



Carta Blanca revive la ‘ChiquitiBum’: La porra más famosa de México.

- *La marca celebra uno de los símbolos más entrañables de la cultura popular mexicana, con una nueva versión de la icónica porra, una edición especial de lata temática y una colección limitada de playeras inspiradas en un año inolvidable en México, 1986.*

Ciudad de México, a 04 de junio de 2026. – Hay sonidos que no necesitan explicación, simplemente permanecen para siempre. Frases que nacen en un instante y terminan convirtiéndose en parte de la identidad de todo un país. En 1986, México le regaló al mundo una expresión llena de energía, alegría y unión: La ‘ChiquitiBum’.

En 1986, la ‘ChiquitiBum’ dejó de ser solamente una campaña de marca para convertirse en un fenómeno cultural. Su energía contagiosa salió de la pantalla y llegó a las calles, a las reuniones familiares, a esos encuentros entre amigos. Hoy, cuarenta años después, Carta Blanca sigue celebrando esos ritmos y esos rituales que han trascendido de generación en generación formando parte esencial de lo que hoy somos, un símbolo de unión de millones de voces bajo el mismo espíritu festivo y optimista que nos representa como mexicanos.

“La ‘ChiquitiBum’ nos recuerda que hay tradiciones que no pertenecen a una sola época, sino que estas mismas tradiciones se heredan, evolucionan y vuelven a sentirse aún con más pasión, reuniendo a distintas generaciones en una misma celebración” expresó Diana Lozada, Directora de Marcas Regionales y Nuevas Categorías.

Como parte de esta celebración, Carta Blanca presenta una nueva versión de la ‘ChiquitiBum’, la icónica porra que conquistó el corazón de los mexicanos, esta reinterpretación mantiene la esencia festiva y el espíritu de unión que caracterizó a la versión original, ahora incorporando una propuesta



musical más contemporánea y con un ritmo renovado lleno de energía que conecta con distintas generaciones. Esta nueva versión refleja como los mexicanos vivimos nuestra pasión: de forma auténtica, diversa y siempre de manera colectiva.

Adicional a la porra, la marca presenta una edición especial de latas inspiradas en la estética y el espíritu de 1986. El diseño recupera los elementos gráficos de esa época y los reinterpreta con una mirada actual, conectando la nostalgia de quienes vivieron ese momento con las nuevas generaciones que hacen suya esta celebración con todos sus colores, energía y estilo festivo.

En esta ocasión y por primera vez, Carta Blanca lanza en colaboración con Atlética una colección limitada de playeras conmemorativas que rinden homenaje a esta época: únicamente 1,986 piezas por diseño, numeradas y creadas para quienes quieren llevar consigo un pedazo de la historia de México a través de este objeto de colección.

Con inspiración vintage y detalles que celebran la cultura mexicana, la colección representa cómo algunos símbolos evolucionan con el tiempo, pero mantienen intacta la emoción que los hizo inolvidables.

“En los años ochenta, la ‘ChiquitiBum’ y Carta Blanca marcaron una generación al demostrar una forma muy mexicana de celebrar: con energía, unión y alegría colectiva. Más que una campaña o una porra, la ‘ChiquitiBum’ es un símbolo de como los mexicanos celebramos juntos, es ritmo, es emoción, es orgullo nacional”, señaló Carlos Rosas, Gerente de Marca Carta Blanca.

La edición especial de latas está disponible a partir de junio en todos los puntos de venta a nivel Nacional, incluyendo tiendas SIX, por tiempo limitado. Las playeras conmemorativas de colección estarán disponibles en puntos de venta de Atlética, así como en www.cartablanca.com.mx/chiquitibum y dinámicas en las redes sociales de la marca.

Con esta iniciativa, Carta Blanca reafirma su conexión con esos momentos icónicos que unen generaciones y celebra aquello que nos hace únicos como mexicanos: convertir un instante de alegría en una tradición que perdura para siempre.

Desde el 86 al 26, Somos ‘Chiquitibum’.



Sobre HEINEKEN México

Con más de 135 años en el mercado y en la preferencia de los mexicanos. Fundada en 1890, HEINEKEN México es la cervecera con más tradición en el país y parte del grupo cervecero más internacional al integrarse a HEINEKEN en mayo de 2010. A través de la estrategia de sustentabilidad “Brindar un Mundo Mejor” y sus pilares: ambiental social y consumo inteligente, logra impactar positivamente tanto en el medio ambiente como en las comunidades donde operan. Con el programa “Comunidades de Agua para Brindar un Mundo Mejor” la cervecera brinda acceso al agua a diferentes comunidades del país con diferentes acciones. La cervecera mexicana cuenta con 7 cervecerías y una maltera donde colaboran más de 17 mil personas comprometidas con la calidad para crear las mejores experiencias y brindar momentos de unión y alegría. Como una empresa multicategoría de bebidas, conforma el portafolio más amplio del mercado con marcas de cerveza, cerveza sin alcohol, ciders, y RTDs liderados por la cerveza Heineken®, y las marcas: Heineken® Silver, Heineken® 0.0, Tecate®, Tecate Light®, Tecate 0.0, Dos Equis®, Dos Equis® Ultra y Ámbar, Indio®, Sol®, Sol® Mezclas, Amstel ULTRA®, Bohemia®, Noche Buena®, Carta Blanca®, Superior®, Lagunitas®, Miller Lite®, Miller High Life®, Coors Light®, Strongbow Apple Ciders® y tiendas SIX.

Contacto de prensa

Francisco Huerta
HEINEKEN México
francisco.huertamirez@heineken.com

Karen Sandoval
Relaciones Públicas
Serna PR
Karen.sandoval@sermagpr.com