

# MODELO COGNITIVO EMOCIONAL QUE SE GENERA A PARTIR DE UN CONDUCTOR DE MICROBÚS QUE TIENE COMO OBJETIVO **SACAR LA CUENTA**

Por: Gumaro Gómez Vargas



Especialidad en Diseño/Nuevas Tecnologías/Hipermedios/Usabilidad

Temas selectos I

Profesora: Ana Lilia Laureano-Cruces

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD AZCAPOTZALCO



México D.F a 02 de diciembre de 2009

## CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESCENARIO

Cada día en la Ciudad de México sus calles y avenidas son inundadas por millones de personas que utilizan algún medio de transporte público para llegar a su lugar de trabajo.

Para Adrián, el llegar a tiempo es una prioridad pues un retraso mayor a 10 minutos provocaría que su pago y sus incentivos por puntualidad se vean reducidos. Hoy, Adrián ha sufrido un retraso en el metro y tomar taxi no es opción para sus finanzas.

A Estela le parece importante llegar a tiempo pero no se siente particularmente forzada a ello puesto que la flexibilidad de sus empleadores le permite retrasarse sin penalización alguna, además de que considera que siempre es mejor ir a paso lento pero seguro. Este día, no es la excepción.

Para Ricardo, quien es conductor de una Unidad de Transporte Urbano mejor conocida como microbús, el objetivo primordial es sacar la cuenta del día y hoy especialmente está decidido a tomar las acciones necesarias para conseguirla lo más rápido posible.

Es justo en la esquina de Eje Central y Viaducto donde el camino de los tres se cruza.



## DESARROLLO DEL MODELO MENTAL

Dentro de este modelo mental, Ricardo (el Conductor) controla los eventos y acciones que se desarrollarán durante el trayecto desde el punto donde abordaron los pasajeros hasta el punto en el que descienden.

Para ello, las emociones que se consideran para los tres sujetos involucrados dentro de este modelos son:

- Temeridad - Miedo
- Congoja - Júbilo
- Felicidad - Enojo
- Satisfacción – Frustración
- Orgullo – Vergüenza
- Alivio – Decepción

Aunque para los tres individuos se podrían generar modelos mentales, para efectos de este trabajo sólo atenderemos el modelo del Conductor, el cual se propone a continuación:

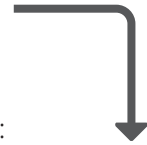
Principal, sacar la cuenta que mientras no se alcance permanecerá en la ruta hasta conseguir el objetivo.

Ganar pasaje, llegar a la siguiente parada a como de lugar aunque para ello ignore las luces rojas.

Ignorar luz roja, con ello pone en riesgo la seguridad pero se acerca más a la meta principal.

## DESARROLLO DEL MODELO MENTAL

Una vez determinados los modelos mentales podemos estructurarlos del siguiente modo:



### PRINCIPAL

- > Mientras
  - > No - Sacar la cuenta
    - > Permanecer ruta = verdadero
  - > Sí - Sacar la cuenta
    - > Permanecer ruta = falso
- > FIN

### GANAR PARADA

- > Exceder velocidad
  - > Si - Competencia
    - > Acelerar = verdadero
    - > ganar parada = verdadero
  - > Si - Luz Roja = verdadero
    - > Acelerar = verdadero
    - > ganar parada || accidente
  - > Acelerar = falso
    - > ganar parada = falso
    - > subir pasaje = falso
    - > permanecer ruta

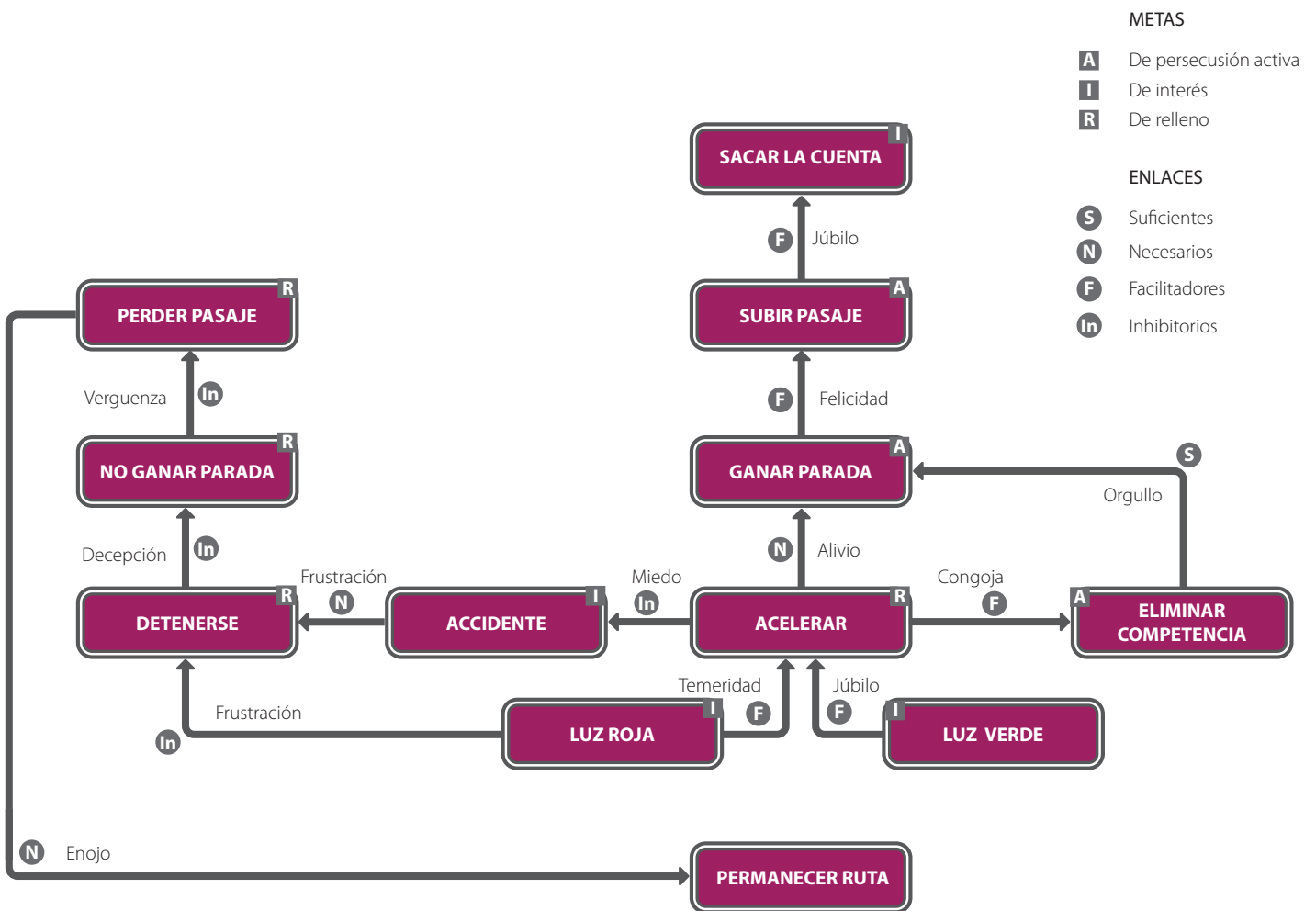
### IGNORAR LUCES ROJAS

- > Si - Luz Roja
  - > Ignorar
    - > Acelerar = verdadero
  - > Acatar
    - > Acelerar = falso
    - > Detenerse



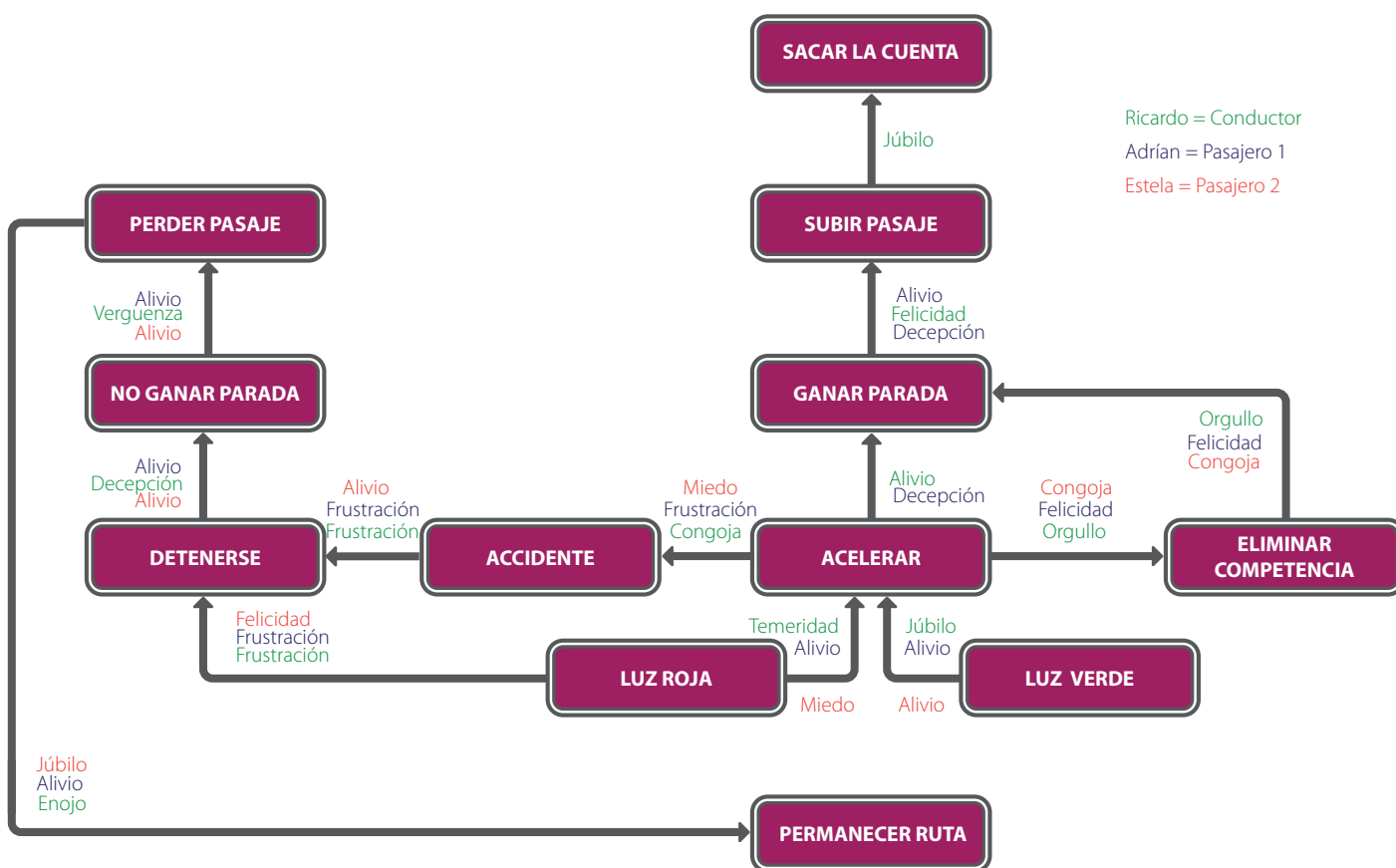
## ESTRUCTURA DE METAS DEL CONDUCTOR

Una vez teniendo el modelo mental del Conductor y las emociones definidas, podemos definir lo siguiente:



## MACROESTRUCTURA DE LOS PERSONAJES

Por último, en la macroestructura del Conductor previamente obtenida pondremos como elementos contrapuestos las emociones que se generan en los pasajeros descritos dependiendo de los distintos eventos.



## CONCLUSIONES

El análisis de una misma serie de acciones y eventos ante los ojos de tres diferentes individuos y sus diferentes reacciones constatan la importancia que tiene el uso de los mapas mentales dentro del diseño enfocado en el usuario.

Aunque se han dejado fuera muchas variables y eventos que podrían modificar la intensidad y sentido de las emociones, este ejercicio ayuda a comprender de manera muy general como los eventos que para algunos pueden provocar felicidad o alivio en otros resultan ser de enojo o congoja.

### Referencias:

Ortony, A., Clore, G. y Collins, A. (1988). La estructura cognitiva de las emociones. Madrid: XXI Siglo Veintiuno de España Editores, S.A.

Clemente González, Julio César y Laureano-Cruces, Ana Lilia. Modelo cognitivo emocional para la representación del ascenso jerárquico en los chimpancés.

Laureano-Cruces, Ana Lilia, Cabrera-López, Jaime Enrique, Mora-Torre, Martha . Simulando el camino de las emociones.