

EL MITO DEL PARAÍSO PERDIDO EN LA DEFINICIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO

José Ramón Cardona
María del Carmen Azpelicueta Criado
Antoni Serra Cantallops
Universidad de las Islas Baleares
Palma de Mallorca - España

La promoción turística de los destinos vacacionales y los elementos de su imagen internacional muestran similitudes. Las similitudes se dan incluso en destinos distantes y distintos en su geografía, sociedad, cultura y clima. En este trabajo se plantea si existe algún elemento cultural al que evocan estas similitudes. Se propone el "Paraíso Perdido" como posible elemento cultural de evocación en la promoción de los destinos vacacionales. El anhelo de regreso a un paraíso del que los humanos fueron expulsados es un elemento presente en las mitologías de civilizaciones de diversos continentes. Los elementos comunes de este mito en distintas culturas coinciden con los elementos comunes en la promoción de muchos destinos vacacionales. Por tanto, muchos destinos vacacionales ofrecen una "Isla Paradisiaca habitada por el Buen Salvaje" y venden el regreso temporal al Paraíso Perdido.

PALABRAS CLAVE: isla, paraíso perdido, mito, buen salvaje, regreso, promoción, destino turístico.