LE “SORPRESE” DEL VIAGRA

Data 30 maggio 1999
Categoria andrologia

Il Viagra è stato, in ambito sessuologico, una innovazione tale da sconvolgere tutte le prassi terapeutiche precedenti (vengono tra l'altro riferiti “successi” nel 70% dei casi). Sta inoltre nascendo una serie di “leggende metropolitane” per cui da più parti si sono voluti esplorare gli aspetti “sociali” dell'uso del farmaco. Poiché in molti soggetti al deficit erettile si accompagna una personalità di tipo ossessivo (questo aspetto sarebbe dimostrato, tra l'altro, dalla pertinacia con cui i pazienti girano gli ambulatori alla ricerca del farmaco “miracoloso”, risolutivo del disturbo) è stata esaminata una popolazione di soggetti afferenti un ambulatorio di psicosessuologia, prima e dopo l'immissione in commercio del Viagra. Il numero di soggetti con tratti ossessivi non mostrava variazioni significative e si aggirava sul 30% circa. I pazienti dell'ambulatorio (affetti da patologia erettile, ovviamente) si informarono sull'attività del Viagra (51%), chiesero una ricetta ma non si decisero poi ad usare il farmaco (32%), il 10% si dichiarò poco interessato al farmaco, solo il 7,3% lo usarono saltuariamente. Si trattava però di pazienti già in terapia psicosessuologica, per cui sarebbe da valutare il tipo di informazione fornita dagli operatori (il cui interesse poteva non coincidere con la somministrazione del farmaco) e la “dipendenza” ormai acquisita alla psicoterapia. Nei nuovi pazienti, alla proposta di iniziare terapia con Viagra, il 38% rifiutavano scandalizzati affermando “di non essere così gravi”; un altro 21% rifiutava affermando che “i loro problemi erano ben altri e non potevano essere risolti da un farmaco”. Paradossalmente l'avvento del Viagra ha stimolato il ritorno a vecchi metodi terapeutici: in periodo ante-Viagra le percentuali di successo ottenute con Yoimbina erano del 40%; dopo l'avvento del Viagra, accompagnando la prescrizione con frasi-slogan del tipo “Lei non mi sembra abbastanza grave da dover ricorrere al Viagra” si raggiungeva il 60% di successi, con una differenza altamente significativa. Questa è una chiara dimostrazione di quanto influisca, in questi settori, il tipo di messaggio lanciato dal medico.

Fonte: Daniele Zamperini, commentato da: G. Cavallini, Sessuologia News, anno VII, n. 1, 1999

© 2004 - 2026 Pillole - Registrazione T. di Roma n. 2/06 | stampato il 17/11/2026 alle ore 17:12 | Pagina 1 di 1