

## O BOCA A BOCA ON-LINE, UM NOVO SUPORTE E UMA NOVA ROUPAGEM

Vânia Braz Oliveira<sup>1</sup>

**Resumo:** A voz do consumidor contemporâneo se materializa nas redes sociais *on-line* por meio e suas expressões, aqui caracterizada pelas falas destes consumidores sendo essas capazes de avaliar uma marca e transmitir sua opinião pelas redes sociais *on-line*. Caracterizar o boca a boca *on-line* como um novo fluxo comunicacional entre consumidores, capazes de alterar a percepção da marca é o objetivo deste artigo. Com a pesquisa bibliográfica e documental evidenciamos que em uma sociedade relacional a voz do consumidor propagada

**Palavras-chave:** Boca-a-boca on-line; Consumidor contemporâneo; Sociedade em rede; Redes sociais on-line.

---

<sup>1</sup> Universidade do Vale do Paraíba, Brasil. E-mail: vaniajor@univap.br.