se podia criar uma narrativa diferente da esperada; ou as placas eram colocadas no lugar e o país era reconstruído, ou o tempo terminava e a paisagem continuava cinzenta – uma forma lúdica de dizer: ou se vota em Tabaré Vázquez, ou o Uruguai continuará em crise. Neste caso, as possibilidades de transformação eram extremamente limitadas, já que o *game* não permitia variedade de escolhas. Já o sentimento de agência está presente em *Cambiemos*, e talvez este fosse o seu principal atrativo, ao permitir ao usuário interferir na mudança no cenário - uma representação da participação na mudança esperada com a eleição do candidato apoiado.

Assim, ao analisarmos como o jogo trabalhou com o potencial sógnico dos jogos imersivos, percebemos que *Cambiemos* não conseguiu sequer deixar claro as plataformas de campanha, tornando-se apenas uma curiosa maneira dos internautas conhecerem o então candidato Vázquez. Daí, frente à proposta de mudança política, fica clara a perda da oportunidade de fazer dos elementos lúdicos do *game* um gerador de novas idéias e ações.

2.2. *Take Back Illinois Game: a construção de ações locais*

Em setembro de 2004, Ian Bogost, editor do blog *Water Cooler Games* (www.watercoolergames.com), especializado na discussão sobre *serious games*, anunciou o lançamento do novo jogo da sua produtora *Persuasive Games* (www.persuasivegames.com): sob encomenda do Partido Republicano dos Estados Unidos, surgiu *Take Back Illinois Game* (www.takebackillinoisgame.com). O jogo, construído na plataforma Macromedia Flash, apresentava quatro tarefas que deveriam ser cumpridas pelo usuário para a recuperação do estado norte-americano de Illinois, segundo a plataforma de campanha dos candidatos republicanos locais. De acordo com o texto de apresentação:

Take Back Illinois é um jogo de estratégia que desafia os jogadores a enfrentar as questões mais importantes colocadas aos eleitores de Illinois nas eleições legislativas estaduais de 2004. (...) o jogo foi desenvolvido para provocar discussões e debates sobre políticas públicas entre os cidadãos (Take Back Illinois Game, 2004).

Ao ser iniciado, *Take Back Illinois Game* oferecia quatro opções a serem trabalhadas: a reforma no sistema de saúde do estado; o reforço das unidades escolares distritais; o aumento da participação local na discussão de assuntos políticos; ou o desenvolvimento de políticas de combate ao desemprego. Ao passar o

mouse em cima de uma das opções, era apresentada uma pequena explicação sobre a necessidade de atuar nestas áreas escolhidas, como, por exemplo, na saúde:

O estado de Illinois está em meio a uma crise no seu sistema de saúde, devido aos altíssimos custos do seguro contra erros médicos. A única maneira de diminuir as taxas deste seguro e assegurar o acesso a um sistema de saúde de qualidade e com preços acessíveis aos cidadãos do estado é limitar os potenciais pagamentos por erro médico (Take Back Illinois Game, 2004, 2004).

As ações a serem tomadas eram claras: devia-se agir de acordo com as propostas do Partido Republicano, implementando diversas reformas durante um ano (o tempo do *game* era contado por uma simulação de dias e meses), ou os objetivos não eram atingidos. Neste caso, o jogador recebia um *game over* pelo seu fracasso. Se o êxito planejado em alguma das fases fosse obtido, ou seja, caso tivesse resolvido os problemas virtuais em pouco tempo, o usuário poderia colocar seu nome na lista dos melhores jogadores. Assim, *Take Back Illinois Game* conseguia deixar explícitos as propostas dos candidatos, não só através de textos, mas também das possibilidades de interação, já que as ações do usuário deveriam ser compatíveis com as plataformas e modos de atuação dos representantes republicanos.

No jogo, havia a possibilidade de uma pequena exploração espacial dos cenários disponíveis, apesar da pouca movimentação fornecida pela programação. Na realidade, o usuário não era incentivado a ter esta atitude, já que tinha um tempo pré-determinado para o cumprimento de suas tarefas. Estas limitações prejudicavam o sentimento de imersão do jogador, mas, comparado ao *Cambiemos*, notamos claramente a tentativa de desenvolvimento de um ambiente mais imersivo e, conseqüentemente, mais atrativo. A narrativa de *Take Back Illinois Game* não podia ser mudada, assim como no *game* uruguaio, mas a permissão de escolha entre diferentes cenários aumentava consideravelmente o sentimento de transformação do usuário. Já o agenciamento do jogo norte-americano também era mais satisfatório, ao indicar as mudanças realizadas no cenário a partir da atuação do jogador.

Portanto, *Take Back Illinois Game* possuía uma articulação melhor entre o conteúdo político apresentado e suas representações interativas, sendo mais bem-sucedido do que o *Cambiemos* ao aproveitar as estratégias lúdicas no sentido da participação política. Ainda assim, muito resta a ser feito no sentido da exploração dos recursos colocados à disposição por estas plataformas.

3. Uma saída pela semiótica ?

Considerando-se, portanto, os exemplos acima, acreditamos que uma saída para esta subutilização de recursos de mobilização política por meio de sites na Internet possa ser sugerida por meio do pragmatismo do lógico norte-americano Charles Sanders Peirce. De fato, na medida em que estamos lidando com representações, é possível que um estudo mais aprofundado dos processos sógnicos envolvidos possa dar algumas indicações do caminho a ser seguido.

Ocorre, neste caso, uma consciência muito restrita das possibilidades sógnicas dos jogos eletrônicos e, daí, obtêm-se efeitos pouco significativos no sentido da alteração de hábitos de sentimento, que, de acordo com Peirce, constituem a base para a mudança de hábitos de ação e de pensamento pretendidos pelas campanhas políticas. Tal consciência deve decorrer, neste caso, da análise cuidadosa das

características multicódigos dos jogos eletrônicos e de suas possibilidades de imersão, entre outras.

Conforme já descrevemos em outro trabalho, este voltado mais especificamente para o ciberativismo:

Do ponto de vista semiótico, observa-se, nos sites de ciberativismo, o predomínio do código verbal e, daí, um processo de compreensão das ações políticas voltadas para mudanças ainda muito marcado pela retórica. Os recursos visuais e sonoros mostram pouca articulação consciente com o texto. E, conforme o que foi exposto acima, buscar o interpretante último final, ou seja a mudança de hábitos, por meio de signos genuínos, sobre a base do verbal, seria um processo incompleto, predominantemente racional, no qual se perderia o impacto das degenerescências sógnicas, tanto de secundidade como de primeiridade, que propiciam mudanças nos hábitos de sentimentos. Assim, este apego ao verbal é algo que contribui, certamente, para o baixo impacto coletivo destes sites no sentido de gerar processos interpretantes que conduzam a mudanças de hábitos (Pimenta, 2006: 6).

No caso analisado acima, relativo ao site *Cambiemos*, a consciência precária das possibilidades sógnicas dos jogos eletrônicos se traduz na fragilidade do cenário fornecido, prejudicando a imersão, e na falta de alternativas na narrativa proposta, inibindo a transformação. Além disso, a mera mudança de cenário não pode ser vista, propriamente, como um agenciamento na medida em que há um descolamento muito grande do que se obtém em relação aos desafios colocados pelo contexto crítico pelo qual passava o Uruguai. Tais dificuldades prejudicaram o necessário processo de imersão numa outra realidade, descrita no início deste texto, que é a base do poder transformador do lúdico. Com isso, não houve o estímulo a mudanças nos hábitos de sentimento e, daí, de ação e de pensamento, inibindo possíveis efeitos na esfera da participação política.

Conforme já foi destacado, houve uma consciência um pouco mais avançada das possibilidades sógnicas dos jogos eletrônicos no site *Take Back Illinois Game*. Não havia estímulo à exploração espacial, prejudicando a imersão, porém a alternativa entre cenários era um atrativo em relação ao site anterior, obtendo-se alguma capacidade de transformação. Finalmente, o agenciamento ocorria de forma mais satisfatória, uma vez que o interator se via diante de uma situação que envolvia escolhas com alguma semelhança ao que ocorria no estado de Illinois, e, a partir daí, a sensação de participação no processo de solução dos problemas. Este sentimento podia ser, então, um ponto de partida para um envolvimento maior com a plataforma do partido.

De acordo com nossa hipótese de trabalho, é necessária uma consciência dos processos sógnicos em questão de forma a articulá-los aos objetivos que se tem em mente. Isto implica, em primeiro lugar, que o fim ao qual se quer chegar tenha a devida atratividade estética, ou seja, seja esteticamente “admirável”. Nas palavras de Peirce:

Desta forma, o pragmaticista não faz o *summum bonum* consistir em ação, mas o faz consistir naquele processo de evolução pelo qual o existente passa, cada vez mais, a incorporar aqueles gerais a respeito dos quais se dizia até agora serem *destinados*, que é o que nós nos esforçamos para expressar chamando-os de *racionais*. Em seus estágios mais altos, a evolução acontece cada vez mais por meio de autocontrole, e isso dá ao

pragmaticista um tipo de justificativa para fazer o propósito racional ser geral (Peirce, CP 5.433).

Portanto, deve-se buscar o estímulo a sentimentos que estejam articulados a um processo de maior racionalidade e harmonia, de caráter geral. Disto deriva uma ética que se encarrega de definir qual fim é possível, dentro das limitações da ação humana individual. E, finalmente, decorre daí a importância da adoção de uma lógica do pensamento, ou semiótica, articulada à cognição mais geral da comunidade, como uma das condições de possibilidade de mudança. Santaella descreve assim este processo:

Localizando-se a essência da racionalidade na autocrítica, uma autocrítica, de resto, que só pode nascer da heterocrítica, é na razão que se encontra a única qualidade livremente desenvolvida pela atividade humana do autocontrole. Na medida em que a evolução segue o seu curso, a inteligência humana desempenha um papel cada vez maior no desenvolvimento do ideal pragmático, por meio de seu poder característico de autocrítica e autocontrole. É esse poder que está na base do interpretante último como mudança de hábito, pois esta depende de autocontrole, o controle que é exercido por meio da avaliação das conseqüências referentes aos hábitos de ação. Essa avaliação, por sua vez, é dependente da ética na medida em que esta aponta para o ideal que estamos deliberadamente preparados para adotar. Esse ideal, que a estética tem por função iluminar, é o ideal pragmático último. De um lado, portanto, somos irresistivelmente atraídos pelo admirável, pelo crescimento da razão criativa no mundo, de outro lado, o poder de autocrítica e o autocontrole da razão conduz nossas mudanças de hábito de modo a permitir que a ação ética se exerça rumo a esse ideal (Santaella, 2004: 84).

Portanto, não basta a criação de sites com características lúdicas, semelhantes aos jogos eletrônicos, para que se produza a quebra de nossa percepção cotidiana e a abertura para novas formas de se ver a política. É imprescindível que os processos sógnicos sejam construídos conscientemente, de forma que novos hábitos de sentir de fato se instalem e, forneçam a base para uma ação com consistência ética, regulada por autocríticas e heterocríticas, no sentido de propostas, no caso políticas, cada vez mais razoáveis e coletivas.

Referências

- BELO, Roberto. *Game appeal for Uruguay's voters* [online]. Londres: BBC News, 2004 [cited 08 May 2006]. Available from World Wide Web: <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/3945661.stm>>
- BÔAS, Rafael Villas. *Mercado de jogos*. In: AZEVEDO, Eduardo. *Desenvolvimento de jogos 3D e aplicações em realidade virtual*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- CAMBIEMOS:construyamos el país de la gente (website). Uruguai: 2004. [citado em 20/04/2006]. Disponível em: <<http://www.cambiemos.org.uy>>
- CHATEAU, Jean. *O jogo e a criança*. São Paulo: Summus, 1987.
- HUIZINGA, Johan. *Homo ludens*. São Paulo: Perspectiva, 5ª ed., 2004.
- McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 13ª ed., 2003.

- MURRAY, Janet. *Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: Itaú Cultural/Unesp, 2003.
- PARKER, Kelly A. “*Reconstruindo as Ciências Normativas*”. In COGNITIO: Revista de Filosofia. São Paulo: PUCSP. Vol. 4, Número 1, Janeiro – Junho de 2003.
- PEIRCE, Charles Sanders (1931 - 1958). Collected Papers. 8 vols. Cambridge: Harvard University Press.
- PIMENTA, Francisco J. Paoliello e SOARES, Leticia Perani. *Euromayday 2004 e o ativismo político pela rede*. Anais do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM. Porto Alegre: PUCRS, 2004.
- PIMENTA, Francisco J. Paoliello. *Pragmatismo: referência epistemológica para ciberativistas?* in Anais do XV Compós. Bauru: UNESP, 2006.
- SANTAELLA, Lúcia. “*Contribuições do Pragmatismo de Peirce para o Avanço do Conhecimento*”. In Revista de Filosofia, Curitiba, v. 16 n.18, p. 75-86, jan./jun. 2004.
- TAKE BACK ILLINOIS GAME (*website*). EUA: 2004. [citado em 15/04/2006]. Disponível pela World Wide Web: <<http://www.takebackillinoisgame.com>>