

# MINI, UN AUTO CON UNA HISTORIA GRANDE

Fue lanzado en 1959 por una estricta necesidad de ahorro de combustible, pero jamás se pensó que casi medio siglo después iba a resurgir con tanta fuerza. Un modelo revolucionario que se convirtió en ícono y que hoy es un éxito.

Texto: Sergio Cutuli / Fotos: Prensa Mini

Es cierto, el Mini que hoy en día vemos por la calle poco tiene que ver con aquel que en 1959 salió del tablero de un ingeniero británico. Sin embargo, el espíritu, la esencia, sigue siendo la misma y BMW, la marca alemana, supo revivir un ícono inglés y transformarlo en un éxito de ventas mundial, y que próximamente tendrá una nueva versión que llegará a la Argentina.

## Un poco de historia

Al repasar el origen del Mini, uno se encuentra con un pasado no muy diferente al presente que nos toca vivir, donde las automotrices comienzan a fabricar vehículos compactos con motores económicos debido a la escasez de petróleo. En 1956 aún no se pensaba que este recurso se fuera a agotar, sino que era la

Guerra de Suez la que provocaba una reducción del suministro que llegaba desde Medio Oriente a Gran Bretaña. A causa de esto, el petróleo comenzó a llegar en barco a través de la Península de Gibraltar a un precio muy alto, por lo que las ventas de autos con motores grandes cayeron. Esto llevó a la *British Motor Company* a pensar en fabricar un auto chico, de no más de tres metros de largo, espacioso en su interior y con un motor que consumiera poco. El proyecto fue denominado ADO15 y recayó en el ingeniero Alec Issigonis, quien en seis meses tuvo el prototipo listo y, casi sin quererlo, revolucionario en muchos aspectos. El Mini fue –por necesidad– el primer auto chico de producción masiva en serie en incorporar el motor de manera transversal, lo que permitió ganar espacio en el habitáculo. Se trataba de



El Mini Clubman, la "versión extendida" de este modelo, llegará al país próximamente.

A lo largo de medio siglo, el Mini evolucionó y se convirtió en un ícono, y las mujeres acompañaron esa transformación.



un impulsor de 850 cc acoplado a una caja de cambios manual de cuatro marchas; tenía suspensión independiente en las cuatro ruedas mediante conos de caucho en lugar de los tradicionales amortiguadores; su tracción era delantera, lo que le aseguró un piso plano, logrando espacio para cuatro pasajeros; contaba con neumáticos con llantas de apenas 10 pulgadas que no necesitaban grandes guardabarros, y que estaban dispuestos bien en los extremos del auto. Además, tenía bisagras de baúl, puertas dispuestas en el exterior y ventanillas corredizas, también para ganar espacio.

### El comienzo del éxito

En abril de 1959, el modelo se presentó a la prensa y en agosto salió a la venta como Austin Seven y Morris Mini-Minor, tomando dos marcas y nombres de modelos ya existentes.

Lejos de lo que se puede pensar, y de lo que esperaban sus creadores, el auto no se vendió muy bien de inmediato, ya que los que primeros accedieron a él fueron mayormente ejecutivos, estudiantes y mujeres con cierto nivel económico, y no la clase media o baja. El verdadero éxito llegó recién en 1962, año en el que se fabricaron 116.000 unidades. Las personas de bajo poder adquisitivo lo adoptaron como una buena alternativa de auto compacto; los más jóvenes lo sentían divertido de manejar por su buena velocidad final (145 km/h) y la suspensión dura que asemejaba su andar al de un karting; y las mujeres lo vieron como un símbolo de independencia en una década de cambios. Acaso la diseñadora británica Mary Quant tomó como fuente de inspiración al simpático auto y poco después armó su propia revolución al crear la minifalda.

A medida que el modelo se iba perfeccionando y ganando en comodidad, detalles estéticos y versiones, las ventas se multiplicaban. Pero aún resta sumarle otro apellido importante a esta historia, el del ingeniero John Cooper, que está ligado al lado más deportivo del Mini. Cooper fue quien le acercó a Isgonis la idea de instalar motores más potentes y fue así como en

1961 surgió el Mini Cooper, con motor de 997 cc. No sólo se vendió muy bien sino que en lo deportivo el auto comenzó a mostrarse muy competitivo, sobre todo en el Rally de Monte Carlo, donde venció en 1964, al igual que en 1965 y 1967. Esto selló su destino de gloria y comenzó a transformarlo en un ícono, elegido también por las estrellas del momento como The Beatles, el actor Peter Sellers y la actriz Brigitte Bardot, entre otros.

En todas partes del mundo se lo admiraba, así que no sólo Gran Bretaña tuvo el honor de fabricarlo, también se lo produjo en Australia, Bélgica, Chile, Italia, Portugal, Sudáfrica, España, Uruguay, Venezuela y Yugoslavia. Se lo copió, se lo imitó y nunca se lo olvidó. Se calcula que 5 millones de unidades se esparcieron por todo el planeta hasta el año 2000, en el que se dejó de fabricar. Pero las cuatro letras de su marca soportaron el cambio de siglo y le dieron vida a un nuevo proyecto.

La diseñadora británica Mary Quant tomó como fuente de inspiración al simpático auto y, poco después, armó su propia revolución al crear la minifalda.

### El nuevo Mini

"El Mini forma parte de la historia de la automoción. De algún modo queríamos aunar de manera armoniosa la emocionalidad del modelo anterior con la tecnología del futuro", declaró en 2000 Frank Stephenson, jefe de diseño que tuvo a su cargo el desarrollo del nuevo Mini. Unos 40 años después de que un colega suyo delineara el dibujo del Mini sobre un mantel, tuvo la difícil pero grata misión de devolverlo a la vida, ahora como una marca parte del



El Mini Clubman tuvo su antecedente en 1961, en una apuesta tendiente a la familia.

# TODOS POR LA SEGURIDAD VIAL

El alto índice de accidentes que acusa la Argentina depende, en el 90% de los casos, de las actitudes y decisiones erradas de quienes conducen. Como freno a esta situación cada vez más cotidiana, desde Peugeot apostamos por la educación vial, en una ardua tarea de concienciar a la sociedad sobre la importancia de estos temas.



No sólo se trata de inculcar reglas, sino de demostrar cuan útiles pueden ser éstas. De hecho, la mayoría de los siniestros pudo haberse evitado, por ejemplo, disminuyendo la velocidad ante la duda de avanzar, respetando los pasos nivel, prestando más atención al vehículo de enfrente o no obsesionándose con llegar rápido a destino.

Seguridad Vial Peugeot, que desde principio de 2007 viene trabajando en la difusión de contenidos por diferentes medios, pone a disposición numerosas herramientas que enriquecen nuestro bagaje de conocimientos. Así, en la página web ([www.seguridadpeugeot.com](http://www.seguridadpeugeot.com)) se exhiben contenidos de cuidado activo y pasivo, recomendaciones e informaciones de interés, entre otras herramientas que ayudan a evitar accidentes.

Frente a un 2008 ya signado por numerosas tragedias absurdas, Peugeot propone un cambio de paradigma en la responsabilidad de la seguridad vial. Consideramos que un buen comienzo hacia el cambio es trabajar conjuntamente, en todos los sectores, aportando políticas que prevengan estas actitudes nocivas. De este modo, cada sector, ofrecerá a la sociedad sus conocimientos y recursos, ayudará a mejorar la situación desde diferentes ángulos.

La enorme cantidad de accidentes es un problema actual y urgente; solucionarlo implica un proceso que se construye cada día. De todos depende que el camino hacia la seguridad sea lo más corto posible.

Por Stephane Levi, director de Marketing de Peugeot.



También en nuestro país, desde su llegada, el nuevo Mini Cooper se ha transformado en un éxito creciente de ventas.

Se calcula que 5 millones de unidades se esparcieron por todo el planeta hasta el año 2000, en el que se dejó de fabricar la primera generación.

grupo BMW. El primer adelanto de esta nueva generación se presentó en el Salón Internacional del Automóvil de Frankfurt 1997, pero el debut mundial llegó recién en el Salón Internacional del Automóvil de París 2000. "Es un auto de cuatro amplias plazas que expresa de modo moderno un estilo de vida urbana, y que responde a las exigencias de los clientes del nuevo milenio más allá de cualquier tendencia de moda reciente o de los gustos contemporáneos", decía por entonces el comunicado de prensa de la marca que sacudió el mercado con una propuesta innovadora que enseguida fue bien recibida.

Más grande, más potente, más equipado, con más lujo y seguridad, pero con la misión de volver a conquistar –sobre todo– a los más jóvenes, a las mujeres y a aquellos hombres con ganas de divertirse y ponerse al volante de las versiones más deportivas.

Mini o Mini Cooper comenzó a sonar fuerte de nuevo y los pedidos llegaron de todos lados, provocando que también se revalorizaran las viejas versiones de los sesenta y setenta, buscadas por coleccionistas y jóvenes que descubrieron su pasado.

En el ámbito local, la marca Mini retornó definitivamente al país en 2004, tras cinco años de ausencia y el público argentino le dio una buena bienvenida, siguiendo la tendencia mundial y mejorando las ventas año tras año. En 2007, se comercializaron

222.875 unidades de Mini en todo el mundo, con un incremento del 18.5% respecto de 2006. De ese total, 620 unidades se vendieron en la región de América Central y América del Sur, lo que implica un aumento del 29,5% en relación con el año anterior.

Estas cifras demuestran que el Mini dejó de ser un auto "masivo" para ser más exclusivo, que incluso puede personalizarse a pedido a la hora de encargarlo. De todos modos, su simpatía sigue siendo la base de su éxito y por ello es que se siguen creando versiones y ediciones limitadas, como el S, el Cabrio y el John Cooper Works, por nombrar sólo algunas. Próximamente, llegará al país la versión Clubman (que ya existía en 1961) y que es un Mini más largo con cuatro puertas, tipo "familiar" y que el año pasado ganó las calles de Europa. Comienza a escribirse así otro capítulo en esta historia que va camino de cumplir sus primeros 50 años.



¿Qué opinás sobre esta nota?  
Escribinos a [cartas@revistatigris.com.ar](mailto:cartas@revistatigris.com.ar)

