

¿Por qué le llamamos Volvo?



MIGUEL
POVEDA SALVÁ

Este periódico, por ejemplo, el pasado sábado tituló «Más conciertos en la Volvo» el artículo donde se mencionaban los nuevos conciertos programados dentro del denominado «Alicante Volvo Festival».

Se hace referencia así al nuevo espacio público preparado en el puerto de Alicante con motivo del campeonato del mundo de vela, comercialmente «Volvo Ocean Race».

Es evidente que la presencia de la marca de automóviles Volvo, en la denominación del evento y en las diferentes piezas comunicativas desarrolladas, responde a unos acuerdos muy precisos y a unas contraprestaciones económicas muy definidas que recibiría el organizador de la prueba deportiva.

Pero ¿qué está sucediendo ahora con la introducción de la referencia a la marca Volvo cuando queremos hablar del espacio o de un festival que se desarrolla parcialmente en ese lugar y totalmente desligado del campeonato de vela? Volvo no apa-

¿Qué está sucediendo ahora con la introducción de la referencia a la marca Volvo cuando queremos hablar del espacio o de un festival que se desarrolla y totalmente desligado del campeonato de vela?

rece en la relación de marcas que colaboran en el festival, a la vista de lo que se muestra en la publicidad del «Alicante Volvo Festival».

Quiero pensar que instituciones públicas como el Ayuntamiento de Alicante o el Puerto de Alicante no están favoreciendo, por omisión, a una empresa comercial, difundiendo su nombre sin haber fijado ningún tipo de contraprestación económica a cambio ni haber establecido ningún convenio que regule exactamente las condiciones de la colaboración.

Si no existe esa contrapartida económica debe cesar inmediatamente el uso de la denominación «Espacio Volvo o similar» para hacer referencia al lugar donde se realizan actividades, sustituyéndola por una denominación genérica o por una comercial negociada adecuadamente.

Miguel Poveda Salvá es profesor de Publicidad de la Universidad de Alicante.