



REPRESENTAÇÃO, COMUNICAÇÃO E A MÁXIMA PRAGMÁTICA// REPRESENTATION, COMMUNICATION AND THE PRAGMATIC MAXIM

Francisco José Paoliello Pimenta¹

Resumo:

O artigo busca descrever contribuições da Máxima Pragmática, proposta pelo lógico Charles S. Peirce, para os atuais estudos da Comunicação sob uma perspectiva representacional, em especial aqueles derivados das transformações decorrentes das trocas por meio das redes digitais. Relações entre a questão da representação, o método pragmaticista e as etapas das investigações científicas são apresentadas a partir de exemplos retirados de pesquisas realizadas nos últimos anos sobre processos comunicacionais envolvendo ciberativistas, adeptos de jogos eletrônicos e de redes sociais, e pesquisadores.

Palavras-Chave: 1. Representação; 2. Comunicação; 3. Pragmaticismo.

Abstract

This article intends to describe contributions that the Pragmatic Maxim, proposed by the logician Charles S. Peirce, could bring to the current communication studies beneath a representational perspective, mainly those related to changes promoted by digital networks. Relations between the representation, the pragmaticist method and the steps of scientific research are presented through examples of recent investigations about communication processes involving cyberactivists, fans of electronic games and social networking, and researchers.

Keywords: 1. Representation; 2. Communication; 3. Pragmaticism.

1. Introdução

O presente trabalho objetiva mostrar a relevância de uma perspectiva representacional para uma melhor compreensão dos processos comunicacionais, em especial em sua área de

¹ Professor Associado IV da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora

pesquisa relacionada às transformações decorrentes das trocas por meio das redes digitais, com base em sua articulação com a Máxima Pragmática. Proposta pelo lógico norte-americano Charles S. Peirce, a máxima foi criada com a intenção de esclarecer os procedimentos de significação relativos aos processos de representação sígnica, que constituem a base das trocas comunicacionais, por meio de uma síntese dos passos necessários a qualquer tipo de ampliação do conhecimento e, portanto, das descobertas (PEIRCE, 1931-1958, 5.18).

O objeto principal de aplicação da Máxima Pragmática são os processos representacionais envolvendo pensamentos, ou seja, fenômenos da categoria peirceana da Terceiridade. Estes constituem as trocas sígnicas mais típicas, ou genuínas, na medida em que têm um caráter marcadamente lógico, distinguindo-se, portanto, daqueles onde predominam aspectos existenciais ou meramente qualitativos. Essa ênfase nos processos lógicos se justifica pelo fato da Máxima buscar compreender os processos de significação mais complexos possíveis, de forma a explicitar os mecanismos evolutivos da conduta racional humana, para que sejam esclarecidos os nossos procedimentos de obtenção do conhecimento, entre eles os métodos de pesquisa das mais diversas áreas do saber.

A partir da preocupação de se aproximar das ciências da natureza em detrimento do abstracionismo nominalista ou conceptualista, por meio do realismo (PEIRCE, 1931-1958, 5.423; 5.2), Peirce elaborou a primeira formulação da Máxima no clássico “Como tornar claras nossas ideias”, de 1878, em meio a uma análise sobre as ideias de Descartes e Leibniz. Dizia ele: “Considere que efeitos - imaginavelmente possíveis de alcance prático - concebemos que o objeto de nossa concepção possa ter. A concepção desses efeitos corresponderá ao todo da concepção que tenhamos do objeto.” (PEIRCE, 1931-1958, 5.402)

Nos anos seguintes, a ideia de formular uma máxima foi relegada a um segundo plano pelo autor até que a adoção do Pragmatismo por William James, em 1898, o estimulasse a retomar o tema. Embora tivesse atribuído corretamente o conceito ao colega, a apropriação de James conduziu a uma compreensão do Pragmatismo de caráter utilitarista (PEIRCE, 1931-1958, 5.429), o que desagradou Peirce a tal ponto que o fez, em primeiro lugar, renomear sua proposta teórica como Pragmaticismo, um termo, segundo ele, suficientemente feio “para estar a salvo de seus raptos” (PEIRCE, 1931-1958, 5.414).

A partir de então, Peirce voltou a se preocupar com a formulação de uma máxima, embora tenha permanecido ainda muitos anos preso à ideia das “consequências práticas” do

objeto como algo da esfera do sensível (FITZGERALD, 1966: 157) e, conseqüentemente, do âmbito das relações concretas, existenciais. Em 1905, entretanto, chegou à seguinte formulação: “A fim de determinar o significado de uma concepção intelectual, deve-se considerar quais conseqüências práticas poderiam concebivelmente resultar, necessariamente, da verdade dessa concepção; e a soma destas conseqüências constituirá o significado completo da concepção” (PEIRCE, 1931-1958, 5.9). Portanto, somente nessa fase final de sua produção, nos primeiros anos do século XX, o estudo das “conseqüências práticas” irá, aos poucos, se deslocando para o âmbito dos “conceitos intelectuais”, da categoria peirceana da Terceiridade, ou seja, para a esfera dos hábitos (NESHER, 1983, p. 237). Esse movimento é um marco na progressiva adesão do autor ao realismo, e no abandono definitivo de suas posições iniciais de cunho conceptualista.

Assim, em 1907, Peirce chega à formulação que seria, talvez, a mais representativa desse período final: “Considere quais os efeitos que concebivelmente poderiam ter as conseqüências práticas que você concebe que o objeto de sua concepção tem; então, o hábito mental geral que consiste na produção destes efeitos é o significado total de seu conceito” (PEIRCE, 1907 apud NESHER, 1983, p. 240). O significado, portanto, passa a ser associado a uma possível mudança de hábitos decorrente dos resultados obtidos com a investigação, a partir do lançamento de hipóteses, da dedução de suas possíveis conseqüências práticas e da avaliação do grau de confirmação indutiva desses efeitos previstos perante os fatos observados. Veremos, então, a seguir, a relevância dessa perspectiva representacional nas atuais investigações no campo da Comunicação a partir dessa formulação mais elaborada da Máxima.

2. A Representação, a Máxima e a inferência abductiva

2.1. O processo perceptivo, o *insight* na representação e a Máxima

O primeiro passo para qualquer investigação no campo das representações comunicacionais consiste no estabelecimento de possíveis hipóteses para o problema em pesquisa, e o Pragmatismo, como método, confere uma ênfase especial a esta fase, intitulada por Peirce de “abdução”, ou seja, a lógica do lançamento de hipóteses, ao ponto desse autor ter afirmado:

Se você considerar cuidadosamente a questão do Pragmatismo, verá que ele nada mais é do que a questão da lógica da abdução. Isto é, o Pragmatismo propõe uma certa máxima que, se válida, deve tornar desnecessária qualquer outra regra para a

admissibilidade de hipóteses serem consideradas como hipóteses, ou seja, como explicações do fenômeno tomadas como sugestões auspiciosas; e, além do mais, isso é tudo que a máxima do Pragmatismo realmente pretende fazer, ao menos na medida em que está confinada à lógica e não é compreendida como uma proposição da psicologia. Pois a máxima do Pragmatismo é a de que uma concepção não pode ter nenhum efeito lógico ou sentido que a diferencie de uma segunda concepção, exceto na medida em que, tomada em conexão com outras concepções e intenções, deve concebivelmente modificar nossa conduta prática de um modo diferente desta segunda concepção. (PEIRCE, 1931-1958, 5.196)

Assim, segundo Ibri, o Pragmatismo se coloca como “fator de escolha e decisão entre hipóteses concorrentes” para, em seguida, por meio da indução, tornar o meramente hipotético numa teoria com um “correto poder preditivo” em relação ao problema pesquisado (IBRI, 1992, p.115).

O procedimento das descobertas parte de uma associação inusitada de ideias decorrente do processo perceptivo (PEIRCE, 1931-1958, 5.186) ao seguir as três proposições “afiadoras” da Máxima Pragmática de Peirce. A primeira decorre da proposição aristotélica de que “nada há no intelecto que não tenha primeiramente estado nos sentidos”, o que reafirma a motivação empírica que reside nas representações e na origem de todas as investigações. A segunda é a de que os juízos perceptivos contêm elementos gerais, portanto proposições universais podem ser deles deduzidas, ou seja, a ideia de que hipóteses, como concepções gerais, podem emergir de nossas percepções, ou juízos, sobre o problema. O caráter de descoberta decorre, mais propriamente, da terceira proposição “cotária”, ou “afiadora”, a qual defende, nas palavras de Peirce:

A terceira proposição cotária é que a inferência abdutiva se transforma no juízo perceptivo sem que haja uma linha clara de demarcação entre eles; ou, em outras palavras, nossas primeiras premissas, os juízos perceptivos, devem ser encarados como um caso extremo das inferências abdutivas, das quais diferem por estarem absolutamente além de toda crítica. A sugestão abdutiva advém-nos como num *flash*. É um ato de *insight*, embora um *insight* extremamente falível. É verdade que os diferentes elementos da hipótese já estavam em nossas mentes antes; mas é a ideia de reunir aquilo que nunca antes tínhamos pensado em associar que lampeja a nova sugestão diante de nossa contemplação. (PEIRCE, 1931-1958, 5.181)

Portanto, embora sejam inferências de caráter muito vago, as hipóteses constituem o momento principal da investigação sobre os processos representativos, na medida em que se apresentam como sua operação criativa mais relevante. As etapas seguintes, da dedução e da indução, não tem tal força heurística e atuam como

coadjuvantes ao criar as condições e efetuar os testes que avaliarão o grau de confirmação delas perante os fatos.

2.2. A operação com o diagrama hipotético e a Máxima

A partir da associação inusitada, as hipóteses devem ser montadas na forma de um diagrama e observadas para que possam ser estabelecidas suas diversas relações com o processo representacional em questão. Nessa etapa, são feitas experimentações de caráter mental que possibilitem a expansão da ideia inicial. Em seguida, poderão ser avaliados quais aspectos são os mais plausíveis na tentativa de explicar como se dá aquela representação, os quais, portanto, devem ser levados à frente na investigação.

No caso de nossa pesquisa, como exemplo desse procedimento, partimos da hipótese de que os processos de comunicação possibilitados pelas redes digitais, quando produzidos de forma multicódigos, estimulam a produção de pensamentos em transformação, permitindo maior efetividade comunicacional. O condicional da “produção multicódigos” entre o antecedente e o conseqüente desse argumento constitui seu aspecto mais propriamente heurístico e, por meio das experimentações de caráter mental referidas acima, analisando suas possíveis relações com os processos de representação que constituem nossas amostras, nos foi possível chegar a três subaspectos da hipótese que visam reforçar sua plausibilidade.

O primeiro deles propõe que o fato da comunicação multicódigos permitir representações com múltiplos padrões de semelhança possíveis com seus objetos, sejam eles visuais, sonoros, verbais falados, escritos e até gestuais, no caso dos ambientes 3D, conduz a formas de comunicação sinestésicas, reproduzindo múltiplas qualidades, tipos e padrões de seus objetos.

O segundo subaspecto defende que o fato da comunicação multicódigos permitir representações com múltiplos padrões de relações existenciais espaciais e temporais com seus objetos, propicia formas de comunicação presenciais, ubíquas e imediatas. Já o terceiro aspecto que obtivemos a partir da hipótese principal afirma que o fato da comunicação multicódigos permitir representações com múltiplos padrões de lógicas sígnicas conduz seus usuários a se comunicarem de forma consciente dos processos e hábitos inferenciais que estão a utilizar.

No caso aqui apresentado, essas três sub-hipóteses foram formuladas com base nas três ciências normativas propostas por Peirce, ou seja, a Estética, a Ética e a Lógica (ou

Semiótica), que seguem suas categorias triádicas da Primeiridade, Secundidade e Terceiridade. Não há como apresentar, no espaço desse artigo, todas essas relações, que serão explicitadas em outro trabalho. É suficiente, contudo, saber que a operação mental que, de acordo com o Pragmatismo, deve ser realizada sobre o diagrama formado pela hipótese frente às representações em análise não precisa, necessariamente, obedecer a essa concepção triádica, embora tal procedimento seja o mais adequado a partir desse ponto de vista. É possível também analisar as relações da hipótese com as representações por meio de outras relações com as quais o pesquisador esteja mais familiarizado, sem que deixe de seguir o quadro geral do método pragmaticista.

3. O papel da dedução nas representações, segundo a Máxima

De acordo com a Máxima Pragmática, para extrairmos a melhor contribuição possível da hipótese e de suas relações é preciso que realizemos pesquisas empíricas a partir das possíveis consequências práticas dos processos representacionais para que, ao final da investigação, possamos chegar a um resultado que nos indique qual o padrão dos efeitos que eles geram, permitindo, assim, que façamos previsões a respeito da classe às quais eles pertencem. Esse procedimento é realizado por dedução, ou seja, a partir das relações de caráter geral obtidas por abdução, e considerando que possam ser verdadeiras, quais seriam suas possíveis consequências práticas para que possamos vir a testá-las por meio de um teste empírico? Essa seria então, segundo o Pragmatismo, a única forma de investigar o grau de confirmação de ideias gerais, abstratas, na realidade concreta, existencial, ou seja, transformando-as, por meio de inferências dedutivas, em eventos singulares para estudos de casos.

Para que se cumpra essa etapa há necessidade, novamente, de um trabalho mental sobre o diagrama de relações já obtido. Assim, retomando o exemplo de nossas pesquisas, deduzimos possíveis consequências práticas a ser testadas indutivamente de cada uma de nossas sub-hipóteses, mais uma vez sobre o fundamento proporcionado pelas três ciências normativas. São elas: (1) sensações de permanente compartilhamento comunicacional possível; (2) atitudes voltadas para processos comunicacionais de caráter coletivo, globalizado e instantâneo; e, (3) consciência das atuais mudanças nos processos cognitivos como meio de se obter maior eficiência comunicacional.

É importante destacar que nossas pesquisas enfatizam, portanto, fenômenos da categoria peirceana da Terceiridade, conforme prescreve o método pragmaticista. Por isso, nas comunicações multicódigos, procuramos observar os processos de pensamento desde seus aspectos mais qualitativos, ligados à possível ocorrência de sensações de compartilhamento, passando pela existência ou não das características citadas acima nas atitudes verificadas nos usuários, até, finalmente, nos determos nos aspectos mais propriamente representacionais, ou seja, na verificação de dados que indiquem algum tipo de consciência de seus próprios procedimentos lógicos.

Portanto, é sobre essa base em que vimos realizando pesquisas empíricas na esfera das redes digitais desde 2001, por meio de grupo de pesquisa com participação de colegas, orientandos de mestrado e de iniciação científica, com os resultados sendo discutidos em congressos, artigos e capítulos de livros. Aqui não é nossa intenção apresentar esses experimentos (PIMENTA, 2007a, 2007b, 2009 e 2010; PIMENTA e RODRIGUES, 2012; PIMENTA e UMBELINO, 2012; PIMENTA e RIVELLO, 2012; PIMENTA e VARGES, 2007; PIMENTA e SOARES, 2004; SILVA, 2010; entre outros) em detalhes, uma vez que o objeto desse trabalho é outro, ou seja, mostrar a relevância de uma perspectiva representacional para uma melhor compreensão dos processos comunicacionais e, ainda, porque nem seria possível descrever em tão poucas páginas todos os aspectos necessários a tal articulação.

Estamos, no momento, redigindo um trabalho mais amplo explicitando tais relações, que reúnem esses experimentos relativos a usuários de jogos eletrônicos, a ciberativistas e a pesquisadores brasileiros da área de epistemologia da Comunicação. Aqui, portanto, nos limitaremos a apresentar um breve resumo de alguns resultados, visando um melhor esclarecimento das relações entre a Comunicação e a ideia de representação, que, conforme afirmamos acima, é o nosso propósito principal.

4. Fase indutiva das representações e Máxima Pragmática

A inferência indutiva é o próximo passo da investigação sobre os processos representacionais, segundo a Máxima Pragmática. É imprescindível que as hipóteses sobre possíveis consequências práticas dessas representações sógnicas sejam submetidas ao crivo da realidade existencial fora da mente do pesquisador, o qual deve estar em genuína dúvida sobre o grau de sua confirmação. Nas palavras de Peirce, “Pragmatismo é um método

fundamental para conhecer e determinar o significado daquelas realidades persistentes, que se forçam sobre nosso reconhecimento. Aquilo que não tem essa persistência é um mero sonho, e a realidade é persistente, é regular” (PEIRCE, 1931-1958, 1.175).

Observa-se, assim, que o método pragmaticista e sua perspectiva sígnica, representacional, dos processos de comunicação, busca, a todo tempo, se referenciar nos contextos existenciais aos quais eles remetem, sendo que, se por um lado, a abdução tenta responder a questões deles decorrentes, a indução fornece a possibilidade de compreensões possíveis dentro do contexto vivido em cada investigação, em particular. Sobre esse ponto, diz Peirce:

A abdução inicia-se dos fatos sem ter, a princípio, qualquer teoria particular em vista, embora seja motivada pelo sentimento de que uma teoria  necessária para explicar os fatos surpreendentes. A indução inicia-se por uma hipótese que parece se auto-recomendar sem ter, a princípio, quaisquer fatos particulares em vista, embora se sinta a necessidade de fatos para fundamentar a teoria. A abdução busca uma teoria, a indução busca fatos. Na abdução, a consideração dos fatos sugere a hipótese. Na indução, o estudo da hipótese sugere os experimentos que trazem à luz os próprios fatos para os quais a hipótese apontou (PEIRCE, 1931-1958, 7.218).

Essa ideia da hipótese sugerir experimentos que trazem à luz os fatos para os quais ela apontou está diretamente vinculada à Máxima Pragmática quando diz que a pesquisa deve se concentrar nos efeitos relacionados às consequências práticas das representações investigadas. Daí ser imprescindível, do ponto de vista do método pragmaticista, o teste empírico que vai fornecer a possibilidade de que se chegue até mesmo a um ponto de vista contraditório àquele defendido pelas hipóteses. Nessa fase, a pesquisa sai do âmbito restrito das mentes dos investigadores para se chocar com a realidade existencial, para confrontar-se com ela e ser, se for o caso, desautorizada, dada a persistência que a caracteriza. É esse o trabalho que estamos atualmente realizando sobre os possíveis efeitos de nossas hipóteses, referidas acima, para testarmos seus graus de confirmação diante dos fatos observados.

Nos três grupos estudados, até onde conseguimos ir, obtivemos uma confirmação bastante consistente em relação ao segundo dos três efeitos previstos pela hipótese, enquanto, nos outros dois, observamos ratificações e também algumas negativas. A percepção de uma maior comunicabilidade, a atitude voltada para a comunicação coletiva e a compreensão das atuais mudanças nos processos cognitivos como meio de se obter maior eficiência comunicacional ainda  frágil entre alguns ativistas e teóricos. Esse resultado nos sugere que a obtenção de bons resultados nesses processos de representação sígnica, no atual contexto de comunicações em rede, deve ocorrer quando o processo é operado por mentes híbridas que

articulam a motivação política dos ativistas à habilidade técnica dos *gamers* e, ainda, à capacidade de análise dos teóricos em comunicação.

Os resultados obtidos nos testes empíricos nos conduzem à fase sentencial da indução, na qual o objetivo é chegar à lei que governa a frequência de ocorrência da classe dos fenômenos que estamos pesquisando, se foram mais ou menos confirmados. Como a Máxima Pragmática se aplica, em especial, ao significado de processos de comunicação que envolvem conceitos intelectuais, a compreensão dessa lógica representacional implica, nos casos aqui citados, em ações conscientes do princípio-guia sob o qual esses conceitos atuam por parte dos usuários das comunicações multicódigos. Nas palavras de Peirce:

Dizer que uma operação da mente é controlada é dizer que é, num sentido especial, uma operação consciente; e isso, sem dúvida, é consciência do raciocínio. Pois esta teoria exige que, ao raciocinar, estejamos conscientes não somente da conclusão e de nossa aprovação deliberada a seu respeito, mas também dela ser o resultado da premissa a partir da qual ela resulta, e, além disso, de que a inferência é uma da possível classe de inferências que se conformam a um princípio-guia. (PEIRCE, 1931-1958, 5.441).

5. A Máxima, o significado e o hábito mental geral

A descoberta desse princípio guia, o qual constitui a lógica subjacente dos processos representacionais, é, portanto, o objetivo principal de todo esse procedimento, tanto por parte das mentes sob escrutínio quanto daqueles que as pesquisam. Uns em busca de maior eficácia comunicacional, os outros para avaliar em que medida esses processos se aproximam da excelência sígnica. E é essa lógica aquilo a que Peirce se refere na asserção final da Máxima, quando diz que o significado total do objeto concebido é o hábito mental geral que consiste na produção de seus efeitos. Quem busca representar algo, o representa melhor se conhece seus próprios hábitos mentais e os articula à lógica geral daquele processo de comunicação. Quem pesquisa tais procedimentos, procura compreender e avaliar a qualidade, a eficácia e esta possível excelência lógica dos hábitos das mentes que investiga.

Isso quer dizer que a pesquisa em Comunicação está sempre buscando compreender processos representacionais envolvendo trocas sígnicas, os quais constituem seu objeto, e que é algo em constante transformação dinâmica. Mais do que apenas uma coisa, em seus aspectos mais concretos, essa representação apresenta, ainda, um campo de possibilidades a ser considerado, e também uma dimensão ideacional. Daí, como pensamento, tende a se constituir em nossas mentes como um hábito, coletivo e mutante, no caso dos processos em que se configura a excelência comunicacional.

Assim, em relação aos atuais processos que estamos investigando, envolvendo ciberativistas, adeptos dos jogos ou das redes sociais digitais, ou pesquisadores brasileiros na área de teorias da comunicação, o objetivo seria compreender melhor a lógica subjacente a esses processos mentais. De acordo com nossa hipótese, tal lógica talvez esteja relacionada a uma mudança de hábitos, derivada de operações multicódigos, compreendendo suas instâncias perceptivas, suas atitudes e seu pensamento lógico, conforme descrevemos acima.

Caso tal processo de mudança de hábitos esteja, de fato, acontecendo, isso seria um sinal de que seus agentes poderiam estar mais conscientes de estarem operando por meio de processos representacionais com base em princípios-guia de caráter amplo, frutos de apreensões cada vez mais aprimoradas daquilo que, para Peirce, nada mais é do que a Razão, a lógica ou “pensamento” do universo. Esse vínculo entre processos comunicacionais bem sucedidos, na medida em que se tornem hábitos, e regularidades naturais é um dos preceitos da Máxima Pragmática, de acordo com o que defende esse autor:

E não negligencie o fato de que a máxima pragmaticista nada diz sobre experimentos singulares ou sobre fenômenos experimentais singulares (pois aquilo que condicionalmente é verdade *in futuro* dificilmente pode ser singular), mas só fala das espécies gerais de fenômenos experimentais. O adepto desta doutrina não se esquiva de falar dos objetos gerais como sendo reais, uma vez que tudo o que é verdadeiro representa um real. Ora, as leis da natureza são verdadeiras. (PEIRCE, 1931-1958, 5.545).

Esse, portanto, seria o caminho indicado pelo autor da Máxima para que os processos comunicacionais atinjam sua máxima produtividade, ou seja, que operem por meio de princípios-guia que constituam hábitos autoconscientes dessas representações e em permanente mudança, tal como ocorre no “pensamento” do universo.

Até o momento, nos parece estarmos frente apenas ao despontar de um fenômeno dessa natureza em nossas investigações na esfera da Comunicação. Conforme relatamos acima, obtivemos confirmações de nossas hipóteses nos três grupos estudados, mas também algumas negativas. O resultado nos indica que talvez a formação de uma mente híbrida, que reúna as qualidades dos três tipos de usuários consiga chegar a uma compreensão mais clara dos princípios-guia da lógica subjacente a seus próprios processos inferenciais, de forma a obter excelência de significação e, portanto, uma maior eficiência comunicacional.

É interessante notar que o efeito da esfera mais qualitativa dessa lógica, de ocorrência de sensações de permanente compartilhamento comunicacional possível, tenha sido observado nos três grupos. Isso talvez implique numa eventual confirmação da hipótese em todos os seus aspectos num futuro próximo, indicando que esse processo de compreensão das

operações multicódigos se encontra, de fato, no início de sua generalização, já que ocorre na esfera da estética, a dimensão na qual se revelam os eventos que propiciam as mudanças de hábito, de acordo com o método pragmaticista.

Referências:

FITZGERALD, J. J. **Peirce's Theory of Sign as Foundation for Pragmatism**. The Hague and Paris: Mouton, 1966.

IBRI, Ivo. **Kósmos Noetós: a arquitetura metafísica de Charles S. Peirce**. SP: Perspectiva, 1992.

NESHER, Dan. "A Pragmatic Theory of Meaning" in *Semiotica* 44 3/4. Mouton: Amsterdam, 1983.

PEIRCE, Charles Sanders. **Collected Papers**. 8 vols. Cambridge: Harvard University Press, 1931 - 1958.

_____. **The Essential Peirce**. 2 vols. Indiana: Peirce Edition Project, 1998.

PIMENTA, Francisco J. Paoliello. Pragmatismo: referência epistemológica para ciberativistas? In: Ferreira, Jairo (Org.). *Cenários, Teorias e Heranças do Campo Acadêmico da Comunicação*. Rio: E-Papers, p. 171-185, 2007a.

_____. Semiótica, como teoria da representação, e o campo da Comunicação. In: Coutinho, Iluska e Silveira, Potiguara (Orgs.). *Comunicação: tecnologia e Identidade*. Rio: Mauad X, p. 11-22, 2007b.

_____. Indeterminação; o "admirável"; a crescente comunicabilidade. In: *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, no. 38, abril, pp. 37-43, 2009.

_____. A Epistemologia da Comunicação e o Grupo da Unisinos. In: *Anais do XIX Compós*. Rio: PUCRio/Compós, 2010.

_____. e RODRIGUES, Luciana. *Wikileaks e Liberdade na Comunicação: concepções da sociedade brasileira frente à web 2.0*. Ouro Preto: UFOP/Intercom, Anais do XVII Intercom Sudeste, 2012.

_____. e UMBELINO, Maria Teresa. *A Emergência da Cidadania nos Metaversos*. In: *Contemporânea*, Rio, PPGCom UERJ, vol.10, no. 1, 2012.

_____. e RIVELLO, Ana Paula. *Zapatismo e Ciberativismo: a busca de uma conexão perdida*. In: *Comunicação: Práticas e Fronteiras*. Juiz de Fora: Editora da UFJF, 2012.

_____. e VARGES, Julia P. Second Life: vida e cidadania além da realidade virtual?. In: *Revista Comunicação & Sociedade*, S. Bernardo, UESP, v.28, p.13 - 27, 2007.

_____. e SOARES, Letícia P. EuroMayday 2004 e o Ativismo Político pela Rede. In: *Revista Libero*, São Paulo, FACASPER, v. VI, p.30 - 35, 2004.

SILVA, Renata Prado. *World of Warcraft: semioses para produção de envolvimento em jogos eletrônicos*. Juiz de Fora: Dissertação (Mestrado em Comunicação), Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF, 2010.

Recebido em : 27 de abr de 2013

Aceito em : 18 de ago de 2013