

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*).