



OPINIÓN

Francisco Esquivel

La disección

Iribas es un sociólogo de referencia el pobre. Afincado en Valencia, ha colaborado en más de cincuenta planes urbanísticos y le ha hincado el diente a modelos dispares entre los que destaca el de Benidorm, plaza a la que guarda un especial afecto. Dada la ola de erotismo que nos invade –porque lo que son cuartos brillan por su ausencia–, se encuentra a la busca y captura de ambiciosos proyectos en torno a un asentamiento sito en Jordania y a otro por un rincón perdido de Perú. Ayer, junto a otros especialistas volvió a engatusar a la audiencia, en una jornada centrada en los desafíos del turismo auspiciada por asociaciones empresariales, como viene haciendo desde hace años con su proverbial sentido renacentista de la vida. Después de que **José Luis Zoreda**, vicepresidente ejecutivo de **Exceltur**, foro de análisis del sector, nos situara con precisión en el mapa mundi para que no nos creamos lo que

no somos y dejara claro que «el marketing empieza en el producto», José Miguel Iribas advirtió que «lo que el turista quiere comprar es tiempo, no espacio», que es de esas cosas que están ahí pero que casi nunca suelen hacerse patentes, y denunció que «estamos perdiendo la singularidad en las ciudades». Sí, eso que las hacía diferentes al resto. Por la cantidad de encontronazos que ha debido protagonizar, dijo que **Rita** lo llama «el sociólogo» con desdén y, ya puesto, alertó de que «los taxistas de Alicante no pueden definir la política turística» en alusión a la diatriba de las lanzaderas del *ave*, por lo que da impresión de no tener suerte con las alcaldesas. Llamó la atención sobre el problema del agua, el cambio climático, la planificación territorial que brilla por su ausencia y sentenció que, con la actual Ley de Costas, no se podría haber hecho ningún destino turístico actual. Con este entusiasmo por la civilización actual, igual acaba en el Machu Pichu y no sé yo.