

O tema desta pesquisa é o conteúdo gerado pelo consumidor (CGC) nas diversas plataformas da web. Sua relevância é demonstrar como o consumidor pode influenciar a imagem das organizações. Segundo a Internet Advertising Bureau (2008), conteúdo gerado pelo usuário é qualquer material criado e disponibilizado na internet por um não profissional de mídia. Como usuário é uma denominação do internauta em um estágio inicial da internet, quando não produzia nem compartilhava facilmente conteúdos, utilizar-se-á a palavra consumidor para substituí-la já que a abordagem desta pesquisa é mercadológica e supõe a geração de conteúdo por este internauta. O objetivo é o de propor uma tipologia de CGC na web. Para isso, pesquisou-se plataformas na web, identificando as formas pelas quais o consumidor pode se expressar sobre um determinado produto, serviço ou marca. Foi possível identificar que há que suportes podem ser criados pelos próprios consumidores, em sistemas de publicação (blogs, páginas wiki e podcasts); em outros, a estrutura se encontra disponíveis, como sites de redes sociais (Orkut) e microblogs (Twitter), exigindo-se cadastro e perfil; alguns permitem a inclusão de fotos/imagens e vídeos (Flickr e You Tube), que também exigem a definição de um perfil. Texto verbal é o conteúdo gerado com mais frequência.