**Gli emoji possono misurare le emozioni?   
Studio esplorativo sul significato degli emoji legati al cibo in soggetti pre-adolescenti**

Julia Sick, Sara Spinelli e Erminio Monteleone

*Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agrarie, Alimentari Ambientali e Forestali,  
 Università degli Studi di Firenze*

\*autore corrispondente: julia.sick@unifi.it

Contesto: L’uso degli emoji è stato suggerito per descrivere i profili emotivi dei prodotti alimentari. Tuttavia, il significato degli emoji non è ancora chiaro, così come la loro idoneità a misurare le emozioni. Obiettivo: Sono stati condotti due studi: Lo studio 1 ha avuto come scopo la selezione degli emoji legati al cibo, mentre lo studio 2 è stato finalizzato alla comprensione del significato degli emoji legati al cibo. Metodi: Nello studio 1, 55 ragazzi e 41 ragazze (9-13 anni) sono stati invitati a selezionare (approccio CATA) gli emoji più adatti a rappresentare i propri responsi affettivi per cibi da essi stessi selezionati in relazione a 7 contesti di consumo. Nello Studio 2, a 40 ragazzi e 48 ragazze (12-13 anni) è stato chiesto di raggruppare in uno spazio bidimensionale gli emoji selezionati nello studio 1 in base a somiglianze e differenze nell'espressione emotiva (projective mapping). Risultati: 46 emoji sono risultati correlati al cibo. Le principali differenze tra i significati delle emoji sono risultate in funzione della valenza e alla dimensione dell'attivazione. Tuttavia, analizzando separatamente gli emoji positivi (25) e negativi (21) separatamente, è emersa una struttura semantica più complessa. Conclusioni: I preadolescenti sono in grado di descrivere le loro emozioni per cibi auto-selezionati usando gli emoji. Alcuni emoji sembrano essere specifici per specifici contesti di consumo dei cibi. L’uso degli emoji differisce in valenza e attivazione, ma la loro complessa struttura semantica deve essere ancora chiarita. Gli emoji sembrano essere uno strumento promettente per misurare le emozioni legate al cibo e possono essere uno strumento utile per lo sviluppo di prodotti per i pre-adolescenti.

**Keywords**: pre-adolescenti, CATA, emozione, emoji, cibo, mappatura proiettiva