



La USAL y el Consistorio de Zamora lanzan una campaña para captar estudiantes

E. P.

ZAMORA. El Ayuntamiento de Zamora y la Universidad de Salamanca (USAL) han lanzado una campaña publicitaria para captar alumnos en la que se ensalzan las virtudes de unas aulas «que no están llenas de gente» y una ciudad «en la que no es necesario pasar horas muertas en transporte público».

La colaboración institucional ha dado como resultado la campaña 'Zamora, atípica ciudad universitaria', que se desplegará a través de un anuncio de televisión y folletos explicativos con los que se pretende atraer a estudiantes procedentes de las comunidades de Madrid y Galicia, principalmente.

Tal y como señalaron desde el Ayuntamiento de Zamora, la campaña «ensalza las grandes ventajas» de la capital, como su condición de «ciudad segura y manejable para los desplazamientos a pie o en bicicleta», las «modernas instalaciones» del Campus Viriato, los «grupos reducidos» de clase y las «ventajas económicas del alquiler».

El Consistorio zamorano aclaró que el objetivo de esta iniciativa conjunta con la Universidad salmantina es «despertar el interés de los estudiantes, pero también el de sus familias con todas estas ventajas» en un momento en el que la preocupación de la vuelta a las aulas tras la crisis del coronavirus cobra especial relevancia.