



FERNANDO POBLACIÓN

Salamanca, ciudad del español

D ICEN que el hambre agudiza el ingenio. Bien, cierto, lo compro. Pues la sed ni te cuento. No hay nadie que salga de su país más de un par de días que no consiga aprender lo esencial para sobrevivir. Vamos, a pedir cerveza (en Georgiano se dice "ludi").

No es Salamanca una excepción. Por nuestra ciudad puedes apreciar gente de todos los colores, razas y tamaños, que quizá no tengan muy claro qué es eso del Lazarillo, pero que dominan con maestría el arte de pedir una caña. Con su tapa, por supuesto.

El idioma, aparte de ser una necesidad, puede también ser un negocio. Así lo han entendido las diez escuelas, junto con las dos universidades que tenemos en la ciudad, que acuden tanto a Londres, como a China para vender Salamanca como el lugar perfecto para aprender español.

En un tiempo en el que el mundo de los toros está algo de capa caída, el turismo ya no deja tantos ingresos y la Universidad no tiene el mismo empuje que

Y si hay algo bueno que tiene Salamanca es que engancha. Nadie que haya estado una temporada viviendo aquí puede resistir la tentación de volver

en otras gloriosas épocas, el hecho de localizar y focalizar una nueva fuente de ingresos para la ciudad es, sin duda, una buena idea.

Seamos sensatos. Salamanca necesita el dinero que aportan los que vienen de fuera. No podemos olvidar tampoco que los ingresos de las visitas de las aficiones que venían a enfrentarse a nuestra UDS, también pasaron a mejor vida. ¿Podrá Unionistas llenar ese hueco? Pues ojalá, pero para eso vamos a tener que esperar unos cuantos años.

Y si hay algo bueno que tiene Salamanca es que engancha, que se hace adictiva. Nadie que haya estado una temporada viviendo en Salamanca puede resistir la tentación de volver. Ya lo dice el refrán "el que prueba repite, si el bolsillo lo permite".

Todo el equipo que representa a Salamanca, coordinados por Salamanca Ciudad del Español, tienen la bonita tarea (complicada, pero bonita) de dotar a la economía de nuestra ciudad de una pata más en la que sustentarse. Porque tal y como están las cosas, esa pata es sin duda necesaria.

Convenzámosles para que vengan, por ejemplo a aprender español. Ya aquí podrán ver nuestros monumentos, apreciar nuestra cultura, divertirse en nuestros bares, probar nuestra comida... Y por ahí fijo que no se nos escapan. Vamos, todo esto es lo que los trajeados llaman "fidelizar clientes".