

Índice

Presentación..... 11

Dossier

Consumo y publicidad: el encuentro de la historia económica con la historia cultural

Coordinado por Fernando Rocchi

Introducción: Consumo y publicidad: el encuentro de la historia económica con la historia cultural

Fernando Rocchi 15

Consumo de bienes básicos, consumidores y prácticas de consumo en el interior de Argentina, ca. 1890-1940

Leonardo Ledesma..... 33

El mercado del destape: consumos culturales y publicidad en el regreso de la democracia

Natalia Milanesio 69

De la yerba a las marcas:

Promoción de la yerba, procedencia paraguaya y valores modernos para los consumidores argentinos de principios del siglo XX

Rebekah E. Pite 95

Políticas del cuerpo: cultura de la delgadez, género y respetabilidad en la prensa de circulación masiva (Argentina, 1910-1940)

Cecilia Tossounian..... 135

Parte abierta

La política de promoción industrial de la provincia de Córdoba durante la última dictadura cívico militar argentina

Marina Giraudó, Federico Reche 165

Tensiones y litigios en torno al impuesto a la propiedad de la tierra. Un estudio de caso, Córdoba, 1930-1941

Sofía Roizarena 187

Reseñas

Augusto Cicaré. El desafío de volar.

Claudio Castro 215

Plebeian Consumers. Global Connections, Local Trade and Foreign Goods in Nineteenth-Century Colombia

Pablo Pryluka 219

Directrices para autores/as 223

Reseña

Colombano, Leandro. 2025

Augusto Cicaré. El desafío de volar.

Motorlibros

Argentina ya cuenta, a estas alturas de la historia, con una larga tradición en materia de emprendimientos técnicos y científicos, algunas veces convertidos en auténticas aventuras y otras en desventuras. La mayoría de ellos han alimentado la épica discursiva de la industrialización por sustitución de importaciones. En este sentido, el peronismo ha sido históricamente el más prolífico, con intentos como el desarrollo de energía atómica por parte de Richter, el Pulqui II diseñado por el ingeniero alemán Kurt Tank, el tractor Pampa y el Rastrojero del IAME. Más recientemente, los satélites del INVAP. Todos estos proyectos fueron impulsados por el Estado argentino y reivindicados por el nacionalismo local como ejemplos de autarquía tecnológica y soberanía nacional.

El sector privado, aunque con mayor discreción, también ha contribuido con desarrollos técnicos que han quedado grabados en la memoria colectiva: el auto SIAM Di Tella 1500 de la empresa homónima o el Torino de Industrias Kaiser Argentina. Esta lista, sin duda, podría ampliarse. Afortunadamente, la historiografía argentina ha documentado muchas de estas experiencias en publicaciones de la editorial Motorlibros.

La misma editorial nos presenta ahora un nuevo caso de esfuerzo tecnológico e industrial local: los helicópteros diseñados y construidos por Augusto Cicaré. El autor de esta obra es el ingeniero cordobés Leandro Colombano, especialista en ingeniería de sistemas satelitales y coordinador de ingeniería en el Departamento de Ingeniería Mecánica del INVAP. El libro está basado, fundamentalmente, en su tesis para la Maestría en Ciencia, Tecnología e Innovación de la Universidad Nacional de Río Negro.

El trabajo del ingeniero Colombano nos narra los esfuerzos de Augusto Cicaré, quien, inspirado por una lectura juvenil de la revista *Mecánica Popular*, se propuso la utopía tecnológica de construir un helicóptero. A través de sus distintos capítulos, el libro recorre los sucesivos modelos de helicópteros que Cicaré diseñó y fabricó con paciencia y creatividad.

Pero ¿quién fue Cicaré (1937-2022)? Esto es lo que puede sorprender al lector. Nacido en Polvaredas, un pequeño pueblo bonaerense con poco más de 300 habitantes según el censo de 2010, se dedicó desde joven a la herrería y la metalurgia. A los 14 años tuvo que hacerse cargo del taller de reparación de maquinaria agrícola de un familiar.

Se trató, pues, de un artesano de enorme creatividad, que se desenvolvía de manera puramente empírica en su oficio. Su educación formal solo alcanzó la escuela primaria, y el desarrollo de sus artefactos fue un claro ejemplo de *antingeniería*: en el diseño y fabricación de sus modelos no había cálculo, medición ni estandarización alguna. Los ensayos y experimentaciones no se documentaban, y su proceso de aprendizaje se basaba en la construcción de prototipos, fruto de su intuición.

Si a todo esto sumamos la falta de recursos, el objetivo de construir un artefacto tan complejo como un helicóptero parecía imposible. No obstante, su creatividad y capacidad de trabajo le permitieron avanzar y, a fines de los años cincuenta, construir su primer helicóptero: el Cicaré CH1. Su sucesor, el CH2, comenzó a volar en 1964, alcanzando un total de sesenta horas de vuelo. Fue recién en 1983 cuando, con el Cicaré CH4, pudo homologar por primera vez una de sus aeronaves, luego de largas pruebas que demostraban, según la opinión de pilotos profesionales, un excelente desempeño. Sin embargo, aún no podía emprender la fabricación en serie.

El modelo CH5 llegó con la promesa frustrada de una compra por parte de la Fuerza Aérea Argentina, lo que le hubiera permitido dar los primeros pasos hacia una producción seriada. No obstante, cabe destacar que este nuevo prototipo incorporó una innovación en la ubicación del rotor, lo que le otorgó una prestación inesperada: una sensibilidad y maniobrabilidad nunca vistas en un aparato de autogiro, ni siquiera en marcas referentes del mercado internacional. Este descubrimiento posicionó a Cicaré como un referente en el segmento de helicópteros livianos. A esta innovación se sumó, en los años noventa, la creación de un original simulador de vuelo, que revolucionaría el entrenamiento de los futuros pilotos por su practicidad y eficiencia. El sistema fue patentado en Europa y Estados Unidos, y adoptado por múltiples países.

Más allá de las dificultades que enfrenta una empresa de este tipo en un país tan volátil como Argentina, la posibilidad de inserción internacional funcionó como un amortiguador que permitió, tras un largo proceso, su consolidación en el mercado, tanto local como internacional.

En 2025, la firma de Saladillo está dirigida por los hijos de Cicaré y ha producido, entre helicópteros de fabricación propia y aquellos generados bajo licencia, un total de 1.500 unidades. Su destino abarca a usuarios de 75 países en los cinco continentes. Sin duda, se trata de una extensa y, finalmente, exitosa historia de emprendimiento tecnológico e industrial.

Por otro lado, cabe destacar el mérito del autor, ya que, debido a la inexistencia de documentación escrita primaria y secundaria, tuvo que construir su relato sobre un asunto técnicamente complejo, basándose casi exclusivamente en el testimonio oral del propio protagonista de la historia. Sus conclusiones sobre el legado de Cicaré, además, resultan sumamente interesantes desde la perspectiva de la sociología de la innovación.

¿Cómo interpela este trabajo a quienes estudian y analizan la historia económica argentina? En primer lugar, Cicaré fue un artesano nacido y criado en un pequeño pueblo rural de la provincia de Buenos Aires. Su vocación por la mecánica surgió en un taller de reparación de maquinaria agrícola, lo que indica que su formación técnica se gestó en el ecosistema de producción y servicios de la ruralidad pampeana de posguerra, poco sofisticada pero funcional. Con todos estos antecedentes, logró innovar y desarrollarse en la industria aeronáutica. ¿No pone en cuestión este fenómeno la clásica oposición entre el modelo agroexportador y la economía industrial, que ha atravesado por décadas el debate político, económico e historiográfico argentino? A partir del análisis del caso Cicaré, podría concluirse que la actividad agropecuaria pampeana no necesariamente es antagónica a la industria, la tecnología o la innovación. En tiempos más recientes, la revolución tecnológica de la siembra directa confirmaría lo que estamos planteando.

Una segunda cuestión relevante: ¿cuántos "Cicaré" ha habido en la historia industrial argentina? Es decir, cuántos artesanos preindustriales—herrerros, panaderos, zapateros, sastres, carpinteros—provenientes de entornos rurales de Europa lograron convertirse en industriales modernos en su país de recepción. No pocas empresas argentinas en la etapa de auge agroexportador fueron fundadas por emprendedores con perfiles socio-técnicos similares al del herrero de Saladillo.

En tercer lugar, desde la perspectiva de la historia económica, cabe preguntarse: salvando las distancias temporales y geográficas, ¿pudo Cicaré haberse convertido en el "Henry Ford" de los helicópteros livianos? Incluso el perfil socio-técnico de ambos guardan ciertas similitudes: una pasión por la mecánica, un aprendizaje autodidacta en el ámbito rural

y una carencia de educación formal en sus respectivas especialidades. Sin embargo, Henry Ford encontró, tras el fracaso de su primer emprendimiento, un ecosistema empresarial que lo asistió financieramente y le permitió despegar técnica y productivamente. Cicaré, en cambio, fue durante la mayor parte de su trayectoria un emprendedor solitario en medio de la Pampa Húmeda, más allá del apoyo solidario de la comunidad de Saladillo. Por su parte, el Estado argentino apareció en varias oportunidades solo para formular promesas incumplidas y dificultar el proceso con trabas burocráticas. Esto comenzó a cambiar en años recientes, con la colaboración del INVAP. El sector privado, tanto industrial como financiero, también brilló por su ausencia.

Parafraseando a Charly García: la alegría (y el nacionalismo económico, podríamos agregar) no son solo brasileños. Si nos generaba admiración y sana envidia el éxito de Embraer en la industria aeronáutica de Brasil, deberíamos reconocer que Argentina tiene su propio ejemplo de emprendimiento tecnológico local, igualmente meritorio. Más aún, si consideramos el contexto político y económico de nuestro país en los últimos cincuenta años. Además, a diferencia de la fabricante de aviones brasileña, la empresa de Saladillo llevó adelante un largo proceso de aprendizaje e innovación sin el respaldo de los cuantiosos recursos que un Estado como el brasileño puede reunir. Comparando el nivel de innovación tecnológica aportado por ambas compañías a sus respectivos sectores, no sería descabellado afirmar que el de la empresa bonaerense ha sido superior.

Por lo tanto, por su relevancia y trascendencia para un país en vías de desarrollo como Argentina, el emprendimiento de Cicaré no podía pasar inadvertido para la academia. El libro del ingeniero Colombano comienza a saldar esa deuda y se convierte en una obra de interés para quienes estudian la historia económica, la sociología de la innovación y la evolución tecnológica en nuestro país.

Claudio Castro¹

<https://orcid.org/0000-0001-5260-2300>

claucarcastro@gmail.com

¹ Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas.