

Lanzamiento en Madrid de Somos Madurescentes: una nueva voz social que busca el reconocimiento de las masas

Somos Madurescentes nace con la vocación de romper con los estereotipos ligados a la edad, y de crear un colectivo al que puedan sumarse todos los que se sientan identificados con el concepto. A través de su página web y de las redes sociales, se pretende potenciar la aceptación de los madurescentes, difundir cómo son estas personas que, a medida que se van acercando a los míticos 50 años

Freud denominó Madurescencia, ya en 1914, a la etapa que transcurre entre la edad adulta y la vejez. Según datos del INE, en el año 2020, casi un 50% de la población española será madurescente. Un canta-autor del siglo XXI y una mujer de 53 años, se unen en este proyecto, luchando por defender las bondades de cumplir años.

Somos Madurescentes se dará a conocer a través de un video-clip musical que será lanzado antes del concierto de Joaquín Sabina el próximo 21 de junio en el Wizink Center de Madrid. También se verá el 22 de junio, antes del segundo concierto de Sabina en Madrid, y el 23 de junio, en el mismo recinto, en el previo al concierto de Miguel Bosé. A partir de aquí, varios recintos y festivales musicales que apoyan esta iniciativa, lo exhibirán igualmente, con el ánimo de que esta voz social se haga popular y se identifique como una “natural” etapa de la vida, previa a la vejez.

Somos Madurescentes nace con la vocación de romper con los estereotipos ligados a la edad, y de crear un colectivo al que puedan sumarse todos los que se sientan identificados con el concepto. A través de su página web y de las redes sociales, se pretende potenciar la aceptación de los madurescentes, difundir cómo son estas personas que, a medida que se van acercando a los míticos 50 años, empiezan a ser consideradas “viejas” sin que la sociedad, en general, repare en sus valores, en las inquietudes que tienen, en la experiencia que pueden aportar, así como su manera de ver y sentir la vida. Saben que los avances científicos muy probablemente les permitan superar en perfecto estado los 100 años, y no están dispuestos a que sus hijos, compañeros de trabajo, y la sociedad en general, les incluyan ya en la hasta ahora llamada “tercera edad”.

El propio Freud, en el año 1914, definió, por primera vez la adolescencia y la madurescencia como las principales etapas de transición en la vida. Pero las guerras, las epidemias y las dificultades de tiempos pasados, han hecho que solo ahora se hagan mayoritarias las primeras generaciones de madurescentes en España, nacidos durante el baby-boom, y con hitos tan dispares en sus biografías como haber vivido la dictadura, la llegada de la democracia, la crisis y el desencanto político.

Recientes estudios como el de Ipsos, hacen hincapié en que “el futuro y el presente, es de los mayores de 50”. Y es que, pese a las dificultades que rodean, sobre todo, a los madurescentes desempleados, es uno de los grupos con el mayor poder adquisitivo.

Algunos medios de comunicación están empezando a hacerse eco de los cambios producidos en el mercado por la abundancia de este tipo de consumidores: personas de más edad, con escasas obligaciones, con más tiempo libre, con ideas claras de lo que quieren y lo que no, con suficiente independencia económica...

Curiosamente, el 68% de la población madurescente no se identifica con la publicidad actual, y probablemente por ello las marcas son las primeras que han empezado a reaccionar.

Pero en el afán de que no sea el consumo quien marque nuevas normas para esta etapa de la vida, y sean los propios madurescentes los que puedan identificarse y manifestar sus intereses, Jorge Medina Lueje, canta-autor del siglo XXI, que narra en sus particulares raps, con toques de jazz, la realidad del día a día. Y Alicia García, una mujer cansada de que, desde que cumplió los 50', a ella y a su entorno se le cierren algunas puertas, han puesto en marcha este proyecto que por rompedor y pegadizo, pretende llegar especialmente a los más de 15 millones de madurescentes que ahora mismo ya viven en el país.

Lo genuino de este videoclip es que muestra gente real, perteneciente a esa franja de edad, con sus arrugas, sus gestos, su estética, todos colaboradores convencidos que se aceptan a si mismos y no se avergüenzan de las señales que el paso de los años va dejando en su vida. La letra, con una música pegadiza y diferente, habla de ellos como colectivo, sin etiquetas pero, recordando que tienen un sitio, cada vez más importante, en esta sociedad que tiende a envejecer. Algo que, según los portavoces de Somos Madurescentes, "no podemos seguir sin tener en cuenta."

Mas información sobre SOMOS MADURESCENTES en:

www.somosmadurescentes.com

<https://www.facebook.com/somosmadurescentes>

Datos de contacto:

SomosMadurescentes.com

915150710

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Sociedad Madrid Eventos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>