

Los Parques: *Mecanismos Eficientes para la Potenciación de la Creatividad, la Identidad y el Bienestar Colectivo en todos los Ámbitos Sociales*

COYOTE ENTRETENIMIENTO®

Jorge Espinosa*

Andrés Felipe Góez**

Edwin Zuluaga***

“Creo que toda la deriva mediática a la que asistimos en la actualidad, desde el telediario a Gran Hermano, pasando por el turismo de masas, la pasión por el deporte o los parques temáticos, se basa en la idea de experimentar con emoción cualquier cosa que se pueda compartir. Compartir la experiencia es compartir la emoción. Creo que esta tendencia va a predominar sobre la de adquirir objetos o conocimientos”.

JÖEL ROSNAY

Los parques temáticos comprenden muy diversas aplicaciones del uso masivo de los espacios para la promoción y realización de actividades específicas. De acuerdo a su definición en la Ley 1225 de 2008, *“su principal característica se centra en el manejo de su entorno o ambientación que tiene un carácter muy definido. Son comunes el manejo de temas como sitios geográficos, la prehistoria, cuentos infantiles y épocas de la Historia, entre otros”*. Una de las áreas de gran potencial de desarrollo temático es la minería, por las posibilidades que ofrece para la recuperación de áreas degradadas por su práctica; la potenciación de los territorios mineros como ámbitos para el desarrollo tecno-

lógico y la construcción de identidad de la población en estas zonas.

Por su parte, los parques recreativos presentes en todas las ciudades del mundo, son concebidos y operados, en todos los casos, para satisfacer la necesidad humana de recreación en una sociedad cada vez más urbanizada, donde las exigentes condiciones laborales y la fragmentación de los territorios limitan severamente la disponibilidad de tiempo y los recursos que demanda la satisfacción adecuada de esta pulsión biológica.

* Economista.

** Diseñador Industrial.

***Ingeniero de Diseño de Producto.

En el presente artículo se comparten, desde la experiencia vivenciada por el equipo de *Coyote Entretenimiento*, los fundamentos que estimulan la construcción de los parques temáticos de diversiones y se exploran, desde esta perspectiva, algunas aplicaciones para la solución de diversos problemas socioeconómicos endémicos desde una concepción comprometida con el humanismo y el desarrollo integral de las comunidades.

La lúdica: clave para la salud y el incremento del rendimiento laboral

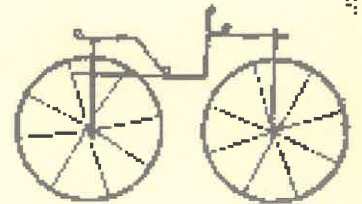
Lo ideal para la salud psicofísica, según han concluido múltiples investigaciones sobre la necesidad humana de la recreación, es mantener el equilibrio en la distribución del tiempo, aplicando diariamente la *Ley de los tres ochos*, consistente en dedicar cada día igual magnitud de tiempo (ocho horas) a las actividades laborales, a la recreación y al descanso que sólo aporta el disfrute de dormir. Lo contrario a la aplicación de esta ley es la realidad cotidiana de la inmensa mayoría de adultos: las jornadas de trabajo son extenuantes (dieciséis o más horas) y el tiempo que demanda la recreación se invierte en atender otros asuntos paralelos al trabajo como preparar y consumir los alimentos o movilizarse de un sitio a otro. Siempre falta tiempo para leer, caminar, ver cine, visitar los parques y jugar, entre otras actividades que se deberían realizar para conservar el equilibrio físico y mental. Tras reconocer el grave impacto emocional que genera la insatisfacción de la necesidad de la recreación, muchas empresas hoy son conscientes de que a los empleados se les debe brindar ese espacio y han reconfigurado sus lugares de trabajo y oficinas como zonas lúdicas donde pueden alternar las exigencias laborales con el disfrute de un sano esparcimiento. Un ejemplo clásico es la empresa *Google*, cuyas oficinas tienen la forma de de *pubs*, amobladas

con hamacas y dotadas de televisores y juegos (video juegos, tenis de mesa, entre otros). En otras instituciones, la rutina diaria está matizada por pausas activas a través de juegos con pelotitas de espuma. Algunas organizaciones incluyen en los procesos productivos de sus empleados, la realización de cursos en un campo de *paint ball* o la emoción de pasar unas cuerdas. En China, la siesta es necesaria para poder comenzar la segunda jornada del día y en España, la duración del trabajo diario es de seis horas y el tiempo para el almuerzo se extiende a tres horas.

Una constatación local de lo enunciado es la vivencia de un grupo de ejecutivos que semanalmente realizan una cabalgata en la cual disfrutan de los paisajes, amenizada con la música provista por un equipo de sonido transportado a la grupa de un jumento —una moderna burroteca—; al preguntarles qué hacen en plena jornada productiva por esos lares, respondieron que cada semana, con puntual regularidad, salían de la oficina a cabalgar por tales lugares, puesto que ese hábito les permitía mejorar su rendimiento en la empresa.

La conclusión de estos ejemplos, a diferencia de lo que siempre opinan muchos jefes que confunden ocio con pereza o la dialectal *locha*, es que la productividad se puede incrementar cuando el empleado diversifica las labores diarias. Por ello, es necesario que de manera consciente se identifiquen, establezcan y cualifiquen estos espacios o se programen otras alternativas, como la de propiciarles a los trabajadores, en horario laboral, la realización de diversos cursos o actividades recreativas.

Con ejemplos como el de *Google* en sus espacios laborales matizados con juegos, se demuestra que la tendencia en la modernidad es lograr que la oficina y la actividad laboral dejen de ser ese espacio coercitivo donde se realiza la materialización terrenal de lo conocido como la condena bíblica al trabajo; todo lo contrario ocurre cuando se le dice al empleado: estar aquí es diverti-



do, porque cuenta con lo necesario para su esparcimiento y la creatividad. Lograr este propósito es difícil, pero con seguridad el trabajo puede convertirse en un hobby muy productivo si su realización se asume con pasión.

Otro ejemplo que ilustra lo planteado es la deslumbrante e inagotable creatividad de los niños, quienes se concentran tanto en lo que hacen que reafirman una y otra vez el conocido aserto *"nada hay más serio que un niño jugando"*, pero, ¿por qué los infantes disfrutan de este don? La respuesta más aceptada indica que expresan esta capacidad porque están inmersos en la lúdica del juego. Consecuentes con esta situación, los adultos, que como humanos están condicionados por la misma evolución del ser, deberían habilitar los ámbitos y costumbres a espacios que alimenten la creatividad, debido a que al entremezclar la lúdica con el trabajo, se logra que las instancias de entretenimiento renueven la capacidad creativa que todo ser humano experimenta en su niñez; vale decir, se reactiva el niño que se tiene dentro y que con 16 horas de trabajo diario no cuenta con la oportunidad de manifestarse y expandirse. La invitación es, pues, a proceder con madurez, pero conservando la capacidad creadora de ese niño.

De este modo, aprovechando el ocio, se posibilita la solución de innumerables circunstancias que frenan el rendimiento laboral o desmejoran la toma de decisiones críticas en asuntos financieros o de cualquier otro tipo. Porque, como seguramente lo ha experimentado quien lee este texto, los mejores y más espontáneos momentos de creación ocurren precisamente cuando no se está estresado en la oficina cumpliendo un horario regular; estos maravillosos trances llegan en el disfrute de la tranquilidad; se esparcen con el regocijo de la placidez y sin ninguna obligatoriedad; surgen con el juego intrínseco de algún deporte y en el tiempo de la recreación. En esas circunstancias, de manera desprevenida, surge la respuesta a esta o aquella

obligada inquietud laboral o familiar que interrumpía la paz de la conciencia.

Y en este punto específico es que se constata la enorme eficacia de los parques recreativos como espacios que le posibilitan al ser humano adulto la cascada de emociones que lo obligan a no pensar como usualmente acontece en la cotidianidad; posibilitándole el reencontro con el niño interior que estimula poderosamente su creatividad y la apertura de horizontes, sin limitaciones racionales ni sociales sobre si se puede hacer o lograr lo creado mentalmente. Un momento relajante en un plácido parque también le puede servir a un estresado empresario para resolver en dos horas —ojalá saboreando helados o chocolates— un grave problema o simplificar un asunto a tratar al siguiente día. Esta vivencia obviamente también puede diversificar las opciones de un joven y sus amigos, que sólo contaban con la opción "recreativa" de consumir licor o alucinógenos.

Es necesario en este punto, formular una invitación a identificar y analizar el momento en el que han surgido sus mejores ideas en cualquier tema. Las personas que tienen hijos, por ejemplo, manifiestan que sus momentos más creativos han sido aquellos cuando están en su incomparable compañía, debido a que es cuando son más felices. De ahí que en el retorno al estado interior de la niñez está la clave para mantener una compañía exitosa, para lograr que los empleados estén contentos, para tener éxito en todo lo atinente a la solución de los problemas cotidianos.

Para tener incluso referentes artísticos y académicos puede citarse lo establecido en la filosofía de *F. Nietzsche* (1844–1900), que marcó el pensamiento contemporáneo con su planteamiento sobre las etapas de la transformación del hombre normal hasta llegar al superhombre, es decir, al estado de un niño, de un danzarín y que implican el estado del León —o la ruptura con todo lo estable-



cido —, para luego atravesar el desierto —la situación del camello—, significan, en términos del poeta francés *Jean Arthur Rimbaud*, recobrar la inocencia. O como decía *Pablo Ruiz Picasso*, “un buen creativo debe tener algo de niño” y “yo a los quince años dibujaba como *Rafael*, pero me tardé toda una vida para aprender a pintar como un niño”.

En síntesis, y hablando de creatividad y de realización de sueños que obligan a invocar el poder creativo y la carencia de límites del espíritu infantil, lo que Coyote Entretenimiento hace con los parques es re-creación, por tanto lo que en realidad se lleva a cabo es fomentar la creación, ya que los parques le aportan a los seres humanos que los visitan, la posibilidad de crear y de creer, porque el poder de la creación reside precisamente en creer que sí se puede. Y consecuente con ello, producimos este tipo de parques para ampliarle a las personas las posibilidades de encuentro y la creación de soluciones a sus problemas; para aportarles horizontes de amplitud alternativos a las limitaciones que, según *Cornejo*, expresan el inconsciente colectivo para decir no y NO al *niño creativo*, frustrando así los sueños.

Los parques: constituyentes de la construcción de la vida pública y la paz de la colectividad

Los parques recreativos y temáticos constituyen una forma pacífica y creativa para que las personas puedan reconocer y vivir sus miedos, disfrutar sus emociones y descargar sus tensiones. De ese modo, el colectivo beneficiario cuenta con una opción más creativa y constructiva de enfrentar o transformar las pulsiones violentas internas y externas que configuran la vivencia del espíritu individual y colectivo. Puesto que simplificando los postulados de *Sigmund Freud*, los seres humanos se ven movilizados por dos fuerzas interiores antagónicas y complementarias: *Eros*

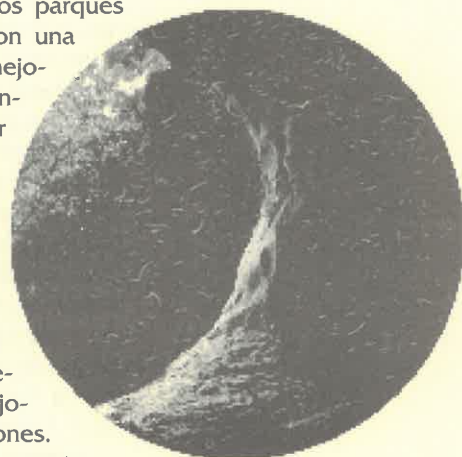
(pulsión sexual que multiplica la vida) y *Thánatos* (pulsión natural que impele a la muerte); y cuando *Thánatos* domina en demasía es porque *Eros* está abatido y aprisionado; la violencia, entonces, fluye por algún lado, contra el mismo cuerpo o contra los demás seres.

De ahí que, en la concepción inherente a un parque recreativo o temático siempre hay una visión pedagógica de construcción de paz colectiva. Y en el caso de las áreas mineras, estén o no degradadas, estos espacios son claves para recuperar a los seres degradados por esta actividad y para dignificar a las colectividades que habitan estos territorios. Por ello, en tales espacios, ¡sí que son necesarios los parques!

Estos espacios también son fundamentales para cambiar la cultura de la recreación basada enteramente en la concepción de que se trata sólo de salir por la noche en la lúdica de la rumba. Con los parques de diversiones se diversifican en los pueblos y ciudades las únicas opciones recreativas representadas en la cantina, la discoteca, el billar, el parque municipal o la institución educativa en el caso de la población infantil y juvenil, multiplicándose los estímulos positivos a la creación y re-creación de ideas.

Por lo tanto, para Coyote los parques temáticos de diversiones son una excelente alternativa para mejorar el equilibrio integral y funcional de las personas y, por ende, generar más paz y salud al satisfacer con lúdica la necesidad fundamental de la recreación y propiciar momentos de relajación en los cuales las personas tienen la opción *natural* de producir ideas que indudablemente van a contribuir a mejorar la calidad de sus decisiones.

El resultado final es el incremento de la calidad de vida de las poblaciones y el crecimiento de la productividad de los territorios.



La creación de parques o la forma de realizar sueños

En contradicción con lo que piensan muchas personas, los sueños se pueden hacer realidad cambiando el esquema mental que se tiene como consecuencia del proceso cultural de aprendizaje.

El esquema mental vigente se expresa en la afirmación: "*Cuando sea grande y tenga dinero, voy a ser feliz*", pero la realidad es otra debido a que en primer lugar se debe ser feliz para poder adquirir lo que se busca, incluyendo el aspecto monetario. Por lo que vale preguntarse, ¿Cómo hacer que las cosas se hagan realidad? En realidad lo básico es tener la idea, creer en ella y luego buscar los medios para realizarla. Por lo general el universo convalida las iniciativas que tenemos y éste mismo empieza a proveer cada uno de los elementos necesarios para la producción de un sueño.

De ello se concluye que básicamente se necesita *encender esa chispa* y tener esa pasión de que las cosas se van a dar; una muestra de ello es el parque El Trébol que comenzó con una idea de uno de los socios de Coyote Entretenimiento y luego realizaron la gestión de su creación sin limitarse por asuntos como el de no contar con propiedad sobre la tierra ni dinero para un parque de esas características. Lo cual no obvia que es necesario efectuar una planeación que permita lógicamente obtener el capital, para adquirir la tierra y construir el parque proyectado.

¡Sí! Los sueños se hacen realidad cuando se pone la meta y se determina lo que se quiere hacer; se *decreta* que el sueño se cumple, pase lo que pase; se tiene la convicción en todo lo que se quiere hacer y se hace lo requerido para poder lograr lo que se quiere. Para Coyote Entretenimiento, la filosofía se ha centrado en el lema "*que nada ni nadie te despierte de tus sueños*". De esta manera hay que cambiar esa dinámica mental que siempre afirma que se tiene que tener plata para poder hacer algo; ¡no!, la idea es hacer algo para tener lo

que se anhela. Y esto también significa abolir la vieja y popular costumbre de sacar excusas para todo.

Expresado de otra manera, para volver realidad los sueños es suficiente con armonizar los actos de escuchar y decretar la propia palabra; actuar sobre ese decreto y llevar a cabo la ejecución de la obra decidida. Es decir, empezar, continuar, realizar y, de esa forma, se van transformando las circunstancias; tomando como inspiración a la cotidianidad, normalmente no se dice ni piensa "*voy a tratar de bañarme*"; simplemente, se hace o lleva a cabo la acción. Llevado al caso de un gran parque, no se trata o se intenta hacerlo, simplemente, se hace.

Para ello, hay que reconocer que en cada sujeto hay una fuerza interior, una chispa que vuelve los sueños realidad, siempre y cuando cuente con las muchas cosas que se necesita para ello. Tal y como se puede ejemplificar en el caso del fuego que se obtiene cuando la chispa que surge de la fricción de dos palitos prende la pajita o el combustible dispuesto para que surja la llama. Es entender, como decía *Walt Disney*, que, independientemente de lo que se proyecte o realice, no se está solo; "*tú eres un grupo*", y esto es fundamental para realizar los sueños.

Los parques temáticos: mecanismos efectivos para construir identidad colectiva y socializar saberes específicos

Los parques temáticos de diversiones son escenarios privilegiados para favorecer el aprendizaje de múltiples saberes a través de la pedagogía basada en la recreación y la lúdica; y pueden potenciar poderosamente características relacionadas con el tema o los subtemas derivados de la base conceptual del parque.

Si se tratara de un Parque Minero, son pocos los referentes que se tienen acer-



ca de este tipo de actividad, de las características pertenecientes a un nivel de vida que poco acceso tiene a la sociedad; el contacto puede centrarse sólo a los grupos segmento que desarrollan actividades relacionadas con la minería y el comercio de la misma.

Los medios de comunicación, los mensajes publicitarios y demás pueden crear referentes que en ocasiones alcancen a desconceptualizar las nociones que pretendan transmitirse. Es el caso de una marca famosa de cerveza que enaltece a los mineros como héroes, pero también puede generar una imagen que no siempre se interpreta correctamente por el receptor, los detalles y la información se canaliza mejor si se comparte, se permite la posibilidad de recorrer temáticamente un escenario que reúna el estilo de vida, la razón de ser, el pensamiento, la cultura, el ambiente, el conjunto integral de lo que significa ser minero. Desarrollar el concepto en un lugar que permita al espectador la posibilidad de sentirse minero, de estar en los zapatos de otro... de vivir el rol de un oficio, de una vida... de esta forma, con toda seguridad, las personas que conozcan en un parque minero todo lo que se asocia a esta actividad, van a decir a la salida del sitio: ¡qué valientes mineros!; ¡los mineros son héroes que trabajan en condiciones adversas para suministrar los diferentes minerales de los que depende el desarrollo y el bienestar de la sociedad!

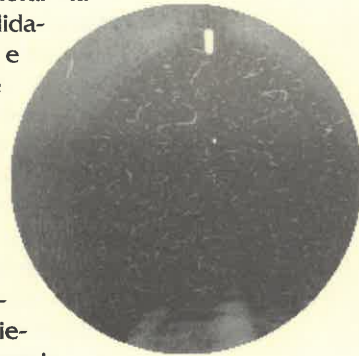
Cuando no se realiza una adecuada socialización de esta actividad productiva, prima el desconocimiento sobre la vida de estas personas y se popularizan prejuicios, por ejemplo, asociados a que no se lavan la cara porque su cultura de vida es la de la suciedad y todo lo que se asocia con esta práctica nociva para la salud (es el caso de la novela *Corazón* de Edmundo D' Amicis)...y así se va tramando más que la historia de una realidad un referente mítico que puede convertirse en una apreciación popular sobre una función laboral indispensable para cualquier país.

Dada la enorme eficacia pedagógica de los parques temáticos, en todo el mundo se les utiliza cada vez más como medios económicamente autosostenibles para dignificar una profesión; promover con fortaleza el desarrollo de competencias tecnológicas empresariales en una región; maximizar las bondades de un territorio para la inversión internacional y construir identidad étnica a la vez que se concientiza a los visitantes sobre los objetivos del país.

Un parque temático, por lo tanto, es un poderoso medio para enviar permanentemente un mensaje de cualquier tipo, ya sea educativo, lúdico o de orgullo sobre la cultura nacional; es divertirse aprendiendo, es explorar la amplia gama de posibilidades que se presentan e integrarlas al ritmo de vida actual. Es conservar el aliento innato de explorar el mundo e interactuar en él. Para Coyote se hace necesario construir espacios a los que la gente entre y olvide que tiene preocupaciones, necesidades y tareas que cumplir en sus trabajos; para posibilitarles la vivencia de experiencias transformadoras que las lleven a comprometerse, por ejemplo, con el gigantesco potencial que posee Colombia, para que en vez de viabilizar la destrucción del patrimonio colectivo, se enfoquen todos los esfuerzos en el propósito de fortalecer la identidad pluriétnica; desarrollar integralmente las regiones y convertir esta nación en una potencia económica, humanista y ambiental de orden mundial.

Propuesta de un parque temático minero

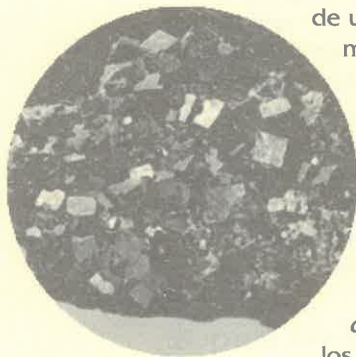
La minería es una fibra clave de nuestra identidad nacional. Sus raíces se profundizan en el entramado cultural precolumbino; sus gestas se olvidan entre las vicisitudes de la violenta formación de la nueva población mestiza colombiana



que fue configurada con la invasión-conquista y afianzada en la colonia. Sus logros están enterrados desde hace décadas en la época republicana; y en la actualidad, su presencia es ignorada y desdeñada. Y aún así, un rasgo de nuestra identidad es la actitud rebuscadora, persistente, tozuda e incluso irresponsable del minero tradicional, entre los cuales incluimos a los gUAQUEROS.

En Colombia, hay varios ejemplos de asociación temática entre parques y minería como son la Catedral de Sal de Zipaquirá, monumental, colorida y con la magia de la sal por doquier; el Museo del Petróleo, en Barrancabermeja, y muchas otras alternativas que podrían relacionarse como espacios conceptuales que desarrollan una temática, pero que, de una u otra forma, podrían complementarse con otros conceptos y actividades alternas que presenten la integridad entrañada en un parque temático. Un ejemplo sobre como se populariza un conocimiento es lo que se hizo desde *Jurassic Park*. Antes de esta iniciativa, sólo unos cuantos enterados sabía de dinosaurios; actualmente, todo el mundo sabe cómo es un *Tiranosaurio rex*, y a lo mejor lo aprendió comiendo crispetas ante un filme de Spielberg.

En los parques, a diferencia de lo que acontece en muchos escenarios educativos, no se realiza la socialización de un saber invocando a la memoria; esto se lleva a cabo desde recreación, ya que como afirma Álvaro Villa (el gurú colombiano en el tema que trabajó con *Walt Disney*) "*la educación es la segunda etapa después de la recreación*". Y en los parques, si la persona entiende y aprende algo con lo que se le propicia, la calificación es muy positiva; al igual que si no aprendió nada y sólo pasó un momento de fruición.



El conocimiento y la manera como el ser se lo apropia es totalmente válido; cada cual utiliza la información de acuerdo con las necesidades de aprendizaje que tiene; al fin y al cabo, de todas maneras genera referentes.

La diversión en un parque temático se basa en que cada uno asume el rol según sus condiciones personales y gustos particulares. Es fundamental, en el concepto, definir las diferentes alternativas de interacción y que cada persona forme parte del reparto protagónico de la película y la sienta como si fuera propia. Bien sea de profesión, cultura, historia, ciencia, entre muchas otras temáticas, el secreto está en mostrar la realidad y fusionarla con la fantasía de tenerla cerca, inmortal, de fácil acceso y, sobre todo, que se apropie de ella, de su historia.

Los parques temáticos: Excelente posibilidad económica para la inclusión y valoración de territorios

Ahora bien, además del interés de diseñar y construir los parques como espacios para educar a la población de una zona; estos espacios dinámicos también son una excelente oportunidad económica para los empresarios. Como se demostró con la rápida realización del Parque Trébol, donde cada uno de los socios usó el proyecto del parque como catapulta para propósitos tan diferentes como: laboratorio de parques, escenario ideal para promover un proyecto de urbanización, desarrollo urbanístico y generación de espacio recreativo para la población. Lo que sí tuvieron en común todos ellos, fue la certeza de que la inversión realizada era segura y rentable de manera sostenida.

Y ello, por que además de los valores estéticos, los agregados pedagógicos y las virtudes para fortalecer identidades colectivas, los parques son una posible fuente de ingresos para quienes hagan parte del proyecto en cualquiera de las modalidades de participación; y en si-

multánea, operan como un poderoso promotor del desarrollo económico de las localidades y regiones donde se implementan.

Un ejemplo típico de lo anterior es *Disney World*, establecido por el visionario Walt Disney (1901–1966) en un humedal desprovisto de infraestructura urbanística. Allí, tras denodados esfuerzos y más de cien negativas de los bancos al crédito que solicitaba para la construcción del proyecto, logró establecer el parque en la mitad de un mercado potencial que se configuró tras la edificación de restaurantes, hoteles y otros parques con ofertas semejantes o complementarias, zona hoy conocida como Orlando.

Por eso, en el diseño de un parque se incluyen todos estos componentes y se privilegia todo lo requerido para incrementar la calidad de vida de la localidad donde se realiza la construcción y posterior operación del proyecto recreativo.

La manifestación de esta voluntad se realiza en la generación de espacios y experiencias que propician la unión y el disfrute del núcleo familiar; complementados con instancias y juegos donde puedan compartir niños y adultos; y otros más, donde se ubican juegos específicos totalmente novedosos en la región, para la población infantil, los jóvenes y la gente mayor de edad. El enfoque directriz de todos los diseños y aplicaciones es lograr que la gente comparta con mucha satisfacción en familia y que al final de la visita al parque, manifiesten que han realizado una de las mejores inversiones en su vida.

Bibliografía

- NIETZSCHE, Friedrich, *Así habló Zaratustra*, Madrid, Alianza Ed., 1981.
 FREUD, Sigmund, *El malestar en la cultura*, Madrid, Alianza Ed. 1973.
Museolúdica, ISSN 0124-695X, No. 18-19 Vol. 10 2007.
Museolúdica, No. 14-15 Vol. 8 2007.
Museolúdica, No. 16-17 Vol. 9 2006
 Colombia Construye y Siembra Futuro “Política Nacional de Fomento a La Investigación y La Innovación”, 2008.
 Ley 1225 de 2008.
 BERRUECOS, M, *Las dos caras de la ciencia: representaciones sociales en El discurso...*, 2000
 Science Museum <http://www.sciencemuseum.org.uk/>
 Cité des Sciences & de Industries <http://www.parqueciencias.com/>
 Exploratorium <http://www.exploratorium.edu/>
 CosmoCaixa <http://portal1.lacaixa.es>
 Universum, Museo de las Ciencias <http://www.universum.unam.mx/>
 Estación Ciencia <http://www.eciencia.usp.br/>

