automotive news
Kiadta a Smarter Média Kommunikációs Ügynökség (https://news.smartermedia.hu)

Kihirdették a győztest a Lexus nyilvános autótetováló versenyén

Miután idén tavasszal nagy sikert aratott a Claudia De Sabe brit tetováló művész által feldíszített Lexus UX, a márka úgy döntött, hogy nyilvános pályázatot ír ki egy újabb UX különleges testfestésére. A beérkezett pályamunkák közül Kyra Cleeton grafikusét valósították meg.

A Lexus neve mára egybeforrt a művészetekkel, hiszen a luxusautókat gyártó japán prémium márka régóta támogat művészeti rendezvényeket, kiállításokat, illetve rendre megtalálja a módját, hogy a Lexus márkanevet összekösse a magas színvonalú művészeti teljesítménnyel.

Tavaly például a Párizstól 50 kilométerre lévő **Chateau de Chantilly**-ban, az akkor ötödször megrendezett Chantilly Arts & Elegance Richard Mille rendezvényen mutatkozott be a megújult Lexus RX modell, illetve a nézőket zsűrizésre felkérve itt tartották a UX Art Car dizájnverseny eredmény hirdetését.

Az UX 2020-ban is remek médiumnak bizonyult a grafikusművészek számára. Először *Claudia De Sabe* tetováló művész **készítette el** művét az UX fémtestén, majd ezt követte egy olyan nyilvános pályázat, amelyet a Lexus írt ki az UX karosszériájának speciális „megfestésére” és amelyen bárki indulhatott, ha kedvet érzett magában.

A közönségverseny győztese *Kyra Cleeton* maga is grafikus, és az elkészült autót életnagyságban látva úgy vélte, hogy *„az UX karosszériája életre kelti a munkámat.”*

Ennek a munkának az alapja az amerikai indián őslakosok törzsi jelrendszere volt, s a döntőben összesen hét másik versenyző alkotásával kellett megmérkőznie, ahol a szavazást egyenes kieséses rendszerben, a Facebook-on és az Instagramon tartották. A 19 éves Kyra elképzeléséről professzionális fotósorozat készült.

A Kyra által alkotott mintát egy speciális összetételű átlátszó fóliára vitték fel, majd gondosan rásimították az UX karosszériájára.

Az indián motívumok nem csupán véletlenszerűen szerepelnek az elkészült műben, mindnek jelentése van. Az álomrabló például olyan talizmán, amely az indián hitvilág szerint megóv a rossz álmoktól.
A nyilak többféle üzenetet is hordozhatnak attól függően, hogy merre mutat a hegyük. Ha balra, akkor a gonoszt hivatottak elijeszteni, amikor pedig jobbra, akkor a védelmet jelentik. A lefelé mutató nyílvessző a békét szimbolizálja. A fejdísz a bátorságot és az erőt testesíti meg. Népszerű elem a farkas is, amely az indián őslakosok számára az erős vezetői hajlamot és a spirituális állatvilágot jelképezi.

Kyra elmondása szerint nem egy életnagyságú UX-en dolgozott, hanem a laptopján, s ez komoly kihívást jelentett. Folyamatosan zoomolgatnia kellett ugyanis a tervezőprogramban, hogy egy-egy elkészült részlet után egészében is megnézhesse az arányokat és felmérje az összhatást. *„Nagyon sokat tanultam a tervezés során a méretekről, arányokról, s ehhez különösen jó alany volt a Lexus UX, amelynek karosszériája tele van ívekkel és törésekkel”* - tette hozzá.

Kyra azért is nagyon örül, hogy részt vett a versenyen, mert a Lexus-szal elért sikere felhívja a figyelmet grafikusi munkájára, illetve ajtókat nyithat meg előtte a szakmai előrelépés során.

Scott Brownlee, a Lexus PR és közösségi média igazgatója értékelte a dizájnversenyt: *“A sok beérkezett alkotás hatalmas mennyiségű inspirációról és kreativitásról árulkodott. A versenyt a közösségi médiában is nagy figyelem övezte, sokan szavaztak a döntőbe került nyolc pályaműre. Kyra munkája megérdemelten lett győztes, hiszen a Lexus UX fémkarosszériáján remekül valósította meg a hagyományos testfestő művészet trükkjeit.”*

Fotók: *Lexus*

Forrás:
https://news.smartermedia.hu/nemzetkozi-hirek/kihirdettek-gyoztest-lexus-nyilvanos-autotetovalo-versenyen