



## Midnight Generation reinterpreta la icónica ‘Chiquitibum’

**Ciudad de México, 24 junio de 2026** – Hay expresiones que nacen en un momento específico, pero que terminan por convertirse en parte del lenguaje emocional de un país. La ‘Chiquitibum’ es una de ellas. Desde su aparición en 1986, esta porra trascendió su origen para consolidarse como uno de los símbolos más entrañables de la cultura popular mexicana: una manifestación espontánea de alegría, unión y celebración colectiva.

Con el objetivo de rendir homenaje a este legado cultural y acercarlo a nuevas audiencias, Carta Blanca presenta una nueva interpretación de la emblemática ‘Chiquitibum’ en colaboración con Midnight Generation, una de las bandas mexicanas con mayor proyección de los últimos años. La iniciativa busca acercar este ícono cultural a nuevas generaciones a través de una reinterpretación contemporánea que mantiene viva la esencia de un símbolo que, por casi cuatro décadas, ha acompañado la manera en que los mexicanos celebran y se reúnen.

A lo largo de cuatro décadas, la ‘Chiquitibum’ ha acompañado celebraciones, reuniones y momentos que forman parte de la memoria compartida de millones de mexicanos. Su fuerza radica en su sencillez: un ritmo contagioso, una energía inmediata y la capacidad de reunir voces distintas en una sola expresión. Más que una porra, se convirtió en un ritual que conecta generaciones, un eco que sigue vigente en la forma en la que México celebra.

Hoy, ese legado encuentra una nueva voz en Midnight Generation. La banda mexicana retoma este ícono cultural y lo reinterpreta desde su universo sonoro, caracterizado por una propuesta fresca y profundamente conectada con las audiencias contemporáneas. Su versión de ‘Chiquitibum’ no busca reemplazar el recuerdo, sino expandirlo: transformar la nostalgia en una experiencia actual que dialogue con nuevas generaciones sin perder la esencia que la hizo inolvidable.

A través de una fusión entre el espíritu festivo original y una estética musical moderna, Midnight Generation logra tender un puente entre el pasado y el presente. Su interpretación mantiene la energía colectiva que define a la ‘Chiquitibum’, al tiempo que incorpora una sensibilidad contemporánea que la posiciona nuevamente en la conversación cultural.



“La ‘Chiquitibum’ forma parte de la memoria colectiva de generaciones de mexicanos y refleja ese espíritu de celebración y unión que también forma parte de la esencia de Carta Blanca. Con esta colaboración buscamos rendir homenaje a ese legado cultural y acercarlo a nuevas audiencias a través de una propuesta contemporánea que conserva su capacidad de conectar a las personas”, comentó Diana Lozada, Directora de la marca.

En un entorno donde las tendencias cambian a gran velocidad, el regreso de la ‘Chiquitibum’ reafirma que existen símbolos capaces de trascender el tiempo. Su reinterpretación demuestra que la cultura evoluciona y encuentra nuevas formas de conectar con distintas generaciones. Midnight Generation se suma así a la historia de este ícono, aportando un nuevo significado a una porra que, desde 1986, ha sido sinónimo de celebración colectiva.

La canción se encuentra disponible en Spotify, Apple Music y el resto de las plataformas digitales, permitiendo que nuevas y distintas audiencias se conecten con este ícono de la cultura popular mexicana desde cualquier lugar.

Asimismo, puedes ver el video oficial de esta nueva reinterpretación de ‘Chiquitibum’ por Midnight Generation, en el siguiente enlace: [https://www.youtube.com/watch?v=D3n4e4-kPZI&list=RDD3n4e4-kPZI&start\\_radio=1](https://www.youtube.com/watch?v=D3n4e4-kPZI&list=RDD3n4e4-kPZI&start_radio=1)

\*\*\*

#### **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.huertaramirez@heineken.com](mailto:francisco.huertaramirez@heineken.com)

Karen Sandoval  
Relaciones Públicas  
Serna PR  
[Karen.sandoval@sermagpr.com](mailto:Karen.sandoval@sermagpr.com)