

El freudismo antes de la institucionalización del psicoanálisis en la Argentina: trayectorias culturales y públicos ampliados en el Siglo XX.

Peyregne, Francisca.

Cita:

Peyregne, Francisca (2025). *El freudismo antes de la institucionalización del psicoanálisis en la Argentina: trayectorias culturales y públicos ampliados en el Siglo XX. XVII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXXII Jornadas de Investigación XXI Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. VII Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. VII Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*
Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-004/137>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eNDN/842>



EL FREUDISMO ANTES DE LA INSTITUCIONALIZACIÓN DEL PSICOANÁLISIS EN LA ARGENTINA: TRAYECTORIAS CULTURALES Y PÚBLICOS AMPLIADOS EN EL SIGLO XX

Peyregne, Francisca

Universidad de Buenos Aires. Facultad de Psicología. Buenos Aires, Argentina.

RESUMEN

El presente trabajo analiza la recepción temprana del freudismo en Argentina, anterior a la institucionalización del psicoanálisis clínico. Lejos de limitarse al ámbito profesional, se examina cómo ciertas ideas freudianas circularon en la cultura de masas entre las décadas de 1930 y 1950, configurando un “freudismo sin psicoanalistas”. A partir de los aportes de Hugo Vezzetti, se estudian dos casos emblemáticos: la colección “Freud al alcance de todos” de Alberto Hidalgo, y el consultorio epistolar de la revista “Idilio”. Estos dispositivos de divulgación popular contribuyeron a conformar un “público ampliado” que incorporó el lenguaje psicoanalítico en la vida íntima y afectiva. Este trabajo busca problematizar la hegemonía cultural del psicoanálisis en la Argentina como resultado de procesos históricos y mediáticos, más que exclusivamente académicos o clínicos.

Palabras clave

Freudismo - Divulgación - Cultura de masas - Subjetividad

ABSTRACT

FREUDISM BEFORE PSYCHOANALYSIS: CULTURAL TRAJECTORIES AND EXPANDED AUDIENCES IN 20TH-CENTURY IN ARGENTINA
This paper analyzes the early reception of Freudian ideas in Argentina, prior to the institutionalization of clinical psychoanalysis. Beyond the professional sphere, it explores how Freudian concepts circulated within mass culture during the 1930s and 1950s, shaping the concept of “Freudism without psychoanalysts.” Based on Hugo Vezzetti’s contributions, two emblematic cases are examined: Alberto Hidalgo’s book series “Freud for Everyone”, and the epistolary psychoanalytic column in “Idilio” magazine. These popular dissemination practices helped create an “expanded audience” that adopted psychoanalytic language in understanding intimate and affective life. This paper aims to critically reflect on the cultural dominance of psychoanalysis in Argentina as the result of historical and media processes, rather than a purely academic or clinical phenomenon.

Keywords

Freudism - Dissemination - Mass culture - Subjectivity

INTRODUCCIÓN

Aunque hoy resulta casi natural la presencia del psicoanálisis en la cultura argentina, no puede entenderse únicamente como resultado de una evolución profesional, sino que responde a una historia cultural compleja, donde ciertas ideas provenientes de Sigmund Freud circularon y se establecieron mucho antes de que existiera una institucionalización del psicoanálisis como disciplina clínica en el país.

Este suceso tuvo lugar especialmente durante las décadas de 1930 y 1940, y encontró en los medios gráficos y la industria editorial canales privilegiados de expansión. Esta circulación temprana del freudismo contribuyó a consolidar un imaginario social en el que el psicoanálisis se volvió, progresivamente, una referencia legítima para pensar la subjetividad, los vínculos y el malestar psíquico.

El presente trabajo tiene como objetivo examinar cómo se configuró en Argentina una forma de freudismo previa al desarrollo del psicoanálisis clínico-institucional, dando lugar a una recepción particular, que alcanzó a públicos masivos a través de formas de divulgación accesibles. A partir de los estudios de Hugo Vezzetti y del análisis de dos casos emblemáticos —la colección “Freud al alcance de todos” de Alberto Hidalgo, y el consultorio epistolar de la revista “Idilio”— se buscará demostrar que este proceso de divulgación masiva tuvo efectos decisivos en la formación de un “público ampliado”. Este público no sólo incorporó el lenguaje y los tópicos del psicoanálisis en sus representaciones sobre el amor, la sexualidad y los vínculos familiares, sino que también contribuyó a instalar el psicoanálisis aún antes de la profesionalización del campo.

El presente trabajo pretende examinar críticamente la recepción cultural del freudismo en la Argentina, entendiendo que la pregnancia social del psicoanálisis no fue un dato natural, sino el resultado de condiciones históricas específicas que merecen ser interrogadas. En este sentido, reflexionar sobre el freudismo previo a la institucionalización del psicoanálisis permite comprender los orígenes de su hegemonía cultural y revisar críticamente el lugar que ocupa hoy, tanto en la práctica profesional como en la subjetividad social argentina.

EL FREUDISMO COMO FENÓMENO AUTÓNOMO

En la historia del psicoanálisis en Argentina, existe un período previo a su institucionalización clínica y universitaria que puede ser analizado a través del concepto de “freudismo”. Tal como lo plantea Hugo Vezzetti (1996), el freudismo no se identifica de manera inmediata con la figura del psicoanalista ni con el movimiento psicoanalítico propiamente dicho. Se trata, más bien, de un conjunto de apropiaciones, usos y lecturas —diversas, fragmentarias y no institucionalizadas— de ciertos conceptos freudianos que circularon en la cultura argentina desde las primeras décadas del siglo XX. Esta circulación no fue meramente anticipatoria de lo que vendría luego con la fundación de la Asociación Psicoanalítica Argentina (APA), sino que constituyó una dimensión propia y autónoma del modo en que Freud ingresó en la cultura nacional (Vezzetti, 1996).

Según Vezzetti (1996), una figura clave de este freudismo “sin psicoanalistas” es José Ingenieros, quien, aunque crítico de Freud, contribuyó involuntariamente a habilitar un campo cultural y clínico para su recepción. Ingenieros retoma las críticas del francés Pierre Janet y se opone especialmente al pansexualismo freudiano y a su alejamiento del paradigma médico. No obstante, su obra en psicoterapia e hipnosis —como “Histeria y Sugestión” — introduce temáticas y técnicas que resonaban con el método freudiano, aunque provenieran de otras tradiciones. Además, sus ensayos sobre la sexualidad y el amor, recopilados más tarde en el “Tratado del amor”, ayudaron a generar una sensibilidad afín al freudismo entre el público lector no especializado. Ingenieros representa entonces una de las figuras paradójicas: aun siendo opositor al psicoanálisis como doctrina, su influencia permitió que el discurso freudiano comenzara a circular en el campo intelectual argentino antes de que existiera el psicoanálisis como práctica profesional organizada.

Entonces, la recepción popular del discurso freudiano no responde a los criterios técnicos, clínicos ni institucionales que definieron el psicoanálisis en su versión ortodoxa. Es decir, existió un freudismo sin psicoanalistas, que encontró en la literatura, el periodismo, la divulgación científica y el ensayo moral formas eficaces de circulación. Esto habilitó no solo la lectura de Freud en medios no especializados, sino la reapropiación de su pensamiento por parte de actores culturales alejados del mundo médico o psicológico. El resultado fue la configuración de un espacio de lectura y de interpretación de la subjetividad que escapaba a los cánones clínicos, pero que tuvo un impacto decisivo en la vida cultural y afectiva de las clases medias urbanas. Vezzetti se refiere a esta recepción como una “ausencia-presencia de Freud” (1996, p. 8), en tanto que muchas de las nociones asociadas a la sexualidad, la represión, los sueños o los conflictos familiares se difundieron más como claves interpretativas de la vida moderna que como parte de una teoría clínica sistematizada. De esta manera, el freudismo se vinculó tempranamente con los procesos de modernización social y cultural de

Buenos Aires, especialmente en un contexto en el que se transformaban las representaciones sobre la familia, el matrimonio y el lugar de la mujer en la esfera pública. Fue así como la lectura de Freud no se limitó a un entorno médico-científico, sino que formó parte de una ampliación del campo de la intimidad como espacio legítimo de saber y de intervención simbólica.

En este punto, el concepto de “público ampliado” se vuelve clave. Como señala Vezzetti (1996), esta forma de recepción del freudismo no sólo implicó la circulación de ciertos textos o ideas, sino que también creó las condiciones para la emergencia de un nuevo tipo de lector o lectora. Este nuevo público no solamente consumía psicoanálisis como parte de una cultura de masas emergente, sino que comenzaba a reconocerse en sus nociones fundamentales y a buscar en ellas claves para comprender su propia experiencia personal y afectiva. Esta ampliación del público lector, mayoritariamente urbano, femenino y de sectores medios, fue decisiva en la conformación de una subjetividad moderna que incorporó el discurso freudiano como forma de lectura de la vida privada.

En definitiva, el freudismo como fenómeno autónomo permite comprender cómo ciertas ideas centrales de Freud circularon y se sedimentaron en la cultura argentina mucho antes de que existiera un campo psicoanalítico institucionalizado. En lugar de considerar este proceso como una etapa previa y menor, Vezzetti (1996) propone entenderlo como una instancia fundamental en la configuración del lugar hegemónico que el psicoanálisis alcanzaría luego en la psicología y en el imaginario colectivo argentino. En este marco, los casos de la colección “Freud al alcance de todos” y del consultorio epistolar de “Idilio”, que se analizarán a continuación, ofrecen ejemplos paradigmáticos de cómo esta recepción masiva contribuyó a consolidar un freudismo cultural profundamente arraigado en la vida cotidiana.

“FREUD AL ALCANCE DE TODOS”: DIVULGACIÓN Y MERCADO EDITORIAL

Uno de los ejemplos más elocuentes del freudismo autónomo en Argentina es la colección “Freud al alcance de todos”, publicada entre 1935 y 1946 en la editorial Tor. La serie, firmada por el enigmático “Dr. J. Gómez Nerea”, fue en realidad obra del poeta e intelectual peruano Alberto Hidalgo, quien, bajo un pseudónimo médico, emprendió una empresa de divulgación freudiana destinada a un público masivo. Esta colección representa una operación cultural fundamental: la popularización del psicoanálisis mediante un formato accesible, sensacionalista, y ajeno a las instituciones académicas o clínicas. Lejos de la rigurosidad teórica, los libros de Hidalgo apelaban a la curiosidad popular y a las inquietudes cotidianas sobre el amor, la sexualidad, el sueño y los conflictos subjetivos en un contexto de modernización cultural.

La editorial Tor, especializada en libros de bajo costo y alta circulación, respondía a una dinámica propia de la cultura de

masas de las décadas del '30 y del '40. En ese contexto, el mercado editorial comenzó a ampliar sus horizontes más allá de los círculos ilustrados tradicionales, interpelando a nuevos lectores de sectores medios y populares. Como señala Vezzetti (1996), esta transformación estuvo marcada por dos procesos convergentes: por un lado, la consolidación de un nuevo público lector no especializado y, por otro, la expansión de la industria editorial tras la crisis del mercado español provocada por la Guerra Civil y el franquismo.

La serie constaba de diez volúmenes con títulos como “1) Freud y el problema sexual, (...) 4) Freud y la histeria femenina, (...) 7) Freud y el misterio del sueño, (...) 10) Freud y su manera de curar” (Vezzetti, 1996, p. 185), y se vendía a precios accesibles. Algunas ediciones alcanzaban tiradas de cinco a diez mil ejemplares, lo cual da cuenta de su impacto. El estilo era llano y pedagógico, combinando citas de Freud, fragmentos de la traducción española hecha por López Ballesteros, con ejemplos ficticios. Hidalgo, que no era médico, se inventó una identidad como “doctor” para dar verosimilitud a su empresa y legitimarse frente al lector profano. Esta estrategia de apropiación puso al discurso freudiano en manos de otro campo de circulación, liberando el discurso freudiano del monopolio médico, y haciéndolo disponible como forma de saber y autocomprendión.

Desde el punto de vista cultural, esta colección debe ser entendida no sólo como un ejercicio de divulgación, sino como una verdadera intervención en la vida simbólica de la época. Los libros de Hidalgo ofrecían una narrativa moderna de la subjetividad, en la que el sujeto podía explicar sus deseos, síntomas y conflictos a través de un lenguaje “científico” importado de Europa. La sexualidad, el inconsciente y los sueños dejaban de ser temas esotéricos o vergonzantes para convertirse en objetos de reflexión cotidiana. Esta operación, que podría parecer ingenua o mercantilista, tuvo un efecto fundamental: contribuyó a la construcción de un imaginario social en el que el psicoanálisis era percibido como una clave para comprender la vida íntima. Así, la colección “Freud al alcance de todos” anticipa, y en cierto sentido produce, la identificación posterior entre psicología y psicoanálisis que caracterizaría a buena parte de la cultura argentina. Aunque aún no existía un movimiento profesional organizado, ni carreras universitarias que legitimaran el saber psicoanalítico, ya existía una masa crítica de lectores que se familiarizaban con sus nociones centrales y que comenzaban a incorporarlas en su forma de pensar. Esta base cultural del freudismo fue un componente indispensable para la posterior hegemonía del psicoanálisis en la psicología local, y constituye un ejemplo de cómo las ideas no se imponen sólo desde las instituciones, sino también desde las prácticas de lectura y los dispositivos de la cultura de masas.

EL CONSULTORIO PSICOANALÍTICO EN “IDILIO”: SABER PSICOLÓGICO Y CULTURA SENTIMENTAL

Otro caso paradigmático de la difusión del freudismo en la cultura de masas argentina es el consultorio epistolar de la revista *Idilio*, publicado entre fines de los años '40 y principios de los '50 bajo el título “El psicoanálisis le ayudará”. La sección, escrita por Gino Germani y Enrique Butelman bajo el seudónimo “Dr. Richard Rest”, destinada al público femenino, y en especial a las amas de casa, representa un momento clave en la apropiación popular del discurso psicoanalítico. Combinaba respuestas psicoanalíticas con imágenes oníricas realizadas por la fotógrafa Grete Stern (Bravo, 2020).

Las lectoras eran invitadas a enviar cartas relatando sus sueños, sus problemas afectivos y sus conflictos familiares, acompañadas de cuestionarios sobre su infancia. A partir de ese material, los autores elaboraron respuestas “psicoanalíticas” de carácter orientador. La sección representaba una tecnología cultural de la intimidad: promovía la introspección, la rememoración de la infancia y la elaboración emocional en primera persona (Vezzetti, 1999).

La sección se completaba con las ilustraciones fotográficas de Grete Stern, artista alemana exiliada, quien recreaba en fotomontajes oníricos las escenas relatadas por las lectoras. Este cruce entre saber psicológico, dispositivo pedagógico y arte surrealista dio como resultado un experimento cultural inédito. La gran novedad consistió en que el saber freudiano se institucionalizara en una práctica confesional y pública, construyendo un nuevo tipo de subjetividad femenina: reflexiva, moderna y capaz de pensarse desde la narrativa de la introspección, el recuerdo y el deseo. El saber del “analista” venía a validar esa confesión, pero ya no como un dictamen médico o moral, sino como una herramienta para “conocerse a sí misma” y mejorar la vida afectiva. Como dice Vezzetti (1999): *“Se destaca así la emergencia de un yo sentimental que se sostiene en un régimen de verdad que ya no es el de las funciones naturales o las obligaciones sociales y morales (que fundaban la legitimidad del discurso higienista, desde la exterioridad de la ciencia), sino el de las razones de los afectos y la verdad del corazón.”* (p. 4). Así, “*Idilio*” marcó un cambio cultural profundo. Mientras que el discurso higienista se centraba en la prevención de enfermedades y en la moralización de los cuerpos y las familias, el psicoanálisis popular en “*Idilio*” se orientaba hacia la comprensión del sufrimiento psíquico, el análisis del pasado y la afirmación de una subjetividad individual. En este sentido, el consultorio no reemplazó al médico, sino que construyó un nuevo tipo de experto. Desde el punto de vista histórico, este dispositivo editorial anticipa lo que décadas después se convertiría en un lugar común de la cultura argentina: la nueva figura del analista como interlocutor. Si bien “*Idilio*” aparece luego de la creación de la Asociación Psicoanalítica Argentina (APA) en 1942, su relevancia no reside en vincularse directamente con el movimiento

profesionalizado. Es decir, nuevamente se presenta un freudismo sin psicoanalistas, en el que el saber freudiano circula más como horizonte cultural que como práctica clínica regulada.

CONCLUSIÓN

A lo largo de este trabajo se ha intentado reconstruir una dimensión central de la historia del psicoanálisis en Argentina: la existencia de un freudismo previo a su institucionalización clínica. Como sostienen los estudios de Hugo Vezzetti, este freudismo no fue un simple antecedente del psicoanálisis, sino una forma específica de recepción cultural, mediada por la modernización social, la expansión del mercado editorial y la emergencia de nuevos públicos lectores. Esta forma de apropiación fue decisiva para que, posteriormente, el psicoanálisis pudiera consolidarse como marco privilegiado para comprender la subjetividad, no sólo en el campo profesional de la psicología, sino en el imaginario colectivo argentino.

En ambos ejemplos descritos, el freudismo aparece como un saber de autoconocimiento, ligado a la vida íntima y afectiva de los sujetos. La colección de Alberto Hidalgo, con su estilo pedagógico y su vocación moralizadora, introdujo nociones como la represión, el deseo o la sexualidad en un lenguaje al alcance de todos. Por su parte, el consultorio epistolar de “Idilio” transformó a las lectoras en sujetos activos de confesión e interpretación, promoviendo una subjetividad moderna basada en la introspección.

En este sentido, reconocer el papel de estas experiencias de divulgación no sólo enriquece la historia del psicoanálisis en la Argentina, sino que también permite cuestionar la idea de que su predominio fue un fenómeno puramente académico o profesional. Antes de los psicoanalistas, ya había freudianos. Y esos freudianos fueron, muchas veces, lectores, lectoras, editores, poetas, periodistas y amas de casa que encontraron en las ideas de Freud una clave para pensarse en el mundo moderno. Esta historia cultural del freudismo, situada entre la literatura y la terapia, entre el mercado y la intimidad, constituye un capítulo fundamental para entender la relación entre psicología y psicoanálisis en la Argentina.

BIBLIOGRAFÍA

- Bravo, E. (2020). Psicoanálisis para amas de casa. Agente provocador, disponible en <https://www.agenteprovocador.es/publicaciones/re-vista-idilio-psicoanalisis-para-amas-de-casa>
- Vezzetti, H. (1996). Alberto Hidalgo, divulgador de Freud. En Aventuras de Freud en el país de los argentinos. Buenos Aires: Paidós (introducción, capítulo 1 y cap. 5, pp. 183-244).
- Vezzetti, H. (1999). Las promesas del psicoanálisis en la cultura de masas. En F. Devoto y M. Madero, Historia de la vida privada en la Argentina, Buenos Aires, Taurus, tomo 3.