|  |  |
| --- | --- |
| **Título da leitura**  *“Uso de marcas verbais para aspectos não-verbais da conversação em salas de bate-papo na Internet.”* | **Assunto/Tema:**  Chats de Conversa |
| Referências Bibliográficas: Robson Santos de Oliveira e Luciano R. de Lemos Meira, Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v.33, n.1, jan./jun. 2010 | |
| **Ideias principais** | |
| O estudo mostra como a comunicação não-verbal é representada digitalmente. | |
| O sorriso foi o exemplo não-verbal mais utilizado, ele é expressado por: Emoticons, “rs”, “hahaha”, “kkkkkk” e diversas maneiras. | |
| Para o estudo foi analisado participantes em salas de chat do UOL durante um tempo. | |
| As marcas verbais funcionam para manter a conversa e a coesão interacional. | |
| **Breve resumo**  O artigo mostra como usuários de salas de bate-papo da internet usam marcas verbais para representar aspectos não-verbais, como sorriso, gestos e etc. os autores observaram salas de bate-papo do UOL afim de analisar o uso das marcas verbais. | |
| **Aluno :** Guilherme Schiavon | **Data:** 07/05/2025 |