

INFORME SOBRE HABILIDADES EN 3D

Informe elaborado por It's Nice That en colaboración con Adobe

It's Nice That ✕ **Adobe**

Octubre de 2022



1

Capacidades de 3D

Página 4-15



2

Demanda de 3D en el sector

Página 16-25

3

El futuro del 3D

Página 26-41



Introducción

En los últimos años, los sucesos acontecidos en todo el mundo han acelerado el proceso de digitalización. La búsqueda de nuevas formas de expresar sus ideas en el primer mundo digital ha llevado a una nueva generación de artistas a sumar habilidades en 3D a sus kits de herramientas creativas.

El resultado ha sido una explosión de mundos fantásticos envolventes, avatares increíblemente realistas y subversiones hiperrealistas del mundo que conocemos. Además, los expertos aseguran que el metaverso, una red de mundos en 3D virtuales, interactivos y sociales, desempeñará un papel clave en nuestro futuro digital, por lo que es probable que este solo sea el principio.

En medio de este gran auge, hemos querido hacer balance de lo que está ocurriendo y del rumbo que podría tomar el diseño en 3D. ¿Qué factores han impulsado esta tendencia, hasta qué punto se está reflejando en los informes de los clientes

y qué papel desempeñará el 3D en los sectores creativos del futuro? Gracias a la encuesta realizada a un grupo de casi 90 de los principales diseñadores en 3D de toda Europa, hemos obtenido respuesta a estas preguntas. Les pedimos su opinión sobre todas las áreas de la especialidad, para poder ofrecerte sus reflexiones en un informe sin precedentes sobre la irrupción del diseño en 3D en distintos sectores.

En este informe, elaborado por Adobe e It's Nice That, se profundiza en las capacidades de 3D, la demanda de habilidades en 3D, y el futuro del 3D y la creatividad. Hablaremos con expertos en la materia, como Loulou João, Tomorrow Bureau y Random Studio, y proporcionaremos información sobre nuestra nueva suite de herramientas de 3D: Adobe Substance 3D.

La revolución del 3D ya está aquí. Sigue leyendo para saber cómo garantizar la validez de tu carrera profesional o el éxito de tu equipo en el futuro.



1 | Capacidades de 3D





Desde mundos envolventes de colores llamativos hasta extraordinarios avatares, los límites de lo que se puede hacer en diseño en 3D están en constante expansión. Los talentos emergentes no dejan de sorprender al sector y es normal preguntarse: “Pero ¿cómo lo hacen?”.

En este capítulo, hablamos con la talentosa y pionera artista Loulou João, profundizamos en cómo están adquiriendo los artistas las habilidades en 3D y analizamos si todos se enfrentan a las mismas barreras de acceso.

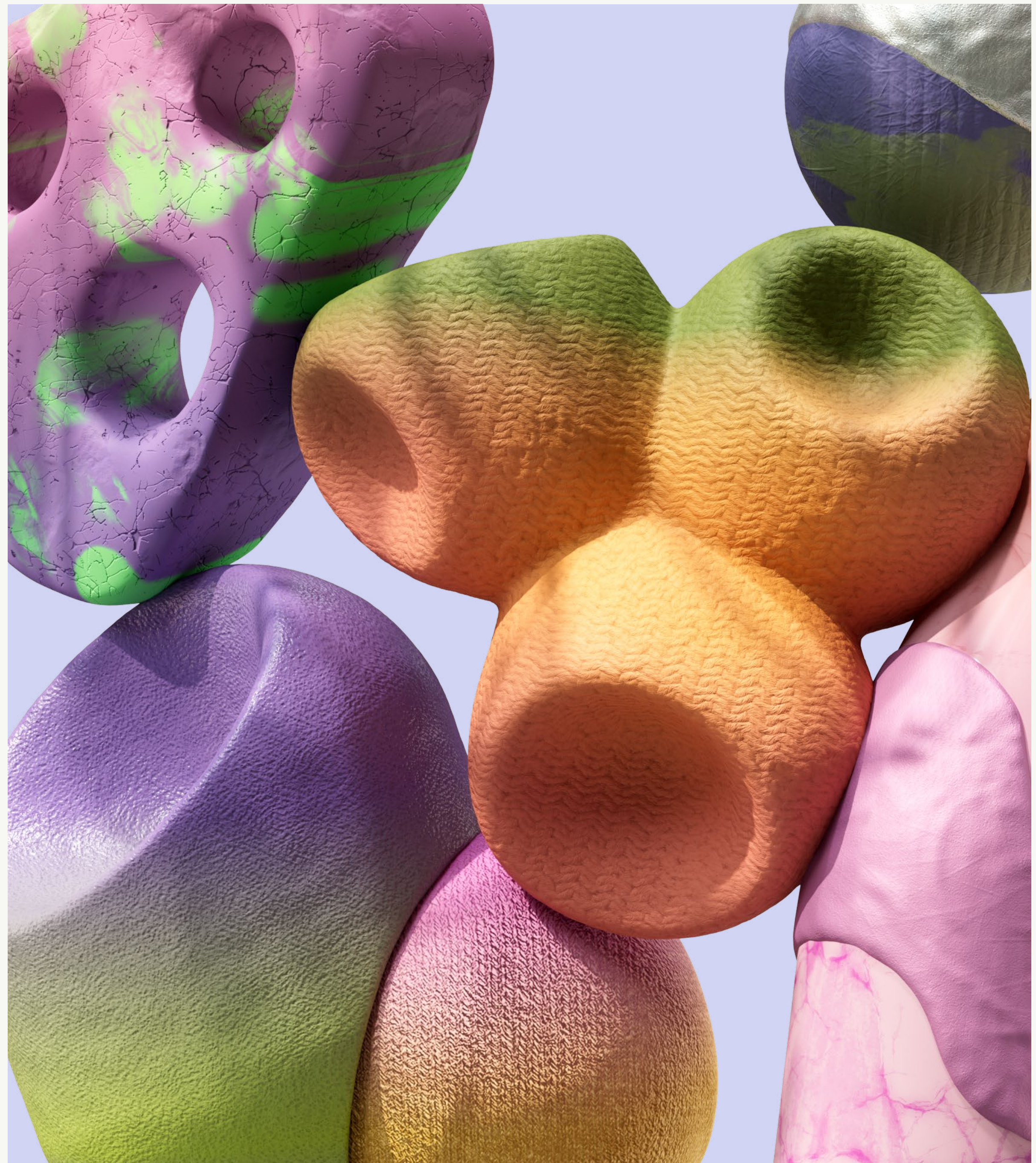
El 70 % de los creativos con habilidades en 3D son autodidactas

Más de dos tercios (70 %) de los artistas encuestados con conocimientos en 3D son autodidactas. Menos de un cuarto (24 %) adquirió las habilidades en 3D en la universidad y el resto las desarrolló en el trabajo o a través de un curso a tiempo parcial.

La habilidad de diseño más común (88 %) entre los encuestados es el modelado

De entre los creativos encuestados que ya poseían habilidades en 3D, el 88 % tiene conocimientos de modelado; el 84 %, de representación; y el 81 %, de iluminación y texturizado. La animación, la fotografía virtual y el diseño de videojuegos son otras habilidades en 3D que dominan los encuestados.

De entre estos creativos con conocimientos en 3D, el 40 % querría aprender iluminación y texturizado; el 36 %, animación; y el 35 %, modelado.





La curva de aprendizaje en el diseño en 3D no es tan pronunciada como cabría esperar. El 61 % de los 88 creativos encuestados calificó la dificultad al adquirir habilidades en 3D como “media”. Un cuarto (26 %) la calificó como “difícil” y solo el 2,5 % la calificó como “muy difícil”.

Sin embargo, la falta de tiempo es el mayor obstáculo para mejorar las competencias en diseño en 3D. El 78 % de los encuestados sostuvo que es importante desarrollar habilidades 3D, pero que a menudo les falta tiempo para hacerlo.

LA DESIGUALDAD DE GÉNERO EN EL DISEÑO EN 3D

El mundo del 3D
sigue dominado
por los hombres

El 78 % de los creativos afirmó que hay más hombres que mujeres en el mundo del diseño en 3D. Los encuestados expusieron una serie de razones por las que pensaban que esto podía ser así, entre ellas las siguientes:



Falta representación femenina y no binaria en el sector tecnológico en general, debido a que se les excluye de los campos tecnológicos desde pequeñas.

La falta de referentes en el diseño en 3D: no hay suficientes tutores con identidad femenina y no binaria, lo que puede provocar una sensación de síndrome del impostor.

Los sectores en los que se ha centrado el desarrollo del diseño en 3D (efectos especiales y videojuegos) también están dominados por los hombres.

El sexismo en las prácticas del diseño en 3D (por ejemplo, el uso de mujeres representadas desnudas como punto de referencia del diseño).

Esteriotipos (por ejemplo, “es una cosa de frikis”).

Las expectativas de género y el control masculino (por ejemplo, “es demasiado técnico”).

“Puede ser difícil para una mujer sentirse bienvenida en el ‘club tecnológico de los chicos’”, opinó un artista de 3D.



PyR CON LA ARTISTA

Con Loulou João,
Gante, Bélgica

Sin duda, una de las artistas de 3D más sorprendentes del momento es Loulou João. Sus paisajes oníricos en 3D de tonos chicle, llenos de personajes extravagantes y objetos nostálgicos, juegan con el medio de una forma nunca antes vista. En contraste con su estética, las creaciones en 3D de Loulou a menudo exploran temas complejos: desde la inseguridad y el síndrome del impostor hasta la hipersexualización de las mujeres pertenecientes a la diáspora africana.

Loulou, que se graduó hace menos de dos años, ya ha trabajado para marcas mundiales como BMW, MTV y Spotify. Junto con su agente, Jolene Lloyd Jones de Snyder, Loulou se sienta con It's Nice That para hablar de cómo empezó a trabajar en el 3D y de por qué ha sido tradicionalmente “cosa de chicos”.



P ¿Cómo empezaste a trabajar en 3D?

R Loulou: Estudié ilustración en la universidad. En la carrera, hice sobre todo grabado en blanco y negro, nada de color. Me gustaba el grabado, pero no lo veía como un trabajo a tiempo completo. Mi pareja se dedicaba a la arquitectura y me introdujo en el diseño en 3D. Me dijo que debía iniciarme en el software en 3D.

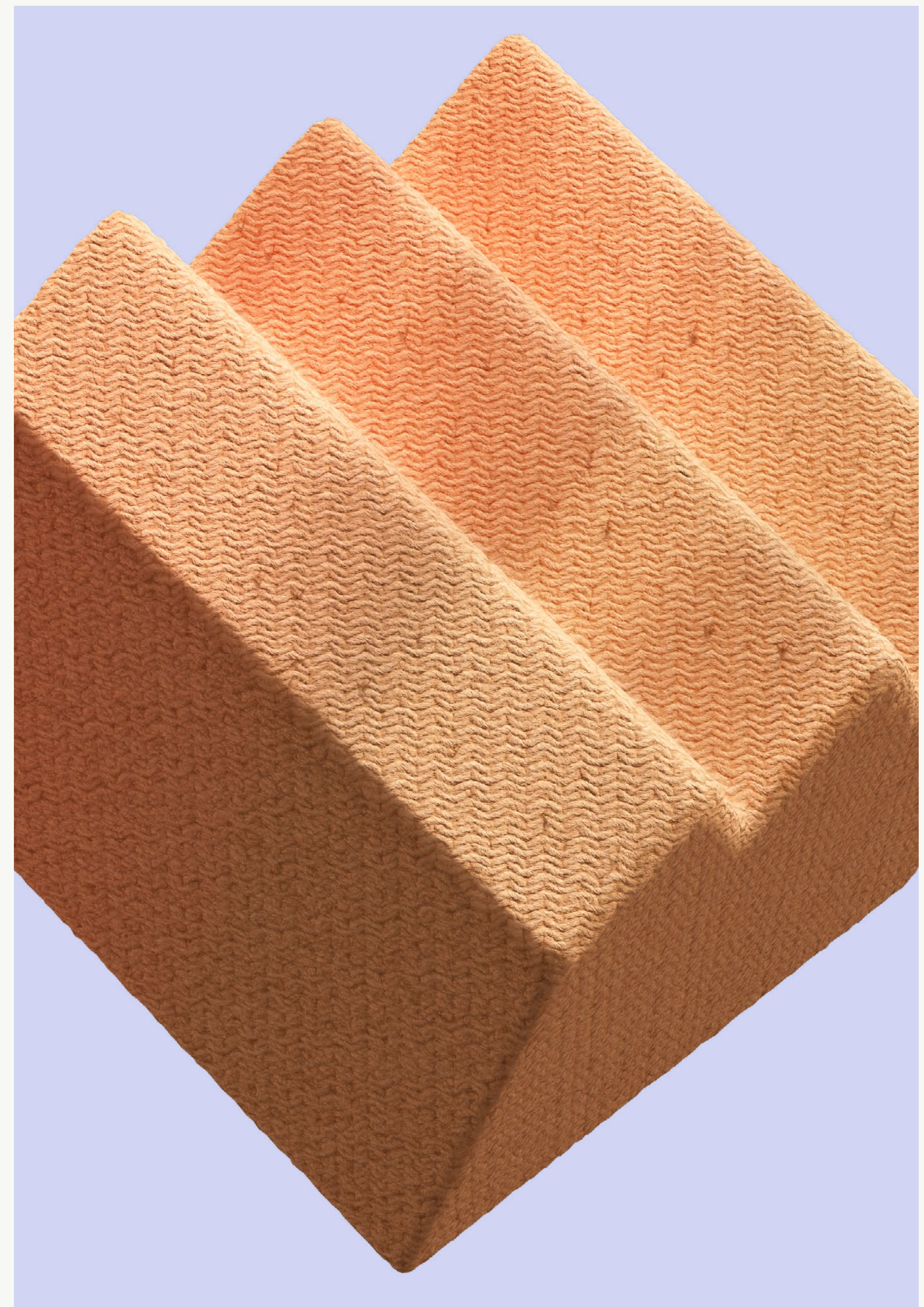
P ¿Qué impresión te causó?

R Loulou: Al principio me decía a mí misma: “Odio este programa, ¡nunca voy a poder trabajar con esto!”. Después de graduarme, me pasaba todo el día buscando tutoriales en YouTube y me lo tomaba como un trabajo. Después de tres meses, me desenvolvía totalmente con los programas.

P ¿Qué te motivó a aprender 3D?

R Loulou: Es como si crearas tu propio universo. Con el dibujo, todo se queda en el papel, mientras que el 3D es una experiencia más envolvente. También crecí viendo programas infantiles en 3D, como *Barbie* y *Bratz*, y jugando a videojuegos. El 3D era algo nuevo y siempre me pareció muy interesante.

Me encanta que se pueda utilizar el arte en 3D para otros fines: puedes convertir tu obra en una escultura, en activos para un videojuego o imprimirla en 3D, por ejemplo. Hay muchas maneras de utilizar el arte en 3D, lo que me resulta muy divertido.





P Según nuestra encuesta, aprender a manejar el software de 3D es solo medianamente difícil. ¿Estás de acuerdo?

R Loulou: Sí, porque hay muchos tutoriales en internet. Si no tuvieras acceso a ellos, sería muy difícil, pero hay una comunidad 3D tan grande que puedes aprender mucho en YouTube por ti mismo durante tu tiempo libre.

Creo que lo más difícil es tener disciplina para seguir trabajando. Lo interesante del 3D es que, si tienes una idea, puedes tomar numerosos caminos para llegar al mismo resultado; a menudo hay un camino difícil y otro más sencillo para crear tu visión. En muchas ocasiones, no he sido capaz de encontrar una solución y he acabado llorando y pensando: “¡Nunca conseguiré dominar esto!”.

P Cuéntanos más sobre la comunidad 3D.

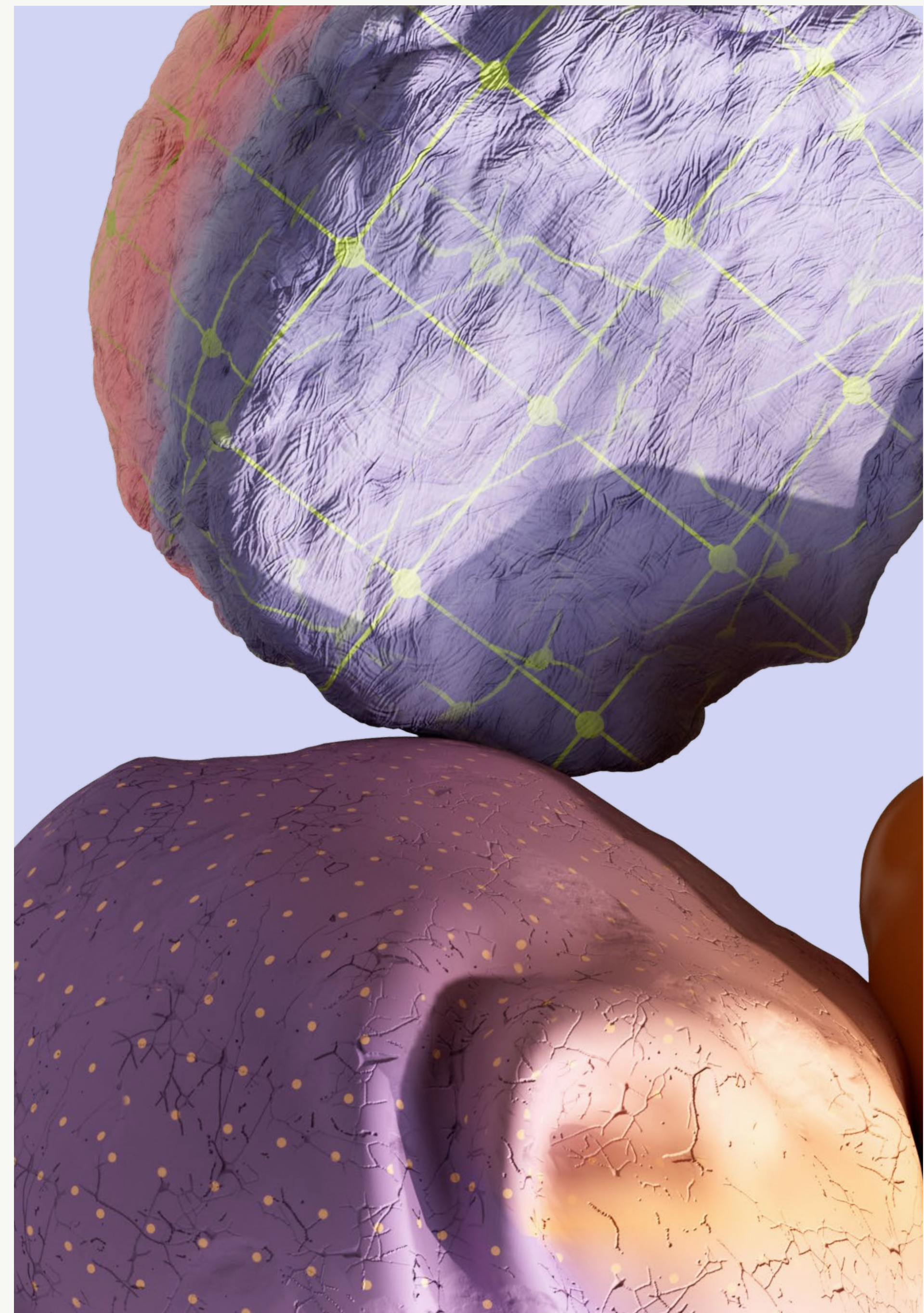
R Loulou: Hablo con muchas personas de vez en cuando, sobre todo en Instagram. Nos aconsejamos sobre cómo hacer ciertas cosas. El camino de animación que estoy tomando yo tiene un estilo más cursi, es un nicho diferente, pero he encontrado a otras personas que lo hacen también. A veces, nos reunimos para intercambiar consejos y trucos, lo cual se agradece bastante.

R Loulou: Tengo un archivo visual de cómo es mi mundo y a menudo leo libros de filosofía, que lo ponen todo en marcha. Tengo una mente muy visual, así que, si leo algo inspirador, lo traduzco en imágenes en mi cabeza.

Creo que también es importante que la gente sepa, sobre todo en lo relativo a la animación, que no es algo que pueda hacer sola, ya que es un proceso muy complejo que requiere mucho trabajo. Ahora, trabajo siempre con mi marido, que ha dejado su empleo para que podamos dedicarnos a esto juntos. Por lo general, propongo conceptos y un panel conceptual, y él empieza a modelar, de modo que, si bien lleva mi nombre, la ejecución visual es en gran medida una colaboración.

Jolene: No se puede entregar un trabajo en 3D tan rápido como una ilustración en 2D, y muchas veces los clientes no entienden por qué. Como agente, tienes que educar a los clientes sobre el trabajo que conlleva una obra de arte en 3D.

Muchas veces los clientes no entienden el trabajo que requiere una obra de arte en 3D o una animación. Es bastante raro que un proyecto grande o uno de tamaño medio lo haga una sola persona. Instagram y otras plataformas de redes sociales han servido para dar visibilidad a todos los participantes y para dar a conocer su nombre, especialmente en aspectos como la animación si se tiene en cuenta el diseño de sonido, la producción, etc. Incluso los agentes hemos tenido que perfeccionar nuestras habilidades y formarnos a medida que ha aumentado la demandad de esta oferta.





P ¿Por qué crees que el arte y el diseño en 3D son tan populares en este momento?

R Jolene: Una enorme cantidad de clientes nos ha solicitado diseños en 3D. La gente ansía un universo sobrenatural, porque el nuestro no ha sido el mejor en los últimos años. El mundo de Loulou es el lugar perfecto al que escapar.

P ¿Crees que el arte en 3D es un sector dominado por los hombres?

R Jolene: El arte y la animación en 3D siempre han sido un mundo de hombres, con imágenes muy brillantes y crudas. Hicimos un esfuerzo consciente para no buscar ese tipo de artistas de 3D como agencia, pero nos costó.

Loulou: Todo lo relacionado con la tecnología está dominado por los hombres, y en el 3D se da el mismo problema. A las chicas no se les dice que también pueden hacerlo ni se las anima a crear ese reloj de alta tecnología. Por tanto, no están motivadas o simplemente no creen que puedan hacerlo. Pero creo que eso está cambiando.

CONCLUSIONES

Aprendizaje autodidacta

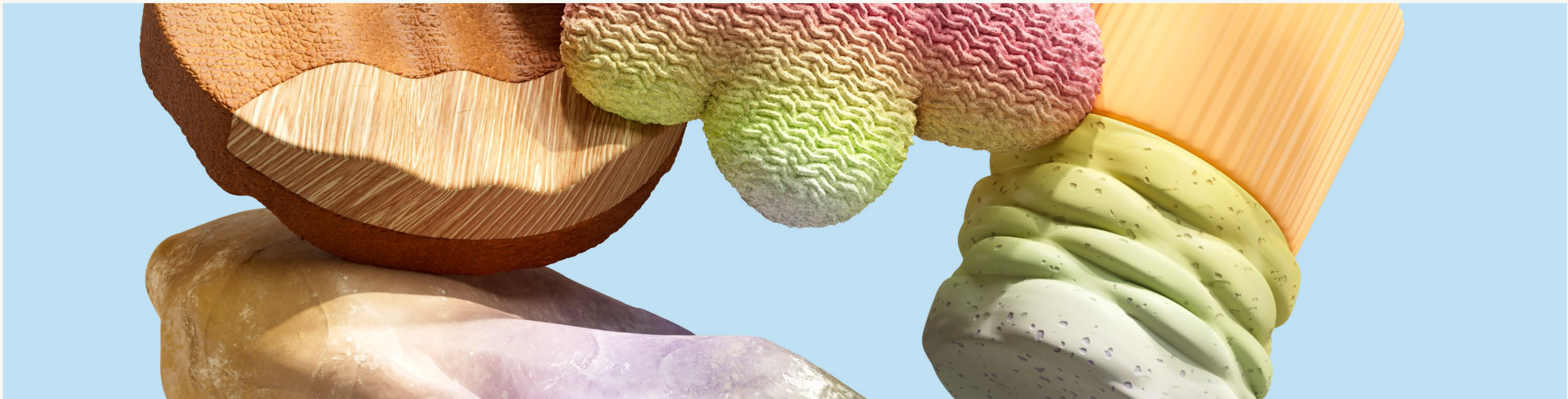
Las capacidades de 3D se adquieren mayoritariamente de forma autodidacta, ya que el 70 % de los creativos encuestados afirma haber aprendido su oficio de esta manera. Desarrollar estas habilidades tiene una dificultad “media”, debido a la gran comunidad online que comparte tutoriales y consejos gratuitos. Sin embargo, el aprendizaje requiere mucho tiempo y la falta de este es la principal razón por la que los creativos no consiguen dominar el 3D.

Trabajo en equipo

Hay muchas habilidades diferentes en el campo del 3D y el trabajo puede ser muy laborioso, particularmente en el caso de la animación en 3D. Por ello, los creativos deben estar dispuestos a colaborar en los proyectos. Al mismo tiempo, los clientes deben ser conscientes de la cantidad de trabajo que supone.

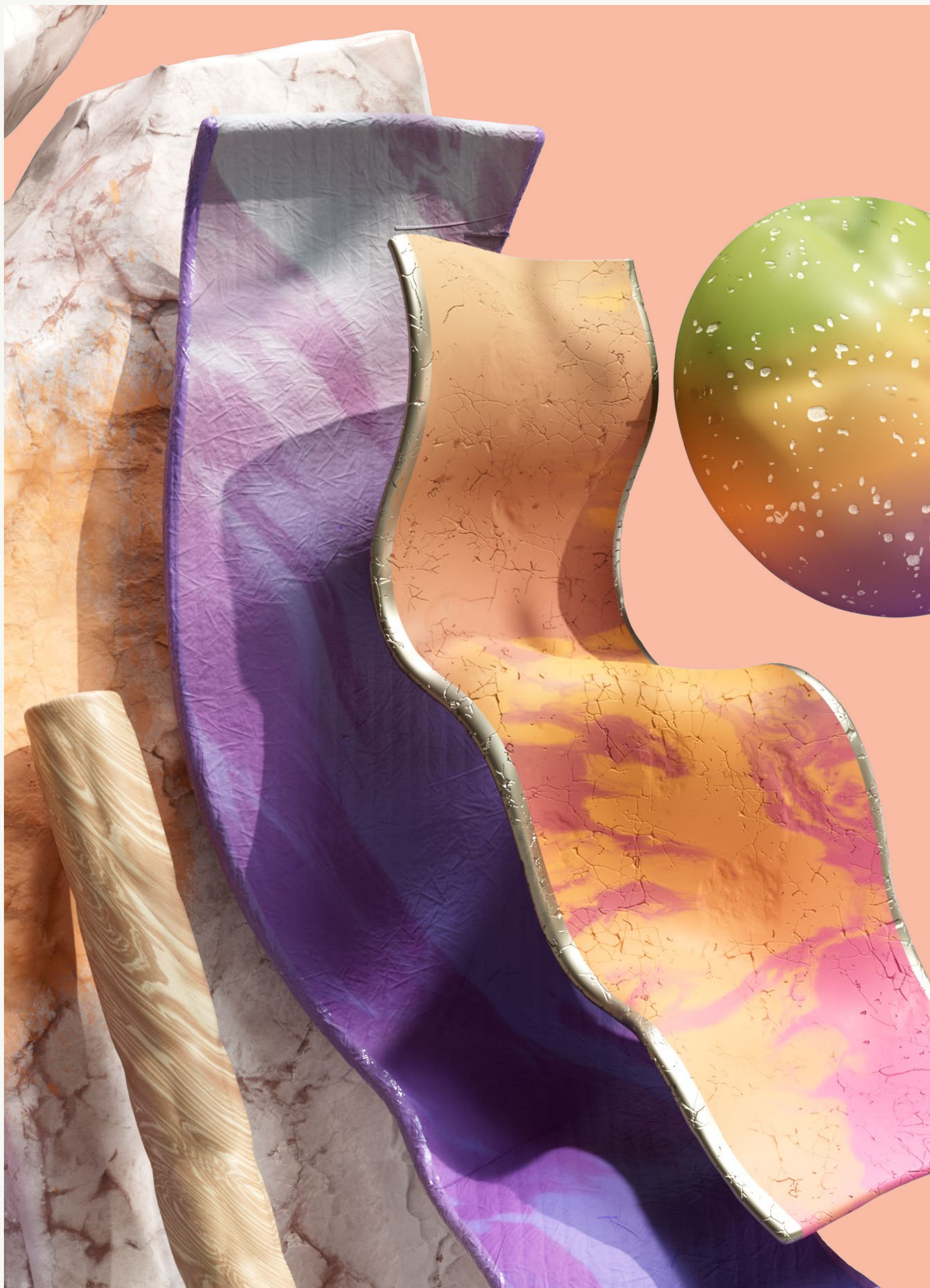
Menor desigualdad de género

El 3D está dominado por hombres según el 78 % de los creativos encuestados. Los motivos son diversos: desde el machismo que ha caracterizado tradicionalmente al medio hasta la falta de representación en la tecnología en general. Pero, a medida que el arte en 3D gana popularidad, se suman más mujeres y personas no binarias. La entrada de perspectivas más diversas en este campo está contribuyendo a ampliar los límites de lo que se puede hacer en 3D.



2 | Demanda de 3D en el sector



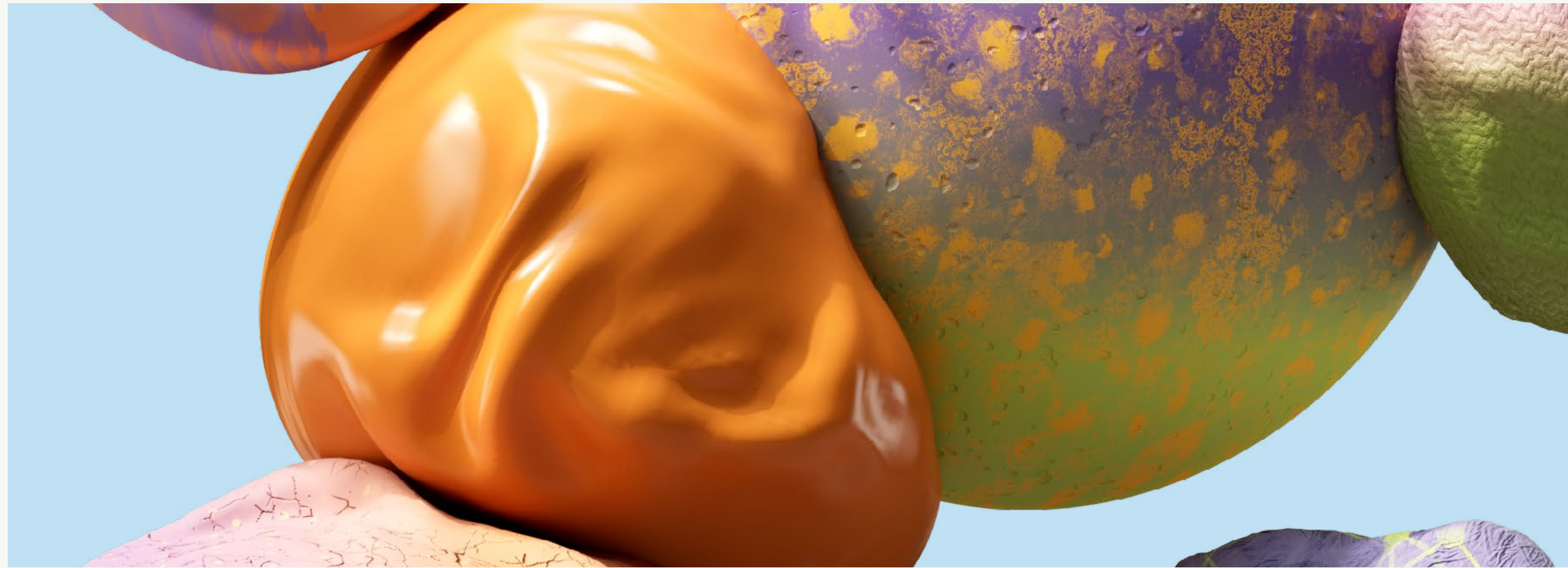
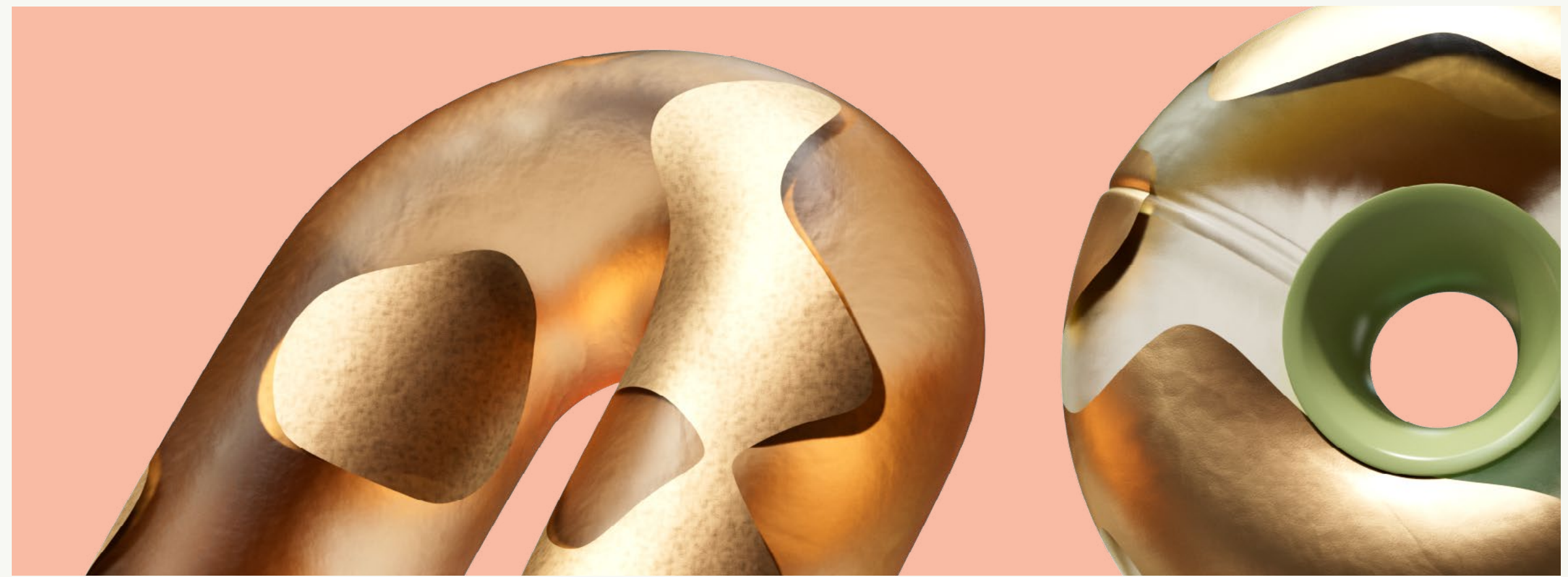


El diseño en 3D puede resultar apasionante desde el punto de vista creativo, pero es difícil determinar qué tipos de trabajos hay más allá de los campos tradicionales, como los videojuegos y los efectos especiales. Vamos a analizar la demanda actual de habilidades en 3D en los sectores creativos y cómo los responsables de la toma de decisiones creativas, como Jack Featherstone de Tomorrow Bureau, están creando equipos para satisfacerla.

63 %

Existe una gran demanda de habilidades en 3D

De los creativos independientes encuestados, el 63 % afirmó que hay una gran demanda de habilidades en 3D, lo que significa que tienen que rechazar clientes y proyectos debido al elevado volumen de trabajo que reciben. Entre los artistas internos, el 80 % afirmó que los clientes solicitan conocimientos de 3D al menos cinco veces al año. Casi un tercio (33 %) aseguró que los requieren al menos 30 veces al año.



64 %

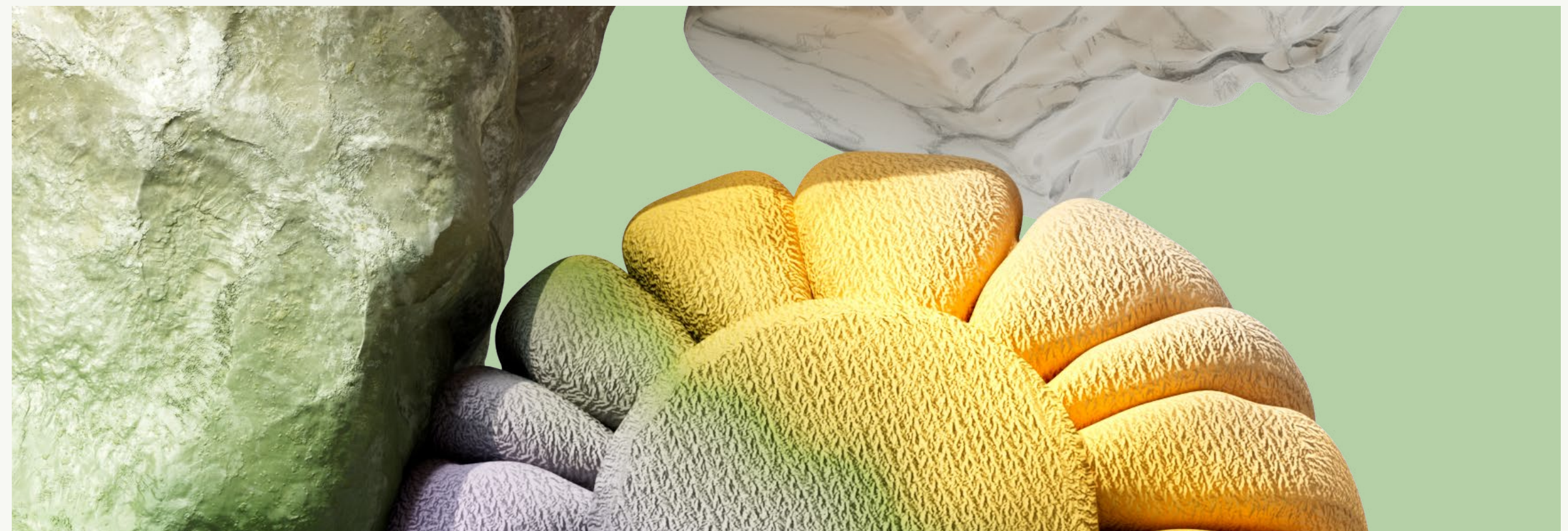
El sector tecnológico es el que más requiere habilidades de 3D

Respecto a los sectores que más solicitaban trabajos creativos en 3D, el 64 % de los 88 artistas que participaron en la encuesta respondieron “el sector tecnológico” y el 48 % “el sector musical”.

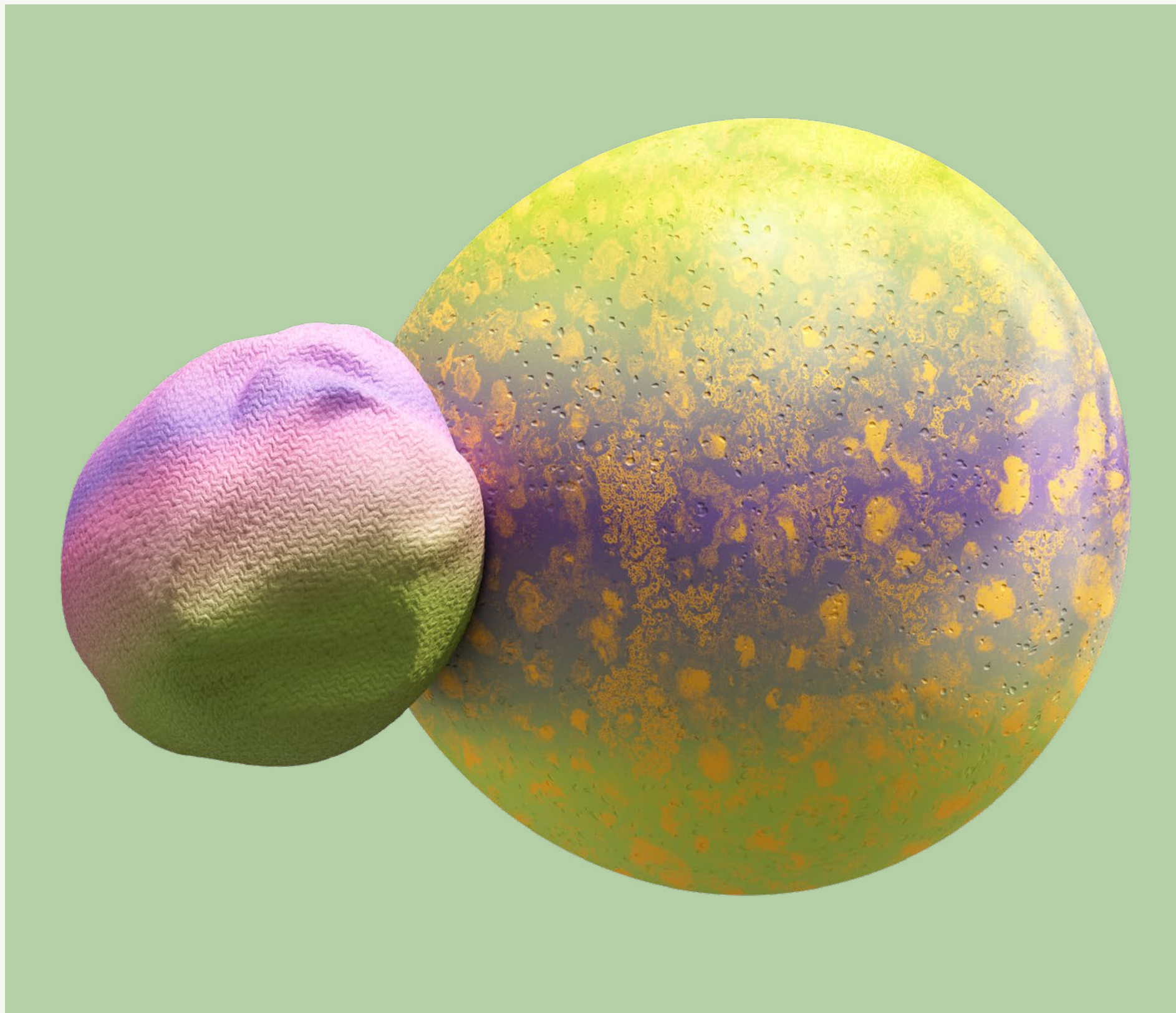
36 %

La animación es la habilidad en 3D más demandada

Alrededor de un tercio de los encuestados (36 %) sostuvo que la animación era la habilidad en 3D más demandada, seguida por el diseño de productos (21 %) y el diseño de personajes (15 %).



HABILIDADES DE TRABAJADORES FREELANCE VS. INTERNOS



Los creativos buscan activamente profesionales con conocimientos de 3D, incluso para puestos que no los requieren.

Los creativos quieren disponer de habilidades en 3D de forma interna y muchos pagarán la formación

De las personas encuestadas responsables de la contratación de creativos, el 83 % aseguró que “a veces” o “siempre” buscan conocimientos de 3D cuando contratan a alguien para un puesto no específico de 3D, como un diseñador o un animador.

Casi dos tercios de los creativos responsables de la contratación (65 %) afirmaron que pedirían a un miembro de su equipo que creara un proyecto que implicara arte o diseño en 3D. Solo el 35 % contrataría a un trabajador freelance o a un estudio especializado.

Casi tres cuartas partes de los creativos responsables de la contratación (74 %) han pedido a un miembro de su equipo que desarrolle habilidades en 3D o le ayudarían a hacerlo proporcionándole la formación adecuada.

PyR CON UN ESTUDIO DE 3D

Jack Featherstone,
Tomorrow Bureau,
Londres, Reino Unido

El estudio de arte y diseño digitales Tomorrow Bureau lleva desde 2019 traspasando los límites de la estética en 3D. Este estudio londinense trabaja en diversas disciplinas, desde el diseño industrial hasta la construcción de marcas. Pero, además de su trabajo comercial para marcas como la House of Innovation de Nike y Apple, el estudio desarrolla su propia actividad explorando “realidades digitales especulativas”. Nos sentamos con el cofundador y director creativo Jack Featherstone, quien creó Tomorrow Bureau tras trabajar diez años como diseñador y artista gráfico, para saber más sobre el estado del diseño en 3D en la actualidad.



P Después de hacer carrera en el diseño gráfico, ¿por qué decidiste aprender 3D?

R Vi el potencial creativo que tenía. Me permitió combinar la escultura, la imagen en movimiento, los efectos visuales abstractos, los gráficos y la construcción de marca: todo lo que me interesaba desde un punto de vista creativo lo pude conseguir con el 3D.

Aunque sienta envidia de la tecnología a la que tienen acceso los jóvenes de 22 años hoy en día, todos los conocimientos que aprendí antes de trabajar en 3D me ayudaron mucho. Es muy importante entender la composición y el color, lo que constituye una buena imagen, lo que respeta los requisitos de un encargo, cómo diseccionar una imagen y cómo crear una buena imagen en movimiento para el cine. Hice mucha animación en 2D antes de tocar el 3D.

P ¿En qué os fijáis a la hora de contratar a jóvenes artistas del 3D?

R Uno de los problemas que hemos notado en los jóvenes diseñadores que se inician en el 3D es que pueden hacer cosas muy específicas, a menudo porque simplemente están copiando algo que han visto en las redes sociales, pero cuando se trata de ser más flexible o de resolver problemas más amplios, les falta formación. Les animo a que intenten buscar fuera del 3D, en otras disciplinas de diseño.

Por ejemplo, si alguien tiene diez años de experiencia como ceramista, podrá crear unos objetos preciosos en 3D, además de aportar cierta integridad y entendimiento del medio. Si alguien no ha hecho nunca cerámica e intenta crear algo en 3D, solo puede copiar, sin entender cómo se hace la cerámica.





P ¿Cómo han evolucionado recientemente el arte y el diseño en 3D, y qué es lo que los está impulsando?

R Actualmente, se está produciendo una gran explosión, que lleva produciéndose todo este último año. La han propiciado distintos factores, pero el más importante es la potencia de la GPU (unidad de procesamiento gráfico). Cada año, las GPU son más potentes, lo que facilita la creación de imágenes realmente bellas.

La potencia de la GPU ha impulsado totalmente el sector y ahora muchas personas con talento han empezado a usar el 3D. Si tienen formación en escultura, la fotografía, el diseño o la moda, pueden aplicar sus conocimientos de esos lenguajes visuales al 3D.

En segundo lugar, durante la COVID-19, creo que mucha gente que tuvo que encerrarse en casa se dio cuenta de que disponía del tiempo suficiente para aprender software. Ahora estamos empezando a ver los frutos de su trabajo.

Por último, las redes sociales están impulsando no solo el deseo de contenido de las marcas, sino el deseo de los artistas de estar compartiendo cosas constantemente. Hoy en día, la mayoría de los artistas suelen hacer trabajos principalmente para las redes sociales.

P ¿Has experimentado un aumento de la demanda en tu propio estudio en los últimos dos años?

R Estamos recibiendo más solicitudes de 3D de parte de clientes que nunca nos lo habían encargado. Tienen muchas preguntas sobre el proceso y su funcionamiento. Creo que esto es un buen indicio de hacia dónde se dirige el sector.

P ¿Qué sectores son los que más solicitan 3D?

R El mayor aumento de la demanda de 3D se ha experimentado en las firmas de moda. La moda siempre ha sido el ámbito en el que se han realizado los trabajos en 3D más interesantes, pero antes solo había unas pocas marcas lo suficientemente valientes como para encargarlos. A menudo se asociaba con una estética bastante salvaje y progresista, mientras que ahora se está empezando a ver cómo se filtra en marcas más tradicionales y conservadoras. Todos los productos, como los bolsos y las zapatillas de deporte, se suelen ver en 3D. También estamos viendo cómo se crea cada vez más ropa digital: es un sector que está creciendo mucho.

Y luego, obviamente, está la tecnología. Para las marcas de auriculares tiene mucho sentido crear contenido en 3D, ya que así pueden hacer un vídeo sobre el producto antes de que se fabrique.

P ¿Qué habilidades en 3D son las más demandadas en este momento?

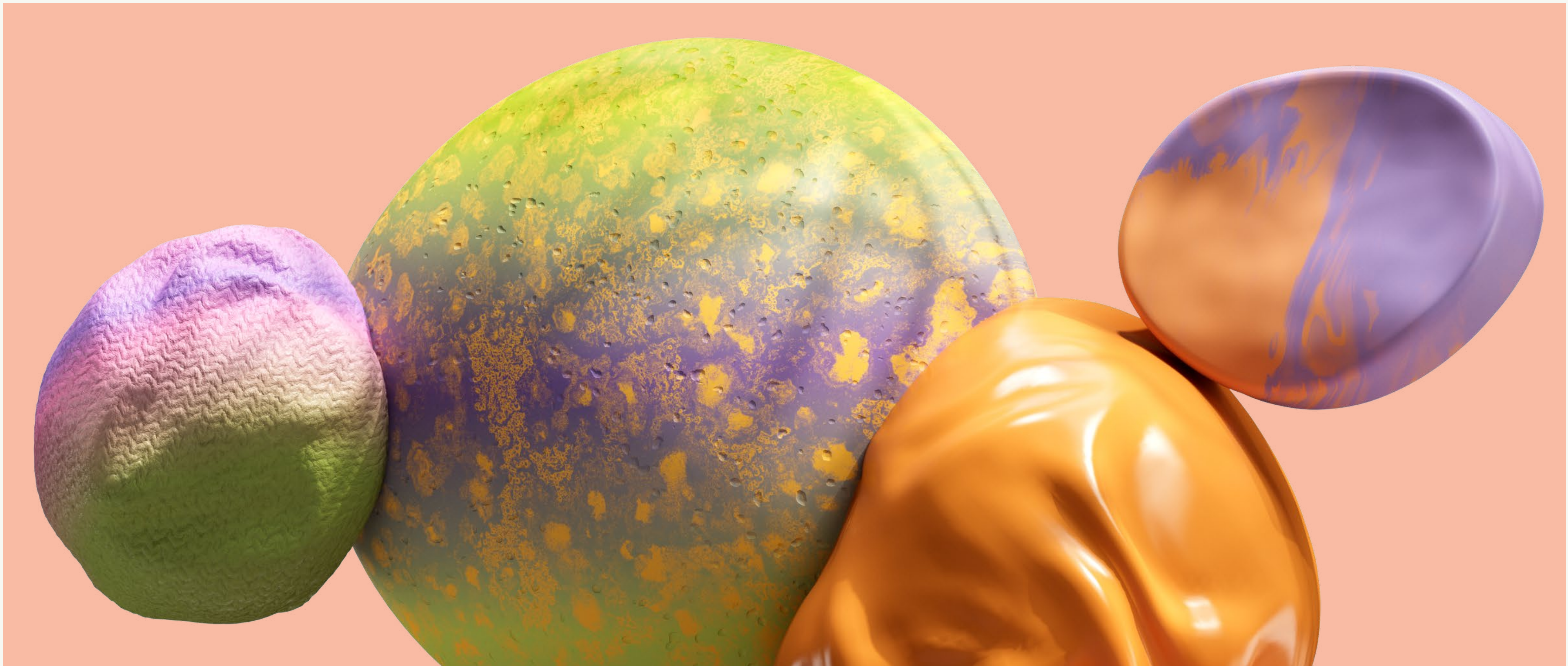
R Tradicionalmente, el 3D era un sector muy especializado: te centrabas en dominar un área determinada y, luego, encajabas en una cadena más amplia. Pero, ahora, como las herramientas son cada vez mejores y más fáciles de usar, se puede adquirir gran destreza en numerosas habilidades. Cada vez hay menos especialización, porque se aspira a hacer bonitas creaciones y a aprender de todo.

En general, interesan las simulaciones, la iluminación, el texturizado y la dirección artística. Una vez que reúnes todo eso, como básicamente estás realizando una película, cuantas más habilidades puedas aprovechar más cerca estarás de convertirte en cineasta digital. Llegados a ese punto, se requieren más habilidades de alto nivel, como la capacidad de comunicación y la dirección. A continuación, te adentras en el terreno de la producción cinematográfica más tradicional, organizando las tomas, construyendo una narrativa y presentando películas.



P ¿La mayor parte de tu equipo es interno o también colaboras con trabajadores freelance?

R Trabajamos constantemente con trabajadores freelance, además de con nuestros diseñadores internos. No somos un gran estudio, así que todo el mundo tiene que contribuir en lo que pueda. Tenemos un especialista, pero el resto de nuestros diseñadores son generalistas, por lo que tienen que resolver problemas y trabajar en todos los ámbitos. La mayor parte del trabajo en 3D consiste en la resolución de problemas.



CONCLUSIONES

Gran demanda de 3D en diversos sectores

La mayoría de los creativos independientes encuestados afirmó que actualmente hay una gran demanda de conocimientos de 3D. Aunque la mayoría de las solicitudes provienen del sector tecnológico, otros tipos de clientes (por ejemplo, en el sector de la moda) también están empezando a preguntar por el 3D.

Deseo de los creativos de ver el 3D en todas las disciplinas

La gran mayoría (83 %) de los encuestados que son responsables de la contratación de creativos se fijan en los conocimientos de 3D cuando contratan para un puesto no específico de 3D. Los líderes contratarán talentos freelance si lo necesitan, pero están ansiosos por disponer de habilidades en 3D entre los miembros de su equipo.

Generalistas de 3D en alza

A medida que se facilita el aprendizaje de una serie de habilidades en 3D, los artistas de 3D están cada vez menos especializados. Tener conocimientos de otras disciplinas de diseño también es una ventaja para crear un trabajo auténtico, abordar un encargo y resolver problemas.



3 | El futuro del 3D





En los sectores creativos, suele armarse mucho revuelo con cualquier novedad. ¿Es el diseño en 3D otra moda pasajera o está llamado a desempeñar un papel más destacado en nuestro futuro? Con las opiniones de los expertos del sector de Adobe y Random Studio, descubrimos hacia dónde se dirige el 3D y cómo evitar quedarse atrás.

97%

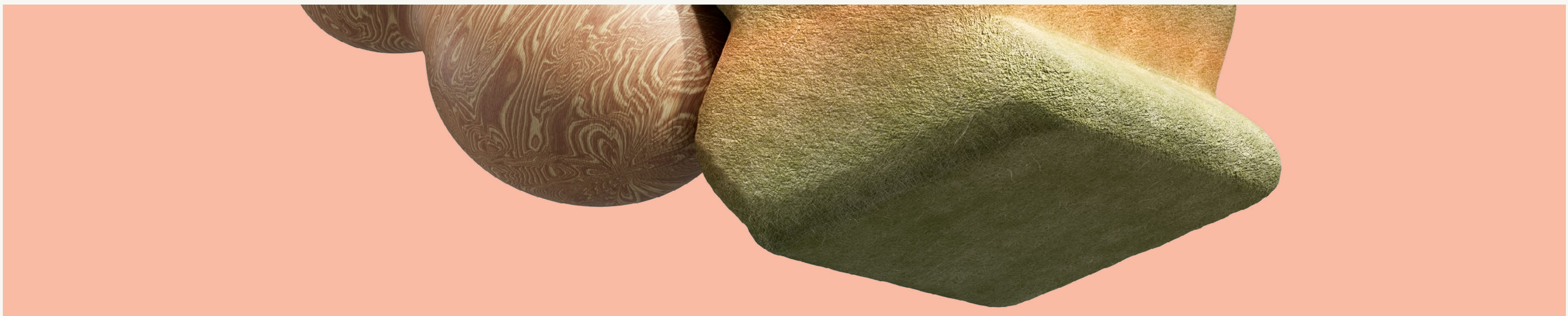
Casi todos los 88 artistas de nuestra encuesta (97 %) esperan que la demanda de habilidades en 3D aumente en el futuro.

Cuando se les preguntó por qué, respondieron:

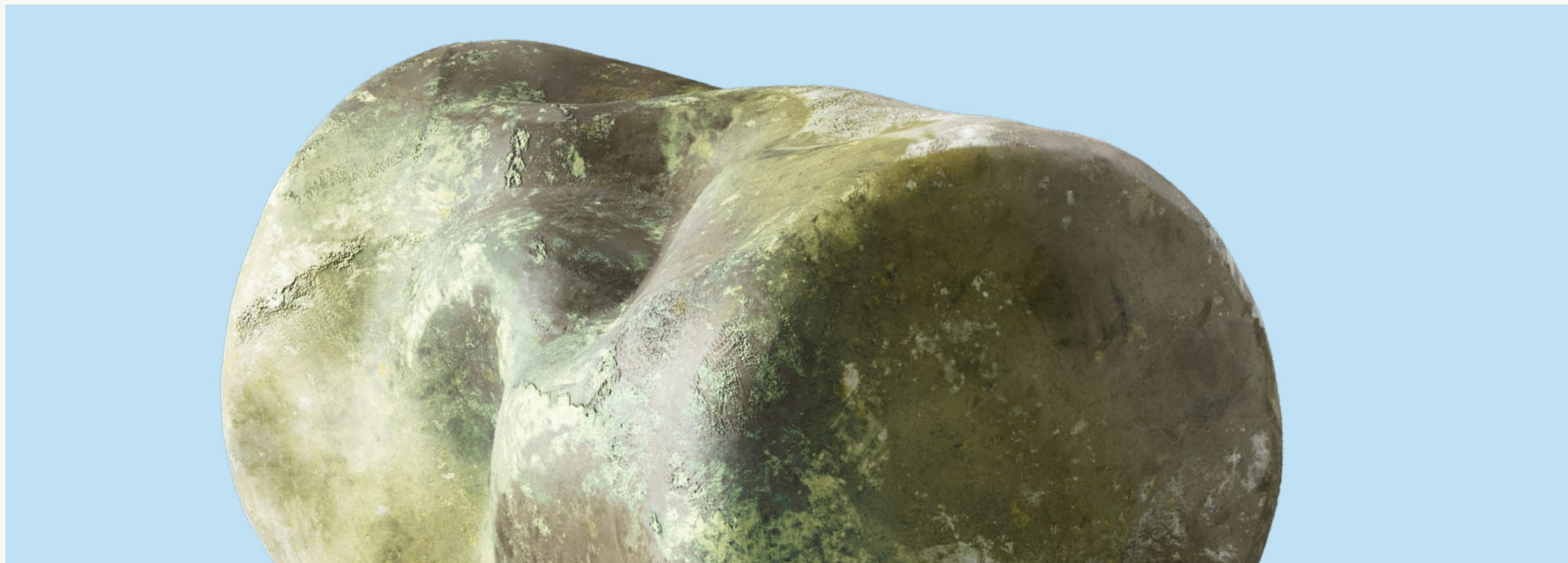
El mundo digital y el físico se están fusionando (por ejemplo, el metaverso, la digitalización, los NFT, el arte digital, los avatares digitales y la RA/VR). Ahora, se puede mostrar a los clientes el aspecto de los productos con maquetas en 3D.

Las herramientas de diseño en 3D son cada vez más rápidas, baratas y fáciles de usar. Los tutoriales gratuitos de YouTube están reduciendo las barreras de acceso (aunque se necesita tiempo libre para aprenderlo).

Ofrece posibilidades estéticas: el diseño en 3D tiene un aspecto fantástico; de hecho, algunos dicen que es el futuro del arte.

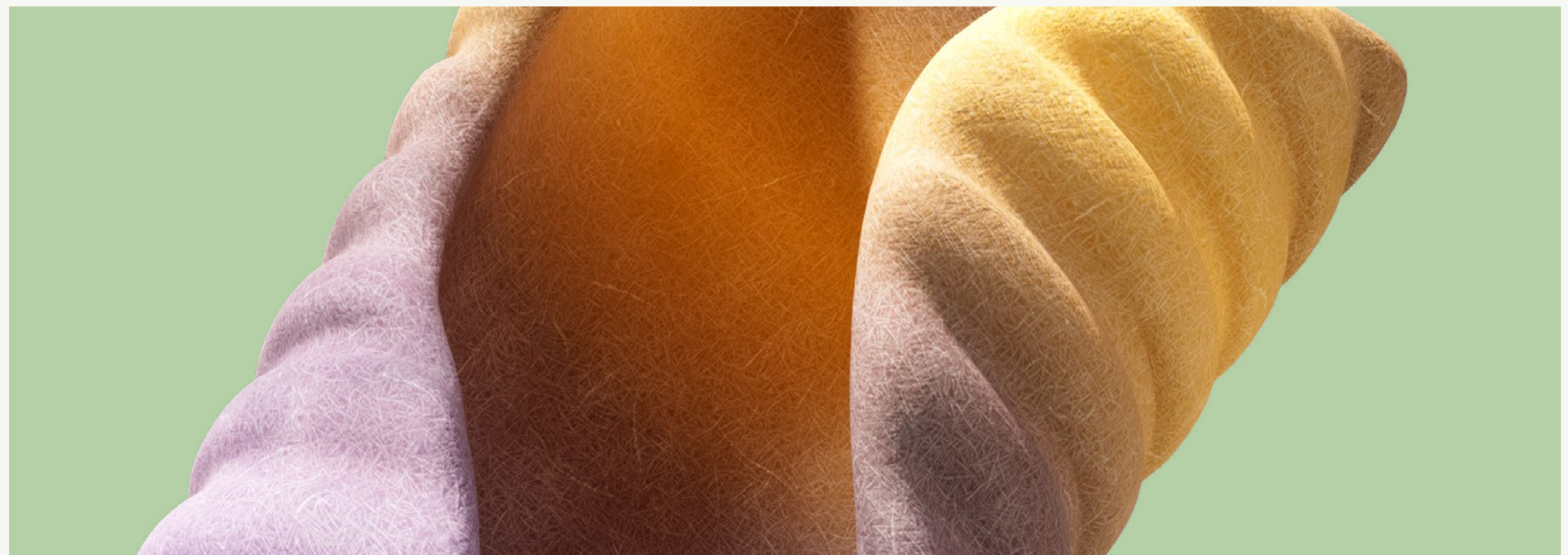


“El 3D es el futuro, nos da la libertad de crear lo que queramos en cualquier campo”,
afirmó un encuestado.



“Nuestro equipo de 3D pasó de una a cinco personas en un año”,
afirmó un productor sénior de una agencia de diseño.

“El 3D se está convirtiendo en un estándar de la estética comercial dominante y hay más artistas que nunca”,
afirmó un director creativo.



PREDICCIONES SOBRE EL 3D



Se espera que la moda sea el sector de mayor crecimiento del diseño en 3D

El 73 % de los encuestados incluyó la moda entre los tres principales sectores en los que se espera que el diseño en 3D gane popularidad en el futuro, muy por delante de los medios de comunicación, con un 38 %.

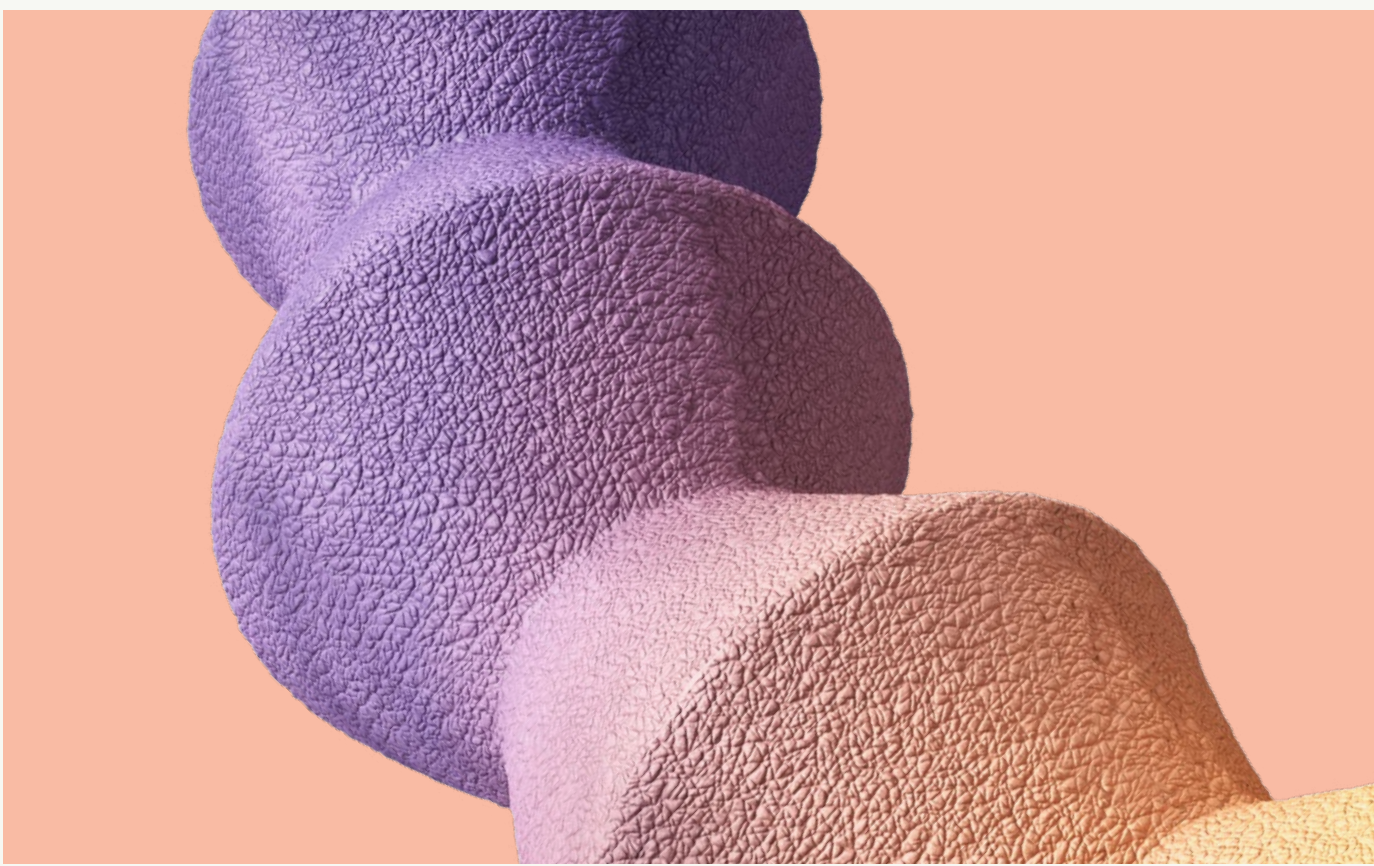
El 3D se realizará de forma interna

Más de la mitad de los creativos encuestados (57 %) cree que, en el futuro, será necesario que todos los diseñadores tengan algunos conocimientos de 3D.

Se extenderá la especialización

El 69 % de los encuestados cree que las agencias y los estudios generalistas incorporarán habilidades en 3D de forma interna.





“El fotorrealismo perfecto será cada vez más accesible, y optar por un rodaje convencional o una producción con CGI será solo en una cuestión de presupuesto”,

afirmó un artista de un estudio de 3D.

“Teniendo en cuenta cómo está evolucionando y simplificándose la tecnología, será casi como usar un bolígrafo y un papel”,

afirmó un creador independiente.



“Cuanto más accesible sea el software, más personas de diversos campos podrán experimentar con él. Siento que esta accesibilidad llevará a una mayor exploración y descubrimiento”,

afirmó un artista de 3D.

PYR SOBRE ADOBE SUBSTANCE

Frédéric Kohler,
París, Francia

Pocas personas están tan capacitadas para contextualizar el auge del diseño en 3D como Frédéric Kohler, afincado en París, que lleva siete años trabajando en el ámbito del software de 3D. Frédéric fue director de ventas de la herramienta 3D líder del sector Allegorithmic, antes de que Adobe la adquiriera en 2019 para crear Substance 3D. Frédéric, ahora director de desarrollo empresarial de Substance 3D, nos cuenta por qué esta nueva suite de herramientas 3D está destinada a transformar los sectores creativos y mucho más.



P ¿Por qué decidió Adobe que era importante añadir herramientas 3D a Creative Suite?

R Adobe comprendió que el mundo de la creatividad se estaba pasando al 3D. Algunos sectores llevan un tiempo utilizando software de 3D muy complejo, como el de los videojuegos, el de los efectos especiales o el del automóvil, que lo ha utilizado en el proceso de fabricación.

Ahora el 3D está en auge en todos los sectores, tanto si antes utilizaban el 3D como si no lo hacían. Se trata de una revolución que acaba de aterrizar: los diseñadores gráficos están empezando a comprender que el uso de herramientas 3D puede ayudarles a ahorrar tiempo, dinero y a hacer un mejor trabajo más rápido.

Pero esta revolución va incluso más allá del sector creativo. Por ejemplo, en medicina se está empezando a formar a los cirujanos mediante la simulación de cirugías en RV. Lo mismo ocurre en el ámbito de la defensa, donde los gobiernos están creando experiencias envolventes en el campo de batalla para entrenar a las tropas en condiciones “reales”.

P ¿En qué se diferencia Substance 3D del software que ya existe?

R Substance 3D ofrece el primer proceso integral para la creación de activos en 3D. Desde el modelado hasta la adición de imágenes o experiencias en RV y RA: tiene todo lo que necesitas. Sea cual sea el software de 3D que estés utilizando, ya sea Houdini, Blender o Unreal Engine, por ejemplo, se integrará con Substance 3D.

Pero lo más importante es que Substance 3D está diseñado para que sea fácil de usar incluso para los creativos en 2D.





P Cuéntanos más sobre ello.

R Aquí reside la auténtica revolución. Antes de que Adobe adquiriera Allegorithmic, la utilizaban principalmente artistas de 3D. Teníamos un par de herramientas: Substance Designer, que era muy técnico y avanzado, y Substance Painter, que era más fácil de usar, pero aún requería cierta experiencia en 3D.

Desde que trabajamos con Adobe en los últimos tres años, hemos creado Substance Stager, un software diseñado para que la fotografía sea virtual y no tengas que crear imágenes en un estudio. El funcionamiento es muy sencillo. También hemos creado Substance Sampler, que es un software para crear materiales en 3D. Puede convertir una fotografía que hayas sacado con tu móvil en una imagen 3D.

La idea era asegurarse de que cualquiera pudiera utilizar estos programas con solo un poco de experiencia en Photoshop. La experiencia y la interfaz de usuario de ambos programas son muy similares a las de Photoshop, por lo que a los creativos les resultará muy familiar. Para ambos programas, la curva de aprendizaje es de solo unas pocas horas, incluso para personas que solo han trabajado en 2D.

Ahora, la comunidad creativa está formada por 18 millones de personas en todo el mundo, y sabemos que al menos cinco millones de ellas querrían (y están dispuestas a pagar) poder crear imágenes en 3D. Solo unos pocos (100 000) pudieron acceder y utilizar la antigua generación de software. Así que esto es realmente el comienzo de algo grande.



P ¿Dónde crees que va a ser más fuerte la demanda de arte en 3D?

R Creo que el próximo gran sector para el 3D es la venta al por menor y el comercio electrónico. Con Sampler y Stager, no solo estamos hablando de capacitar a millones de personas en todo el mundo, sino de sustituir la fotografía. Esto puede tener un gran impacto en el comercio electrónico. Si nos fijamos en un gigante de la venta al por menor como Amazon, esta dispone de 20 estudios fotográficos que están en funcionamiento las 24 horas del día para fotografiar todos sus productos. Ahora, podría crear los productos en 3D, y todas sus variaciones de materiales y colores, con solo un clic. Amazon ya tiene cientos de diseñadores trabajando para sustituir la fotografía.

No tienen otra opción porque saben que los clientes quieren ver al menos entre ocho y diez imágenes del producto. Los clientes también quieren experiencias personalizadas. Por ejemplo, si van a comprar un sofá, primero quieren verlo en realidad virtual en su salón. Además, el 3D es una de las mejores maneras de ahorrar millones de dólares, ya que la fotografía es muy cara.

Por lo tanto, el metaverso está en boca de todos. Para estar preparadas para el metaverso, las marcas necesitarán un desarrollo en 3D muy completo que les permita crear cualquier tipo de activo. Esto estallará muy pronto y todos los clientes querrán tener una experiencia virtual envolvente.

PYR CON UN ESTUDIO

Random Studio,
Frédérique Albert-Bordenave
y Kyle Kobel,
Ámsterdam, Países Bajos

Random Studio, con sede en Ámsterdam, trabaja en la vanguardia del diseño experiencial y espacial. El estudio dispone de una amplia variedad de espacios, desde tiendas fijas y efímeras, hasta instalaciones y desfiles de moda, y crea experiencias que parecen sacadas de una dimensión futura. La lista de clientes de Random Studio, cuyo objetivo es siempre el de provocar “una sensación de sorpresa”, incluye a Alexander McQueen, Prada y Dom Pérignon. Nos reunimos con Frédérique Albert-Bordenave, jefe creativo del estudio, y con Kyle Kobel, jefe del departamento de 3D, para reflexionar sobre el futuro del 3D en los sectores creativos.



P ¿Cómo trabaja Random Studio con el 3D?

R Frédérique: Llevo unos seis años en Random Studio. En ese tiempo, siempre hemos hecho pinitos con el 3D como resultado visual, pero cuando empezamos a utilizar el 3D como herramienta en nuestro proceso, se convirtió en algo realmente fundamental. Ahora es inevitable, utilizamos el 3D en todos los proyectos; por eso Kyle puso en marcha su iniciativa de crear un equipo 3D propio.

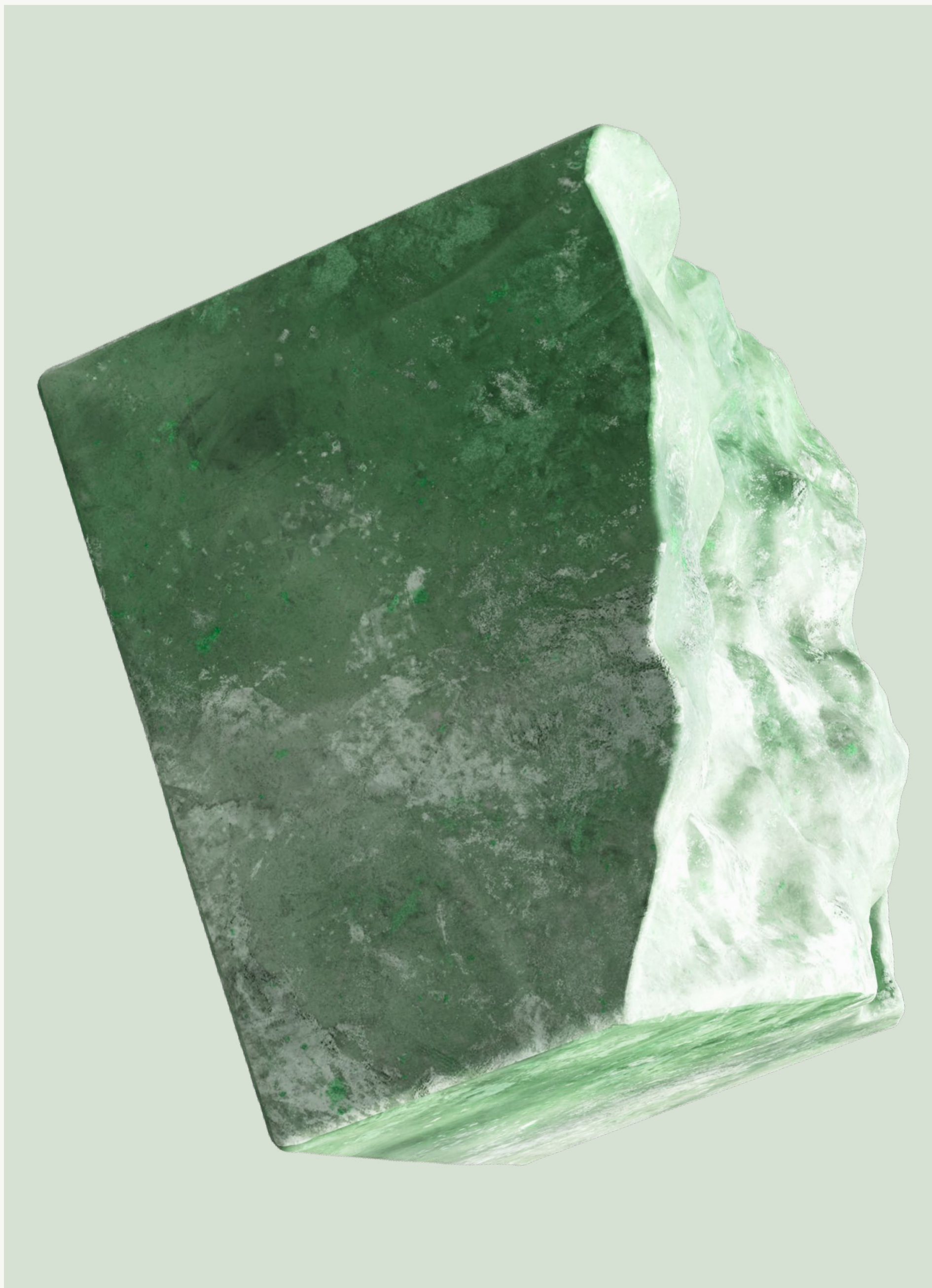
Kyle: Ahora dirijo un equipo de cinco personas que son todos generalistas del 3D. Como estudio, nos hemos orientado más hacia la experiencia y el diseño espacial. La mejor manera de visualizar muchos de estos proyectos, a medida que los vamos desarrollando, es con software de 3D.

P ¿Podéis hablarnos de las ventajas de utilizar el 3D en el proceso de diseño?

R Kyle: Es mucho más fácil poder mostrar a un cliente un modelo en 3D o recorrer un espacio en realidad virtual. Recientemente, hemos empezado a utilizar motores en tiempo real, en lugar de procesadores offline, para poder diseñar en tiempo real y obtener comentarios de forma inmediata.

Frédérique: El 3D permite ver y mostrar al cliente más cosas simultáneamente. Así, el cliente no tiene que tirar de imaginación para entender lo que vas a crear, por lo que hay menos malentendidos. También puede ayudar a gestionar sus expectativas.





P ¿Podéis darnos algún ejemplo en el que hayáis usado el 3D para desarrollar un proyecto?

R Frédérique: Diseñamos un escaparate para Alexander McQueen en Londres. El objetivo era lanzar su bolso Curve con una instalación inspirada en la marea. Trabajamos con Kyle y su equipo para animar cada bolso.

Kyle: La verdad es que no había otra forma de mostrar al cliente el aspecto que tendrían 350 bolsos en movimiento suspendidos en una ventana. Así que pasamos por un largo proceso de animación de todos estos bolsos para conseguir diferentes efectos de marea y patrones de olas.

P ¿Mostrar primero el trabajo en 3D tiene algún inconveniente?

R Frédérique: Los clientes son una lotería. A veces, entienden que les estás mostrando una visión, no una obra terminada, pero otras veces se fijan en pequeños detalles, como “¿por qué es esto rojo?”, cuando solo estás tratando de mostrarles una idea.

Por eso creo que mezclar elementos y cambiar los tipos de 3D que se muestran a los clientes puede ser útil; podrías mostrarles más bien un boceto al principio, y luego una versión más perfeccionada al final. Es mejor ir añadiendo los elementos visualmente a medida que los entienden, en lugar de darles todo de golpe.

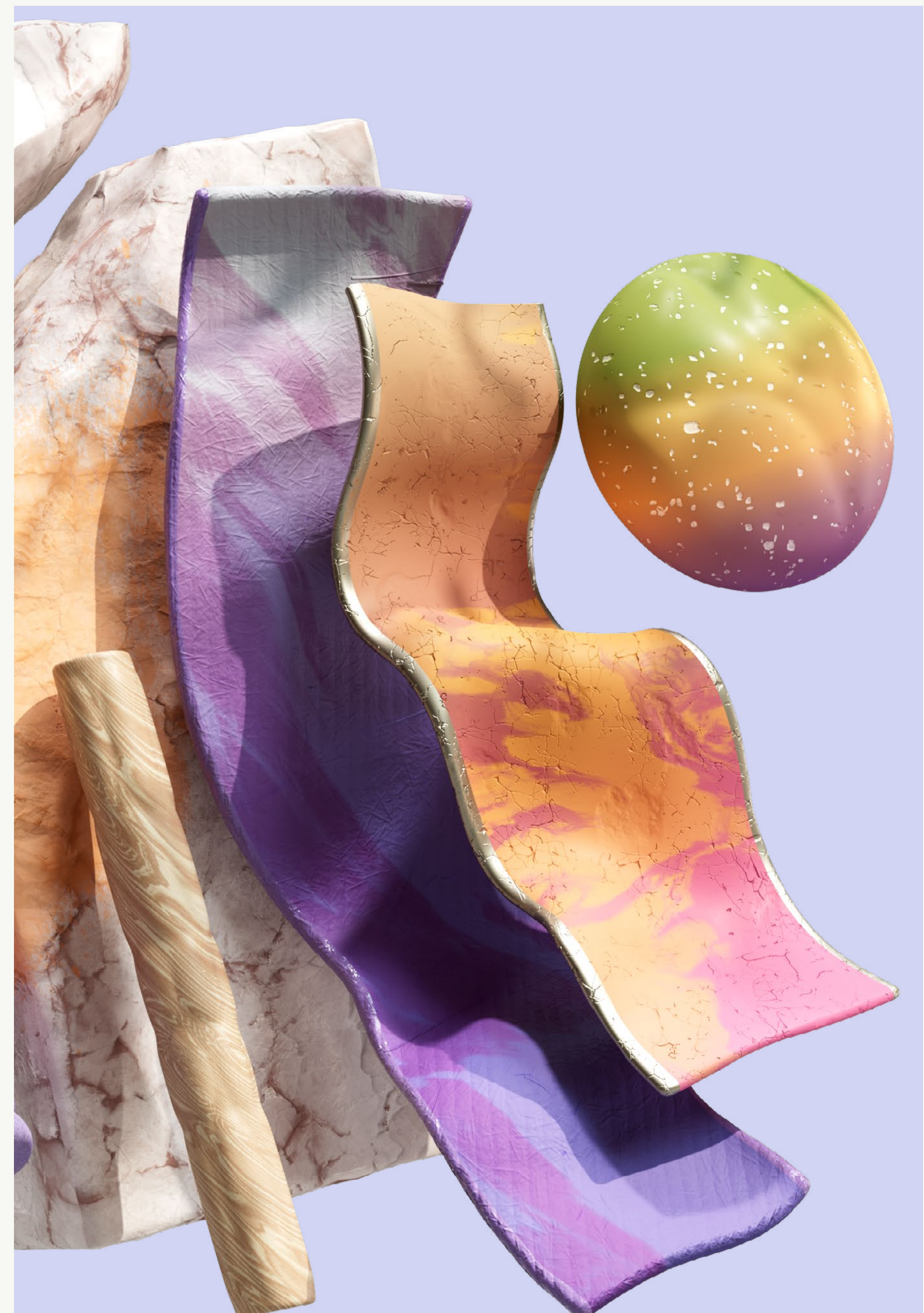
Kyle: Obviamente, en algunas ocasiones hemos insistido en una idea que nos gustaba, la hemos representado muy bien y el cliente ha dicho “no”. Tal vez las imágenes no le hagan justicia. Si nos hubiéramos contenido y nos hubiéramos limitado a hablar con el cliente sobre la idea con referencias, podríamos haberla sacado adelante.

P ¿Estáis de acuerdo con las personas de nuestra encuesta que creen que, en el futuro, todos los diseñadores tendrán que trabajar en 3D?

R Kyle: Sí. No me sorprendería un futuro en el que la capacidad de crear objetos y elementos en 3D fuera igual que la de dibujar una idea en una servilleta. Creo que esa es probablemente la realidad hacia la que nos dirigimos, especialmente con el metaverso y el hecho de que todo tendrá que comercializarse en el espacio en 3D. Si esa va a ser la próxima realidad, todos deberíamos aprender a diseñar en 3D, aunque sea a un nivel básico.

Los clientes ya esperan poder ver sus proyectos totalmente en 3D para poder entenderlos al instante. Se está convirtiendo en una herramienta estandarizada para el sector creativo. Si no conoces el 3D, tendrás dificultades en el futuro.

Frédérique: En el futuro, todos los artistas, no solo los diseñadores, se sentirán más cómodos si conocen bien el 3D. Ya no trabajo tanto en 3D en mi puesto, pero conocerlo y entenderlo me ayuda como creativo y como colega. Entiendo el lenguaje del 3D. También me permite gestionar mis propias expectativas sobre cuándo pueden estar listos los trabajos.



CONCLUSIONES

Aumento de la demanda del diseño en 3D

Lo único en lo que coincidieron casi todos los participantes de nuestra encuesta (97 %) fue en que la demanda de habilidades en 3D va a aumentar. Aunque no cabe duda de que las obras de arte en 3D han llegado para quedarse, el medio tendrá un papel más amplio en los sectores creativos, como herramienta para que los creativos desarrollen y comuniquen sus ideas.

Importancia de las habilidades creativas tradicionales

El desarrollo de ideas en 3D puede tener sus inconvenientes y funciona mejor si se combina con los métodos tradicionales. Así que, en el futuro, seguirá habiendo lugar para las habilidades creativas tradicionales, como esbozar una idea y darle vida con referencias.

Necesidad urgente de especialización de los creativos para triunfar

La mayoría de los creativos de nuestra encuesta creen que todas las disciplinas requerirán conocimientos de 3D en el futuro. El 3D está llegando a las empresas y se está convirtiendo en parte del proceso creativo. Si te preparas ahora, podrás adelantarte a los acontecimientos.



Conclusión

Gracias a que la tecnología ha democratizado el acceso al software y la formación de 3D, el diseño en 3D está dejando de ser un nicho de especialización para convertirse en una forma de expresión creativa generalizada. Mientras que en el pasado el sector del 3D estaba dominado por los hombres, que trabajaban en los efectos especiales o los videojuegos, nuevos tipos de artistas están adentrándose en el medio por primera vez, incluidas más mujeres y personas no binarias de diversas disciplinas. Diferentes tipos de clientes también están experimentando con el 3D, sobre todo de los sectores de la moda y la música. Todo esto ha dado lugar a una gran cantidad de ideas nuevas e inspiradoras sobre lo que se puede conseguir con el 3D.

Pero el diseño en 3D también está empezando a desempeñar un papel

importante en el proceso creativo. Las visualizaciones en 3D están ayudando a los estudios a desarrollar sus ideas y hacerlas realidad. En el futuro, sobre todo si el metaverso se afianza, los artistas esperan que aumente la demanda del diseño en 3D y que este se convierta en un medio de comunicación dominante.

A medida que el mundo digital y el físico se vuelven más inextricables, sería prudente para cualquier tipo de creativo empezar a adquirir habilidades en 3D. Pero, para garantizar el futuro de su carrera profesional, los diseñadores deben combinar sus habilidades en 3D con otros oficios más tradicionales, como la narración, la composición y el cumplimiento de encargos. Al fin y al cabo, el 3D es una herramienta creativa. Triunfar en el mundo del diseño virtual no será diferente del físico, donde lo que cuenta son las ideas, el mensaje y el talento.



Acerca de la encuesta

La encuesta realizada para este informe se envió a artistas profesionales y agencias en marzo y abril de 2022. Respondieron 88 personas. El 64 % (56) se identificó como hombre, el 30 % (26) como mujer, el 5 % (4) prefirió autoidentificarse y el 2 % (2) no reveló su sexo.

Los encuestados se encontraban en 22 países diferentes, la mayoría en Europa. Los más frecuentes fueron el Reino Unido (32 encuestados, 36 %), Alemania (12, 14 %) y Francia (9, 10 %).

El 55 % (48) de los encuestados se describieron como creadores independientes y el 45 % (40) dijeron que trabajaban en un estudio o agencia, de forma permanente o por cuenta propia.

Los participantes en la encuesta trabajaban para una serie de agencias de diseño, animación, especialistas en 3D, publicidad y producción.

El 35 % (31) se describen como artistas 3D, el 26 % (23) como directores creativos y el resto como directores de arte, animadores, productores, diseñadores, ilustradores u otras funciones.

Casi tres cuartas partes de los encuestados eran de nivel superior; más de la mitad de los encuestados (51 %) se describieron como jefes de su departamento y otro 23 % (20) se describió de un nivel superior.



Participantes en la encuesta

Gracias a los que han participado en la encuesta para elaborar este informe.



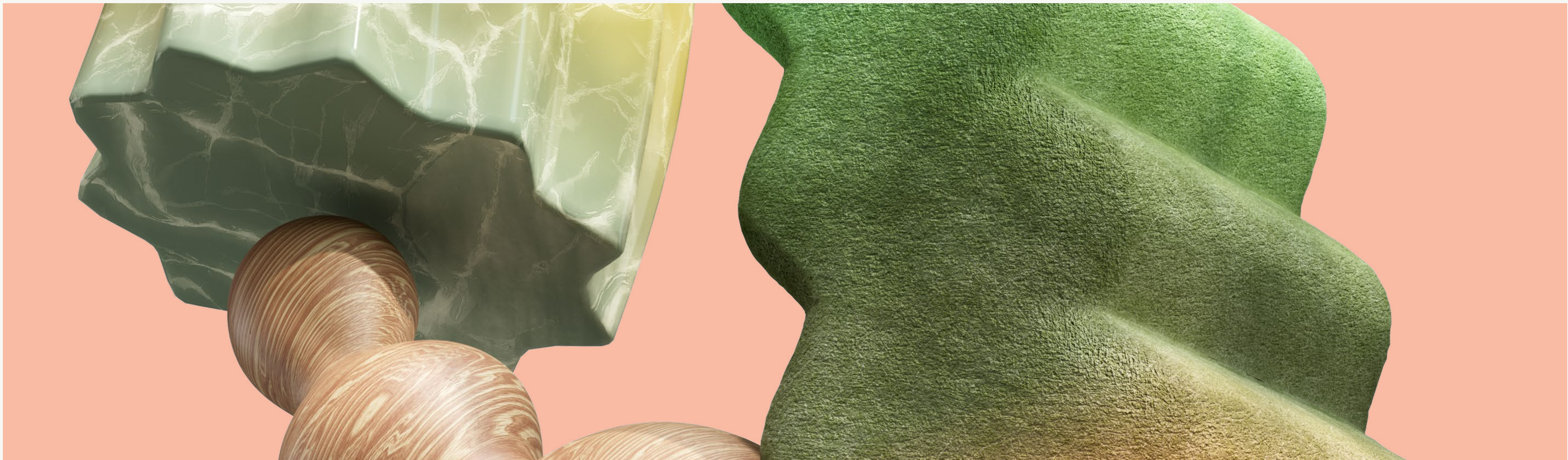
Aleksandra Bokova
Asya Demidova
Bezier
Blinklnk
Bounty Studio
Brink Helsinki
Builders Club
Butt Studio
Cabeza Patata
Clément Mazieres
Clim Studio
Connor Campbell Studio
Daisy King Club
Daniel Almagor
Daniel Margunato
David Martin
David Padilla
Design Lad
Double Up Studio
Drasik Studio
DXR Zone
Encho Enchev
Eva Münnich
Facultative Works
Fon & Fa
Foreal
Frame
Frantic
Gabriel Massan

George Jasper Stone
Grizzle
Harriet Davey
Harry Bhalerao
HTTB
Hugmun Studio
Ilo
lor50
Jon Emmony
Joseph Töreki
KOD3D
Laura Keuk
Laurent Allard
Loulou João
Luca Struchen
Lucy Hardcastle Studio
ManvsMachine
Messieurs.ch
MNFST
Modem
Mooni Studio
Moth
Nebula Studios
No Shame
Orbital Vision
Panama Papers.Office
Pol Solà
Practica
Raman Djafari

Random Studio
Rebeka Mór
Relative Berlin
Rose Pilkington
Sally Jo
Services Généraux
Sieg Mattel Visuals
Stacie Ant
Stink Studios
Studio Above & Below
Studio Bjørn Ibsen
Studio Dosage
Studio Hyte
Studio Output
Studio Romain Lenancker
Templo
The Mill
Tomaszewicz Studio
Tomorrow Bureau
Tyrone Williams
Vince Ibay
Vincent Schwenk
Woodblock
Yonk
Zeitguised

Colofón

Adobe solicitó este Informe sobre habilidades en 3D a It's Nice That, que se encargó de su redacción y producción.



Editor

Angus Harrison

Redactora

Kate Hollowood

Gestora de proyecto

Mélodie Bui

Jefe creativo

John Muleba

Diseñador gráfico

Gianluca Alla

Ilustrador

Danil Tabacari

Más información sobre Adobe Substance 3D

It's Nice That × **Adobe**

itsnicethat.com
adobe.com