

Historia SEAT-a w kolorze. Zobacz zdjęcia z archiwum marki

Dzisiejsza technologia umożliwia kolorowanie czarno-białych zdjęć i nadawanie starym obrazom nowego znaczenia. Dzięki pracy zespołu specjalistów materiały z drugiej połowy lat 50. przechowywane w archiwum SEAT-a można oglądać w kolorze. Dochowano wszelkich starań, aby zrekonstruowane nagrania odzwierciedlały rzeczywiste barwy i ducha historii.

Chociaż pierwszy film wykorzystujący innowacyjną technologię Technicolor, „Becky Sharp”, powstał w 1935 roku, wielobarwne obrazy rozpowszechniły się dopiero po wielu latach - do Wielkiej Brytanii i większości Europy technologia ta dotarła w 1967 roku wraz z transmisją telewizyjną z turnieju tenisowego Wimbledon. W Polsce kolorowe transmisje telewizyjne rozpoczęły się pod koniec 1971 roku. W Hiszpanii po raz pierwszy w kolorze transmitowano Konkurs Piosenki Eurowizji dwa lata wcześniej, w 1969 roku. Do tego czasu kamery wideo nagrywały tylko w czerni i bieli, dlatego wiele filmów z archiwum dokumentów SEAT-a pozbawionych jest jakiegokolwiek koloru. Ale to również należy już do przeszłości.

Historyczne archiwum SEAT-a

Archiwum SEAT-a obejmuje 193 739 dokumentów, zdjęć i filmów – wszystkie przechowywane są zgodnie z restrykcyjnymi procedurami.

– *W naszych zbiorach znajdują się różnorodne materiały, od papieru, slajdy, po taśmy audio i wideo, dlatego musimy kontrolować warunki ich przechowywania. Opieramy się na rozwiązaniach, których skuteczność potwierdzają liczne certyfikaty* – wyjaśnia Isidre López, szef kolekcji samochodów zabytkowych SEAT-a. Archiwum stale się powiększa, dlatego podjęto decyzję o cyfryzacji wszystkich dokumentów. To właśnie w trakcie tego procesu, przy wykorzystaniu najnowocześniejszych technologii, oryginalnie czarno-białe zdjęcia zyskały barwy.

Historyczna czerwień milano i piaskowy beż

Kolory pozwalają nam docenić szczegóły, które w czerni i bieli pozostają niezauważone. Dostrzegamy cienie, ekspresję i światło, odkrywamy gamę kolorów daleko wykraczającą poza czerń, biel i szarość. Co więcej, pomagają nam lepiej zrozumieć różnice między epokami i zmiany, które zaszły. – *Wcześniejsze modele SEAT-a występowały w czerni, zieleni inspirowanej barwą mchu, kolorze ciemnoniebieskim, czerwieni milano czy w odcieniu tytoniu z Havany. Z biegiem lat karoserie stawały się jaśniejsze, zyskiwały barwę księżycowej szarości, wodnej zieleni, kości słoniowej, musztardy czy piaskowego beżu* – mówi López.

Koloryzacja krok po kroku

Za koloryzację archiwalnych materiałów z lat 50., czyli wczesnego okresu istnienia marki, odpowiada specjalizująca się w postprodukcji firma Sinedie z siedzibą w Madrycie. Stosuje ona czasochłonną technikę barwienia złożoną z dwóch faz – cyfrowej i ręcznej. Najpierw specjalny algorytm zwiększa rozdzielczość obrazu i go interpretuje, dostarczając cennych informacji o kolorze. Po tym etapie następuje praca ręczna. – *Aby lepiej oddać rzeczywisty kolor każdego elementu w filmie, oddzielamy go od klipu, maskujemy resztę i kolorujemy klatka po klatce. W ten sposób osiągamy bardziej wyraziste*

barwy, a efekt jest wierny rzeczywistości – wyjaśnia Pablo Cambronero, kierownik projektu w Sinedie. Zgodność z rzeczywistością była głównym celem zespołu odpowiedzialnego za projekt. Cała wcześniejsza dokumentacja SEAT-a, oryginalne próbki i archiwa, a także rady Isidre Lópeza, miały kluczowe znaczenie. – Dzięki dokładnemu odwzorowaniu kolorów filmy te zyskały nieocenioną wartość historyczną i sentymentalną – komentuje López.

Historia ewolucji

Dzięki najnowocześniejszym rozwiązaniom możemy zobaczyć szare obrazy przeszłości w nowym świetle, ale jednocześnie odkryć w nich wiele z teraźniejszości. W przypadku SEAT-a zmiana na przestrzeni lat jest ewidentna – w pierwszym roku produkcji wytwarzano pięć samochodów dziennie, a fabryka zatrudniała nieco ponad 900 osób. Dziś oprócz znacząco wyższego poziomu produkcji, filary marki stanowią design i innowacyjność.

– Inwestycje w badania i innowacje opracowywane w Centrum Technicznym oraz jasno określona strategia globalnego rozwoju popychają firmę do przodu. Jednak niektóre rzeczy nigdy się nie zmieniają: wartości marki, jej zdolność adaptacji i pragnienie ciągłego doskonalenia wciąż pozostają takie same – wyjaśnia López.

KONTAKT DLA MEDIÓW:

Jakub Góralczyk

tel.: +48 61 62 73 063 | kom.: +48 690 406 063,

Jakub.Goralczyk@seat-auto.pl | www.seatmedia.pl | twitter.com/SEATMedia_PL

Biuro prasowe | Walk PR

Matylda Żemajtis | kom. +48 572 571 130

Wojciech Wołk-Łaniewski | kom. +48 797 970 431

seat@walk.pl | www.seatmedia.pl | twitter.com/SEATMedia_PL

SEAT Media Portal