



Bárbara Echandi es parte de la campaña que lanzó la marca de calzado brasileño Vizzano. CORTESÍA PARA LN

Hija de Viviana Muñoz aboga por sororidad entre mujeres

La joven modelo y talentosa chef protagoniza la iniciativa 'Yo reconozco a...', que se enmarca en el mes de la Mujer

Fernanda Matarrita Ch.
fernanda.matarrita@nacion.com

El mayor reconocimiento de una mujer, viene de otra mujer, con esa premisa la marca de calzado brasileño Vizzano lanzó la campaña *Yo reconozco a...*, que se lanzó en el marco del Día Internacional de la Mujer.

Bárbara Echandi, hija de la chef y Miss Costa Rica 1991, Viviana Muñoz, es una de sus protagonistas.

Bárbara, a quien le presentamos en julio del 2020, continúa creciendo en el ámbito del modelaje. En esta campaña que promueve la solidaridad entre las mujeres (sororidad), la muchacha, de 23 años, se acompaña de otras jóvenes que han empezado a figurar en el medio costarricense, ellas son: María Fernanda Moreno, Carolina On y Fabiola Cubillo, quienes participaron en *The Finalists*, el primer *reality* de reinas de belleza del país.

Yo reconozco a... insta a to-

das las mujeres a reconocerse entre sí, con el objetivo de generar redes de apoyo que impulsen la igualdad.

En los videos, divulgados en redes sociales, se puede ver a Bárbara -estudiante de terapia de lenguaje y creadora del emprendimiento *Queque de chocolate* Bárbara-, reconocer a su amiga María Fernanda Moreno, a quien define como "un gran ejemplo de perseverancia, una mujer virtuosa, apasionada, emprendedora y de mucha constancia". Ellas empezaron juntas sus aprendizajes como modelos.

Pero no solo le dedica dichas palabras; además, Bárbara destaca a María Fernanda entregándole zapatos afines a su personalidad.

Seguidamente María Fernanda Moreno -estudiante de ciencias geográficas-, decide reconocer a su amiga Carolina On "como una mujer que persigue sus sueños y que inspira con su emprendimiento a otras mujeres a luchar por lo que quieren".

Por su parte, Carolina On -administradora pública y emprendedora en Dulces y Más Carolina-, resalta a su amiga Fabiola Cubillo "como una mujer de gran talento y que empodera a mujeres a través de las piezas que crea".

Finalmente, Fabiola Cubillo -ingeniera industrial y microempresaria en MA-AT (salidas de playa tejidas)-, elige resaltar las virtudes de Bárbara Echandi "por ser una mujer líder, con gran profesionalismo, optimista y con muy buena cuchara".



Apoyándonos entre todas podemos crecer. Tenemos que ser una nueva generación que elimina eso, el tema de la envidia, pues lo he vivido en carne propia".

Bárbara Echandi
MODELO

Mensaje. Bárbara Echandi Muñoz, quien también es nieta de doña Flora Sobrado -la emblemática Tía Florita-, dice sentirse muy feliz de crecer como modelo. Participar en esta campaña significa un paso importante para su carrera, pero más allá de esto, le alegra ser vocera de un movimiento en el que cree: la sororidad.

"Me encantó que Vizzano y grupo A me tomaran en cuenta. Hay que erradicar la envidia y los malos sentimientos

que a veces pueden existir entre mujeres. Las cuatro chicas que participamos tenemos nuestros emprendimientos, las admiro a todas. Me encantó hacer esto con amigas y poder describirnos sin necesidad de un guion. Las palabras que salieron de cada una vienen del corazón, siempre estamos ahí para nosotras", dijo Bárbara.

Como una generación joven y fresca, Bárbara confía en que juntas se pueden eliminar las rivalidades que pueden surgir entre mujeres. Además, la joven chef cree que esto se logra apoyándose y reconociendo la capacidad de las otras.

"Apoyándonos entre todas podemos crecer. Tenemos que ser una nueva generación que elimina eso, el tema de la envidia, pues lo he vivido en carne propia. Tenemos que darnos la oportunidad de conocernos, de ser personas que influyan para bien en la vida de otros. A veces sonreírle a alguien le cambia el día", añade.

Para Bárbara la sororidad y el apoyo entre mujeres se ha convertido en una forma de vida, incluso, dijo que ese es el contenido que procura compartir en sus redes sociales.

Andrea González, gerente de mercadeo de Grupo A, comentó que lanzaron esta campaña en el mes de la Mujer porque lamenta que aún, en estos tiempos, exista la rivalidad en diferentes ambientes entre congéneres.

"Es muy triste que hoy en día existan tantos celos personales y profesionales entre mujeres. A raíz de esto, el objetivo fue marcar una diferencia con una pequeña, pero emblemática campaña, que llama al reconocimiento, porque la unión hace la fuerza. Debemos parar los ataques entre nosotras. Es muy lindo aplaudir los triunfos de otras y celebrar sus alegrías", dijo González. ■