

“Como un traje a medida”: el camuflaje del Audi Q6 e-tron prototype

- **Diseño y artesanía se combinan en la decoración de camuflaje del nuevo SUV de propulsión eléctrica de Ingolstadt**
- **El objetivo es reflejar de forma abstracta y reforzar visualmente el carácter del modelo que próximamente iniciará su producción en serie**
- **El diseñador, Marcos dos Santos: “La decoración sirve como medio para transformar la tecnología en un lenguaje visual cautivador que genere debate”**

Madrid, 31 de julio, 2023 – Cada diseño es único: desde que Audi desveló el e-tron en 2018, la marca de los cuatro aros ha estado decorando prototipos y modelos únicos con vinilos individuales. Es el llamado “livery design” de Audi, visto recientemente en el S1 Hoonitron y en el coche de exhibición de Fórmula 1. Más de 20 vehículos han recibido este tipo de decoración exterior especial, todos ellos diseñados por Marco dos Santos, responsable de Diseño de Marca de Audi. Su última visión decora ahora el Audi Q6 e-tron prototype. El creador utiliza sus últimos vinilos para explicar la filosofía que hay detrás del expresivo diseño, cómo hacer visible la tecnología y los retos a los que se enfrenta un diseñador.

“El lenguaje de diseño de Audi da un paso más con el Q6 e-tron, y queríamos dejarlo claro en la decoración del prototipo”, explica dos Santos. “La arquitectura y el carácter de un vehículo son siempre únicos y también lo es el diseño de cada vinilo. Siempre se empieza por decidir qué elementos del modelo se quieren resaltar y enfatizar”. Aunque el nuevo proyecto también se inspira en elementos de diseño anteriores, como el color rojo neón que se utilizó en la memorable decoración del Audi e-tron prototype en 2018, cada proyecto abre un nuevo capítulo. “En Audi, la tecnología y el diseño están estrechamente unidos y forman una sola entidad. A medida que nuestras tecnologías se vuelven más potentes y precisas, esto también es visible en nuestro diseño, la elección de materiales y la narración de historias”, añade dos Santos.

Según dos Santos, los vinilos decorativos traducen los elementos técnicos del vehículo en un lenguaje visual fácil de recordar. *“Básicamente, nos hace que queramos iniciar una conversación con la decoración del coche”. Lo que hace que el lenguaje de diseño sea único es que esta conversación puede mantenerse a escala mundial. “Ciertas cosas se perciben de forma diferente en los distintos países; pero al final, el diseño funciona en todas partes... o en ninguna”.*

Las formas se entrelazan para enfatizar los elementos clave

En el caso del Audi Q6 e-tron, los grandes gráficos identifican a primera vista el vehículo como un prototipo que, en opinión de dos Santos, se encuentra *“siempre en un campo de tensión muy especial. Cuando se trata de un prototipo, los vinilos de decoración y camuflaje crean oportunidades para que conversemos sobre el diseño, que en realidad sigue en gran medida en secreto. Esto nos permite mantener una cierta confusión, mientras concretamos ciertos aspectos”.*



En la decoración especial del Audi Q6 e-tron prototype destacan las líneas nítidas y de alto contraste. Los gráficos radiales a gran escala en color fucsia brillante se encuentran con una detallada malla geométrica y rayas en plateado. Las formas fluyen suavemente entre sí, enfatizando los elementos clave de la arquitectura del vehículo. El panel inferior de los estribos se separa de la carrocería en color blanco, acentuando la filosofía e-tron de Audi, que sitúa la conducción sin emisiones en el centro del diseño. Las llantas de cinco brazos y la parrilla Singleframe también son completamente blancas. Las inserciones en rojo neón, denominadas “e-tron Powerstripes”, realzan la zona superior de los estribos laterales. Como zona en la que va alojada la batería, hacen referencia al corazón del vehículo totalmente electrificado.

Otra elegante línea de color rojo neón recorre la parte trasera y resalta los blister quattro, los contornos de la carrocería sobre los que se soportan los inclinados montantes traseros. Los blister recuerdan al Audi quattro original y son un elemento central del ADN de diseño de Audi. “Hacer visible la tecnología” es el lema de este principio de diseño de la marca de los cuatro aros. Una estrecha malla recorre el borde superior de la carrocería, confiriendo al vehículo un perfil muy tecnológico. La zona acristalada está completamente separada de la carrocería con el uso del color negro, excepto los pilares D.

“Los vinilos de decoración tienen que funcionar en 360 grados”

El proceso de diseño de los vinilos es similar para todos los vehículos. A partir de renders detallados de los diseñadores de exteriores, el equipo trabaja conjuntamente para decidir qué elementos componen el modelo y en qué partes de la carrocería hemos de centrar la atención. El objetivo es reflejar de forma abstracta y reforzar visualmente el carácter del modelo. *“La idea original siempre tiene que seguir siendo el principio rector”.*

Es entonces cuando comienza realmente el proceso de diseño de dos Santos: *“Sólo necesito esa conexión entre la cabeza, el lápiz y la mano”*, explica el diseñador. Con muchos bocetos dibujados a mano en papel, la visión se traduce finalmente en el vehículo utilizando software de imagen y gráficos. El coche se cubre completamente de vinilos, un proceso que dura varios días debido al alto nivel de meticulosidad y precisión que requiere. *“Este es el momento de la verdad, porque las líneas que antes parecían rectas ya no lo son en absoluto en la carrocería debido a sus numerosas esquinas y bordes”*, añade dos Santos.

Durante esta fase del trabajo, *“se desechan muchas cosas, se repiensen y se rediseñan”*. En el proceso, dos Santos siempre tiene que tener en cuenta cómo verá después la gente su diseño. *“Nunca sabes desde qué ángulo mirará una persona el Audi Q6 e-tron por primera vez. No es como en una película con una cámara, en la que puedes decidir si enfocas primero esta parte y luego aquella. El vehículo es una escultura. La decoración tienen que funcionar en 360 grados, alrededor de todo el coche, todo el tiempo”*.

Al final, cuando el diseño de se haya adaptado perfectamente a las distintas geometrías del coche, dos Santos habrá creado un traje a medida para el modelo.

Acerca de Marco dos Santos: Marco dos Santos nació en Múnich en 1987, de madre alemana y padre brasileño. Tras graduarse en el instituto, estudió diseño interdisciplinar en su ciudad



natal. Trabaja para Audi en Diseño de Marca desde 2014, centrándose principalmente en los modelos e-tron, la IA y el motorsport. Más allá del mundo del automóvil, también trabaja como diseñador freelance creando logotipos, productos y carteles, así como portadas de álbumes para artistas con discos de oro y platino en la industria musical.

Comunicación de prensa Audi

Dirección Comunicación y RR.EE. Audi

E-mail: nacho.gonzalez@audi.es

E-mail: alejandro.martin@audi.es

Información y fotos en las websites de prensa de Audi

<http://prensa.audi.es>

<https://www.audi-mediacycenter.com>

El Grupo Audi es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas de mayor éxito en el segmento Premium y de lujo. Sus marcas Audi, Bentley, Lamborghini y Ducati producen en 21 plantas distribuidas en 12 países. Audi y sus socios están presentes en más de 100 mercados en todo el mundo.

En 2022, el Grupo Audi entregó a sus clientes 1,61 millones de automóviles de la marca Audi, 15.174 vehículos de lujo de Bentley, 9.233 deportivos de la marca Lamborghini y 61.562 motocicletas de la marca Ducati. En el año fiscal 2022, el Grupo AUDI alcanzó una facturación de 61.800 millones de euros y un beneficio operativo de 7.600 millones de euros. El Grupo Audi emplea a nivel mundial a más de 87.000 trabajadores, 54.000 de ellos en Alemania. Con sus atractivas marcas, nuevos modelos, ofertas de movilidad innovadoras y otros servicios pioneros, el grupo continúa avanzado sistemáticamente en su objetivo para convertirse en un proveedor premium de movilidad sostenible e individual.
