

**Autor:**

SAMUEL MARTÍN BARBERO

**Título:**

*El puzzle de la identidad de marca: creación de un modelo aplicado a la web*

**Directora:**

MARÍA TERESA GARCÍA NIETO

**Lugar y fecha de lectura:**

Universidad Complutense de Madrid, 21 de diciembre de 2005

**TRIBUNAL:**

**Presidente:**

JUAN BENAVIDES DELGADO (Universidad Complutense de Madrid)

**Vocal:**

ALBERTO PENA RODRÍGUEZ (Universidad de Vigo)

**Vocal:**

MARÍA TERESA OTERO ALVARADO (Universidad de Sevilla)

**Vocal:**

OFELIA GIQUEL ARRIBAS (Universidad Europea de Madrid)

**Secretaria:**

CARIDAD HERNÁNDEZ MARTÍNEZ (Universidad Complutense de Madrid)

**Calificación:**

Sobresaliente *cum laude* por unanimidad

**Resumen:**

Desde la comunicación comercial, la comunicación corporativa y en ocasiones, aferrándose a la comunicación periodística, pero fuera de Internet, el autor indaga por medio de un recorrido conceptual y teórico en la existencia de la identidad de marca dentro de la Web. Deja conscientemente aparcada la imagen de marca (propia del receptor, audiencia y usuario o consumidor) para centrarse en el productor de mensajes oficiales (el emisor), hasta el punto de llegar a delimitar y aplicar empíricamente dentro de portales Web de automóviles un modelo genuino (El Puzzle) no preconcebido de auditoría cualitativo de contenido Web. La editorial Dossat ha publicado recientemente (2005) un libro a partir de esta idea traducida con el acrónimo anglosajón “BIWAM” (*Brand Identity Web Analysis Method*).