



Madrid, 29 de mayo de 2018

El sábado 2 de junio a las 13:00 horas

Divinity estrena ‘De mayor quiero ser...’, un programa creado junto a Barbie para inspirar a la nueva generación de niñas

Carme Chaparro, Vicky Martín Berrocal y Almudena Cid compartirán su experiencia profesional con tres niñas y las animarán a que sean lo que quieran ser

Animar a las niñas a no ponerse límites y a confiar en sus capacidades es el eje central del nuevo programa de televisión “De mayor quiero ser...” de Divinity y Barbie que la cadena estrenará el próximo sábado 2 de junio a las 13:00 horas.

El formato se basa en la campaña “Tú puedes ser lo que quieras” de Barbie que defiende el empoderamiento y apoyo de las más pequeñas para que alcancen todas sus metas y sean lo que realmente quieran ser. Para ello, se han destacado mujeres referentes de distintos ámbitos profesionales que sirven de inspiración a las niñas de hoy en día y que ahora a través de “De mayor quiero ser...” toman un papel protagonista.

Vicky Martín Berrocal, empresaria de moda con dos marcas propias; Almudena Cid, única deportista española que ha disputado cuatro finales olímpicas de gimnasia rítmica; y Carme Chaparro, escritora galardonada con el Premio Primavera de Novela 2017 con su opera prima ‘No soy un monstruo’, son los referentes que mostrarán a tres niñas cómo con esfuerzo y dedicación pueden llegar a conseguir todo aquello que se propongan.

Vicky Martín Berrocal: *“Es fundamental que las niñas y las jóvenes aprendan que detrás de una profesión creativa como la de ser diseñador, si quieres triunfar hay que aportar trabajo, esfuerzo y seriedad en el cumplimiento”.*

Carme Chaparro: *“Es una oportunidad maravillosa para decirles a las niñas que pueden ser lo que ellas quieran en la vida y para mostrarles ejemplos de mujeres que lo han conseguido, así tendrán un espejo en el que mirarse”.*

Almudena Cid: *“Es importante que los referentes no sean siempre los mejores, sino que sean diferentes, especiales y se atrevan a luchar por lo que creen”.*

A través de estos casos de éxito profesional femenino, Barbie y Divinity quieren que las niñas tomen conciencia de todo su potencial y que descubran que no existen barreras, destacando la importancia de contar con referentes positivos en su vida.

“Desde su creación en 1959, el propósito de Barbie ha sido desarrollar la creatividad de las niñas a través del juego e inspirarlas a imaginarse lo que pueden llegar a ser. Este programa nos permite ir más allá y mostrarles referentes femeninos que han conseguido destacar en sus áreas profesionales” ha señalado Ruth Henríquez, responsable de Marketing de Mattel.

Estas mujeres reales que representan distintos modelos para las niñas jugarán un papel esencial en el programa que, en opinión de Sergio Calderón, director de Divinity, *“contribuirá a ensalzar el peso fundamental que las mujeres tienen en la sociedad y a ofrecer esta primavera el mayor número de horas de producción propia de un canal temático en abierto. A través de la ternura e inocencia de las niñas, vamos a viajar juntos por los sueños y demostrar que con constancia, visualización y empeño, pueden cumplirse”.*

El programa cumplirá así con el objetivo de Divinity y Barbie de inspirar a las nuevas generaciones en sus cuatro entregas.