# Come percepiamo?

ASSAGGIAMO CON LA TESTA

- Strumenti:

**Bicchiere, Vino, IO**

- **Soggettività**

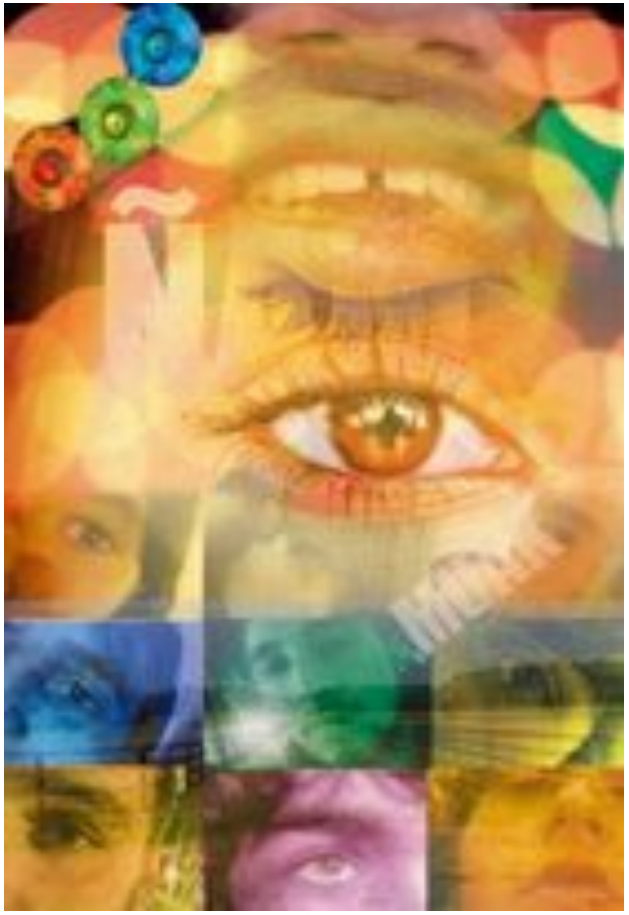
(la sensazione appartiene al soggetto)

- Organi interessati:

**5 sensi + testa**

- Strumenti oggettivi:

analisi chimico-fisiche



**La mappa non è il territorio**

# Limiti alla Percezione

Raggi x – ultrasuoni

Variazione dei recettori

- NEUROLOGICI : limiti fisici SNC

Patrimonio culturale geografico
Esperienze condivise

- SOCIALI: cultura di appartenenza

Relazione col vissuto – sperimentazione pregressa

- INDIVIDUALI: esperienze personali

# Percezione preponderante inconscia

# Percezione conscia

## meccanismi di gestione

**ALTERAZIONE DELLA REALTÀ**

- **GENERALIZZAZIONE**
  Estrapolazione di esperienze dal contesto ed applicazione al generale
- **CANCELLAZIONE**
  Percezione solo di alcuni aspetti
- **DEFORMAZIONE**
  Modifica dei dati sensoriali – condizionamento -autosuggestione

# La Percezione

**STIMOLI**
**sensazioni**

VISIVI – UDITIVI – OLFATTIVI – TATTILI - GUSTATIVI

- **Valutazione emozione ricevuta** → **GIUDIZIO EDONISTICO**
- **Riconoscimento sensazione** → **PROFILO DESCRITTIVO SEMANTICO**
- **Misurazione sensazione** → **PROFILO DESCRITTIVO QUANTITATIVO**

# CONDIZIONAMENTI e DISTORSIONI

**Alla valutazione edonistica**
**EMOZIONE**

- Sensazioni gradevoli o sgradevoli di esperienze precedenti
- Stato d'animo

## Al riconoscimento semantico della SENSAZIONE

- linguistici
- culturali
- esperienze accumulate

# Alla misurazione QUANTITA'

- Effetto alone
- Sazietà Sensoriale
- Sinergia tra gusto – tatto - olfatto

# CANALE INFORMATIVO PREVALENTE

**L' utilizzo dei diversi canali informativi (organi di senso) è diverso da soggetto a soggetto, e porta così al formarsi di mappe mentali differenti.**

**Ognuno di noi ne ha uno prevalente.**

**Ne consegue che – quando si tratterà di descrivere una percezione – i percettori si comporteranno in modo diverso tra loro, e di conseguenza**

**varierà l' apprezzamento**

**e la misurazione del percepito.**

# SINESTESIA

**Se vedo non sento…se sento non parlo… se parlo ….non tocco**

**I nostri sensi sono collegati e si attivano tutti insieme…senza possibilità di controllo.**

- Il cervello richiama **tutti gli organi di senso a conforto** di una percezione che ha avuto.
- **I sensi interagiscono tra loro**. A livello della corteccia cerebrale, i segnali provenienti dai recettori di senso vengono elaborati congiuntamente.
- Queste interazioni non sono controllabili dall' assaggiatore, anche se ne è a conoscenza.
- Questo vale anche per i condizionamenti

**Vista-olfatto**
**Vista-udito**
**Olfatto-tatto**
**Vista-gusto**
**Tatto-gusto**

# SINESTESIA Esempi:

- **vista – olfatto:** sostanze con colori intensi e vivaci sono percepite come aventi un odore più intenso di altre di colore tenue.
- **vista – udito :** colore squillante
- **olfatto – tatto :** aroma pungente
- **vista – gusto :** quando vediamo qualcuno magiare un limone, sentiamo la sensazione aspra e acida in bocca
- **tatto – gusto :** la viscosità è determinante nella percezione della intensità di un sapore (la solubilità del cioccolato è una delle caratteristiche più apprezzate)
- **vista – tatto – olfatto :** l' intensità del colore suggerisce la densità, quindi il "corpo", la struttura, ma suggerisce anche odori più forti.

# Concludendo

**NON ESISTONO ETICHETTE SEMANTICHE GIUSTE O SBAGLIATE.**

**ESISTONO SOLO ETICHETTE PIU' O MENO CONDIVISE DAL GRUPPO DI CUI SI FA PARTE.**