

Llega a Madrid la exposición del proyecto fotográfico impulsado por Škoda: “Bicycle Face”

- › En el siglo XIX, la independencia que tenían las mujeres gracias a la bicicleta fue vista como una amenaza por algunos sectores de la sociedad. Para evitar su uso inventaron la enfermedad ficticia llamada “Bicycle Face”
- › El proyecto fotográfico del mismo nombre impulsado por Škoda durante la Vuelta Femenina by Carrefour redefine el término retratando los diferentes rostros de la competición a través del objetivo de Naike Ereñozaga y Laura Ortiz de Zárate
- › Una selección de estas imágenes se expone hasta el 14 de octubre en la tienda Escapa Madrid

Madrid, 15 de septiembre - La inauguración de la exposición fotográfica del proyecto “Bicycle Face”, impulsado por Škoda, se ha celebrado en el espacio de la tienda Escapa Madrid, que acoge esta muestra durante un mes. La presentación ha contado con la presencia de Laura Ortiz Zárate, una de las fotógrafas del proyecto, y Miguel Piwko, director de marketing de Škoda.

¿Qué es „Bicycle Face“?

En el siglo XIX se popularizó el uso de la bicicleta como medio de transporte entre las mujeres, gracias a esta podían salir solas sin depender del transporte familiar. La bicicleta se convirtió en un medio de transporte muy utilizado por las sufragistas, que la veían como una herramienta para ganar independencia.

Esta libertad fue vista como negativa por algunos sectores de la sociedad, que se apresuraron a inventar una enfermedad asociada al uso de las bicicletas por las mujeres. El “Bicycle Face” o “Cara de bicicleta” trataba de infundir miedo entre las mujeres con síntomas físicos y psicológicos como la aparición de ojeras, masculinización de rasgos, depresión, insomnio o hasta problemas para ser madre y amamantar a los bebés.

La exposición es el resultado de un proyecto impulsado por Škoda que plasma el trabajo de las fotógrafas deportivas Naike Ereñozaga y Laura Ortiz de Zárate que, a través de sus cámaras, han querido redefinir el concepto de “Bicycle Face” mostrando los rostros de las ciclistas en esta competición femenina de élite.

“Bicycle Face” ya no será nunca más un término despectivo, sino que representará 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 en mente, las fotógrafas deportivas Naike Ereñozaga y Laura 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 Laura Ortiz de Zárate:” Ha sido un honor trabajar en un proyecto que tiene por objetivo mostrar el esfuerzo en la carretera de las ciclistas y las satisfacciones que da este deporte. Llevo años en esta profesión y es un orgullo acompañar a las corredoras en su lucha diaria para que el reconocimiento de este deporte siga avanzando en la sociedad inmortalizando su esfuerzo”

Miguel Piwko, director de marketing de Škoda, afirma: “Desde Škoda estamos firmemente comprometidos con el ciclismo y con el deporte femenino. Creemos que el deporte puede ser un factor clave como motor para seguir avanzando hacia la igualdad, y esta exposición muestra el espacio cada vez mayor que ocupa en nuestra sociedad”

Škoda y el deporte

Škoda tiene una larga relación con el ciclismo, cuyos valores forman parte del ADN de la compañía desde que naciera en el año 1895 en un taller de bicicletas. Actualmente la marca checa apoya dos de las principales pruebas de ciclismo a nivel mundial, como son el Tour de Francia y La Vuelta, desde 2004 y desde 2010, y este apoyo se extiende también al ciclismo femenino con la colaboración con La Vuelta Femenina by Carrefour y la Itzulia Women.

Además, Škoda, patrocina los equipos femeninos y masculinos de RCD Espanyol o Valencia CF.

Exposición Bicycle Face

Durante el próximo mes se podrá disfrutar de esta exposición gratuita en la tienda de Escapa, Madrid Av. del Llano Castellano, 15, 28034 Madrid.

Contacto

Javier Arenas

Jefe de Prensa de Comunicación de Producto

javier.arenas@skoda.es

Škoda Auto

- › Está liderando la nueva década con éxito a través de la estrategia NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030
- › Aspira a convertirse en una de las cinco marcas que genera más ventas en Europa antes de 2030, con una atractiva gama de modelos en los segmentos de entrada y otros modelos eléctricos.
- › Se está convirtiendo en la principal marca europea en los mercados clave de crecimiento como la India y el Norte de África.
- › Ofrece actualmente a sus clientes doce modelos de turismos: los modelos FABIA, RAPID, SCALA, OCTAVIA y SUPERB, así como los modelos KAMIQ, KAROQ, KODIAQ, ENYAQ, ENYAQ COUPÉ, SLAVIA y KUSHAQ.
- › Vendió más de 731.000 vehículos a clientes de todo el mundo en 2022.
- › Forma parte del Grupo Volkswagen desde hace 30 años. El Grupo Volkswagen es uno de los fabricantes de vehículos más exitosos del mundo.
- › Fabrica y desarrolla de forma independiente no solo vehículos, sino también componentes como sistemas de baterías MEB, motores y transmisiones en asociación con el Grupo.
- › Opera en tres centros en la República Checa; adicionalmente con capacidad de producción en China, Eslovaquia y en la India, principalmente a través de asociaciones del Grupo, así como en Ucrania con un socio local.
- › Proporciona empleo a más de 40.000 personas a nivel mundial y está presente en más de 100 mercados