

SOCIEDAD

Mirinda, la bebida viejuna española que triunfa en todo el mundo

Nació en nuestro país, pero Pepsi dejó de distribuirla aquí, aunque no en el resto de países, donde incluso pasa por el refresco más vendido

ESTER REQUENA |

@erequena

19 febrero 2017
00:03

A una generación ni le sonará el nombre, pero a la de sus padres seguro que decir Mirinda les supone cierta nostalgia. El refresco español era muy conocido allá por los años 50, 60 y 70... pero desapareció de los supermercados y bares de nuestro país. Y todo porque Pepsi compró la marca y al final decidió suprimir su distribución nacional (pero no en el resto de países) para potenciar su línea Kas. Sin embargo, aunque suene a bebida 'viejuna', Mirinda sigue muy presente en todo el mundo. Se estima que se encuentra en un centenar de países -incluso Etiopía-, llegando a ser el refresco más vendido en algunos de América Latina. Y no sólo tiene variedades de naranja y limón. En sus oferta ya se encuentran de manzana, uva, piña, mandarina, fresa... ¡y hasta pomelo!

Aunque no se comercialice en nuestro país, sí se puede tomar en ciertos establecimientos especializados. Y no han faltado guiños a sus botellas en series como 'Cuéntame' o en el cortometraje de Álex de la Iglesia 'Mirindas asesinas', en la que el protagonista iniciaba una serie de asesinatos tras beberse una Mirinda en un bar. Pero sus ventas en España son mínimas, ya que Pepsi decidió en los años 80 fomentar Kas en lugar de Mirinda, tras hacerse con las dos marcas patrias para competir con la oferta de Coca Cola.

Mirinda nació en España como una alternativa a la tradicional gaseosa que centraba las comidas familiares de los años 50. El nombre proviene del esperanto, puesto que su creador pasaba por una enamorado de este idioma. Mirinda significa "admirable, maravilloso". Pepsi se hizo con ella cuando recaló en nuestro país para batallar frente a Fanta. Comenzó entonces a anunciarse en televisión y lanzar campañas de todo tipo.

Muchos recordarán a la 'chica Mirinda' o cómo junto con los refrescos se entregaban los temas musicales del verano. Por entonces en vinilo. O los anuncios de Mortadelo y Filemón publicitándola. Pero luego desapareció por completo de la vida de los españoles. Y eso que sus seguidores aseguran que su secreto reside en que contiene menos gas que otras marcas. Por supuesto, su fórmula se mantiene bajo llave.

Aunque a nosotros nos suene a 'viejuna', cada vez cuenta con más seguidores en el resto del mundo. Y continúan ampliando sus sabores, aunque la Mirinda de naranja sigue siendo la reina.... como en los años 60.

