



EL PLACER *sin* LÍMITES

La tecnología se rinde a un *bienestar sexual* que va mucho más allá de alcanzar el orgasmo femenino (aunque también). Estas son las nuevas vías por las que los *vibradores conquistarán al mundo*.

No importan los tabús que puedan rodear al mundo del bienestar sexual. Para 2024 se espera que esta categoría (al menos la división de aparatos de tecnología punta para alcanzar el orgasmo) esté valorada en 122.000 millones de dólares, según datos de la consultora The Beauty Streams. «Cada vez son más personas las que se aceptan a sí mismas, su sexualidad y sus cuerpos, y en ese sentido vamos a ver una ola de soluciones tecnológicas muy innovadoras en busca de una mejor vida sexual. Nuestra predicción es que la diversidad (de género, sexual, de edad y funcional) estará en el centro de todas las innovaciones. Durante mucho tiempo, estos aparatos se han centrado en las vulvas, así que creemos que aparecerán nuevas propuestas para, por ejemplo, amplificar los orgasmos masculinos», pronostica Anne Catherine Auvray, editora ejecutiva de The Beauty Streams. Se refiere a proyectos un poco más alejados del placer *mainstream*, como el que propone Arcwave Ion, con la tecnología patentada Pleasure Air para estimular las terminaciones nerviosas a las que la masturbación masculina tradicional no llega; Enby (el nombre hace referencia a lo no binario), creado por Wild Flower, un objeto sin género pensado para dar placer a una variedad de cuerpos; VDOM, de SkiiMoo, especialmente diseñado para mujeres *queer* y hombres trans; o Bump'n Joystic, que juega con la ergonomía, su peso ligero y la necesidad de no usar las manos

para convertirse en aparato de referencia para personas con limitaciones funcionales. «Movimientos como el MeToo y la cuarta ola del feminismo han abierto las puertas para determinados cambios en la actitud hacia el sexo, derribando tabús a su paso. Productos con formas fálicas, en tonos rosas y de piel negra han dado paso a una estética más suave y un *packaging* más amable, casi pensado para Instagram», asegura Auvray, consciente de que, a pesar de la nueva estética, esta red social (propiedad de Meta) sigue vetando la aparición de cualquier tipo de periférico relacionado con el placer en su *feed*. A pesar de ello, hay esperanza: «Una nueva generación de empresarios independientes han aportado una visión fresca al asunto, rompiendo de pleno con los prejuicios tradicionales y reivindicando que el bienestar sexual forma parte del autocuidado físico y mental».

Parte de esa ola que empuja el cambio son Célia Gosse y Jalil Hajjaj, una pareja que acabó por embarcarse en su propio proyecto al no encontrar en la Red un lubricante natural con un aroma a su gusto. «Durante la investigación nos dimos cuenta de que hay una genuina falta de educación y apoyo hacia las mujeres en cuestiones de bienestar sexual, y la mayor parte de propuestas se saltan una parte importante, la de enseñar a explorarse, conocer el propio cuerpo, el placer... una auténtica pena», lamenta Gosse. El primer lanzamiento de Fyne, en verano de 2020 (un año en el que, no lo olvidemos, las ventas de juguetes para el placer aumentaron más de un 25% a nivel global, según un estudio de Grand View Research), fue una caja con un vibrador, un lubricante y una revista explicativa. Agotaron existencias en pocos meses. A día de hoy despachan su *pack* en ocho países diferentes a través de más de 50

socios. «Lo que nos gusta es que hemos sido capaces de ampliar el tipo de vendedores con los que trabajamos. Ya no solo llegamos a *sex shops*, sino a tiendas de estilo de vida, regalos, cosmética...». Efectivamente, su distribución en España va de la mano de Laconicum, comercio digital especializado en «cosmética para pioneros, *beauty freaks* y curiosos», según reza su página web. El pasado octubre estrenaron la categoría de Bienestar Sexual: «Queremos abrir esta conversación y tomar el control de nuestro bienestar global. El placer es salud, bienestar y alegría. Si te sientes bien por dentro, te sentirás bien por fuera; suena a frase hecha y, como tantas, es cierta», defendían.

«Aunque las mujeres no necesitan productos para sentirse sexualmente empoderadas, estos juguetes pueden ayudar de diversas maneras (es empoderador poseer el placer, no avergonzarse de él y saber que lo puedes tener cuando y cómo quieras sin necesidad de nadie más). La industria, además, ha dado grandes pasos en cuestiones de diseño, tecnología, educación y *marketing*», interviene Johanna Rief, directora de empoderamiento sexual de We-Vibe, una marca que forma parte de Lovehoney Group en el que también se incluyen Womanizer, Fifty Shades of Grey... ¿Su pronóstico? Que la generación *silver* (un 12% de sus clientes superan los 55 años) será el próximo objeto de deseo de una industria que está ya encaminada hacia su clímax ● PALOMA ABAD



De izda. a dcha., cápsulas Aphrodite Sensation, de NATURADIKKA, para dar un impulso al deseo. Vibradores compactos Poco (en malva y azul), de MYSTERY VIBE. Vibrador para parejas (con mando a distancia) Chorus, de WE-VIBE. Vibrador dual Dolby, de PLATANOMELON (www.platanomelon.com). Vibrador por succión The Poet, de SMILE MAKERS. Vibrador Olly, de FYNE (en laconicum.com), parte de un *pack* con el lubricante Envy y una revista. Rabbit Bullet Vibrator, de JE JOUE, para abrazar el clítoris con sus movimientos. Sila Cruise, de LELO, con tecnología Cruise Control para modificar la potencia de su vibración. Gel hidratante íntimo Cannabis Pleasure Gel, de THE BEEMINE LAB.