Solange, Levinton
Solange Levinton (Buenos Aires, 1981) es una periodista argentina. Trabajó hasta 2024 en distintas secciones de la Agencia de Noticias Télam de Argentina. Es coautora del libro Voltios: la crisis energética y la deuda eléctrica publicado en 2017 y editado por Leila Guerriero. Ha colaborado en medios nacionales como La Nación, Clarín, Infobae, Editorial Perfil y con revistas internacionales como Gatopardo y Dossier de la Universidad Diego Portales de Chile.

Un sueño made in Argentina

Autor: Solange, Levinton

Libros del Asteroide
ISBN: 978-84-10-17839-7 / Rústica / 216pp | 125 x 200 cm
Precio: $ 26.500,00

A partir de la historia de una singular familia y de su arriesgada empresa, Levinton retrata la compleja realidad política de Argentina a finales del siglo xx. En octubre de 1974, poco después de la muerte de Perón y en medio de una violencia política sin precedentes, se inauguró Pumper Nic, el primer fast food de Argentina. Era una copia descarada de las cadenas norteamericanas que introdujo el concepto de comida rápida o, como anunciaba su eslogan, «una nueva forma de comer». Su fundador tenía veintinueve años y todo lo que sabía sobre montar un negocio lo había aprendido de su padre, un carnicero judío que había llegado sin nada desde Alemania huyendo de los nazis. La atrevida idea de ofrecer hamburguesas «en el país del bife de chorizo» se convirtió en un negocio millonario capaz de sobrevivir durante dos décadas atravesadas por crisis salvajes. Esta investigación, que se alzó con el III Premio de No Ficción Libros del Asteroide, reconstruye la historia de una marca que se transformó en leyenda y que encarnaba el sueño americano en el sur de Latinoamérica. A partir de las peripecias de la familia fundadora, Levinton retrata desde un original punto de vista la compleja realidad política argentina en la segunda mitad del siglo xx.

En octubre de 1974, poco después de la muerte de Perón y en medio de una violencia política sin precedentes, se inauguró Pumper Nic, el primer fast food de Argentina. Era una copia descarada de las cadenas norteamericanas que introdujo el concepto de comida rápida o, como anunciaba su eslogan, «una nueva forma de comer».