

Publicación	Entre Mayores Nacional General, 63
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	31 000
Difusión	25 222
Audiencia	75 660

Fecha	20/11/2024
País	España
V. Comunicación	2 576 EUR (2,720 USD)
Tamaño	230,63 cm² (37,0%)
V.Publicitario	713 EUR (753 USD)

Una campaña de Bleta da voz a la necesidad de mantenerse positivo y activo

Mayores de entre 60 y 92 años han participado en una iniciativa de esta *startup* que nació durante la pandemia con el fin de reducir la brecha digital entre las personas mayores

Redacción / EM

Es innegable que la situación de la pandemia originada por la Covid-19 dio lugar a nuevas formas de ver y vivir la vida, cuando nuestra rutina se tuvo que adaptar a una realidad en la que el contacto físico era un imposible. En ese contexto nació Bleta.

Con el fin de facilitar que las personas aisladas en residencias pudieran tener un mínimo contacto con su familia, había que reducir la brecha digital que nos separa de nuestros mayores y que, en aquel momento, se hizo más grande que nunca. Con ese pretexto, esta *startup* repartió más de 650 tabletas adaptadas a las necesidades de los más mayores en más de 50 centros residenciales.

Ahora, se enfrentan a un nuevo reto. Con una de las so-



Participantes que han puesto su voz a esta campaña de Bleta.

ciudades con la esperanza de vida más altas del mundo, 83 años, Bleta lucha por la concienciación de la importancia del envejecimiento activo.

El momento de la jubilación es uno de los grandes retos emocionales al que las perso-

nas se enfrentan a lo largo de su vida adulta. En muchas personas puede tener un impacto positivo, ya que supone una liberación. Pero, para muchas otras, se vuelve todo un desafío mantener un estilo de vida saludable en el momento

en que quedan carentes de una rutina laboral que guíe sus días.

Un estudio de la Universidad de Yale demuestra que mantenerse positivo frente al envejecimiento puede aumentar la vida una media de 7,5 años más. Según la OMS, las personas mayores que mantienen una actividad física regular reducen hasta en un 30% las posibilidades de muerte prematura. Y, datos de la Revista Internacional de Geriátrica y Gerontología sugieren que mantenerse activo cognitivamente y físicamente en la vejez reduce en un 40% el riesgo de padecer enfermedades neurodegenerativas. Para todo ello, el envejecimiento activo es clave.

Un grupo de diez personas de entre 60 y 92 años han decidido entonar una canción de Fito y Fitipaldes (*Antes de que cuente diez*) "para mos-

trarse positivos, ambiciosos y sobre todo activos frente al envejecimiento. Y, para concienciar al público mayor de la importancia de llevar un "envejecimiento activo", señalan desde Bleta.

El vídeo ya es viral en YouTube o TikTok y cuenta con casi 200.000 visualizaciones en poco más de una semana desde que se estrenó. En él participan personas como Roser Roca, de 92 años, una de las cantantes del videoclip, que asegura que "soy mayor, no vieja". O Antonio Pujol, al saxofón, con 76 años, que rebosa de la vitalidad que abandera la campaña. Pero, si algo tienen en común todas las personas que ponen su granito de arena para representar una realidad tan importante y necesaria como la del envejecimiento activo, "son las ganas de vivir la vida sin limitaciones y con la mayor de las energías".

Isabel García, CEO de Bleta, asegura que "el proceso no ha podido ser más divertido y el gran resultado es el mejor recordatorio de que vale la pena seguir trabajando para visibilizar la experiencia y sabiduría de personas a las que admiramos".