



**INFORME FINAL DEL TRABAJO PRÁCTICO**  
**“NUEVAS CONDICIONES DE CIRCULACIÓN**  
**DISCURSIVA”**

**SEMIÓTICA DE REDES**

**Cátedra: Carlón**

**Profesora: Josefina De Mattei**

**Comisión 24**

**2021**

**GRUPO 2: Feil Jimena, Rodriguez Iara, Arellano Ana, Gonzalez  
Andrea, Biscaro Felipe, Ledesma Francisco, Antonetti Zoe.**

## **@LIC.CECILIACE Y SU TRANSFORMACIÓN EN “SEXINFLUENCER”**

### **Nivel de observación diacrónico**

Decidimos tomar para nuestro análisis la cuenta de la actualmente formada como una enunciativa en redes con un gran alcance de seguidores llamada Canzonetta María Cecilia (@lic.ceciliace en Instagram).

Cecilia tiene 36 años. Se recibió de psicóloga en la Universidad de Belgrano en 2010, se formó en el Modelo Sistémico y continuó su formación con una especialización en sexología clínica en la Sociedad Argentina de Sexualidad Humana (SASH). En 2016 se constituyó como enunciativa en redes sociales al abrir su cuenta de Instagram, en donde tiene por el momento 960 mil seguidores, número que no deja de crecer exponencialmente. Cuenta con 837 publicaciones, donde se encuentran no sólo fotos sino también IGTV y Reels.

Si se realiza una primera apreciación a su Instagram se podría decir que Cecilia abre su cuenta ya posicionándose como especialista en sexología. En su mayoría los cometidos de las historias destacadas son cruces con su colectivo de seguidores, los cuales llama “**Soldadxs de la Lic**”, respondiendo consultas, dudas o experiencias.

El caso que hemos seleccionado es de **circulación contemporánea** del tipo **Horizontal-Vertical** y su **dirección comunicacional** es **Ascendente-Descendente**. Realizaremos un análisis de la circulación de su contenido en la mediatización del mismo y sus transformaciones como enunciativa dando saltos hipermediáticos en los diferentes medios. Para su análisis, monitoreamos las cuentas de Instagram (lic.ceciliace), Twitter (@licceciliace) y Youtube.

A su vez, ya que identificamos saltos hipermediáticos en la circulación, también analizamos los intercambios de nuestra enunciativa en medios masivos, como radio y diarios. El corpus recolectado abarca del 23/08/2016 (Día en que Cecilia abre su cuenta de Instagram como enunciativa amateur) hasta el día 16/03/2021 (fecha en que realiza su primer posteo en Instagram refiriéndose a su columna en “Perros de la calle” junto a sus compañeros publicitando su espacio los días martes a las 11am). Dentro de este período, damos cuenta de **9 fases y 3 subfases**, a

través de las cuales Cecilia se transforma paulatinamente en una enunciativa profesional en medios de comunicación muy popular y valorada respecto a educación sexual.

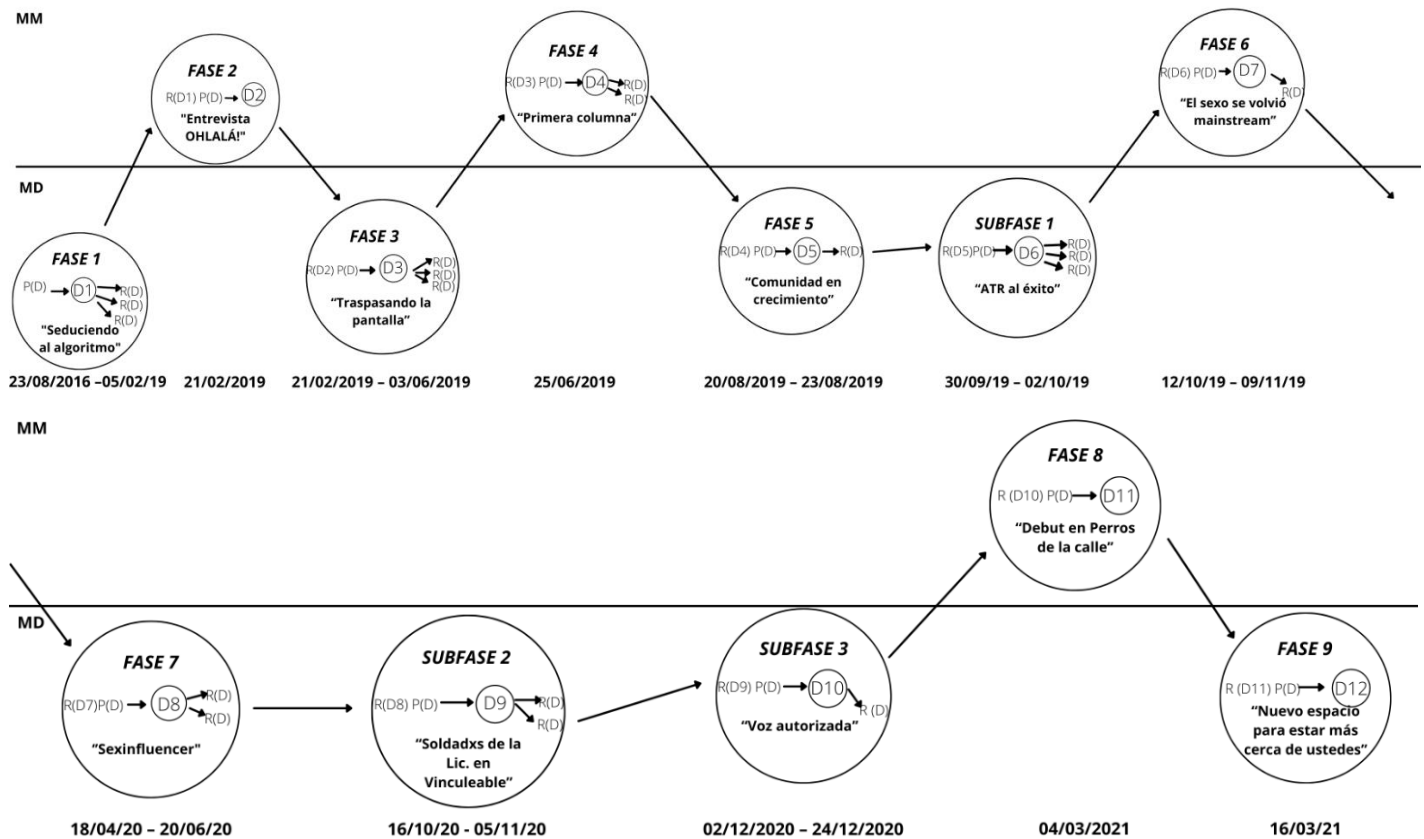
En la fase 1, la dirección comunicacional se mantiene horizontal y puramente intrasistémica, en la fase 2 se produce el primer salto hipermediático con la aparición de la licenciada en la revista OHLALÁ, donde plasmamos sus reconocimientos en la fase 3 cuando su discurso desciende a las redes sociales adquiriendo un leve aumento en sus interacciones.

Luego, es posible identificar un notable crecimiento en el aumento de seguidores gracias a la invitación a participar del programa de radio “Últimos Cartuchos” con Migue Granados y Martín Garabal. Esto constituye la Fase 4 dando un salto hipermediático, producido en un contexto favorable para que el discurso de la licenciada adquiriera notoriedad. Es significativa su participación en el programa ya que su discurso adquiere una notoriedad que antes no había tenido, como lo veremos en más detalle en la dimensión espacial de nuestro análisis.

En la fase 5, tras su aparición en medios masivos de comunicación, el discurso de Cecilia desciende nuevamente a medios digitales, donde identificamos la primera subfase que da cuenta del aumento de su influencia en los mismos. Posteriormente en la Fase 6 se suma una nueva dirección ascendente en medios masivos con su participación en el programa televisivo “Staff de noticias” y una mención de ella y de su contenido, en el diario La Nación. Se produce una mayor interacción y una consolidación del colectivo de “Soldadxs de la Lic.” en la fase 7, pasando a la subfase 2 y luego a la subfase 3 cuando su discurso desciende a medios digitales, y al volverse tan conocida y demandada, Clarín digital la considera en una nota como voz autorizada e Infobae le da el espacio de una columna propia a nuestra enunciativa, la cual posee hasta la actualidad.

En 2021 es invitada al programa de radio “Perros de la calle” de Andy Kusnetsoff donde tiene una columna los días martes, generando así nuevamente, otro salto hipermediático. Su discurso vuelve a ascender a los medios masivos de comunicación en la Fase 8. Por último, en la Fase 9 de nuestro análisis, el discurso de Cecilia desciende nuevamente a las redes sociales donde nuestra enunciativa mantiene una comunicación horizontal con un colectivo expandido.

A continuación, presentamos el gráfico de la circulación discursiva del caso y su respectiva explicación por fases y subfases:



## Nivel de observación de fases

### FASE 1: "Seduciendo al algoritmo" (23/08/2016 –05/02/19)

La figura **D1** es un conjunto discursivo conformado por las primeras publicaciones de Cecilia Ce en Instagram. Cecilia abre su cuenta ya posicionándose como especialista en sexología y aunque no cuenta con una periodicidad establecida en sus publicaciones, publica de manera cotidiana y hay evidencias de un tipo de contenido específico, que es la sexualidad, sobre todo con consejos.

También lo que destaca de su cuenta es la cantidad de historias destacadas que tiene, donde cada una de ellas trata sobre una temática específica como por ejemplo "vaginismo", "preservativos",

“tríos”, y más. Entre sus publicaciones se destacan posteos con información y sorteos de productos para la sexualidad.

El 23 de agosto de 2016 (**D1**) se produce el primer posteo de la licenciada en la red social Instagram haciendo referencia al programa de radio online #LaGrosera en @biomaradio en donde tenía un columna los días viernes.

En sus primeras publicaciones se dedicó a subir frases que guardan relación con lo que busca transmitir en sus descripciones. Siempre utilizando varios hashtags. El 25 de octubre del 2016, Cecilia inaugura una sección llamada “Martes eróticos” en la que comparte los relatos más sensuales de sus seguidores, y donde comienza a interactuar con ellos. Otra sección que se destaca es aquella donde busca derribar mitos y noticias falsas sobre sexualidad, invitando a sus seguidores a visitar su blog [www.ceciliace.com](http://www.ceciliace.com) para leer las notas completas, como por ejemplo el día 2 de noviembre del 2016 donde realiza una publicación con el título de “¿Existe la fábrica de orgasmos?” y adjunta el link. La publicación obtuvo (**R.D1**) 113 "me gusta", 10 comentarios.

El día 8 de febrero del 2017 promocionando al sexshop @my.private.box, publica un video tutorial de como colocarse un juguete sexual (anillo vibrador) para sostener el pene y los testículos contando con **R.D1** 32.971 reproducciones. 344 me gusta. 25 comentarios. Cecilia contesta cada duda de aquel que comenta sus publicaciones y en el mes de mayo de 2017 realiza una publicación donde admite tener abandona su cuenta, obtuvo 257 me gusta y 5 comentarios.

Luego, en septiembre, la licenciada brinda desde el humor, información sobre educación sexual publicando el video de una escena clásica de “Los Simpson” creando un contenido más descontracturado y de fácil comprensión para cualquier persona. El video contó con (**R.D1**) 5.181 reproducciones, 135 me gusta y 6 comentarios con interacción de la Lic. A partir de entonces utiliza el humor como contenido en algunas de sus publicaciones. Sube en cantidad de “me gusta” siendo los mismos ahora más del doble de los que venía teniendo con esta nueva forma de hacer visible su perfil de Instagram.

A partir de julio del mismo año comparte las consultas que le llegan por mensaje privado, convirtiéndose así en una nueva sección dedicada especialmente a responder aquellas dudas sobre

sexualidad. Como acostumbra, responde a cada comentario ya sea en señal de agradecimiento o duda al respecto.

El día 25 de octubre de 2018 **(D1)** Cecilia publica que se agotan todas las entradas para el primer “Beer&SexNight”, idea que surgió junto con su colega y amiga Agustina (@desexoyotrascosas) y en noviembre la usuaria @bylaconejachina, diseñadora de remeras estampadas quien crea contenido en base a memes, etiqueta a la Licenciada en una publicación que obtuvo **(R.D1)** más de 300 comentarios y 20.575 me gusta con interacción de la misma haciendo crecer la cuenta de la sexóloga.

El 28 de diciembre de 2018 **(D1)** la Lic. realiza un posteo de fin de año en el que le cuenta a su público la pérdida de su embarazo y cómo a partir de ese dolor logró perderle el miedo al ridículo y animarse a realizar charlas y shows. Obtuvo **(R.D1)** 125 comentarios y 632 me gusta siendo la primera vez que habla de su vida personal en una publicación de su cuenta.

En la línea de lo humorístico, el día 2 de enero del 2019, publica su primer meme propio con 501 me gusta y 43 comentarios. Usa los hashtags #viral #meme #humor.

Con respecto a los sorteos en ésta fase nos interesa comparar el primero en marzo del 2017 cuyo premio eran entradas para la obra multisensorial llamada “Frecuencia Onírica” de arte erótico de la que fué parte, y mostrar que mientras en éste momento solo consiguió 49 me gusta y 15 comentarios, en su segundo sorteo en febrero de 2019 (que finaliza ésta fase), en el día de los enamorados sorteando un kit de 5 productos del sex-shop Amanti, los reconocimientos obtenidos fueron de 1.146 me gusta y 1.253 comentarios.

El conjunto discursivo conformado por las primeras publicaciones de Cecilia en Instagram que van desde agosto del 2016 a febrero del 2019 denotan que bajó el perfil @lic.ceciliace, la licenciada mantiene hasta principios del 2019 una dirección comunicacional horizontal como una enunciadora amateur puramente intra-sistémica. Su contenido en esta fase no tiene mucha interacción con seguidores y aunque tenga un crecimiento estable de los mismos, llegando a obtener un total de 10 mil aproximadamente, no es suficiente para sumar ninguna dirección comunicacional nueva.

## **FASE 2: Entrevista OHLALÁ! (21/02/2019)**

El cambio de escala, que supone la segunda fase de nuestro análisis, se produce cuando Cecilia fue entrevistada en la revista OHLALÁ!<sup>1</sup> (**D2**) el día 21 de febrero del 2019 donde habla sobre el campo de látex, como se hace y cuándo usarlo. Al final de la nota se encuentra el nombre de la cuenta del perfil de Instagram de nuestra enunciativa que une su cuenta con el medio masivo. El carácter enunciativo de los actores en esta fase se verá con más detalle en el nivel micro.

## **FASE 3: “Traspassando la pantalla” (21/02/19- 03/06/2019)**

En esta fase, el discurso **D3** surge como reconocimiento de **D2** produciéndose un cambio de escala en dirección descendente a sus redes sociales cuando el día 21 de febrero del 2019 Cecilia realiza una publicación en Instagram de la nota para la revista OHLALÁ!. Obtuvo (**R.D3**) 555 me gusta entre ellos el de la reconocida ONG “Fundación Huésped” (@fundhuesped) y de la Dra. Melisa Pereyra (@ginoonline) quien se encuentra entre los 10 mejores influencers del país según la revista @forbesargentina.

La figura **D3** en este sentido, es un conjunto discursivo conformado por sus publicaciones de Instagram en el período marcado, donde se destacan también las publicaciones relacionadas a sus shows como la del día 3 de junio del 2019 **D3** donde publica sobre su firma de contrato con la “Editorial Planeta” para escribir su primer libro, tras finalizar su famoso show “Beer&Sex”. (**R.D3**) Obtuvo 4.246 me gusta y 184 comentarios. Así como también la del día 19 de abril **D3** donde invita a sus seguidores a que visiten su blog personal para ver la nota completa de su participación en el programa “La Repregunta”. La publicación (**R.D3**) obtuvo 2.317 me gusta y 63 comentarios.

## **FASE 4: “Primera columna” (25/06/2019)**

El cambio de escala, que supone la sexta fase de nuestro análisis, se produce cuando Cecilia, el 25 de junio del 2019, fue invitada para ser columnista en el programa de radio de Migue

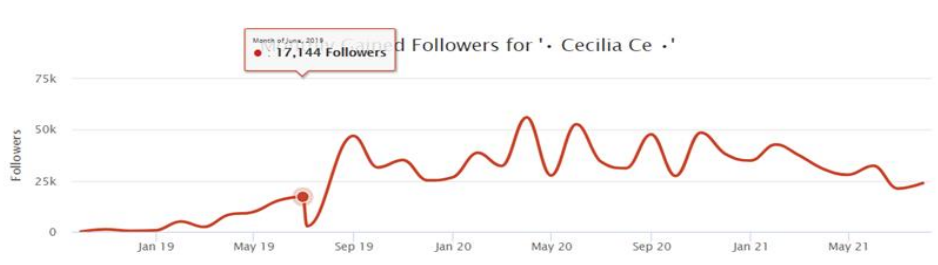
---

<sup>1</sup> <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/sexo-que-es-campo-latex-como-se-nid2217892/>

Granados y Martín Garabal, programa que duró hasta el 2020, transmitido en la frecuencia FM 92.1. Cada programa dura aproximadamente 20-25 minutos.

Como **R.D4** encontramos que el primer pico significativo de nuevos seguidores mensuales de Cecilia en Instagram lo obtiene en junio del 2019, período que coincide con su columna el 25 de junio del 2019 (**D4**) “Problemáticas masculinas”. En este programa Cecilia habla de todos los pudores que tiene el hombre en el sexo. Por ejemplo, el tamaño, la erección y el tiempo. Durante los últimos 10 minutos la licenciada promociona su libro y sus redes sociales. Asimismo, en dirección descendente, también encontramos que el video de YouTube de esa columna fue el video con más vistas de la cuenta de “Últimos cartuchos” contando con (**R.D4**) 1.033.570 visualizaciones, 11.482 “Me gusta” y 892 “No me gusta”.

A continuación un gráfico, tomado de la página Social Blade<sup>2</sup>, del pico de seguidores mensuales de @lic.ceciliace, que refleja lo expuesto anteriormente sobre su crecimiento en seguidores en junio del 2019 gracias a los reconocimientos del programa de radio:



### **FASE 5: “Comunidad en crecimiento” (20/08/19- 23/08/19)**

Tras la aparición de Cecilia en medios masivos de comunicación, su discurso asume una dirección comunicacional descendente y **D5** el día 20 de agosto del 2019 postea una frase en Instagram en resumen al tema tocado en el programa, el cual fue “Fantasías”. Recibió (**R.D5**) 3.550 me gusta y 42 comentarios de aquellos que siguen el programa, otros preguntando donde lo pueden escuchar y algunos agradeciendo a la Lic. En el mismo mes, en Twitter muchos de sus seguidores etiquetan a @ultimoscartuchos y a @licceciliace junto con link del programa elogiándola y recomendándola. Uno de los muchos comentarios en Twitter (**D5**) publicado el 23

<sup>2</sup> <https://socialblade.com/instagram/user/lic.ceciliace>



de agosto del 2019 por @pazz\_gomez dice: *“Deberían ver los segmentos de @licceciliace en @cartuchosradio todos, todas y todes. Hace bien”*.

De esta manera, la licenciada suma una nueva dirección comunicacional descendente con sus seguidores ya que ahora es un colectivo expandido y la comunicación ya no va a ser tan de pares, su número de seguidores aumenta exponencialmente superando los 100 mil aproximadamente.

### **SUBFASE 1: “ATR al éxito” (30/9/19-02/10/19)**

Identificamos la primera subfase. **D6** es un conjunto discursivo conformado por publicaciones de la cuenta de Instagram de la licenciada que demuestran que en ningún momento dejó de estar activa, así como su interacción con sus seguidores.

El día 30 de septiembre de 2019 su show “Beer and Sex” cumple un año y realiza un posteo (**D6**) agradeciendo a los bares y teatros que confiaron en ella y en su colega Agustina. Todas las funciones realizadas durante el año fueron agotadas. Obtuvo (**R.D6**) 4.166 me gusta y 90 comentarios. Luego, el primero de octubre comparte que lanza su primer libro, el cual se convirtió en un éxito y se encontraba dentro de los 100 libros más vendidos en Argentina y antes de cumplir la primera semana a la venta, para ser exactos al segundo día, su libro “Sexo ATR”, logró agotarse. Por esta razón, al siguiente día Cecilia sube un posteo (**D6**) agradeciendo a sus seguidores y pidiéndoles etiquetar a las editoriales de distintos países para que el libro llegue al exterior, consiguiendo (**R.D6**) casi 10 mil me gusta y 230 comentarios.

El día 2 de octubre del 2019, luego de la viralización mediática de una foto íntima del actor Luciano Castro, la Lic. realiza un posteo (**D6**) a pedido de sus seguidores haciendo hincapié en el consentimiento y estereotipos masculinos. Obtuvo 6.152 (**R.D6**) me gusta y más de 200 comentarios entre los que aparecían comentarios negativos en especial de mujeres al ver el revuelo que se formó con la viralización de la foto de un hombre cuando ocurre lo contrario con una mujer. El usuario @doctoralove69 dice *“Nos estamos divirtiendo con una foto que un señor mayor se sacó solito. Nadie va a ir a acosarlo x eso. NOS DIVERTIMOS y también molesta. Y la Lic a mí no me responde nada, no me habla. Hay que incluir”*

Lo que destaca en esta fase es el gran aumento de interacciones con sus publicaciones de Instagram así como la aparición de comentarios negativos.

#### **FASE 6: “El sexo se volvió mainstream” (12/10/19 – 09/11/19)**

Se suma una dirección ascendente a medios masivos. El discurso **D7** incluye dos apariciones de Cecilia en medios masivos. La primera se produce el 12 de octubre del 2019 cuando logra tener una sección los días viernes en el programa televisivo #StaffDeNoticias en Telefe y como reconocimientos de la misma, en dirección descendente, encontramos que el mismo día la licenciada realiza un posteo en su cuenta de Instagram que obtuvo **(R.D7)** 11.811 me gusta y 143 comentarios.

Luego, el 9 de noviembre de 2019 el diario LA NACIÓN en su formato físico, publica una nota **(D7)** haciendo referencia a Cecilia y a su columna en “Últimos cartuchos”. La misma contiene elementos que denotan el impacto positivo que genera la licenciada al decir “*Ésta influencer del sexo es un fenómeno cada vez más popular y menos de nicho...*”<sup>3</sup> Seleccionamos ésta nota para nuestro análisis porque se da una relación con su participación en el programa “Últimos cartuchos” y se la caracteriza como influencer, así como también nombran a su primer libro.

#### **FASE 7: “Sexinfluencer” (18/04/20 - 20/06/20)**

Gracias al aumento significativo de seguidores en Instagram, la licenciada comienza a utilizar su cuenta como una influencer, haciendo videos. El día 18 de abril del 2020 @lic.ceciliace publica su primer IGTV **(D8)** en el cual lee un fragmento de su libro. Tal video tiene más de 250 mil reproducciones **(R.D8)** 14.178 "me gusta" y 283 comentarios. Dos días después, sube un segundo IGTV **(D8)** pero éste tiene 100.000 reproducciones más que el primero **(R.D8)**. Actualmente el video tiene 260 comentarios y 14.368 me gusta. La Licenciada crece en cantidad de seguidores debido a la repercusión de dicho video explicativo sobre masturbación. La mayoría de los comentarios eran de personas arrobando a otras, ya sean amigos o parejas siendo uno de sus videos con mayor obtención de me gusta.

---

<sup>3</sup> “De eso sí se habla. El sexo se volvió mainstream” publicado el 9 de noviembre de 2019 por Olivia Torres Lacroze para el diario La Nacion <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/de-eso-si-se-habla-el-sexo-se-volvio-mainstream-nid2304792/>

Por otro lado, debido a la creciente suba de seguidores, superando los 470 mil, el día 17 de junio del 2020 Cecilia postea en Instagram una imagen que dice “Glosario de la Lic” (D8) para que los nuevos en su comunidad entiendan e implementen sus nuevos términos sexuales. El primer término fué el de “Clete”. Entre los miles de me gusta de la publicación se encontraba el de la actriz Celeste Cid (@mcelestia) (R.D8) quien además de seguir a Cecilia, también comentó una serie de emojis en señal de agradecimiento a tal término, produciéndose un reconocimiento en dirección horizontal.

Durante 3 días seguidos, es decir hasta el 20 de junio (D8) la licenciada se dedicó a publicar términos acuñados por ella y su comunidad junto con fotos ilustrativas en forma de brindar educación sexual ya que luego recibió mensajes de personas que no sabían la diferencia entre vulva y vagina o de donde se encuentra el clítoris. El 21 de julio del 2020 agradece haber llegado a 500k en Instagram y recuerda cómo fué creciendo poco a poco. Finaliza agradeciendo a su público ya que sin ellos no lo hubiera podido lograr. Obtuvo (R.D8) 32.904 me gusta y 641 comentarios. Todos son muy positivos, sus seguidores la felicitan y le agradecen. Ejemplo: @monicapat75 le comenta: *“Felicitaciones @li.cecilace por tus 500k, bien merecidos por cierto... vamos por más??”*. Cecilia en este sentido, ya era considerada una influencer profesional.

Al mismo tiempo, en twitter se generaban otro tipo de comentarios, así como el del usuario @elcordubensis que postea el día 21 de julio del 2020 (R.D8): *“Libro totalmente sobrevalorado, lo leí en una mañana, la peor inversión de mi vida, hay libros sobre sexualidad mucho mejores y que tocan con más profundidad los temas...”*. Por último, el 29 de julio del 2020 (R.D8) la ONG @TransArgentinxs repostea la publicación en Tw etiquetando a la licenciada enunciando lo siguiente: *“Todxs debemos CONECTARNOS con nuestro Pitoris, Vulvagina, con nuestro cuerpo. Gran posteo de nuestra Licenciada favorita @LicCeciliace”*.

## **SUBFASE 2: “Soldadxs de la Lic. en Vinculeable” (16/10/20-05/11/20)**

Consideramos que las condiciones de producción para el conjunto discursivo D9 surgen a partir de los reconocimientos al discurso D8. En esta subfase el día 16 de octubre del 2020 Cecilia

postea en Twitter “Soldadx de la lic es el que cletea” con un tono humorístico y a su vez se inaugura una sección nueva el día 5 de noviembre del 2020, a la que denominó “Vinculeable”(D9) en la que “todx soldadx” debe dejar su consentimiento para intercambiar mensajes con alguien haciendo algo parecido a lo que ocurre en Tinder u otra aplicación de citas. El post tuvo (R.D9) casi 15 mil comentarios de personas aclarando edad, ubicación, orientación sexual, etc. y otros haciendo chistes como forma de conocer a alguien a través del humor. Al mismo tiempo, Cecilia postea en twitter (D9) “Vengo a avisar que en Instagram subí un posteo a modo de Tinder. Vayan. Creo que es el mejor servicio que hice hasta ahora”. A la hora de conocer a alguien tenía más chances aquel que fuese seguidor de la Licenciada (a partir de la publicación de “Vinculeable”) que la persona que se puede conocer por Tinder. En este punto podemos ver que la interacción con el colectivo de Soldadxs, junto con el glosario que Cecilia creó, así como también la sección de “Vinculeable” dan cuenta del crecimiento exponencial en la mediatización del discurso de nuestra enunciadora.

### **SUBFASE 3: “Voz autorizada” (02/12/2020 - 24/12/2020)**

En esta fase se produce un nuevo cambio de escala donde el discurso de Cecilia asciende a un medio masivo digital, siendo la figura D10 una nota en Clarín digital titulada “*La llegada de un hijo es un momento sexual*”<sup>4</sup> donde la consideran como voz autorizada para hablar sobre orgasmo en el embarazo, los miedos y de los beneficios que genera en la vida sexual la actitud de un compañero par a la hora de la crianza.

También D10 es un conjunto discursivo conformado por la nueva columna de Cecilia en Infobae que comienza en diciembre del 2020. El 24 de diciembre del 2020 la columna de la licenciada (D10) titulada: “*El tamaño, ¿importa?: cómo medirlo y consejos para una penetración más placentera*”, dice que el tamaño no está relacionado ni con un mejor desempeño, mayor disfrute ni mayor potencia. Este discurso es seleccionado no solo porque podemos materializar a través de la columna de Cecilia que su discurso asciende una vez más a medios masivos sino también porque en Twitter se generan muchos comentarios negativos (R.D10) al respecto. Algunos que consideramos pertinentes para nuestro análisis son los siguientes:

---

<sup>4</sup> [https://www.clarin.com/relaciones/cecilia-ce-sexo-maternidad-sexualidad-embarazo\\_0\\_UBLo0\\_Wtn.html](https://www.clarin.com/relaciones/cecilia-ce-sexo-maternidad-sexualidad-embarazo_0_UBLo0_Wtn.html)

24/12/20: @ArgenPastt respondiendo a @infobae: *“de mal gusto e inoportuno este informe por este medio... al que le interese tienen google”*.

24/12/20: @hermanmf\_: *“te imaginas ser Cecilia ce y ganas guita haciendo estas notas de mierda? Un sueño.”*

A su vez, en la cuenta de Instagram de Infobae se publican una serie de IGTV de las columnas de Cecilia que producen comentarios desfavorables a ella y a su profesionalidad. En el nivel espacial hablaremos del carácter de éstas enunciaciones.

### **FASE 8: “Debut en Perros de la calle” (04/03/2021)**

Desde marzo de 2021 Cecilia vuelve a dar un salto hipermediático con dirección ascendente en medios masivos y es columnista invitada de “Perros de la calle”, el programa de Radio de Andy Kusnetzoff (Freq.FM 104.3 en vivo o grabado en youtube) **(D11)**. En cada programa ella se explaya con una temática diferente. Esta radio se encuentra en la terraza de Urbana Metro. Allí, en una mesa, se encuentran Andy Kusnetzoff, Lizy Tagliani, Evelyn Botto y Nicolás Salvarrey; mientras que en otra mesa se encuentra la invitada. El día 4 de marzo del 2021 se produce el debut de la columna **(D11)**. Al ser el primer programa de su columna la presentan y comienzan hablando del tabú en la sexualidad. Hablan de hipótesis y las resuelven desde el humor y de forma muy didáctica.

### **FASE 9: “Nuevo espacio para estar más cerca de ustedes” (16/03/21)**

Por último, en ésta fase, el discurso de la licenciada vuelve a descender a redes sociales, produciendo un nuevo salto hipermediático. En esta fase se encuentran algunos de los reconocimientos que se producen con el programa en las redes sociales. El video de YouTube **(D12)** cuenta con 51.260 visualizaciones, 680 “me gusta” y 21 “no me gusta”. También, el día 16 de marzo del 2021 en Instagram **(D12)** la licenciada desde su cuenta realiza el primer posteo en referencia a su columna en “Perros de la calle” junto a sus compañeros publicitando su espacio los días martes a las 11am y describiéndolo como “Un nuevo espacio para estar más cerca de

ustedes”, en el pie de la foto. Por último, en la misma fecha en Twitter se produce la primera mención de Perros de la calle.

## **NIVEL DE OBSERVACIÓN MICRO**

### **FASE 1: “Seduciendo al algoritmo” (23/08/2016 –05/02/19)**

En la primera fase observamos que la enunciadora amateur @lic.ceciliace abre su cuenta de Instagram (2016) con una clara intención de crecer en redes brindando información clara y precisa sobre temas sensibles o poco tocados en el ámbito social como educativo. Utiliza una serie de hashtags representativos del contenido que pretende impartir con sus seguidores y busca mayor alcance mediante el uso de hashtags como #sexoysalud #normalidad #sexología. Dicha intencionalidad se deja entrever cuando a sus publicaciones le agrega marca de agua y un link que dirige a su blog personal [www.ceciliace.com](http://www.ceciliace.com), elementos que logran hacer de su cuenta visual y estéticamente llamativa, sumado a su interacción con sus seguidores.

Consideramos importante también destacar en este punto que nuestra enunciadora brinda información sobre educación sexual utilizando elementos humorísticos tales como el video publicado de una escena clásica de “Los Simpson” creando un contenido más descontracturado y de fácil comprensión para cualquier persona.

### **FASE 2: Entrevista OHLALÁ! (21/02/2019)**

En esta segunda fase, pudimos observar que la licenciada, al llevar el discurso a medios de comunicación masivos, los cuales se caracterizan por ser más conservadores que los digitales, consideramos pertinente la intencionalidad del medio de promocionarla al ubicar al final de la nota el nombre de la cuenta de Instagram de nuestra enunciadora.

### **FASE 3: “Traspassando la pantalla” (21-02-19- 3/6/2019)**

Con su salto hipermediático debido a su entrevista en el medio masivo de la revista OHLALÁ podemos observar que se encuentra en crecimiento su carácter enunciativo en las redes debido a los reconocimientos de la ONG “Fundación Huésped” (@fundhuesped) y de la Dra. Melisa

Pereyra (@ginoconline), quien se encuentra entre los 10 mejores influencers del país según la revista @forbesargentina.

En esta fase lo significativo de sus posts en Instagram es que demuestran, con su firma de contrato con la "Editorial Planeta" para escribir su primer libro y el comienzo de una gira nacional, su crecimiento no sólo como comunicadora profesional en redes sino también su crecimiento en grado de influencia por fuera de las mismas. Su discurso traspasa la pantalla y sus seguidores la siguen donde se encuentre asistiendo a sus shows y relacionándose cara a cara.

#### **FASE 4: "Primera columna" (25/6/2019)**

Cecilia al ser invitada para ser columnista en el programa de radio de Migue Granados y Martin Garabal denota que sus apariciones en medios masivos ya no son esporádicas o meramente entrevistas o menciones, sino que ahora posee su propia columna en la radio con enunciadores profesionales cuyo intercambio favorece al estatuto de la licenciada. En este sentido, nuestra enunciadora posee el primer pico significativo de seguidores en Instagram, que lo obtiene en Junio del 2019, período que coincide con su columna el 25 de junio del 2019 "Problemáticas masculinas".

#### **FASE 5: "Comunidad en crecimiento" (20/08/19- 23/08/19)**

Los reconocimientos extraídos en esta fase con respecto a Últimos Cartuchos demuestran un nuevo nivel de interacciones y en este punto podemos ver cómo a través de recomendaciones del programa de radio tanto en Instagram como en twitter, se produce un crecimiento de las menciones en relación a ella y a su participación en el programa con carácter positivo. El número de seguidores de la licenciada crece exponencialmente produciéndose de manera gradual un colectivo mediático.

#### **SUBFASE 1: "ATR al éxito" (30/9/19-13/10/19)**

Consideramos que en este punto, el carácter como enunciadora en los medios cambia de amateur a una enunciadora profesional con participación activa en shows "Beer and Sex", charlas TEDx y lanzamiento de su primer libro "Sexo ATR", que se encontraba dentro de los 100 libros más

vendidos en Argentina. En éste sentido, su discurso llega a un público mucho más amplio. Asimismo, los comentarios negativos, tales como el de la @doctoralove69 hacen su aparición en redes, mostrando que el volverse conocida no solo trae un gran apoyo sino también personas que la cuestionan.

#### **FASE 6: “El sexo se volvió mainstream” (12/10/19 – 9/11/19)**

La fase 6 consiste en apariciones esporádicas en los medios masivos “Staff De Noticias” y “La Nación”. En este punto consideramos pertinente mostrar cómo los medios masivos toman a la licenciada como una enunciativa profesional en medios digitales y en medios masivos ya que se nombra su columna en el programa de radio “Últimos Cartuchos” donde la promocionan y caracterizan como influencer lo cual muestra el reconocimiento de su estatus como comunicadora y su impacto positivo y relevante. Como ejemplo de ello podemos tomar una parte de la nota en el diario La Nación donde dice: *“La licenciada Cecilia Ce –psicóloga y sexóloga– acumula casi 200.000 seguidores en Instagram y su flamante libro, Sexo ATR, se está vendiendo en librerías como pan caliente. Esta influencer del sexo es un fenómeno cada vez más popular y menos de nicho. Sus charlas Beer & Sex se agotan en minutos y su columna semanal en radio es furor”*.

#### **FASE 7: “Sexinfluencer” (18/04/20 - 20/06/20)**

Se identifica que la licenciada comienza a utilizar su cuenta como una influencer. Haciendo videos e identificando un “Glosario” propio para que los nuevos en su comunidad entiendan e implementen sus nuevos términos sexuales, denota que su colectivo mediático utiliza un lenguaje específico, donde el rol de la licenciada consiste ya en una interacción que mantiene con sus seguidores al querer no solamente brindarles información sino también incluirlos en una comunidad. Del mismo modo, la aparición de la actriz Celeste Cid (@mcelestia) en la publicación del glosario, así como también el reposteo en twitter de la ONG @TransArgentinxs siguen dando cuenta del alcance positivo exponencial de la licenciada. Sin embargo, como venimos planteando previamente, a mayor alcance se pueden encontrar más reconocimientos negativos.

#### **SUBFASE 2: “Soldadxs de la Lic. en “Vinculeable” (05/11/20)**



En la misma línea en la que venía utilizando sus redes, observamos que si bien se nombra previamente la constitución de un colectivo mediático, Es en este punto donde la Licenciada reconoce, al otorgarle un nombre propio con el posteo en Twitter: “Soldadxs de la lic”. A su vez se da una interacción entre los mismos miembros del colectivo a partir de que la Licenciada inaugura una nueva sección en Instagram llamada “Vinculeable” en la que “todx soldadx” debe dejar su consentimiento para intercambiar mensajes con alguien haciendo algo parecido a lo que ocurre en Tinder u otra aplicación de citas. Como producto de esta interacción, consideramos importante esta fase ya que el colectivo se encuentra consolidado con un nombre propio.

### **SUBFASE 3: “Voz autorizada” (2/12/2020 - 24/12/2020)**

En esta nueva fase, el medio digital masivo: Clarín, considera a Cecilia como “una voz autorizada” en la nota que le hacen lo cual se observa también al ser sujeto de la enunciación y sujeto del enunciado al obtener una columna en otro medio digital masivo como Infobae, donde a diferencia de sus redes sociales donde utiliza el humor, el carácter enunciativo de la licenciada es más serio. En términos de Verón, podemos decir que Cecilia adopta el carácter de una enunciativa pedagógica generando una cierta distancia con el destinatario, característico de los diarios, en este caso digital.

### **FASE 8: “Debut en Perros de la calle” (04/03/2021)**

Su participación en “Perros de la calle” demuestra su estatus como enunciativa profesional, no solo por volver a tener una columna en un medio masivo sino también por el grado de importancia del programa al ser conducido por Andy Kusnetzoff y con la participación de Lizy Tagliani, Evelyn Botto y Nicolás Salvarrey, siendo estos individuos profesionales de gran estatus en Argentina y en el ámbito mediático. Estas interacciones con enunciativos formados profesionalmente en medios masivos, dejan expuesto el cambio de escala de la enunciativa en comparación a las primeras fases de nuestro análisis.

### **FASE 9: “Nuevo espacio para estar más cerca de ustedes” (16/03/21)**

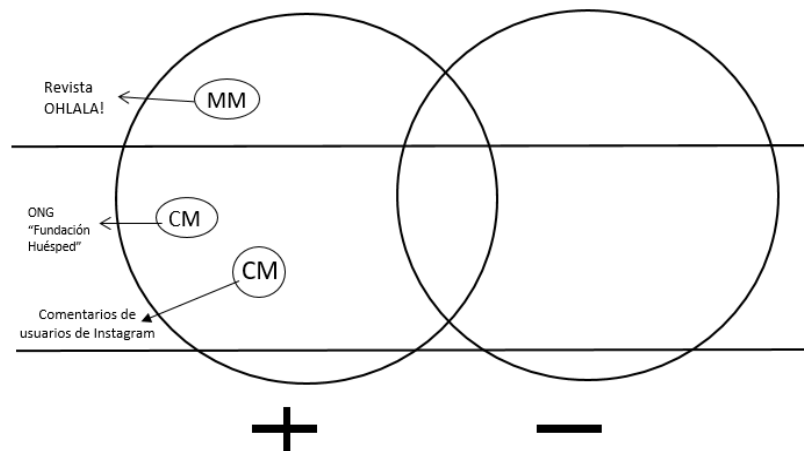
Con el descenso a las redes sociales se desea marcar como a pesar de que la licenciada se constituye como una comunicadora en medios masivos, no deja de lado Instagram como su principal medio de comunicación con su colectivo de seguidores.

## NIVEL ESPACIAL

En este nivel de análisis, daremos cuenta del posicionamiento de los principales enunciadores mediáticos que reflejan la hipermediatización que obtuvo tanto el contenido dado por la Licenciada Cecilia Ce como su posicionamiento como enunciativa al pasar de ser una comunicadora amateur a una comunicadora profesional, teniendo en cuenta la multiplicación de los reconocimientos de un primer momento a un segundo momento. Para llevar adelante esta tarea, seguimos el marco teórico de Eliseo Verón, y retomado por Mario Carlón, teniendo en cuenta la subdivisión de Medios, Colectivos, Individuos e Instituciones.

Consideramos que, a raíz de su aparición en el programa de radio “Últimos cartuchos” y al obtener su primer pico de seguidores en Instagram siendo el mismo de más de 17.000 se produce un punto de inflexión que genera una mayor actividad en sus comentarios y me gusta de sus publicaciones así como también la aparición de críticas materializadas en las redes sociales.

Previo a “Últimos Cartuchos” Gráfico 1



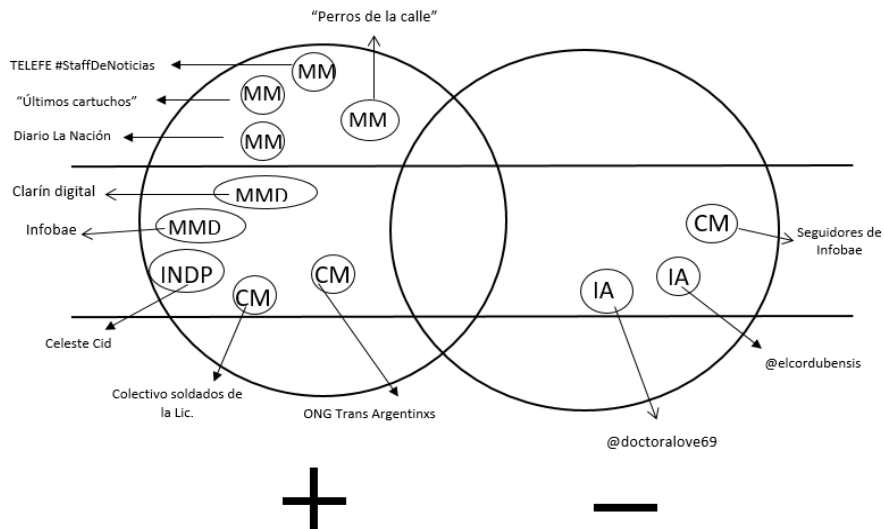
El primer gráfico corresponde a los reconocimientos tanto positivos como negativos donde se considera a Cecilia como una comunicadora amateur (IA). Desde el 2016 hasta el 2019 las interacciones con sus publicaciones de Instagram fueron creciendo paulatinamente, sin embargo

no se encuentran entre ellas reconocimientos de tipo negativo, mientras que se destacan los reconocimientos positivos identificados como un colectivo mediático (CM) al tratarse de una serie de comentarios a sus posteos donde diversos usuarios le agradecen el contenido y la información publicada.

Cecilia fue entrevistada en la revista OHLALÁ! (MM) el día 21 de febrero del 2019 donde habla sobre el campo de látex, cómo se hace y cuándo usarlo y se la valora positivamente elogiándola y publicitando su libro. Al mismo tiempo en la publicación que luego postea la licenciada sobre la nota, aparece una ONG “Fundación Huésped” @fundhuesped (CM) que le da mg a su publicación.

En conclusión, en este primer enfoque, se hace evidente que la cantidad de enunciadores que sostienen una valoración positiva de la licenciada y su contenido es notable.

### Posterior a su aparición en “últimos cartuchos” Gráfico 2



En este segundo gráfico observamos del lado izquierdo las **valoraciones positivas** hacia la licenciada y su contenido. Se considera que nuestra enunciadora se constituye como comunicadora profesional (INDP) ya contando con una hipermediatización al haber dado entrevistas a diversos medios masivos y participado en el programa de radio “Últimos Cartuchos”. Más tarde contará también con una columna en el medio digital Infobae, su aparición

en una nota de Clarín digital y su participación en el programa de radio “Perros de la calle”. Para entonces tanto su número de seguidores como interacciones crecen exponencialmente.

En principio se identifican como valoraciones positivas a los comentarios tanto de Instagram como de Twitter de su colectivo de seguidores “Soldados de la Lic” (CM). Dentro de estos reconocimientos positivos se destacan el de la actriz Celeste Cid (INDP) quien además de comenzar a seguir a Cecilia, también comentó una serie de emojis en señal de agradecimiento al término “Clete” en el “Glosario de la lic”. También aparece dentro de las valoraciones positivas la ONG “Trans Argentinx” (CM) quien realiza un tweet compartiendo un posteo de Instagram de la licenciada enunciando lo siguiente: “Todxs debemos CONECTARNOS con nuestro Pitoris, Vulvagina, con nuestro cuerpo. Gran posteo de nuestra Licenciada favorita @LicCeciliace”. Mientras que en Twitter muchos de sus seguidores etiquetan a @ultimoscartuchos y a @lic.ceciliace junto con link del programa elogiándola y recomendándola.

Continuando en la línea de reconocimientos positivos pero ahora en el nivel de medios masivos se ubica la participación en el programa de radio “Últimos Cartuchos” (MM) cuando Cecilia Ce, el 25 de junio del 2019, fue invitada para ser columnista en el programa de radio de Migue Granados y Martin Garabal, programa que duró hasta el 2020. También se encuentra el diario LA NACIÓN (MM) en su formato físico cuando el 9 de noviembre de 2019 publica una nota haciendo referencia a Cecilia y a su columna en “Últimos cartuchos”. La misma contiene elementos que denotan el impacto positivo que genera la licenciada.

En Clarín digital (MMD) también se publica una nota titulada “*La llegada de un hijo es un momento sexual*” donde consideran a Cecilia como voz autorizada para hablar sobre orgasmo en el embarazo, los miedos y de los beneficios que genera en la vida sexual la actitud de un compañero par a la hora de la crianza. En Infobae (MMD), como parte también de las valoraciones positivas, se encuentra la nueva columna de Cecilia en diciembre del 2020, donde ella produce discursos y se mediatizan en las distintas redes y cuentas, no sólo de Cecilia sino también en la cuenta de Infobae. Por último, en el programa de radio de “Perros de la calle” (MM), con Andy Kustnetsoff, Cecilia es columnista invitada, donde no deja de crecer el número de programas en los que tiene su columna, con muy buenas valoraciones a su contenido.

Por otro lado, del lado derecho del gráfico observamos las **valoraciones negativas** hacia la licenciada y su contenido. En principio, el día 3 de octubre del 2019, luego de la viralización mediática de una foto íntima del actor Luciano Castro, la Lic. realiza un posteo haciendo hincapié en el consentimiento y estereotipos masculinos. La publicación obtuvo 6152 me gusta y más de 200 comentarios entre los que aparecían comentarios negativos en especial de mujeres al ver el revuelo que se formó con la viralización de la foto de un hombre cuando ocurre lo contrario con una mujer. El usuario @doctoralove69 (IA) dice: *“Nos estamos divirtiendo con una foto que un señor mayor se sacó solito. Nadie va a ir a acosarlo x eso. NOS DIVERTIMOS y también molesta. Y la Lic a mí no me responde nada, no me habla. Hay que incluir”*. Al mismo tiempo, en twitter encontramos comentarios como el del usuario @elcordubensis (IA) que postea el día 21 de julio del 2020: *“Libro totalmente sobrevalorado, lo leí en una mañana, la peor inversión de mi vida, hay libros sobre sexualidad mucho mejores y que tocan con más profundidad los temas...”*

Y por último, pudimos ver que en su constitución como enunciativa profesional los comentarios negativos se concentran, en su mayoría, en comentarios a las columnas realizadas por la licenciada en los videos IGTV de la cuenta del medio masivo digital Infobae. Esto da cuenta de que el colectivo de seguidores de nuestra enunciativa es diferente al colectivo de seguidores de Infobae (CM) y que su participación en medios masivos y su crecimiento exponencial como enunciativa profesional produce una llegada a un público más amplio que no solo constituye su colectivo de seguidores sino también aquellos usuarios que critican tanto a ella como a su contenido. Tomamos tres ejemplos de individuos amateurs, que hacen del colectivo mediático de Infobae (CM) para dar cuenta de lo que queremos plasmar en este análisis. Sin embargo consideramos necesario decir que hay muchos más. Los tres ejemplos son los siguientes:

El día 24 de diciembre del 2020 el usuario de twitter @ArgenPastt respondiendo a @infobae dice: *“de mal gusto e inoportuno este informe por este medio... al que le interese tienen google”*. El mismo día, el usuario @hermannmf\_ en twitter comenta a Infobae: *“te imaginas ser Cecilia ce y ganas guita haciendo estas notas de mierda? Un sueño”*. El 18 de febrero del 2021 en el IGTV titulado “MAL EDUCADOS POR EL PORNO” el usuario @collardepeligros comenta: *“La*

*psicologueta degenerada esta es una prueba cabal de que hay que ELIMINAR y coartar de raíz esa carrera al igual que a los pseudo profesionales que se reciben. Puro zurdaje desde el comunismo per se pasnado por psicología y por la inmundicia del cristianismo”.*

Como conclusión, a partir de nuestro análisis y al comparar la primera fase con la última, vemos con claridad que en la primera se hace evidente que la cantidad de enunciadores que sostienen una valoración positiva de la licenciada y su contenido es notable porque el alcance que tenía en ese momento no permitía que se genere ninguna polémica. En su constitución como enunciativa profesional las valoraciones positivas son mayores que las negativas y no se encuentran medios masivos que la critiquen, por el contrario, la promocionan y comparten su contenido. Y a pesar de que sí aparezcan valoraciones negativas, éstas se concentran mayoritariamente en comentarios a las columnas realizadas por la licenciada en los videos IGTV de la cuenta del medio masivo digital Infobae mientras que en su cuenta profesional, las valoraciones negativas son minoría.

## **CONCLUSIONES FINALES**

Con lo expuesto hasta este momento, podemos decir que desde 2016 Cecilia cambia completamente su carácter de enunciativa. Y si bien el período de monitoreo de nuestro trabajo de investigación concluye el 16 de marzo del 2021, actualmente ella sigue teniendo su columna en “Perros de la calle” donde no deja de sumar influencia en los distintos medios. **Cecilia Canzonetta es un claro ejemplo de circulación contemporánea ascendente/descendente.** En su evolución como enunciativa, es interesante ver el gran cambio si comparamos la primera fase con la última. Pasó de poseer una cuenta casi anónima donde no mostraba su cara y publicaba sólo frases con información y consejos, a tener varias apariciones en medios masivos como en el programa “Últimos Cartuchos”, su columna actual en “Perros de la Calle” y en medios masivos digitales también cuenta con una columna semanal en Infobae.

En éste sentido, en las últimas fases se puede identificar claramente a la licenciada como una **enunciativa profesional** donde si bien sigue interactuando con sus seguidores como desde un principio, su estatus se coloca por encima de éstos, produciendo un reconocimiento en dirección descendente. En el nivel micro dimos cuenta de cómo su colectivo de seguidores fue

constituyéndose a medida que las fases se iban desarrollando a partir de las interacciones con nuestra enunciadora adquiriendo un nombre propio: **Soldadxs de la lic.**

En cuanto su discursividad, aunque las enunciaciones de la licenciada son de carácter por lo general interpersonal, consideramos que gracias a su posición profesional de Sexóloga podemos caracterizarla como una **enunciadora pedagógica**, especialmente en los discursos producidos por medio de Infobae. Por otro lado siguiendo la línea de Eliseo Verón (1985) “El análisis del contrato de lectura”, podemos decir que en el contrato de lectura que se establece entre la Licenciada y sus seguidores permite que no se dé un desfase del sentido de los discursos, permitiendo que el humor en sus publicaciones sea tomado con la intención esperada. En éste sentido, identificamos **regímenes enunciativos de lo risible**. Si bien nuestra enunciadora mediática no se dedica al contenido humorístico, utiliza este recurso para complementar el contenido informativo, que a partir de Fraticelli (2021) “Enunciación y humor en las redes”, podríamos decir que la intencionalidad de la licenciada es (al estar su discurso vinculado al sexo, consentimiento y temas tabú pero en un marco reidero) evitar los efectos negativos que tendrían esos mismos tópicos en un intercambio más serio, y que sus seguidores los tomen de una manera más ligera.

Una última observación, y como ya vimos en el nivel espacial, es que como resultado de su constitución como enunciadora profesional gracias a los medios digitales y su llegada a un público masivo de seguidores, se dan **reconocimientos negativos** tanto a sus discursos como a la figura de Cecilia Ce.

Para finalizar, consideramos que nuestra enunciadora tuvo y tiene la capacidad de derribar mitos con un lenguaje desarticulado y accesible a todo aquel que quiera acercarse, animándose a tocar cuestiones tabú. ¿La consecuencia? **Una vertiginosa transformación en #Sexinfluencer.**