



«...esti essere baciata e spesso, e da qualcuno che sa come farlo»

Rhett Butler/Clark Gable (Via col Vento)



Chimica e psicologia della seduzione

COME FUNZIONA LA SEDUZIONE? NE ABBIAMO PARLATO CON IL DOTTOR MARCO ROSSI, PSICHIATRA E SESSUOLOGO. PER APPROFONDIMENTI: WWW.MARCOROSSLIT

(di Federica Ostoni)

Playboy: Come si struttura il processo di seduzione?

Marco Rossi: Ci sono molti studi in proposito, ma ancora nessuna certezza. L'obiettivo di una seduzione è quello di creare feeling tra i due interlocutori. Per ottenerlo occorre usare strumenti che creano sintonia. Il processo di seduzione si strutturerà in varie fasi: desiderio, eccitazione e orgasmo. A queste andrebbe aggiunto, prima degli altri, il passaggio delle fantasie che predispone al successivo desiderio.

PB: Fantasie?

MR: Sì, si parla di contesti, momenti, persone. C'è da fare una distinzione, però, tra fantasie prevalentemente femminili e maschili. Per la donna sono solitamente più situazionali, mentre per l'uomo sono più visive, cioè corpi o persone.

PB: Dal punto di vista biochimico e psicologico, cosa accade?

MR: Le fantasie implicano predisposizione psicologica e di conseguenza l'attivazione di certi ormoni. In particolare del testosterone. Uno studio a proposito di un cerotto al testosterone su donne americane è esemplificativo. Una delle donne, dopo alcuni mesi, ha affermato di provare più desiderio sessuale e orgasmi. Il fatto è che apparteneva al gruppo di controllo che assumeva placebo. Dunque non c'era spiegazione ormonale, bensì psicologica. Questo significa che chimica e psicologia vanno di pari passo.

PB: Ma quale delle due componenti prevale in questa fase?

MR: Le fantasie hanno più una componente di tipo psicologico e



“La comunicazione verbale conta poco. Ha decisamente molta più importanza quella non verbale.”

sono favorite da una situazione di benessere. In particolare la socializzazione, che implica l'aumento degli stimoli, e alcune fasi dell'anno e di vita, ad esempio l'estate, sono condizioni in cui nascono più fantasie.

PB: Cosa accade nella fase del desiderio?

MR: Si sviluppa un effetto psicologico simile all'imprinting. Abbiamo delle tipologie di persone, odori, comportamenti che hanno un significato importante per noi e derivano dai genitori o da situazioni educative e di apprendimento della vita, che quando vengono incontrate hanno un effetto dirompente sul nostro cervello. Si scatena un'attivazione di vari neurotrasmettitori: testosterone, dopamina, serotonina, noradrenalina.

PB: E, in concreto, cosa può fare un uomo per stimolare questo processo?

MR: A livello seduttivo, l'uomo dovrebbe stimolare le fantasie femminili non tanto sull'aspetto, sulla bellezza estetica, quanto sul contesto ideale per una donna. Che è un uomo forte, protettivo che dia sensazione di potere, ma con cui stare bene, divertirsi, che la faccia sentire a sua agio, rilassata.

PB: Quindi, cosa succede?

MR: Se tutto procede nel modo sperato, si arriva all'eccitazione, ma siamo già in un rapporto sessuale. L'eccitazione è mediata dai neurotrasmettitori, testosterone in particolare.

PB: Sotto il profilo chimico che differenza c'è tra uomo e donna nell'orgasmo?

MR: Perché la donna lo raggiunga deve “spegnere” le tensioni, le inibizioni, i meccanismi di controllo in modo che possa percepire un forte legame con il partner. L'ossitocina quindi deve essere “potentissima”. Per l'uomo, invece, il momento dell'orgasmo è più mediato da controlli nervosi. In questo caso è solo l'amigdala che deve ridurre la vigilanza affinché raggiunga il piacere, che viene veicolato dalla dopamina. Paradossalmente il cervello femminile ha bisogno di stimolare più zone del cervello per accendere il desiderio, ma devono anche spegnersi di più per arrivare all'orgasmo.

PB: Cosa è importante per sedurre?

MR: Spesso gli uomini si perdono sulle cose da dire, mentre la comunicazione verbale ha un peso pari al 7%. Contano molto di più la comunicazione paraverbale (tono della voce) e soprattutto la non verbale (comportamento fisico). Su queste si può avere un controllo. Si possono migliorare attraverso le stesse tecniche che si apprendono a scopo di vendita. Invece di promuovere un prodotto, si “promuove” sé stessi.