

## Cervello Alto E Cervello Basso Perch Pensiamo Ci Che Pensiamo

Sono così tanti i libri su questo tema che i due autori, consapevoli della cosa, si chiedono fin dalla prima pagina: «Perché un ennesimo libro sul cervello?». E con buon senso dell'umorismo si rispondono da soli, baldanzosi: «Perché questo è diverso». Se Stephen Kosslyn fosse una persona qualunque non ci sarebbe da fidarsi molto, ma dal momento che secondo Steven Pinker «Kosslyn è uno dei più grandi scienziati cognitivi a cavallo tra i nostri due secoli» vale invece la pena di capire meglio. Il fatto è che molti libri sul cervello ripropongono troppo spesso acriticamente miti del passato, dandoli per scontati e ignorando che nei laboratori più avanzati da molto tempo il vento è cambiato. Uno di questi miti, forse il più ripetuto e tenace, sostiene che il cervello è diviso in «emisfero destro» e «emisfero sinistro», e che le due metà fanno cose differenti: la parte sinistra è analitica e logica, la parte destra è artistica e intuitiva. Pensiamo di saperlo tutti, lo diamo per scontato, ma non è vero. Si tratta in effetti di una semplificazione grossolana, e se per caso avete appena fatto un test per capire quale delle due metà di voi sia la più sviluppata sappiate che avete solo sprecato del tempo. Ecco allora che Stephen Kosslyn, aiutato da Wayne Miller, ci propone invece un cervello «alto» e un cervello «basso». Sembra una provocazione, e in parte lo è. Il cervello in realtà non si lascia dividere tanto facilmente, ma è vero che contiene aree che fanno cose diverse, il cui sviluppo relativo determina molto di ciò che pensiamo e sentiamo. È questa la «teoria delle modalità cognitive», che viene qui divulgata per la prima volta, in maniera estremamente comprensibile, dopo decenni di ricerche. A seconda di quali parti del cervello siano più o meno attive in ciascuno di noi, il libro propone quattro modalità principali di pensiero: la «modalità dinamica», la «modalità percettiva», la «modalità stimolativa» e la «modalità adattiva». Ci sono forti evidenze empiriche che le cose stiano a grandi linee così. A quale delle quattro modalità apparteniamo? Il penultimo capitolo del libro offre un test per scoprirlo, e questa volta non è uno spreco di tempo, è un modo per conoscere meglio se stessi sulla base di conoscenze scientifiche solide e verificabili.

Può un problema trasformarsi in un'occasione? Quante volte nel bel mezzo di una discussione in famiglia o sul lavoro vorremmo scappare lontano, evadere da tutte le difficoltà che si creano nella comunicazione con gli altri? Perché non ci si capisce? Perché è così complicato far passare le proprie istanze? I maggiori affanni quotidiani ce li creano proprio le relazioni con il prossimo, spesso più croce che delizia. Il nodo sta nel fatto che ognuno di noi vuole sempre la ragione, ci troviamo in difficoltà ad ammettere un errore o a chiedere semplicemente scusa. Molti scontri sono il frutto non solo di visioni della vita diverse, ma anche di carattere e temperamento poco affini. Per agevolare le relazioni occorre immergersi sulla strada della lealtà e del buon senso. È facile affrontare i problemi della vita se sai come farlo offre al lettore una galleria di strumenti indispensabili per tutti, per pianificare e rendere possibile una serena convivenza nelle relazioni con gli altri e con noi stessi. Una guida indispensabile per gestire al meglio il rapporto con noi stessi e con gli altri Alcuni dei temi trattati: • Come trovare la connessione con l'altro • Avviamento alla capacità di fare accordi con gli altri • Potenziare se stessi, automotivarsi • Resistere e non spezzarsi • Genitori: l'ascolto attivo serve a gestire la negatività • Lavoro: apprezzamento e critica costruttiva al collega e al capo Pino De Sario è uno specialista in facilitazione, psicologo dei gruppi, lavora quotidianamente negli apprendimenti delle competenze collettive (al gruppo e alle emozioni), presso leader, medici, infermieri, educatori, insegnanti, operatori pubblici e dirigenti. Approfondisce gli strumenti utili per unire le persone, ben conoscendo le mille forze che dividono. Docente all'Università di Pisa. Direttore della Scuola Facilitatori, su questi argomenti è autore di svariati volumi.

1796.310

La S.I.F.I.P. è un'associazione scientifica senza fini di lucro ed apolitica, il cui scopo sociale è quello di promuovere la formazione nell'ambito della psichiatria e della psicologia clinica, anche mediante la ricerca nell'ambito di nuovi modelli teorico-applicativi. Essa contribuisce a diffondere la cultura psichiatrica attraverso corsi di formazione, meeting e convegni, che costituiscano luoghi interattivi di confronto e discussione sulle molteplici esperienze cliniche e realtà organizzative della salute mentale. Anche le sue iniziative editoriali (la rivista scientifica "L'Altro") perseguono obiettivi di formazione ed aggiornamento nell'ambito delle neuroscienze, della psichiatria clinica e delle discipline antropologiche.

Conoscere il cervello aiuta a vendere di più? Pixel, la risposta a ogni esigenza di sapere.

“Se vogliamo rimanere acuti e consapevoli con il trascorrere degli anni, dobbiamo dare al nostro cervello almeno tanta attenzione quanta ne prestiamo al cuore, alla pelle, ai muscoli e ad altre parti dell'organismo.” Con questo obiettivo i dottori Emmons e Alter hanno sviluppato una forma di addestramento pratico per contrastare l'invecchiamento del cervello, che integra le ultime scoperte nelle neuroscienze e un approccio olistico alla persona. Ricco delle informazioni necessarie per preservare e rafforzare a qualunque età il nostro cervello, questo libro è molto più di un manuale di brain-training! Il più completo manuale sul Reiki, l'energia universale utilizzata per il trattamento alternativo di problematiche fisiche, emozionali e mentali. Il testo, oltre ad illustrarne la complessa pratica spirituale, indica il cammino da seguire per diventare Master Reiki, spiegando le tecniche terapeutiche da applicare sugli altri e su se stessi.

Il "Sepher-el-Zohar" è il libro più importante della tradizione cabalistica. Esso consiste in un commentario esoterico al Pentateuco di Mosè. Secondo la Tradizione rabbinica quasi tutto lo Zohar deriva dagli insegnamenti di Rabbi Shimon bar Yohai che avrebbe raccolto una Tradizione ancora precedente che infine sarebbe stata fissata da Moses de Leon nel XIII secolo in Castiglia. Questa è la traduzione italiana della versione integrale di Jean de Pauly, e raccoglie i commenti di tutto il Pentateuco: Genesi, Esodo, Levitico, Numeri, Deuteronomio, che corrispondono alle tre parti dello Zohar.

Neurocopywriting è il primo manuale italiano a spiegare l'applicazione del neuromarketing e delle neuroscienze allo storytelling. Attraverso uno stile discorsivo ma rigorosamente documentato a livello scientifico, in queste pagine scoprirete come creare contenuti efficaci, grazie alle conoscenze sul cervello e le sue modalità di reazione, apprendimento e attenzione: una delle nuove frontiere aperte dalle neuroscienze. Il libro si addentra in un percorso stimolante, ricco di esempi pratici, interviste, esperimenti e casi aziendali, risultando particolarmente utile per tutti coloro che, pur non essendo addetti ai lavori, devono ogni giorno confrontarsi con le sfide della comunicazione.

Atti del settimo congresso della Società fremaiatrica italiana (in v. 28, 1891).

Cervello alto e cervello basso Perché pensiamo ciò che pensiamo Bollati Boringhieri

Il testo si apre con una breve descrizione divulgativa della biologia della visione, dalla percezione delle linee complesse ai colori, e di come questa si sia evoluta nel corso dei millenni, da meccanismo pro-sopravvivenza legato all'analisi dell'ambiente naturale e dei propri simili, a strumento di valutazione e apprezzamento della composizione artistica. Indaga le analogie tra lo sviluppo del cervello nei bambini affetti da disturbi dello spettro affettivo e relazionale (autismo) e le rappresentazioni iconografiche degli uomini primitivi, dal paleolitico al neolitico. Un'ampia sezione descrive dinamiche cerebrali dovute ai cosiddetti neuroni specchio e di come questi influiscono sull'espressione e la fruizione dell'opera d'arte, analizzando le produzioni di due degli artisti contemporanei più famosi: Damien Hirst e Jeff Koons, collegati da una complementarità culturale ancestrale, quella tra eros e thanatos, che affonda le radici nell'arte funeraria etrusca. Il testo continua con l'analisi neuroestetica della visione e i suoi effetti sull'organismo umano, seguendo l'evoluzione che ha subito il punto di visuale. Dal basso verso l'alto nel barocco, dal basso a "volo d'uccello" nell'arte futurista e dall'alto verso il basso nella produzione pittorica dell'archistar anglo-irachena Zaha Hadid. Lo stesso punto di vista che fugge i confini della rappresentazione pittorica, fino ad abbandonare totalmente i confini del corpo e le dinamiche cerebrali nell'arte riferita al metaumanesimo e transumanesimo.

La conoscenza è limitata, l'immaginazione abbraccia il mondo: tutto è immaginazione. Senza il cervello immaginante umano esisterebbe solo l'individualità animale, rumori, gesti, fatti e atti concreti. Il mondo inventato svanirebbe e si tornerebbe nel branco. Immagino, dunque sono. «Raramente si trova un testo scientifico capace di appassionare e di coinvolgere come questo». Alessandro Salvini (già ordinario di Psicologia clinica, Università di Padova) Gli esseri viventi non hanno bisogno di capire il senso della loro esistenza, hanno in sé l'istinto di vita. Anche l'animale umano un tempo seguiva l'istinto e, come gli altri, camminava nel buio. Poi in lui si è accesa una lampadina che ha illuminato uno spazio più grande. Da quell'istante la sua mente si è estesa travalicando il corpo e il cervello e, attraverso il linguaggio, ha iniziato a rappresentare il tempo e lo spazio. L'immaginazione ha generato il racconto, la scrittura, la lettura, ed è apparso un nuovo essere: l'uomo. Scritto con stile originale, questo libro intende introdurre in modo agile e discorsivo, grazie al dialogo tra diversi personaggi (psichiatra, psicologo, antropologo e altri) alla conoscenza del cervello umano. Dotato di coscienza, libertà, memoria estesa, sogno, arte. Un saggio scientifico ricco di citazioni pertinenti, ma anche un racconto, che lascia spazio alla leggenda e al sentire comune perché, secondo l'autore, la scienza può conoscere ed esaminare il cervello, ma ciò non è sufficiente: vi è il cervello nudo ereditato, che ci rende tutti membri della stessa specie, e il cervello vestito dall'immaginazione, che ci rende unici. Luciano Peccarisi è medico curante e specialista in neurologia. Il contatto ormai trentennale con persone sofferenti di malattie del cervello e del comportamento lo ha portato a interessarsi a queste patologie. Da anni si dedica ad approfondire i rapporti tra mente e cervello.

Appassionato cultore di testi umanistici e scientifici, ha scritto Il miraggio di «conosci te stesso». Coscienza, linguaggio e libero arbitrio (2008) e Dialogo tra il Cervello e il suo Io (2014), tra i finalisti del Premio Nazionale di Divulgazione Scientifica patrocinato dal Cnr di Roma. Collabora con il sito Riflessioni.it come autore della rubrica "Riflessioni sulla Mente".

Swami Kriyananda ebbe la benedizione di lavorare personalmente con Yogananda mentre il grande Guru scriveva la sua ispirata interpretazione e, dopo aver trascorso un'intera vita in sintonia con la sua coscienza, ha magistralmente completato questo opus magnum. 552 pagine. «Questo libro monumentale, commovente, entusiasmante, è indubbiamente la più importante opera spirituale comparsa negli ultimi cinquant'anni. Che dono! Che tesoro!» —Neale Donald Walsch, autore di Conversazioni con Dio «Kriyananda ha donato un'opera preziosa, che sarà accolta con entusiasmo in tutto il mondo». —Dr. Karan Singh, leader politico e spirituale indiano «Monumentale! Questo libro colmerà la mente di chiunque lo legga con rispetto e meraviglia». —Prof. Ervin Laszlo, Candidato Nobel per la pace «Kriyananda ha gettato sui versi della Bhagavad Gita una luce che aiuterà a illuminare il sentiero del risveglio per molti anni a venire». —Lama Surya Das, autore di Gli otto gradini «Kriyananda ha prodotto un gioiello di saggezza e compassione... Nel suo modo assolutamente unico, ha catturato la saggezza e la chiarezza della Gita...». —Fred Alan Wolf, fisico quantistico

Azzera la concorrenza e raggiungi il tuo pubblico a livello emozionale Come puoi diventare leader del tuo mercato con il brand positioning? La semiotica digitale è oggi la disciplina innovativa e fondamentale per un approccio strutturato, efficace e vincente per il brand positioning. È la scienza in grado di aiutare un creativo, un pubblicitario o un marketer in ambiti estremamente diversi e su oggetti comunicativi eterogenei: dal naming di un prodotto al suo storytelling, dalla creazione di campagne pubblicitarie alla progettazione di riviste tradizionali e digitali, dal business plan alle strategie di social media marketing e al neuromarketing, dalle strategie di digital communication alle tecniche web di SEO, Digital PR, content marketing. Il libro propone un metodo innovativo per la creatività, la strategia e il marketing rileggendo i concetti chiave della semiotica in vista di un'utilità pratica, introducendo l'applicazione di un nuovo modello di business chiamato: le 15 Leggi di Diamante. Queste strutture archetipiche permettono di raggiungere il pubblico a livello emozionale e non solo razionale, semplificando la comunicazione, in quanto lavorano sull'inconscio della persona, aumentando l'incisività del brand a livello di digital communication.

In un periodo di grandi cambiamenti, uno dei primi aspetti che dobbiamo modificare è il Mindset, cioè la nostra mentalità e il nostro modo di affrontare le situazioni. Mindset per cambiare presenta un esclusivo metodo che permette di creare una mentalità realmente pronta al cambiamento; per non limitarsi solo a "conviverci", ma per gestirlo in maniera consapevole ed efficace, uscendone rafforzati. Scoprite gli ostacoli che il cervello cerca di creare al cambiamento e adottate gli straordinari strumenti pratici e le ricerche scientifiche che il testo propone, per capire come passare da una mentalità fissa a una mentalità di crescita. Il volume presenta una serie di importanti "case history" incentrate sul cambiamento: interviste e interventi di top manager di aziende nazionali e multinazionali che raccontano il cambiamento vissuto e attuato dalle loro realtà aziendali. L'autore Stefano Santori è Coach, formatore, consulente e Bio Hacker. È Professore Universitario nei Master LUISS ed è Professore e Direttore Scientifico dei Master Universitari Unimercuratorum (Coaching e Formazione Formatori).

Tutti i bambini possono sviluppare le abilità e le conoscenze necessarie a tirare fuori ogni minima goccia di genialità di cui dispongono. Il volume illustra le abilità che i genitori possono contribuire a sviluppare e che potranno sempre trovare applicazione a prescindere dalla direzione presa dagli interessi e dalle passioni dei bambini. Partendo dal saper riconoscere la genialità dei figli, il volume offre spunti pratici per migliorare le loro capacità di concentrazione, stimolare il pensiero efficace, pianificazione, motivazione. Dal come migliorare la memoria e l'apprendimento, fino alle abitudini e i rituali familiari, il tutto senza mai perdere di vista la componente creativa, il gioco, il divertimento e l'esplorazione.

Il neuromarketing è una scienza e quindi parte dalle evidenze scientifiche. Il neurobranding è quell'attività di posizionamento di un prodotto o di un servizio nel cervello di un cliente, attraverso le tecniche di neuromarketing. Si va dalla creatività alla fase progettuale, all'advertising, alla strategia marketing e di brand positioning, utilizzando i principi delle neuroscienze per comunicare al meglio ai consumatori l'identità di marca di un brand e modellare il comportamento degli acquirenti attraverso archetipi, bias cognitivi, emozioni e contesto comunicativo. L'obiettivo di questo libro è di accompagnarvi nella creazione di un neurobrand, cioè di una strategia di comunicazione, advertising e marketing per un brand, basata sui principi del neuromarketing.

[Copyright: b704ed610f3f73422b833b55432bc9e3](#)