

il marketing e il volume dello sperma

Il marketing parte dall'analisi dei bisogni ovvero di quel novero di cose che sono abili a soddisfare un desiderio come un bell'abito per apparire più belli. Che poi diventa un mezzo per distinguersi dalla massa per essere ammirati ed, in ultima analisi, per conquistare. Una prova è la passione per la grandezza del pene che, dato oramai e purtroppo per scontato l'assioma comunicativo grande=potente imposto da secoli di educazione fallico-maschilista, è finito per diventare oggetto delle brame di quanti, a torto o a ragione, sono convinti di avercelo piccolo. Dall'analisi di tale bisogno la risposta è stata il lancio sul mercato di interventi chirurgici, di attrezzi meccanici per stirare il malcapitato e di pillole e pomate per ingrandire il pene. A parte l'intervento chirurgico che in mani felici qualche cosa, poco, riesce a fare, il resto cade insieme all'asino quando alla fine si va a misurare i risultati, decimetro alla mano. Il punto è proprio questo: nel momento in cui il risultato è misurabile la truffa viene a galla. Vero è che pochi o nulli sono coloro che, intortati, vanno a lamentarsi alle associazioni dei consumatori per adire a vie legali, magari con una class-action, per cui l'intortatore dorme sonni tranquilli. Epoi per ognuno che ha il coraggio di denunciare ce ne sono dieci pronti ad assaggiare la torta.

Il massimo, anche se -stiamone certi- verrà superato presto, è stato raggiunto da integratori in grado di aumentare il volume dello sperma apparsi da tempo sugli advice di google appena si digita anche solo qualcosa di assonante come, del resto, il sistema è legalmente impostato per funzionare. Chi non vorrebbe avere litri del prezioso liquido per dimostrare la propria virilità? In molti, pare, da quanto è possibile vedere negli ambulatori di andrologia dove appare solo la punta di un iceberg in cerca di conferme mediche. I testi scientifici

dicono che quando il volume supera i due cc è normale e non pone un limite superiore. Il motivo c'è e sta nel fatto che le variabili in grado di intervenire sul volume dello sperma umano sono tantissime e, solo per citarne alcune, vi entrano a pieno titolo: livello del testosterone, volume della prostata e delle vescicole seminali, età, tempo passato dall'ultima eiaculazione, tempo passato dall'inizio della stimolazione erotica, presenza o assenza di fatti infiammatori o infettivi, altre patologie e compagnia cantando. Se anche l'integratore funzionasse tanto non sarebbe misurabile con un minimo di rigore. Il che soddisfa il requisito per cui un prodotto che , sòla o non sòla che sia , soddisfa un bisogno vero o presunto e, per tale motivo, ha un mercato. Complimenti.