

Škoda da la vuelta a “Bicycle face”, la enfermedad ficticia que impedía que las mujeres fueran en bicicleta

- › En el siglo XIX la bicicleta dio independencia y libertad a las mujeres y la sociedad intentó evitarlo creando una enfermedad ficticia llamada “Bicycle face” o “cara de bicicleta”
- › Un proyecto fotográfico impulsado por Škoda durante la Vuelta Femenina by Carrefour redefine este concepto con retratos de mujeres ciclistas tomados por las fotógrafas Naïke Ereñozaga y Laura Ortiz de Zárate
- › Škoda es Colaborador Oficial de la carrera y ha patrocinado el maillot verde de la clasificación por puntos, reafirmando su apoyo al ciclismo femenino en un año en el que la Vuelta Femenina by Carrefour ha separado sus fechas de la prueba masculina, ampliando su duración y distancia
- › Las imágenes ya están disponibles en www.bicycleface.com

Madrid, 10 de mayo de 2023 – La relación entre la mujer y la bicicleta en ocasiones no ha sido fácil, pero se ha ido consolidando hasta el momento actual: hace unos días finalizó la primera Vuelta Femenina con victoria de Annemiek van Vleuten tras una última etapa épica en uno de los escenarios míticos del ciclismo en España: Lagos de Covadonga.

Para celebrar este buen momento del ciclismo femenino, Škoda, Patrocinador Oficial de la Vuelta Femenina by Carrefour.es, ha realizado durante la carrera un proyecto fotográfico llamado “Bicycle Face”, un nombre que se refiere a una enfermedad ficticia inventada en el siglo XIX para las mujeres que montaban en bicicleta al que Škoda ha querido darle “la vuelta”:

¿Cuál es el origen “Bicycle Face”?

Cuando en el siglo XIX se empezó a popularizar el uso de la bicicleta entre las mujeres, estas pudieron por fin salir solas de su hogar sin tener que pedir a nadie que las llevara. De hecho, la bicicleta se convirtió en un medio popular entre las sufragistas. Esa independencia y esa libertad que la bicicleta otorgaba a las mujeres incomodó a algunos sectores de la sociedad que intentaron impedirlo a toda costa, hasta el punto de inventarse una enfermedad ficticia.

Inventarse una enfermedad era una manera de infundir el miedo entre las mujeres que usaban la bicicleta, y a esa enfermedad se la llamó “Bicycle Face”, un síndrome que solo afectaba a las mujeres y que provocaba síntomas físicos y psicológicos como la aparición de ojeras, la masculinización de los rasgos, depresión, insomnio o hasta problemas para ser madre y amamantar a los bebés.

El proyecto fotográfico

Con el proyecto fotográfico impulsado por Škoda durante la Vuelta Femenina by Carrefour.es, se ha querido redefinir, de forma positiva qué significa en 2023 "Bicycle Face": la cara de esfuerzo al superar una cuesta, la satisfacción de terminar la primera contrarreloj o, en otras palabras, la cara del empoderamiento sobre dos ruedas.

Con este objetivo, desde el principio de la competición, las fotografías deportivas Naike Ereñozaga y Lara Ortiz de Zárate se han enfrentado a un reto: sacar retratos en movimiento de las ciclistas en plena carrera para mostrar todas las caras de la competición. Como explica Naike Ereñozaga: "Yo he sido testigo de lo que ha costado que el ciclismo femenino llegara hasta aquí. Hemos avanzado mucho, pero queda mucho por recorrer" y Laura Ortiz de Zárate reconoce que "Es un honor poder formar parte de este proyecto, ser parte del cambio, y tener la oportunidad de inmortalizar estos momentos de lucha en carrera que representan la actitud femenina".

Las imágenes ya están disponibles en www.bicycleface.com

Con este proyecto, Škoda España reafirma su compromiso con el deporte como motor para la igualdad en la sociedad. En palabras de Fidel Jiménez de Parga, director general de la marca en España, el ciclismo está en el ADN de Škoda desde su nacimiento, y actualmente Škoda colabora con las mejores pruebas ciclistas del mundo como esta primera Vuelta Femenina. „Apostamos firmemente por la igualdad en la sociedad y pensamos que el deporte es un área muy importante donde también tiene que verse reflejada. En Škoda hace años que trabajamos en esta línea, y además de en el ciclismo femenino también estamos presentes en otro de los deportes más relevantes de nuestro país como el fútbol, con nuestro patrocinio de los equipos femeninos del RCD Espanyol y Valencia CF”, añade.

Škoda es Colaborador Oficial de la Vuelta Femenina by Carrefour.es y, además de patrocinar el maillot verde de la clasificación por puntos ha cedido 31 coches de diferentes modelos para el apoyo organizativo y logístico de la carrera.