CC BY SA

RECERCA. REVISTA DE PENSAMENT I ANÀLISI, NÚM. 30(2). 2025. ISSNe: 2254-4135 – pp. 1-27
DOI: http://dx.doi.org/10.6035/recerca.8405

Derecho al goce. Feminismo, *coaching* sexual y sentidos terapéuticos en torno a la sexóloga Cecilia Ce

Right to pleasure. Feminism, sexual coaching and therapeutic meanings around sexologist Cecilia Ce

GUILLERMO ROMERO (UBA/CONICET, UNLP)[1] & GIULIANA PATES (EIDAES-UNSAM / CONICET)

Artículo recibido: 30 de agosto de 2024
Solicitud de revisión: 13 de septiembre de 2024
Artículo aceptado: 5 de diciembre de 2024

Romero, Guillermo y Pates, Giuliana (2025). Derecho al goce. Feminismo, *coaching* sexual y sentidos terapéuticos en torno a la sexóloga Cecilia Ce. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 30(2), pp. 1-27. doi: http://dx.doi.org/10.6035/recerca.8405

Resumen

El trabajo analiza el fenómeno en torno a la sexóloga mediática argentina Lic. Cecilia Ce. A partir de un abordaje metodológico cualitativo multisituado, que incluyó la realización de entrevistas, encuestas, observaciones y análisis de contenido, se ofrece una descripción analítica de su trayectoria como figura pública e *influencer* y de sus distintos productos culturales, así como de la circulación y apropiación de sus contenidos por parte de sus seguidores. En diálogo con aportes conceptuales de la crítica cultural feminista y el giro afectivo, el artículo comprende el éxito de Cecilia Ce por su capacidad para anudar, de formas específicas, elementos de una coyuntura caracterizada, simultáneamente, por la sexualización de la cultura, la masificación y mediatización de la agenda de los feminismos y la proliferación de narrativas y terapéuticas orientadas a la optimización de sí, entre las que ocupan un lugar relevante aquellas vinculadas al rendimiento sexual.

Palabras clave: postfeminismo, sexología, terapéutica, mediatización.

[1] guiromero10@hotmail.com

Abstract

This paper analyzes the phenomenon surrounding the Argentine media sexologist Lic. Cecilia Ce. Based on a multisite qualitative methodological approach, which included interviews, surveys, observations and content analysis, it offers an analytical description of her trajectory as a public figure and influencer and of her different cultural products, as well as of the circulation and appropriation of her contents by her followers. In dialogue with conceptual contributions from feminist cultural criticism and the affective turn, the article understands Cecilia Ce's success for her ability to knot, in specific ways, elements of a situation characterized simultaneously by the sexualization of culture, the massification and mediatization of the feminist agenda and the proliferation of narratives and therapeutics oriented to self-optimization, among which those linked to sexual performance occupy a relevant place.

Key Words: postfeminism, sexology, therapeutics, mediatization.

INTRODUCCIÓN

«Tenés muchos seguidores y compartís información con un lenguaje directo, con conocimiento científico y un toque de humor», dice la *vedette*, actriz y conductora Moria Casán al presentar a la sexóloga Cecilia Ce en su programa de *streaming*. «¿Hacés *stand up*?», le consulta Casán. «Hago de todo», responde la sexóloga. «Es difícil meterme en una estructura. Siento que lo que hago es comunicar sobre sexualidad con el propósito de que la gente se sienta mejor. Mi idea siempre fue traer la academia a lo popular porque a veces no nos sirve que nos hablen en palabras difíciles». Durante la entrevista, conversan acerca de los tabúes que (todavía) hay alrededor del sexo, las formas de llegar al orgasmo y la estructura anatómica de la vulva. Para vivir la sexualidad libremente, Moria Casán sugiere: «explorarse, conocerse, dejar un poco la culpa, el mandato. Eso requiere un *campo laboro*, que generalmente no se puede hacer solo. Para eso están las licenciadas». Mientras sostiene una vulva de tela entre las manos, combina la pronunciación en inglés y en castellano para proclamar: «las *vaginas* empoderadas *forever*» (Picnic Extraterrestre, 2024).

En estos fragmentos, encontramos distintas expresiones de la cultura contemporánea. Lo sexual está presente ubicuamente en la vida cotidiana, cada vez más legitimado en las narrativas mediáticas y en múltiples ámbitos de lo social. Se combina, en un entramado de discursividades y sensibilidades, con la masificación y la mediatización de la

agenda de los feminismos —como nuevas formas de empoderamiento—, y con la cultura terapéutica que ofrece pistas para el autoconocimiento y la optimización del yo.

Nos interesa, en este trabajo, reconstruir estas intersecciones en la figura específica de la psicóloga y sexóloga mediática argentina Cecilia Canzonetta, conocida como Cecilia Ce. Licenciada en Psicología por la Universidad de Belgrano de la ciudad de Buenos Aires, se formó en sexología clínica en la Sociedad Argentina de Sexualidad Humana. En 2017, después de trabajar diez años en una política pública de atención a las problemáticas de adicciones, abrió un consultorio sexológico y creó una cuenta en Instagram. Lic. Cecilia Ce nació en ese momento, en la búsqueda de construir un perfil profesional para hablar de sexualidad, sin que se solapara con su vida personal.

La lic, como cariñosamente la nombran hoy sus seguidores,[2] comenzó a construirse como una referente en este campo. En 2018, creó el espectáculo *Beer & Sex Night*, con el que se presentaba en pequeños bares, y recibió una oferta del grupo editorial Planeta para publicar un libro. En 2019, su perfil cobró relevancia masiva a partir de su primer libro, la charla *La ecuación del sexo* en TEDx Rosario y sus columnas en programas radiales de gran audiencia. Siete años después de su primer *posteo*, tiene más de un millón de seguidores en Instagram[3] y una constelación de producciones mediático-culturales en donde difunde contenidos sexológicos, desde un *podcast* y un programa de *streaming* hasta libros y un espectáculo de teatro.

El estudio de su figura autoral, sus producciones y su público se vuelve un campo estratégico de indagación de las transformaciones sociales que tienen lugar en el presente. Por ello, el propósito de este trabajo es analizar este caso para preguntarnos por los modos en que se traman/tensionan estas (nuevas) pedagogías de género y sexualidad con las condiciones de producción y circulación de las culturas masivas, las narrativas del capitalismo neoliberal y sus múltiples y complejas formas de apropiación.

[2] Considerar, desde el lenguaje, la masculinidad como referencia universal tiende a invisibilizar a las mujeres y otras identidades de género. Usaremos el sufijo *-e* con la intención de dar cuenta de las marcas discursivas de la diversidad y mantendremos el uso del femenino y del masculino en las citas directas y en los casos que así corresponda.

[3] Al 31 de julio de 2024, momento de la última consulta, tenía un millón cien mil seguidores.

Para ello, retomamos los aportes del giro afectivo, que le imprimen una dimensión política y performativa a los afectos y las emociones. Desarmando los binomios razón-emoción y público-privado, así como el carácter presuntamente *natural* y *espontáneo* de las emociones, este desplazamiento epistemológico pone el foco en la gravitación del plano afectivo y emocional en las modulaciones de la vida en común. Esta perspectiva posibilita, a su vez, el despliegue de una mirada crítica respecto de ciertos dispositivos y narrativas terapéuticos, gerenciales o vinculados al *coaching* ontológico que construyen imperativos en torno a algunas expresiones afectivas y proponen soluciones individualizadas (Ahmed, 2004; 2019; Berlant, 1998; Arfuch, 2016; Medina-Vicent, 2020).

Asimismo, retomamos los aportes de los estudios culturales, en particular, la crítica cultural feminista, que nos permite pensar en las resignificaciones de las demandas de los feminismos en el marco del capitalismo neoliberal; esto es, las tensiones y negociaciones entre la ampliación de derechos sexuales y reproductivos, la masificación de los feminismos y la ilusión de empoderamiento a través de la optimización de sí y la autogestión del placer. La sensibilidad posfeminista a la que se refieren estos estudios emerge cuando la promesa feminista revolucionaria no alcanza, entonces ofrece alternativas individuales, construye una agencia femenina ligada al consumo y la libre elección, y ubica a la sexualidad como elemento subjetivizante, de autoconocimiento y trabajo personal (Attwood, 2006; Gill y Scharff, 2011; Martínez-Jiménez, 2021; McRobbie, 2010; Medina-Vicent, 2018). Estos trabajos permiten mirar estos procesos de manera compleja y circunstanciada, más bien en clave de tensiones que de oposición entre las dimensiones que involucran. Desde este enfoque que supera los abordajes dicotómicos, proponemos estudiar las tramas, enredos y múltiples apropiaciones del contenido sexológico que difunde masivamente Cecilia Ce en un contexto de masificación y mediatización de los feminismos y de la cultura terapéutica.

1. CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

Para este trabajo, realizamos un abordaje integral y multisituado, que nos permitió «seguir el objeto» (Marcus, 1995) por diferentes espacios, tanto *online* como *offline*, entre 2023 y 2024. En este marco,

relevamos y analizamos cada una de las producciones mediático-culturales que desarrolla Cecilia Ce, en su especificidad así como en interrelación, a la vez que nos acercamos a su público.

Leímos los cuatro libros que editó hasta este momento: *Sexo ATR. La educación sexual que queremos* (2019), *Carnaval toda la vida. Y vivamos una sexualidad libre y auténtica* (2020), *Vinculear. Prácticas para el buen sexo* (2022) y *Deseo. Entender y transformar nuestro gran motor sexual* (2024). Todos se publicaron en el grupo editorial Planeta y estuvieron en los primeros puestos de los *rankings* de las librerías más grandes de Argentina y Uruguay. Complementamos su lectura con observaciones en la presentación y firma de ejemplares de *Deseo* en la 48.ª Feria Internacional del Libro de Buenos Aires en mayo de 2024 y con entrevistas a Teodora Scoufalos y Ana Wajszczuk, sus editoras.

A su vez, asistimos al espectáculo teatral *Beer & Sex Night* en el Teatro Coliseo Podestá de La Plata en mayo de 2023 y en el Teatro Metropolitan de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en marzo de 2024, y presenciamos el primer programa de su canal de *streaming*, *Derecho al goce*, en The Roxy Bar en agosto de ese mismo año.

En todos estos eventos, además de hacer observaciones, construimos una muestra de sesenta personas encuestadas para conocer su perfil sociodemográfico, su relación con la figura de Cecilia Ce y sus creencias e imaginarios respecto a la sexualidad. A partir de esta muestra, advertimos que su público está constituido fundamentalmente por personas jóvenes y adultas entre 20 y 35 años, de sectores medios y con formación superior (terciaria o universitaria). Los oficios más referidos se vinculan al campo de la educación, el comercio y la psicología. En algunos casos, incluso, siguen a la Lic como una referente profesional, sea porque están iniciando una exploración en el mundo de la sexología o bien para sus intervenciones como psicólogas o docentes en el caso de sus seguidoras mujeres.

Dentro de este abordaje, también realizamos una entrevista en profundidad con Cecilia Ce. Nos interesó reconstruir su biografía, haciendo énfasis en las características de su entorno familiar, la relación con la sexología en su experiencia escolar, el trayecto formativo como psicóloga y sexóloga, y su carrera laboral del consultorio sexológico privado a la construcción de un perfil público en redes sociales. También, indagamos en los sentidos vinculados con su figura como *influencer*, la creación de contenidos en múltiples formatos, la relación con su público y su

inscripción en el contexto de mediatización de los movimientos feministas y de mujeres. Con ello, buscamos «un decir sobre el hacer», esto es, poner el foco en la operación referencial y evaluativa de reflexión sobre sí misma y lo vivido (Marradi et al., 2007: 219).

Por último, realizamos un relevamiento del entorno digital. Hicimos un seguimiento de sus publicaciones en Instagram, tanto de *posteos* como de historias, en el período antes señalado. Escuchamos los doce capítulos de su *podcast Radio Tanga*, sus columnas en programas radiales como *Últimos cartuchos* y *Perros de la calle* y sus intervenciones mediáticas, en particular, entrevistas que le hicieron en canales de *streaming*, como Gelatina, Olga y Picnic Extraterrestre.

2. «DE LA ACADEMIA A LA CALLE». LA CIRCULACIÓN MASIVA DE CONTENIDO SEXOLÓGICO

La circulación masiva de contenido sexológico en Argentina tiene una vasta trayectoria. La sexología surgió como disciplina a mediados del siglo XX, gobernada por médicos ginecólogos, en su mayoría varones, que concebían la sexualidad en intrínseca relación con el matrimonio, la familia y el amor. La psicoanalista Eva Giberti introdujo, en los años sesenta, el abordaje psicoanalítico y una circulación más amplia de estos saberes en los medios de comunicación, en consonancia con un creciente interés público por temas sexuales. Dos décadas después, en la apertura democrática, este campo se institucionalizó y se convirtió en un «fenómeno mediático, social y cultural tanto como científico y terapéutico» (Milanesio, 2021: 117). Este período, conocido como el destape, se caracterizó por la sexualización mediática y de la cultura popular, a partir de la cual circularon masivamente narrativas e imágenes alusivas a la sexualidad. Es en este contexto que la sexualidad se resignificó: de estar ligada casi exclusivamente a la reproducción pasó a darle un lugar central al placer. Al mismo tiempo, se multiplicaron las terapias, los talleres sexuales y las consejerías dirigidas especialmente a mujeres.

Este contenido se consolidó, sobre todo, en las revistas femeninas, en donde se brindaban consejos para un mayor desempeño sexual. También, algunos especialistas en sexología se volvieron figuras mediáticas, como el caso del argentino Juan Carlos Kusnetzoff, conocido como el Dr. K, y, con gran éxito comercial en los albores del siglo, la

puertorriqueña Alessandra Rampolla. Sus intervenciones públicas en revistas, libros y programas televisivos pueden inscribirse tanto en una trama de sexología mediática que ya venía desplegándose en el país, así como en una creciente masificación de discursos —libros de autoayuda, segmentos y columnas de especialistas— que bregaban por el bienestar y el cuidado del cuerpo, y aconsejaban gestionar mejor las emociones, como lo hicieron, entre otros, Jorge Bucay y Pilar Sordo (Papalini, 2017).

Otro hito en este proceso es representado por la publicación de la saga *Cincuenta sombras de Grey*, de E. L. James, y los posteriores estrenos de sus adaptaciones cinematográficas. El éxito comercial de estas producciones habilitó la conversación pública acerca de las prácticas sexuales, especialmente entre el público femenino, y el crecimiento exponencial del mercado del sexo a través de juguetes sexuales y lencería erótica (Felitti y Spataro, 2018). En un contexto más amplio de «sexualización de la cultura» (Attwood, 2009), en el que la seducción y el *sex appeal* tienen un lugar importante en los proyectos del *self* y se modulan con un imaginario de empoderamiento femenino, se multiplicaron también las ofertas de talleres de seducción, consejerías sexuales y diversas propuestas para el autoconocimiento y la erotización como clases de *pole dance*, *twerk* y *burlesque* (Elizalde y Felitti, 2015; Felitti y Palumbo, 2024).

«A mí me parecía que, si había habido una Alessandra [Rampolla], hacía falta alguien con otro tipo de mirada más moderna y también más de educación sexual», nos dijo Teodora Scoufalos, la primera editora de Cecilia Ce, en una entrevista para esta investigación. La conoció en 2018 por el contenido sexológico que la Lic comenzaba a compartir en Instagram y en el incipiente espectáculo *Beer & Sex Night.* Entonces, le propuso publicar un libro en Planeta. Al respecto, nos comentó:

> Su primer libro, el que no para de vender, *Sexo ATR*, es un libro de educación sexual. […] Habla de cuestiones básicas, de cómo es el cuerpo humano y cómo cuidarlo, pero eso no estaba y te das cuenta porque el público —chicas jóvenes, pero también gente grande, gente de 40 años— te decía «yo no sabía bien dónde estaba esta parte de mi cuerpo». Las mujeres no tenían idea de sus propios cuerpos.

En línea con estas consideraciones de su editora, observamos que Cecilia Ce, en sus producciones mediático-culturales y sus intervenciones públicas, despliega un saber especializado en torno a sexología y

psicología, a través de la explicación de teorías, de citas bibliográficas de referentes, en su mayoría de origen estadounidense, y del diálogo con profesionales argentinos de la salud. Este saber es transmitido de manera pedagógica y accesible, es decir, con un lenguaje claro, apelaciones al humor y un modo de hablar descontracturado. En este marco, además de explicar la anatomía femenina y masculina, da consejos tanto para un mejor desempeño sexual —«cinco mejores posiciones para alcanzar el orgasmo», «tres claves para el sexo anal»— como para relacionarse afectivamente —«dos ejercicios para conectar con tu pareja»—. Así, su figura se trama con una sensibilidad de época centrada en un mandato de optimización del yo, que reclama saberes para una mayor productividad o eficacia sexual, así como para la pretensión de volver inteligible el terreno (de por sí opaco) de la sexualidad y el deseo, como profundizaremos más adelante (Felitti y Palumbo, 2024; Michelson, 2021).

Su estilo la vuelve cercana al público y contribuye a la construcción de un *ethos* autoral que transmite frescura y espontaneidad. «Sin duda, para mí sigue funcionando por su carisma y su cercanía», opinó Scoufalos. Las decisiones estéticas de sus producciones contribuyen a esta operación: no recurre a un diseño sonoro complejo en su *podcast* ni a demasiada escenografía en el teatro, no utiliza filtros en las imágenes de Instagram y se muestra sin maquillaje en escenas de su vida doméstica.

> Me han dicho —nos cuenta Cecilia Ce en la entrevista realizada en el marco de esta investigación— «En la red social más estética, cuidada, vos salís así, sin filtro, toda despeinada, diciendo cualquier cosa. Es como que rompiste todo». Y sí, funcionó. Yo me cago de risa [me río mucho] cuando vienen y me dicen «Te voy a decir lo que tenés que hacer: tenés que programar todos los lunes hablar de esto, tenés que hacer un diseño y una imagen de marca». No lo hice, no lo voy a hacer y funciona.

Este es uno de los aspectos que su público valora. Según los testimonios relevados, destacan los temas que aborda, «tabú» o soslayados, desde sus miradas, en la educación sexual escolar o en otros espacios de formación. Celebran, especialmente, que ese abordaje sea desde un enfoque que pondere «el deseo y el disfrute». Al mismo tiempo, la siguen, según sus palabras, «no solo por lo que dice, sino por cómo lo dice», esto es, la utilización de un lenguaje riguroso, pero no académico. «Es muy didáctica», «habla sin prejuicios», «sin escrúpulos» y «de manera libre» fueron las frases más recurrentes para referirse a su estilo. También,

resaltaron la conexión afectiva con su figura a partir de reconocerla «empática», «copada», «natural», «sencilla» y «espontánea».

Esta ilusión de cercanía se construye, asimismo, a partir de una relación dialógica con el público. Tanto en Instagram como en el espectáculo teatral y las presentaciones de sus libros, abre un espacio de «consultorio sentimental», «catarsis» y «terapia grupal» para intentar dar respuesta a las dudas o preocupaciones más frecuentes que allí emergen. En el *podcast*, por su parte, cada uno de los episodios gira en torno a un tema —«deseo y estrés», «sensaciones postorgásmicas», «no se le paró», «ansiedad de desempeño»—, que surgieron de consultas que sus seguidores le enviaron por mail.

A su vez, en tiempos en los que «el mundo está metido para dentro», retomando las palabras de Cecilia Ce, propone instancias de encuentro entre sus seguidores. Varios de sus productos tienen la intención de conmover la tendencia hacia el consumo individualizado a través de pantallas y fomentar, en cambio, la sociabilidad. El espectáculo teatral y la transmisión de su programa de *streaming* desde un bar se ubican en esta búsqueda de que «estemos presentes, dejemos el teléfono y nos olvidemos de todos los quilombos [problemas] que hay» (Ce, 13 de agosto de 2024). La sección «Vinculeable» que tiene lugar en su Instagram también abona a esta intención: invita a que sus seguidores comenten la publicación y puedan iniciar conversaciones e intercambios (eróticos) entre sí.

Las observaciones realizadas en sus espectáculos nos permitieron confirmar este aspecto. Su consumo constituye una forma de fraternidad femenina en la medida en que el evento es una *salida* para muchas de las mujeres presentes, que van en grupos de amigas, con compañeras de la facultad o con alguna otra integrante de su familia. Pocas van solas. Cuando Cecilia Ce empezó su actividad pública, contemporáneamente a un «tiempo de chicas» (Elizalde, 2015), su público estaba formado fundamentalmente por mujeres jóvenes. Con el tiempo, se fue ampliando el rango etario, desde los 18 a los 50 años aproximadamente, con un componente mayoritario de personas entre los 20 y los 35 años. También fue cambiando su composición genérica. A diferencia de otras referentes que tematizan o se enmarcan en la «coyuntura feminista», cuenta entre sus seguidores con numerosos varones cishetero. Los construye como público destinatario en muchas de sus intervenciones, responde sus dudas y preocupaciones más frecuentes y alienta a sus seguidoras para que «traigan» a sus parejas a sus *shows*. Aun así, las mujeres siguen siendo

mayoría entre su público y los varones que asisten lo hacen junto a sus parejas. Solo en dos casos —en el Teatro Coliseo Podestá de La Plata y en The Roxy Bar— fue una salida entre amigos.

Profundicemos, a continuación, los modos de inscripción de su figura y sus producciones mediático-culturales en la «coyuntura feminista» que se desplegó en los últimos años en Argentina, haciendo énfasis en las tramas de sentido, las sensibilidades y las negociaciones que se articulan entre Cecilia Ce, el clima de época y las mujeres jóvenes que la siguen.

3. «YO CRECÍ CON EL MOVIMEINTO». EMERGENTES DE LA COYUNTURA FEMINISTA

El surgimiento del perfil Lic. Cecilia Ce, tal como señalamos, fue contemporáneo a un proceso de masificación, mediatización y juvenilización de los movimientos feministas y de mujeres en América Latina, con gran vigor en Argentina (Elizalde, 2022, Larrondo y Ponce Lara, 2019). Al calor del movimiento Ni Una Menos y de la sanción de un marco normativo más democrático en términos de derechos sexuales y reproductivos, se construyó un horizonte de «despatriarcalización» de mandatos. En este contexto, se ampliaron los umbrales de definición de lo violento, se puso el foco en su forma más extrema —el femicidio— y se denunciaron, escracharon y/o cancelaron —muchas veces bajo imperativos morales— a varones que tenían prácticas violentas o bien que desconocían las desigualdades de género (Cuello y Disalvo, 2023; Romero, 2021). Al mismo tiempo, se actualizaron los debates respecto al deseo femenino, las formas de encuentro sexoafectivo y las narrativas de amor romántico (Felitti y Palumbo, 2024; Pates, 2023).

El cuerpo tuvo un lugar privilegiado en la agenda de estos feminismos. En parte, se volvió inteligible como espacio para el ejercicio de las violencias machistas. La demanda Ni Una Menos se articuló, precisamente, con la urgencia de dejar de contar cuerpos quemados o encontrados en bolsas de residuos. También, el cuerpo fue disputado como territorio de autodeterminación, sobre todo, en la lucha por el derecho a la interrupción voluntaria del embarazo. Aunque fue un proceso de largo aliento, con seis intentos infructuosos de tratamiento legislativo, la media sanción del proyecto de ley en la Cámara de Diputados de la Nación

en 2018[4] fue un punto de condensación de los movimientos feministas, de articulación política y de movilización social en las calles, en las redes sociales y en los medios de comunicación. «Mi cuerpo es mío» y «Mi cuerpo, mi decisión» fueron consignas que se multiplicaron en las voces de miles de mujeres jóvenes.

Esta lucha las interpeló especialmente a ellas, que desplegaron múltiples modos de activismo y fueron identificadas/idealizadas como el sujeto político de esa transformación. La «revolución de las hijas» (Peker, 2019) buscó nombrar en clave celebratoria la participación protagónica que tuvieron en este proceso y en la renovación de la agenda feminista con tópicos generacionales como la autonomía del cuerpo, el deseo femenino y el consentimiento sexual (Elizalde, 2022). Sus cuerpos, ornamentados con *glitter* y con pañuelos verdes atados al cuello, ocuparon las calles en movilizaciones, vigilias, lecturas, cantos, bailes, batucadas e intervenciones artísticas. Estas *performances carnavalizadas* fueron formas de politización (Esteban Galarza, 2009; Tomasini, 2020) que se asentaron en las afectividades femeninas, la alegría y la resignificación del cuerpo como espacio de disfrute.

En línea con esta última dimensión, se construyó también el cuerpo de las mujeres como territorio de goce y placer. El proceso de sexualización de la cultura al que venimos haciendo referencia, el imaginario de empoderamiento femenino a través del capital erótico y la agencia sexual, y la sexualización del amor romántico y la elección de pareja en las narrativas mediáticas y las culturas masivas —que funciona como un ideologema que busca resolver las tensiones de la heterosexualidad moderna y las promesas incumplidas de un amor «para toda la vida» (Illouz, 2014)—, ubican el conocimiento del cuerpo y la autogestión del placer como horizontes deseables para las mujeres. Esto genera, por un lado, un efecto de politización de la sexualidad y de democratización del deseo, que hace accesibles prácticas otrora silenciadas o enclosetadas y, por otro lado, la construcción de un nuevo mandato a partir del cual pareciera que hay una agencia sexual femenina y que las mujeres deben ser provocadoras, desplegar una feminidad erótica y/o liberarse

[4] En junio de 2018 el proyecto de interrupción voluntaria del embarazo presentado por la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, seguro y gratuito obtuvo media sanción en la Cámara de Diputados de la Nación, pero fue luego rechazado en la Cámara de Senadores en agosto de ese mismo año. Dos años más tarde, el proyecto enviado por el nuevo gobierno se aprobó bajo la Ley 27.610.

sexualmente, tal como ya habían advertido los estudios culturales feministas (Gill, 2012).

En este entramado se inscribe Cecilia Ce. En su repertorio de producciones mediático-culturales, tal como mencionamos en el apartado anterior, brinda datos de investigaciones científicas en torno a la sexualidad, describe la anatomía de mujeres y varones, explica técnicas de estimulación manual y oral, recomienda posiciones coitales para «orgasmear» y ofrece consejos para relacionarse con la pareja sexual. La perspectiva de género y feminista acerca de la sexualidad no se abordaba en la formación en sexología ni los medios de comunicación cuando inició su carrera como figura pública. «No puede ser que las mujeres siempre tenemos la peor parte», cuestionaba en ese momento, según nos contó en la entrevista realizada para esta investigación. Así, en su Instagram, empezó a hablar del placer de las mujeres y a crear una nueva manera de nombrar la sexualidad que no fuese falocéntrica: le dio nombre, por ejemplo, a la estimulación oral del clítoris.[5]

Esta propuesta entró en conjunción con el proceso de masificación de los movimientos feministas y de mujeres. «Se dio un momento histórico social con un discurso y una mirada. Entró todo al mismo tiempo», nos dice Cecilia Ce y agrega «Yo crecí con el movimiento». Desde el mundo editorial, Ana Wajszczuk, editora de *Deseo*, opina que cada época construye regímenes de visibilidad que habilitan o deshabilitan discusiones, tópicos o perspectivas. Las producciones culturales, en particular los libros, recuperan saberes contemporáneos y se inscriben en un espacio discursivo más amplio. Se vinculan con lo que es decible en cada momento. Según sus palabras, «que un libro funcione o no funcione tiene que ver con muchas variables. Una de esas es el tiempo en el que sale. A veces vas con el aire del tiempo y a veces no». Cecilia Ce logró ir con el aire de su tiempo porque, desde su mirada, condensó varios sentidos que circularon con avidez: la invitación a recuperar el propio cuerpo que hacen los feminismos, la enunciación en primera persona como clave de época, la búsqueda de la experiencia personal como mediación para la construcción de saberes y la legitimación de referentes a partir de su presencia en medios de comunicación y en redes sociales.

[5] *Clete* es el nombre que creó para nombrar esta práctica. Combina la forma coloquial utilizada en Argentina para hacer referencia a la estimulación oral del pene, *pete*, y la identificación del órgano sexual femenino clítoris.

Esta última dimensión se desplegó de manera particular en torno a los feminismos. Durante los últimos años, la acción performática en las calles se combinó con la acción mediatizada. Figuras del espectáculo, intelectuales, periodistas y artistas contaron su experiencia en clave de género, nombraron las violencias que se ejercían sobre ellas e intentaron dar pautas de acción frente a la incertidumbre que, por momentos, generaba el mandato de deconstrucción. El feminismo permeó la experiencia de miles de mujeres desde estas interpelaciones, en algunos casos más que desde otras prácticas o discursos exclusivamente académicos o militantes. Se produjo un «efecto de feminismo» (Justo von Lurzer, 2020: 77) a partir del cual muchas mujeres comenzaron a hacerse preguntas y a (re)imaginar sus deseos motorizadas por la mediatización de la agenda feminista. Este fenómeno tiene también su revés en contextos de polarización de las posiciones políticas: así como se construyen referentes, se crean clasificaciones morales y señalamientos a las diferencias. En este marco, Cecilia Ce negocia su adscripción pública al feminismo con el horizonte de que ese reconocimiento no vaya en detrimento de una circulación más amplia de su contenido: «Soy recontra feminista y no lo digo porque sé lo que genera», nos confesó.

Su público —aun cuando se haya diversificado como mencionamos en el apartado anterior— sigue estando formado mayormente por mujeres. De acuerdo con el relevamiento realizado, se reconocen como feministas o bien se adscriben a la agenda de los movimientos feministas y de mujeres. También, creen que el contenido sexológico que transmite Cecilia Ce sigue esta perspectiva porque hace hincapié, retomando sus palabras, en el «autoconocimiento del cuerpo», el «placer», el «goce» y el «disfrute» de la mujer, al mismo tiempo que deconstruye «los roles» y la «centralidad de la penetración». El lema que Cecilia Ce repite, «más disfrute, menos drama», sintetiza estas percepciones y opera como significante de un entramado más amplio, signo de esta época de aliento a una voluntad del yo que está conectado con su deseo y su placer. Sobre este aspecto nos detendremos a continuación.

4. ENTRE EL *COACHING* Y LA *MAREA VERDE*: ACERCA DEL POSTFEMINISMO COMO DISPOSITIVO CULTURAL

La consideración de las mujeres como sujetos deseantes y con derecho al placer, la crítica recurrente a la *brecha orgásmica* —es decir, la mayor cantidad de orgasmos que alcanzan los hombres en relación con las mujeres, asumida como un efecto de la desigualdad de género y no como una condición natural— y el énfasis en la importancia del consentimiento en las relaciones y las prácticas sexuales son algunos de los reenvíos que pueden advertirse en las intervenciones de Cecilia Ce en relación con esa efervescencia cultural que nombramos como coyuntura feminista, y que ella misma considera que le dio el plafón para emerger como figura pública. Al mismo tiempo, sus producciones forman parte de un proceso contemporáneo caracterizado por la proliferación de narrativas que operan una suerte de *tutorialización* de la vida cotidiana, esto es, un repertorio expansivo de saberes prácticos encarnados en figuras que se asumen y son consideradas especialistas y reconocidas como *influencers*[6] en las más diversas áreas. Prácticas de *coaching* ontológico, vinculadas al género de la autoayuda (Papalini, 2010) y a los discursos gerenciales o del *management* (Medina-Vicent, 2020), que encontraron en los actuales entramados comunicacionales una capilaridad social sin precedentes.

En ese marco, la especificidad de Cecilia Ce radica en la oferta de técnicas y saberes orientados a la optimización del «rendimiento sexual» y la obtención de placer. Lo hace cubriendo un espacio relativamente inexplorado, el de una sexología que se nutre de la masificación de los activismos feministas a la vez que de saberes técnicos provenientes del campo científico, sobre todo, de la medicina, algunas zonas de la psicología y las neurociencias. Se convirtió, así, en la «principal divulgadora de sexología en Argentina», tal como lo señaló la editora de su último libro, y probablemente una de las más reconocidas en Latinoamérica.

En su apuesta por una «sexualidad libre, empática y responsable» pueden leerse las huellas de la masificación de la discursividad feminista, a la vez que la puesta en acto de lo que la psicoanalista chilena Constanza

[6] Aun con la cantidad de seguidores que tiene en su cuenta de Instagram, que parece ser un aspecto saliente para ser considerada una *influencer*, Cecilia Ce rechaza esta caracterización. Prefiere presentarse como «psicóloga, sexóloga, escritora», según nos manifestó en la entrevista que le hicimos.

Michelson (2021) enuncia como la ilusión de un yo transparente y manipulable, que está en la base de la circulación y el consumo de muchas de estas narrativas contemporáneas (Papalini, 2010). Esta ambivalencia puede advertirse, asimismo, en la consigna de Cecilia Ce de abogar por una «sexualidad auténtica», así como aquella otra que insta a «conectar con el propio deseo». Como lo ha venido sosteniendo el psicoanálisis,[7] nada resulta menos auténtico (en el sentido de transparente, autoevidente y sin fisuras) que el deseo y la propia sexualidad. «El deseo es contradictorio», dice Michelson; «nos arroja a lo ambiguo y a lo incierto» y, por eso mismo, «es una experiencia que sobrepasa, que no se controla» (2021: 9). De ahí la importancia de advertir, de acuerdo con esta autora, que los peligros que acechan en el mundo contemporáneo no provienen (tan solo) de un sistema de explotación social localizado en un gobierno central o en ciertos poderes económicos encarnados en empresas o grandes medios de comunicación, «sino que también surgen desde el yo: desde un sí mismo modelado por el capitalismo financiero, digital y científico» (2021: 12).

El feminismo de la *cuarta ola* avanzó decidido a encarnar en todos los ámbitos de la vida las consignas enarboladas como bandera en el espacio público. Si bien la masificación de esta discursividad militante favoreció la transversalización de la conversación pública en torno a las normatividades sexogenéricas imperantes, este mismo proceso trajo consigo una paradoja: la promesa de que esa apuesta radical (solo) es posible de alcanzar a partir del consumo de artefactos culturales diseñados para satisfacer las demandas de igualdad, autonomía y placer, (re)codificadas por parte del mercado e inscriptas en un entramado comunicacional cada vez más dinámico, flexible y adaptativo (Felitti y Palumbo, 2024). De este modo, tal como plantea Papalini respecto de la literatura de autoayuda, las narrativas vinculadas al *coaching* tienden a circunscribir todo malestar «al ámbito personal» (2010: 150).

Es precisamente este el señalamiento temprano de algunas autoras que advirtieron acerca de los riesgos de la resignificación de las demandas de los feminismos en el marco del capitalismo tardío o neoliberal (Fraser, 1997; McRobbie, 2010). Desde esta perspectiva, la mayor visibilidad de las mujeres, así como el reconocimiento formal de sus derechos

[7] Interesa resaltar, de todas formas, la paradoja de que la mayoría de *influencers* que contribuyen al proceso contemporáneo de optimización del yo provengan del mundo psi.

y hasta la masificación de algunas de las clásicas consignas feministas, trajeron aparejada la (falsa) idea de una igualdad ya alcanzada o bien posible de ser alcanzada a partir de una actitud emprendedora de sí. De acuerdo a María Medina-Vicent, estos discursos resultan congruentes con los promovidos desde los discursos gerenciales (2020). En sus palabras, «la lógica gerencial afecta no solamente a la dimensión empresarial, sino que se convierte en eje central de la vida de los individuos» y, de esta forma, el feminismo «pasa a ser un problema de gestión más» (p. 10). De acuerdo con Angela McRobbie, al «suplantar y reemplazar a la pedagogía feminista con esas pedagogías de la nueva meritocracia» (2010: 125-126), esta deriva lleva a sustituir «la identidad política por las ideas de la ciudadanía de consumo» (p. 133). Siguiendo a Medina-Vicent, puede decirse que este tipo de posiciones, al propagar «los valores sobre los que se sustenta el modelo de sujeto neoliberal, esto es, el emprendimiento, la autogestión y la autoexigencia», no solo resultan sintomáticas de una coyuntura política, económica y cultural hegemonizada por el capitalismo neoliberal, sino que de distintos modos contribuyen a reproducirlo (2020). Es desde este punto de vista que puede hablarse de la existencia de un «feminismo neoliberal» (Penchansky, 2018), categoría que, desde otros enfoques, puede resultar un oxímoron (Medina-Vicent, 2018).

En el caso de Cecilia Ce, estas narrativas asumen formas específicas, contradictorias y matizadas que interesa explorar en detalle. En primer lugar, es preciso remarcar que en diversas ocasiones sus intervenciones tienden a poner el foco en aspectos contextuales —económicos, políticos, culturales— que afectan las relaciones y las prácticas sexuales. Por caso, en un intercambio con sus seguidores a través de Instagram, ante el planteo de que «necesitamos un estudio sociológico de por qué está tan difícil construir vínculos», ella respondió: «Mi hipótesis: una sociedad de consumo enfocada en el consumo inmediato, destrucción total de lo colectivo (fíjense si no las políticas de este gobierno), crisis económica y pluriempleo, adicción a las tecnologías» (@lic.ceciliace, 16 de julio de 2024).

En este tipo de intervenciones puede verse un esfuerzo de politización de la problemática enunciada por sus seguidores —en este caso, una extendida dificultad vincular—, algo que hemos advertido en varias ocasiones durante nuestro relevamiento. Al mismo tiempo, en la entrevista que mantuvimos con ella, reconoció que las lógicas imperantes en

el entramado comunicacional en el que inscribe buena parte de su desarrollo profesional limitan este tipo de operaciones, así como la asunción de posiciones abiertamente políticas. Como un primer condicionante, tal como mencionamos en el apartado anterior, remarca «el nivel de agresión» que impera en las redes sociales cuando alguien asume posicionamientos ideológicos de manera explícita. Aun cuando en sus intervenciones encontremos recurrentes guiños a la discursividad feminista, hay un esfuerzo deliberado por incorporarla intentando evitar o atenuar algunos de sus rasgos que puedan ser considerados controversiales, en una estrategia que puede pensarse simultáneamente en términos comerciales y políticos:

> Yo no tengo un perfil que diga «transfeminista» […], pero por toda la boludez [tontería] que circula. Entonces es la forma de dar un mensaje que pienso que va a llegar a más gente. Que ese siempre es mi norte: cómo hago para que un mensaje amoroso, sanador, feminista, con los valores que yo tengo, ese mensaje cumpla con los valores que yo tengo y pueda llegar a la mayor cantidad de personas posible.

Interesa retomar aquí los aportes de los estudios culturales acerca del postfeminismo, concebido como un dispositivo cultural que, al hacerse eco de algunos reclamos de justicia e incluso apelar más o menos subrepticiamente a esa experiencia vital que implica el *ser feminista*, se distingue de las lógicas reactivas, conservadoras, puramente defensivas, que rechazan de plano al feminismo y la igualdad social (Attwood, 2006; Gill y Scharff, 2011; Martínez-Jiménez, 2021; McRobbie, 2010). En el caso de Cecilia Ce, a diferencia de otras narrativas contemporáneas en las que las apuestas por el empoderamiento y la (auto)realización de las mujeres en distintos ámbitos sociales se hacen ignorando por completo las luchas emprendidas y las conquistas alcanzadas por los activismos feministas, este desdibujamiento, cuando se da, ocurre a pesar de que ella se asuma feminista y de que también sea reconocida como tal por su público. De ahí la importancia de pensar el *tiempo posfeminista* como un contexto en el que conviven diferentes posiciones y corrientes que, aunque se identifiquen con la tradición feminista, resultan al menos parcialmente contradictorias (Medina-Vicent, 2018).

En este sentido, aun cuando ella señale que se trata de un posicionamiento estratégico, esto es, que busca interpelar a quienes, de acuerdo con su punto de vista, no llegaría con un discurso ideológico más

explícito, lo cierto es que el efecto de esta operación muchas veces termina siendo el desdibujamiento de la discursividad feminista como marco de sentido nítido de su intervención. Aunque sus seguidores no dudan en considerar que sus planteos están en consonancia con la agenda feminista de los últimos años, al indagar en aquello que ponderan de sus contenidos, como detallamos previamente, en todos los casos pusieron el foco en otros aspectos, como los temas que aborda y el estilo de su enunciación, la combinación entre la rigurosidad académica, un lenguaje «descontracturado» y el uso del humor.

Ana Wajszczuk coincide en que los títulos que «más funcionan», es decir, los más vendidos, son aquellos que no se posicionan «en un lugar combativo» y destaca que, en parte, el éxito de Cecilia Ce se debe a que oficia una suerte de traducción de textos y saberes provenientes de la sexología de Estados Unidos, al tiempo que no lo hace «para un público que ya se reconoce como feminista».

A su vez, Cecilia Ce asume que hay ciertos condicionamientos que los imponen las propias redes sociales, en este caso, Instagram: «Yo lo que noté y que me parece muy tremendo es cómo la red te va… y cómo van manejando el mundo hacia donde quieren». Este señalamiento puede leerse de varias maneras. En primer lugar, a partir de las lógicas que rigen en cuanto a la circulación de contenido en la plataforma. «De repente, me encontré con que, si yo no me movía como una idiota al ritmo de una música, haciendo un baile pelotudo [tonto], no me muestra», relata. Y agrega, como lectura crítica de dicho criterio: «Eso es lo que quieren los grupos de poder, que la gente sea idiota. […] Te frustra un montón porque realmente van condicionando y van generando identidad y formas. Incluyen en base a lo que quieran. Es muy tremendo eso».

Ella asume que esto la pone en un dilema, dado que no concuerda con dichos criterios, pero se trata de la plataforma que ocupa el centro de sus proyectos comunicacionales: es el espacio que posibilita las mayores interacciones con su público, el que permite la promoción de sus otros productos y, a la vez, es el predilecto para la mayoría de sus seguidores. En sus palabras: «Entonces todo el tiempo es estar pensando cómo me escapo de eso [de los criterios con los que no concuerda], pero a la vez es mi red».

De acuerdo con su punto de vista, por no amoldarse a los lineamientos —a veces explícitos, a veces tácitos— de Instagram, «mi contenido no se muestra. Y te puedo mostrar las estadísticas. No se muestra». Con

ofuscación, brinda un ejemplo de esta operación: «Me censuraron una publicación que era la presentación de mi libro en la Feria del Libro. Censurada, *baneada*.[8] No cumple las normas». «Yo después veo gente en pelotas [desnuda]», plantea, poniendo en duda que la censura esté vinculada al *contenido explícito* de algunas de sus publicaciones.

En tal sentido, considera que, si se adaptara a las *normas* de la plataforma, le iría mejor. «A veces digo: ¿qué sería de lo que hago si no tuviese ese baneo? […] Estaría llenando más teatro… O sea, como que me da bronca en ese sentido», relata. En relación a esta tensión entre amoldarse a los requerimientos del medio para tener un mayor éxito profesional/comercial y sostener sus principios éticos e ideológicos, reflexiona:

> Yo tengo una mirada un poco negativa […] de la sociedad y hacia dónde va. […] Entrás a las redes y […] son todas fórmulas de cómo vivir mejor y estamos cada vez viviendo peor. Es como… todos tienen la fórmula, y yo también debo caer en eso y decís «Ay, ¡por Dios! ¡Qué horror!».

Esta tensión entre la adaptación y la asunción de posiciones a contrapelo de *lo que funciona* puede percibirse en varias de sus intervenciones. Tanto en entrevistas y columnas en medios de comunicación, así como en sus propias producciones, hay recurrentes referencias a las condiciones sociales que afectan el desempeño sexual y que sobrepasan al individuo, tal como vimos en el caso antes citado, al tiempo que ofrece los «*tips*», «consejos» o «recomendaciones» que, de acuerdo a su experticia, permitirían una optimización del rendimiento en ese plano.

En el primer programa de su *streaming*, dedicado al «orgasmo en la mujer», hubo varios pasajes en que se plantearon algunas recomendaciones en relación al orgasmo. El programa contó ese día con una invitada especial, la doctora y sexóloga Silvina Valente, anunciada por Cecilia Ce como «mi maestra» y «la principal referente en sexología en Argentina y América Latina» (Ce, 13 de agosto de 2024). En un momento le consultaron cómo hacer para mantener la vagina en un estado saludable. Valente respondió que lo importante era «evitar el estrés oxidativo» y, para ello, aconsejó, además de una buena alimentación y la realización de ejercicios, «tener orgasmos». La intervención fue celebrada, entre

[8] El término —apropiación del inglés *ban*, que significa 'prohibición'— refiere al bloqueo de una cuenta o, como en este caso, de un contenido determinado que no cumple las normas de una plataforma digital.

risas, tanto por el público presente como por las co-conductoras del programa. A modo de eslogan, la invitada recitó: «La función hace al órgano. Y el órgano tiene función si tiene orgasmos». Por eso, precisó que era necesario tener «por lo menos dos al mes. Somos modestas. […] Tres sería mucho más saludable».[9] Luego, enumeró algunos de los beneficios para la salud que tiene vivir «una sexualidad plena», y agregó:

> Generalmente, las personas que no tienen orgasmos son las personas que quieren controlar todo, que quieren tener todo perfecto. […] El orgasmo es un momento de relajación [...]. Cuanta más relajación tengas, mejor experiencia orgásmica vas a tener. Es un *tip.* Pero no me gustan los *tips* (Ce, 13 de agosto de 2024).

Como en otros contenidos de Cecilia Ce, en esta escena —sobre todo, en el remate final—, puede verse la voluntad reflexiva sobre el lenguaje del *coaching* en entornos digitales, en el que de todas formas se abreva una y otra vez bajo el planteo de consejos y diagnósticos que estandarizan y arrasan con toda singularidad. Sin desmerecer su importancia, en este tipo de escenas, se advierte que en ocasiones no se trata tanto de que quien es *influencer* asuma o no una posición crítica sobre el medio en el que opera, como el hecho mismo de que las condiciones que este impone limitan su accionar. De acuerdo a Michelson, «hay lenguajes cuya limitación epistemológica implica que no pueden ofrecer espacio a la respuesta ética y singular, porque organizan la experiencia en categorías y escriben, como los algoritmos, la verdad de antemano» (2022: 24). A su vez, como señala Papalini respecto de los libros de autoayuda, «la idea de que la multiplicidad de situaciones existentes pueda tipificarse y que un libro de consumo masivo pueda aportar respuestas indistintas a todos ellos implica una concepción simplificadora evidente ya en su propósito» (2010: 153).

Retomando los aportes de los estudios culturales acerca del postfeminismo, puede decirse que lo relativamente novedoso de estas narrativas es que ya no tienen a la mujer como objeto, sino principalmente como sujeto activo y protagónico (McRobbie, 2010). De acuerdo con Laura Martínez-Jiménez, en una reformulación de los modos tradicionales de vigilancia y control, el carácter ambiguo de esta política cultural

[9] Al día siguiente, la propia Cecilia Ce hizo alusión a esta recomendación en su cuenta de X: «Bueno, al final lo recomendable son 3 orgasmos al mes». Esta publicación la compartió también en su perfil de Instagram, donde añadió: «Primeras conclusiones del episodio 001» (@lic.ceciliace, 14 de agosto de 2024).

«promujeres» la torna todavía más efectiva precisamente porque «transforma desde adentro», al emplear «métodos de (auto)regulación social más estilizados y sugerentes —de nuevos relatos mistificadores y nuevas feminidades mistificadas— para atraer el interés de 'las mujeres' y ganar su consentimiento, aunque sea por desgaste, inercia o desidia, especialmente de aquellas más jóvenes» (2021: 373).

En un contexto en el que el sexo se ha tornado «el principal indicador de libertad, autorrealización, creatividad y empoderamiento» (Felitti y Palumbo, 2024: 98), la idea de una «carrera hacia el orgasmo» expresa una ansiedad por satisfacer esa demanda subjetiva que implica, como señalan estas autoras, «dedicación, esfuerzo e inversión» (2024: 98). Resulta sintomático de ello que «el orgasmo en la mujer» haya sido el tema del primer episodio del *streaming* de Cecilia Ce. Como puede verse en la escena descripta, «tener orgasmos» deviene un imperativo que, en ese caso, se vincula no solo con un ideal de éxito social y de empoderamiento femenino, sino también de «vida saludable».

El mercado, a través de sus múltiples modalidades (cada vez más flexibles), no tarda en hacerse eco de estas demandas. Siguiendo lo que nos dijeron Scoufalos y Wajszczuk, ellas suelen recurrir a las redes sociales como «termómetro» donde es posible advertir la existencia de un determinado interés, así como un público potencial. Aunque admiten que no todo lo que funciona en «las redes» luego puede funcionar bien como libro, señalan que «cuando uno ve que hay una autora que tiene una comunidad sólida atrás, eso siempre te da la pauta de que a la gente le interesa lo que tenga para decir». De este modo, el postfeminismo como dispositivo cultural puede incluso resultar más efectivo en su intento de recapturar aquello que se presentaba como disruptivo al hacerse eco de estas demandas latentes y reorientarlas políticamente. Por otra parte, al ocupar el centro del espectro mediático, este enfoque desplaza a los márgenes otras modalidades que asume la discursividad feminista (Martínez-Jiménez, 2021).

De todas formas, interesa precisar que este prisma no se circunscribe a ni tiene como fuente original los entornos mediáticos, sino que se trata de una sensibilidad de época que atraviesa y se articula de modos específicos en los sujetos, dispositivos e instituciones. Es en este sentido que hay que interpretar la reflexión de la editora de Cecilia Ce cuando señala que el foco en el individuo es «un signo de época, […] donde lo individual y lo personal tomaron un protagonismo que uno lo ve en todos

lados». Y también: «la clave personal es la clave de nuestra época». Asimismo, tal como ha sido registrado en otros estudios (Felitti y Spataro, 2018; Illouz, 2014; Pates, 2023), advertimos que muchas veces son los propios públicos los que buscan en las narrativas mediáticas sentidos pedagógicos y terapéuticos. Algo que muchas veces sorprende, incluso, a las figuras mediáticas que son erigidas en ese lugar, como le sucede a Cecilia Ce:

> Hay consultas que son médicas, la de anticonceptivos es tremenda —señala en referencia a las consultas que recibe a través de Instagram—. Yo digo: «si estás dejando tu posibilidad de embarazo en manos de una psicóloga que tiene un millón de seguidores, estamos como al horno» [en problemas]. Porque es muy lejano a tu planificación familiar, como que no tiene nada que ver.

De acuerdo con ella, esa búsqueda habla «de la necesidad que hay de que alguien te diga algo al respecto. Es eso. "No tengo con quien hablar, no tengo referencia, ayudame"». Es allí donde trascender el estudio de las narrativas mediáticas, y ponerlas en relación con los procesos de circulación y consumo, posibilita pensar el postfeminismo no como mero efecto de las estrategias de mercado, sino como una lógica cultural que también opera desde de los propios sujetos. Lo que vemos es un proceso dinámico de retroalimentación entre industrias culturales y públicos, donde muchas veces ciertos artefactos emergen como respuesta a una demanda latente.

5. CONCLUSIONES

En estas páginas, nos propusimos analizar el fenómeno en torno a Cecilia Ce, sexóloga mediática que, pese a su gran trascendencia pública, aún no había sido estudiada exhaustivamente. A partir de reconstruir las características de sus distintos productos culturales, así como de la circulación y apropiación de sus contenidos, el estudio se presenta como un modo de interrogación de una coyuntura caracterizada, simultáneamente, por la sexualización de la cultura, la masificación y mediatización de la agenda de los feminismos y la proliferación de artefactos culturales orientados a la optimización de sí, entre los que ocupan un lugar relevante aquellos vinculados al rendimiento sexual.

En este escenario, las mujeres han ido cobrando creciente protagonismo en las narrativas mediáticas, en un giro que va de la mera objetivación a la subjetivación. Desplazamiento que tiene al cuerpo, concebido como territorio de agenciamiento y placer, en el centro de la escena. En un momento en el que la idea de una vida sexual activa se ha tornado un indicador social de éxito, plenitud y empoderamiento femenino y, por tanto, también un imperativo, emergieron múltiples productos comunicacionales, entre ellos el *coaching* sexual, orientados a satisfacer esta demanda. Cecilia Ce es una exponente de este fenómeno, radicando su éxito en su capacidad de condensar estos elementos.

Para analizar en detalle las acentuaciones específicas de estos procesos en torno a su figura, retomamos los aportes de la crítica cultural feminista, desde donde tempranamente se advirtió acerca de los riesgos de la apropiación de la discursividad feminista por parte de las industrias culturales en el marco del capitalismo tardío o neoliberal. De esta tradición recuperamos especialmente la problematización acerca del postfeminismo, concebido como un dispositivo cultural de carácter ambivalente, que abraza a la vez que reconfigura las demandas del movimiento de mujeres. Estas aproximaciones permiten complejizar los esquemas analíticos más convencionales, que presumen una oposición tajante entre posiciones feministas y antifeministas, para pasar a comprender que, en la actual coyuntura, algunas de las narrativas que circulan socialmente como *feministas* pueden contribuir al reforzamiento de las lógicas imperantes, entre ellas, las relativas a las jerarquizaciones sexogenéricas en articulación con otros criterios de desigualdad.

Esta ambivalencia, como repasamos en estas páginas, está presente en el fenómeno en torno a Cecilia Ce: en su emergencia como figura pública e *influencer*, en sus estrategias discursivas —en el marco de condiciones que las delimitan—, así como en la circulación y apropiación de sus contenidos. Frente a las interpretaciones celebratorias que tienden a ver emancipación y democratización *per se* en los procesos de masificación de la agenda de los feminismos, así como frente a las miradas que solo encuentran en estos fenómenos la reproducción de un *ethos* neoliberal individualizante, que invisibiliza por completo la dimensión colectiva y los elementos estructurales que traman la vida en común, optamos por una mirada que reponga las tensiones, las reapropiaciones y las capas de complejidad que permiten comprehender mejor tanto el caso analizado como nuestro contexto epocal.

De ahí la importancia de avanzar en estudios que trasciendan una mirada puramente textualista y sean capaces de resituar las múltiples mediaciones que operan en la producción social de sentidos en torno a estos fenómenos. Esa mirada analítica quizá permita enriquecer algunas lecturas que a veces adolecen de la misma univocidad que tienden a criticar en los productos del *coaching* y la autoayuda. En relación con el caso aquí analizado, en futuros trabajos, podría ahondarse en la relación entre las prácticas de consumo y apropiación de estos contenidos, y otras pedagogías y terapéuticas vinculadas con la sexualidad disponibles en la cultura contemporánea.

BIBLIOGRAFÍA

@lic.ceciliace (16 de julio de 2024). Necesitamos un estudio sociológico [Archivo de Instagram]. Recuperado de: https://www.instagram.com/lic.ceciliace/ [Consultado el 16 de julio de 2024].

@lic.ceciliace (14 de agosto de 2024). Primeras conclusiones del episodio 001 [Archivo de Instagram]. Recuperado de: https://www.instagram.com/lic.ceciliace/ [Consultado el 14 de agosto de 2024].

Ahmed, Sara (2004). *The cultural politics of emotion*. London: Routledge.

Ahmed, Sara (2019). *La promesa de la felicidad*. *Una crítica cultural al imperativo de la alegría*. Buenos Aires: Caja Negra.

Arfuch, Leonor (2016). El giro afectivo. Emociones, subjetividad y política. *deSignis*, (24), 245-254.

Attwood, Feona (2006). Sexed Up: Theorizing the Sexualization of Culture. *Sexualities*, 9(1), 77-94.

Attwood, Feona (2009). *Mainstreaming Sex. The Sexualization of the Western Culture*. London: IB Tauris.

Berlant, Lauren (1998). Intimacy: A Special Issue. *Critical Inquiry,* 24(2), 281-288.

Ce, Cecilia (13 de agosto de 2024). *Derecho al goce. Episodio 01. Orgasmo en la mujer* [Archivo de video]. YouTube. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=8zyTcA7tVhQ&t=695s [Consultado el 30 de julio de 2024].

Cuello, Nicolás y Disalvo, Lucas (2023). Imágenes de la cultura de la cancelación. Sujetos peligrosos, expresiones problemáticas y espacios indolentes en las nuevas geografías del securitismo sexo-racializado. En Lamas, Marta y Palumbo, Mariana (Coords.). *Deseo y conflicto. Política sexual, prácticas violentas y victimización* (13-158). México: Fondo de Cultura Económica.

Elizalde, Silvia (2015). *Tiempo de chicas. Identidad, cultura y poder.* Buenos Aires: Grupo Editor Universitario.

Elizalde, Silvia (2022). Gender Relationships and Sexual Affection between Young People. Reflections from the Argentine Case. En Benedicto, Jorge; Urteaga, Maritza Rocca y Rocca, Dolores (Eds.). *Young People in Complex and Unequal Societies. Doing Youth Studies in Spain and Latin America* (237-298). Boston: Brill.

Elizalde, Silvia y Felitti, Karina (2015). Vení a sacar la perra que hay en vos: pedagogías de la seducción, mercado y nuevos retos para los feminismos. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de Género*, 1(2), 3-32.

Esteban Galarza, Mari Luz (2009). Identidades de género, feminismo, sexualidad y amor: los cuerpos como agentes. *Política y Sociedad,* 46(1 y 2), 27-41.

Felitti, Karina y Palumbo, Mariana (2024). P*romesas de la revolución sexual. Mercado del sexo y del amor en tiempos feministas*. Buenos Aires: Prometeo.

Felitti, Karina y Spataro, Carolina (2018). Circulaciones, debates y apropiaciones de las *Cincuenta sombras de Grey* en la Argentina. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de Género*, 4, 1-31.

Fraser, Nancy (1997). *Iustitia Interrupta: Reflexiones críticas desde la posición «postsocialista».* Santa Fe de Bogotá: Siglo de Hombres Editores.

Gill, Rosalind. (2012). The Sexualisation of Culture? *Social and Personality Psychology Compass,* 6(7), 483-498.

Gill, Rosalind y Scharff, Christina (2011). *New Femininities. Posfeminism, Neoliberalism and Subjectivity*. Gran Bretaña: Palgrave Macmillan.

Illouz, Eva (2014). *Erotismo de autoayuda. Cincuenta sombras de Grey y el nuevo orden romántico*. Buenos Aires: Capital intelectual/ Katz. Trad. Stella Mastrangelo.

Justo von Lurzer, Carolina (2020). Del #MeToo al #MiráComoNosPonemos. Un año de feminismo celebrity en la cultura masiva argentina. *Temas y problemas de Comunicación*, 19(18), 68-82.

Larrondo, Mariana y Ponce Lara, Camila (Eds.) (2019). *Activismos feministas jóvenes. Emergencias, actrices y luchas en América Latina*. Buenos Aires: CLACSO.

Marcus, George (1995). Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology,* 24, 95-117.

Marradi, Alberto; Archenti, Nélida y Piovani, Juan Ignacio (2007). *Metodologías de las ciencias sociales*. Buenos Aires: Emecé.

Martínez-Jiménez, Laura (2021). Postfeminismo neoliberal: una propuesta de (re)conceptualización desde los estudios culturales feministas. *Investigaciones feministas*, 12(2), 371-381.

McRobbie, Angela (2010). ¿Las chicas arriba? Las mujeres jóvenes y el contrato sexual postfeminista. *Debate feminista*, (41), 113-135.

Medina-Vicent, María (2018). Feminisme neoliberal: un oxímoron? *Quaderns de filosofia*, 5 (2), 75-101.

Medina-Vicent, María (2020). *Mujeres y discursos gerenciales: hacia la autogestión feminista*. Granada: Comares.

Michelson, Constanza (2021). *Capitalismo del yo. Ciudades sin deseo*. Buenos Aires: Paidós.

Michelson, Constanza (2022). *Hacer la noche. Dormir y despertar en un mundo que se pierde*. Buenos Aires: Paidós.

Milanesio, Natalia (2021). *El destape. La cultura sexual en la Argentina después de la dictadura*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

Papalini, Vanina (2010). Libros de autoayuda: Biblioterapia para la felicidad. *Athenea Digital*, 19, 147-169.

Papalini, Vanina (2017). El buen vivir, entre las tácticas del consumo y las cosmogonías ancestrales. *Chasqui*, (134), 43-59.

Pates, Giuliana. (2023). *Un puerto seguro. Lectoras, novelas románticas y sensibilidades en torno amor en el (pos)feminismo*. Tesis doctoral. San Martín: EIDAES-UNSAM.

Peker, Luciana. (2019). *La revolución de las hijas*. Buenos Aires: Paidós.

Penchansky, Celina (2018). Aproximaciones teóricas al feminismo neoliberal. A*strolabio. Revista internacional de filosofía*, 22, 204-215.

Picnic Extraterrestre (5 de agosto de 2024). Joaquín Levinton, Cande Molfese, la p3t3r4 del presidente y la Lic. Cecilia Ce con Moria Casán. [Archivo de video]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=VwxjSf8uBhU&t=3498s [Consultado el 30 de julio de 2024].

Romero, Guillermo (2021). Escraches por razones de género en la escuela secundaria. Paradojas, debates y tensiones entre «lo pedagógico» y «el punitivismo». *Papeles de trabajo*, 15(27), 181-196.

Tomasini, Marina (2020). ¿Qué mueve a las jóvenes a participar? Activismo de género y construcción de identidades en estudiantes de escuelas secundarias de Córdoba, Argentina. *Revista Psicología, Conocimiento y Sociedad*, 10(2), 123-149.