



EFFEKT PIORUNUJĄCY



Nawet w dwudziestym pierwszym wieku fascynują nas osiągnięcia techniczne z poprzedniego stulecia. Modne są także tamte przedmioty, sztuka a nawet idee, klimaty szalonych lat sześćdziesiątych. Nastąpiła też moda na stare samochody. Podziwiamy ich kształty, rozwiązania techniczne i to „coś” co fascynuje i powoduje, że nie możemy o nich zapomnieć. Nasza pracownia miała okazję wykonać ciekawe zlecenie związane z kultowym samochodem tamtej epoki Buick Riviera, rocznik 1964.





PROJEKT

Przyjechał do nas piękny, amerykański samochód z epoki, kiedy nie trzeba było oszczędzać a człowiek cały czas był ważniejszy od pojazdu. Firma Allegro postanowiła odnowić i przystosować to cudo do swoich potrzeb reklamowych. Powstał plan całkowitej renowacji pojazdu, a nam powierzono zaprojektowanie i wykonanie grafiki na całej karoserii. W przedsięwzięciu brało udział kilka firm. Nam dostarczono zdemontowaną karoserię na kołach. Inne firmy w tym czasie zajmowały się odnawianiem chromowanych elementów, remontem silnika, tapicerką i elektroniką. Jednak zanim nam dostarczonono auto, wykonaliśmy serię projektów. Priorytetem było umieszczenie logotypu



firmy Allegro oraz Moto Allegro w widocznym miejscu, ale nie tak aby dominowało. Oczekiwano pomysłu graficznego pasującego do pojazdu, jednocześnie na tyle uniwersalnej grafiki, aby również dzisiaj robiła wrażenie. Zapropono-

waliśmy serię pomysłów nawiązującą do stylistyki lat sześćdziesiątych. Wymagało to od nas zagłębienia się w amerykańskiej prasie samochodowej, na stronach fanatyków starych samochodów. Inspiracji szukaliśmy też w przyrodzie, w zjawiskach naturalnych; sztormy, wulkany, burze, itp. Pojawiły się też kultowe płomienie w formie uproszczonej i realistycznej, podziały graficzne, nawiązujące do naturalnej linii pojazdu i załamań karoserii. Ostatecznie został wybrany projekt z piorunami biegną-





cymi przez cały pojazd. Błyskawica została wymodelowana zgodnie z bryłą auta, omijając nadkola i zostawiając miejsca na logotypy reklamowe klienta. Powstało kilka wersji tego projektu aż uzyskaliśmy ten ostateczny, o ogromnej wymowie symbolicznej, kojarzący się z siłą i potężną energią.



SZABLONY

Ponieważ naszemu klientowi zależało na całkowitej zgodności pracy z zatwierdzonym projektem, zdecydowaliśmy się na użycie szablonów do głównego kształtu błyskawic. Dodatkowo szablony gwa-



rantowały ostre krawędzie błyskawic. Przed wykonaniem szablonów długo studiowaliśmy kształt, kolorystykę i rodzaje wyładowań atmosferycznych. Okazało się, że są bardzo podobne do korzenia roślinnego lub koryta rzeki. Najjaśniejszy jest błysk główny, wokół którego występują mniej świecące rozwidlenia. Te słabsze odnogi nie są w stanie "podświetlić" otoczenia, więc są ostrzejsze. Natomiast promień główny jest tak silny, że oświetla



otaczające go niebo i chmury, nie ma krawędzi. Dodatkowo część promieni występuje przed chmurami a pozostałe za nimi. Wszystko to tworzy przestrzeń, którą trzeba przenieść na karoserię.



Wykonaliśmy rysunek wektorowy błyskawic w skali 1:1 i całość wycieliśmy na specjalnych foliach szablonych przeznaczonych do lakierowania. Następnie folie, według rysunku, zostały naklejone na karoserię Buicka a szczeliny między nimi, oraz miejsca nielakierowane zostały dokładnie zamaskowane. Teraz, wstępny rysunek błyskawicy mogliśmy pomalować białym lakierem bazowym.



MALOWANIE

Po wyschnięciu białej bazy ostrożnie zdemontowaliśmy jednorazowe szablony i zaczął się wyłaniać bardzo ostry rysunek błyskawicy. Kolejnym



krokiem było zeszlifowanie brzegów powstałych po szablonie. Zrobiliśmy to papierem 1500 na mokro. Teraz, po wymyciu i wysuszeniu całej powierzchni, mogliśmy dokładnie zamaskować niemaltowane części samochodu. Po pracach remontowych, w zakamarkach pozostało wiele zanieczyszczeń i strumień powietrza mógłby je wydobyć na zewnątrz. Poza tym lepiej się maluje gdy odkryty jest tylko obszar malowany, łatwiej obserwuje się postępy pracy. Przy okazji, maskowanie to jest przydatne, przy końcowym lakierze bezbarwnym.



Błyskawica składa się z wielu barw które „świecą”, można powiedzieć, że są „pod prądem”, a „namalowanie prądu” to zadanie raczej abstrakcyjne. Zatem kolejnym krokiem było pomalowanie rdzeni głównych błyskawicy tak, aby „świeciły”. Użyliśmy do tego celu tej samej, białej bazy, ale nakładanej od ręki, pistoletem mini z dyszą 0,8 mm. Tym spo-



sobem pomalowaliśmy też niektóre z mniejszych rozgałęzień. Powstał wstępny efekt świecenia błyskawicy uzyskany za pomocą kontrastu pomiędzy strumieniami światła. Znaleźliśmy się na etapie poprawnie wykonanej, czarno - białej pracy. Przyszedł czas na kolor. Teraz, zgodnie z układem błysków, nakładaliśmy kolejne warstwy lakieru. Od głębokich błękitów, poprzez fiolety i turkusy aż do jasnego błękitu znajdującego się najbliżej błysku.



Podczas tych zabiegów zostały jednocześnie zamalowane białe rozgałęzienia błysków. Dzięki temu uzyskaliśmy „mapę” rozświetlonego nieba przez błyskawice. Czystą biel pozostawiliśmy tylko na najmniejszych odgałęzieniach. Tak przygotowaną pracę wyczyściliśmy powietrzem z osadzonego, suchego odkurzu lakierniczego i zabezpieczyliśmy cienką warstwą lakieru bezbarwnego. Po ponownym zmatowieniu całości auta na mokro jeszcze bardziej wyrównaliśmy powierzchnię gotową do następnych czynności. Teraz użyliśmy pędzelków o długim,



miękkim włosiu i białym lakierem bazowym wzmocniliśmy wszystkie błyskawice cienkimi liniami o zróżnicowanej szerokości. Dało to "piorunujący efekt", podobny do rozpalonego drucika wolframo-



wego w żarówce. Następnie, ponownie błysk główny został pomalowany białą bazą, mini pistoletem, od ręki. Natomiast kolorem fioletowym i różowym zaakcentowano najgorętsze miejsca, centrum błysku. Z uwagi na długotrwałe pokrywanie karoserii różnymi kolorami, jaśniejszymi od oryginalnej czerni auta, częściowo utracony został kontrast pomiędzy piorunami a tłem. W tym celu zostały skontrolowane oryginalnym lakierem krańcowe części obrazu oraz tła pod przyszłe logotypy. Kontrast został przywrócony. Pozostało jeszcze nałożyć logotypy. Wycieliliśmy odpowiednie szablony

wymagały szczególnej gładkości. Po uzyskaniu absolutnie matowej i równomiernej powierzchni praca wymagała ostatecznej oceny i tylko teraz można było cokolwiek uzupełnić lub poprawić. Na tym etapie, przed położeniem ostatecznej warstwy lakieru bezbarwnego poprosiliśmy klienta o odbiór części malarskiej pracy, gdyż od tej chwili nie były możliwe



i nałożyliśmy je w miejscach uzgodnionych w projekcie. Dwa logotypy były dwukolorowe, więc nakładanie kolorów odbywało się cyklicznie. Po demontażu szablonów całe auto ponownie zostało pokryte tym razem grubszą warstwą lakieru bezbarwnego. Rozpoczął się etap żmudnego i ostrożnego szlifowania karoserii. Największy problem stanowiły ślady po pracy pędzelkami, te miejsca



wymagały szczególnej gładkości. Po uzyskaniu absolutnie matowej i równomiernej powierzchni praca wymagała ostatecznej oceny i tylko teraz można było cokolwiek uzupełnić lub poprawić. Na tym etapie, przed położeniem ostatecznej warstwy lakieru bezbarwnego poprosiliśmy klienta o odbiór części malarskiej pracy, gdyż od tej chwili nie były możliwe





BUICK RIVIERA 1964r.

liczba drzwi: 2
 długość: 5283 mm
 szerokość: 1943 mm
 wysokość: 1346 mm
 rozstaw osi: 2972 mm
 masa: 1901 kg
 pojemność skokowa: 6969 cm
 moc: 340 KM
 moment obr.: 583 Nm
 silnik widlasty, liczba cylindrów: 8
 hamulce przód / tył: bębnowe
 skrzynia biegów: automatyczna

żadne poprawki. Następnie dla komfortu pracy zdemontowaliśmy maski i drzwi. Zaczęły się standardowe prace lakiernicze. Kilka warstw lakieru i mizolne, ręczne szlifowanie na mokro papierem 2000. Każdy lakiernik wie jak to przebiega i ile to pracy. Ostatni etap to polerowanie, na szczęście 90% to polerka maszynowa. Zmiany pasty, gąbek w maszynie i ostatecznie mleczko polerskie. Po zakończeniu i odbiorze opisanych prac auto przejęli blacharze, tapicerzy i fachowcy od nagłośnienia. Na efekt końcowy musimy jeszcze trochę poczekać ale już teraz widać "piorunujący efekt". Z pewnością odnowiony, amerykański Buick Riviera z 1964 roku będzie wydarzeniem na naszym rynku tuninowym i reklamowym. Oby nie rozpętał kolejnej, "zimnej wojny". Zapraszamy zatem do oglądania naszej „błyskawicy” na pokazach i imprezach reklamujących firmę Allegro na terenie całego kraju.

Andrzej Karpiński

dziękujemy za współpracę organizacyjną
 Adamowi Gertgowi i Jakubowi Czarneckiemu



AIRBRUSH & DESIGN · KARPIŃSKI
 SPECJALISTYCZNA PRACOWNIA REKLAM NA POJAZDACH

WWW.AIRBRUSH.COM.PL

60-185 SKÓRZEWO, UL. MOROWA 23, TEL. 0 61 8143544

