

EL MUNDO DEL MAÑANA, HOY



INTRODUCCIÓN

El diseño 3D está en la cresta de la ola, impulsado por la aceleración de la demanda de experiencias envolventes y la búsqueda de habilidades y tecnologías de nueva generación. International Data Corporation (IDC) estima que los mercados combinados de la realidad aumentada (RA) y la realidad virtual (RV) están creciendo a un ritmo anual del 54% y se espera que tengan un valor de 72 800 millones de dólares en 2024.

En esta realidad de un futuro no muy lejano, el 3D es la siguiente etapa natural del diseño.

Todo es posible en nuestro esfuerzo por alcanzar la cima de la curva de adopción e innovación del diseño 3D, pero antes de llegar allí, hay obstáculos que superar. Basándonos en un estudio de investigación de The Drum y Adobe con más de 200 profesionales del diseño 3D de toda Europa, hemos identificado tres tendencias definitorias que arrojan luz sobre el panorama actual del diseño 3D:

Aceleración de la demanda

Aunque existe un gran interés por el 3D y curiosidad en torno a él, las organizaciones se esfuerzan por seguir el ritmo de la creciente demanda, limitadas por el tiempo, el presupuesto y el acceso al talento.

Búsqueda de habilidades de nueva generación

A las personas les apasiona el sector del diseño 3D y les interesa buscar el desarrollo y la progresión profesionales.

La tecnología es el factor de nivelación

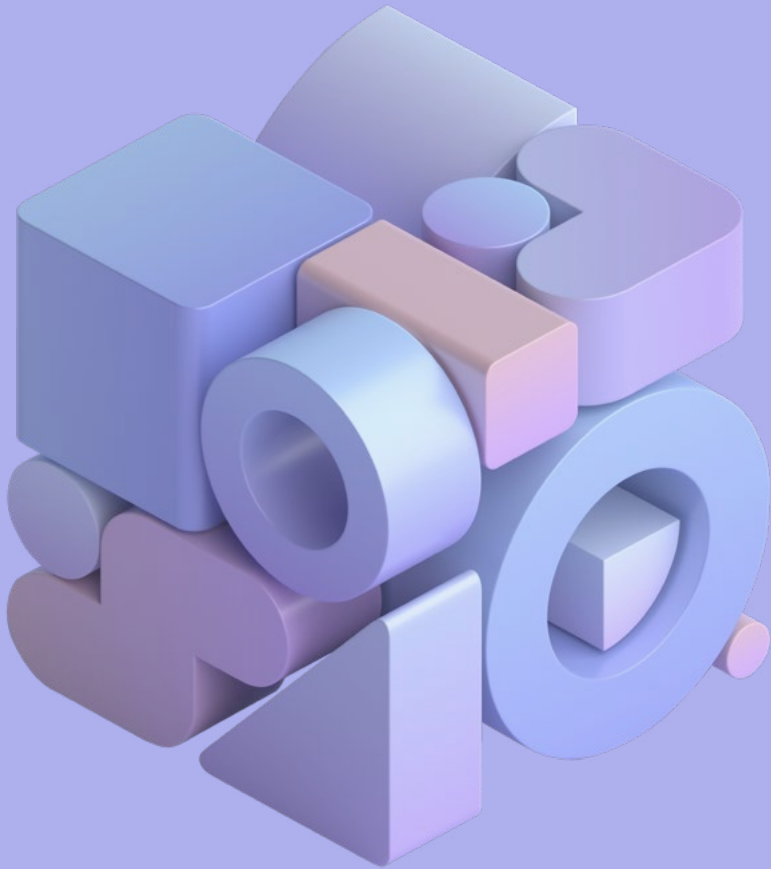
Las herramientas y el software de nueva generación se consideran el factor principal para mejorar el sector del 3D, pero la estandarización y la alineación de los procesos aún no han llegado.

Para ayudar a las marcas y a las agencias creativas en el mundo del mañana, este informe explora los factores que impulsan la demanda del diseño 3D, los retos que se avecinan y las soluciones que pueden ayudar a los diseñadores a desenvolverse en el campo del 3D.



“En esta realidad de un futuro no muy lejano, el 3D es la siguiente etapa natural del diseño”.

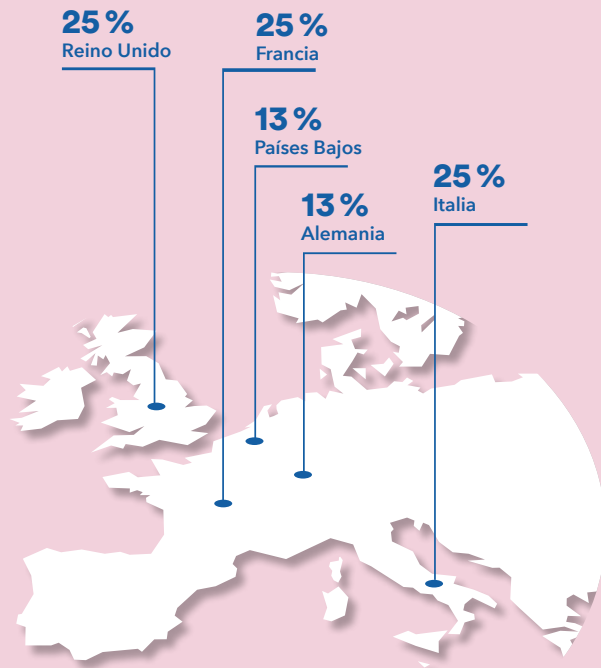
CONTENIDO



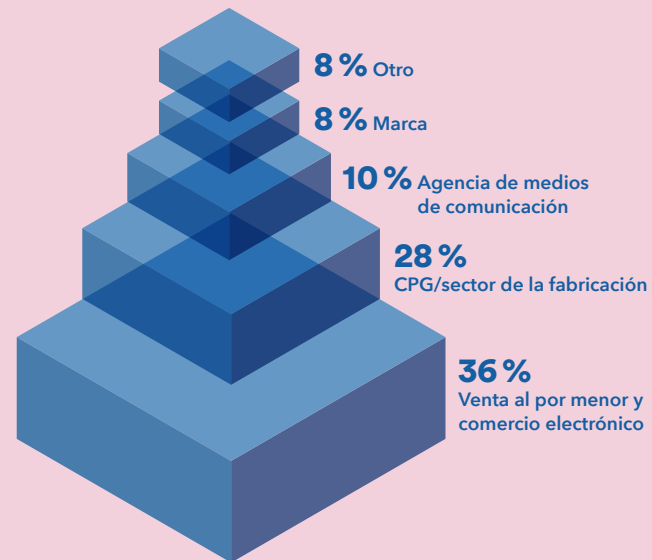
- 03 DATOS DEMOGRÁFICOS
- 04 PREPARADOS | La situación del diseño 3D
- 07 AGUAS FANGOSAS | Superación de los retos del 3D
- 11 SENTIR EL ZEN | Aplicaciones del diseño 3D
- 14 LA TECNOLOGÍA ES EL FACTOR DE NIVELACIÓN |
Diseño para el futuro
- 16 LA ÚLTIMA PALABRA
- 17 SUBSTANCE 3D

DATOS DEMOGRÁFICOS

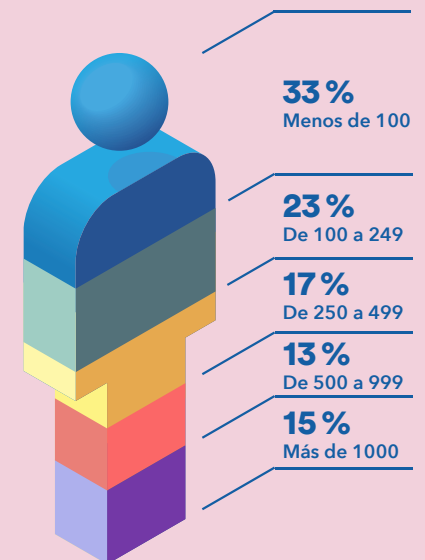
País en el que trabaja el encuestado



Actividad principal de la empresa



Tamaño de la empresa (número de empleados)



PREPARADOS

La situación del diseño 3D

UNA NUEVA DIMENSIÓN

En la actualidad, vivimos en un mundo en el que no se puede evitar la tecnología 3D. Dondequiera que miremos, ya sea hacia arriba, en las vallas publicitarias envolventes que salen de los edificios, o hacia abajo, en los avatares digitales de las pantallas que llevamos en nuestros bolsillos, hay una nueva perspectiva de cómo visualizamos y percibimos el mundo y las experiencias en él. Esto supone una nueva oportunidad para los diseñadores, que les da total libertad para soñar, imaginar y crear sin límites.

La creciente demanda de experiencias digitales más envolventes ha acelerado la adopción del 3D; la proliferación de nuevos canales y entornos, desde la RA hasta la RV, pasando por los juegos y el metaverso, requiere nuevos activos creativos. Con estos cambios, la tecnología ha madurado y hay una mayor accesibilidad y disponibilidad de tecnología, herramientas y plataformas para dar vida a historias y experiencias.

"Hace veinte años, el 3D era una tecnología primitiva, de nicho y cara. Ahora, los gráficos por ordenador han alcanzado una madurez que nos

permite visualizar imágenes realistas más rápido que nunca", afirma Alex Hindle, diseñador sénior de 3D y espacios en la agencia creativa global LOVE.

"Se ha convertido en una habilidad indispensable en muchos sectores, desde el diseño de productos hasta el entretenimiento, pasando por la ingeniería y la moda: todos utilizan herramientas de diseño 3D para recrear la realidad y aprovechar esto para concebir plenamente las ideas antes de pasar a la producción".

No solo el 3D está actualmente en primera línea gracias a la democratización del software y las herramientas, y a los avances en el hardware, sino que un pequeño equipo de artistas del 3D también puede producir ahora lo que a una empresa de efectos visuales (VFX) le resultaría difícil hace 15 años, con la misma o mayor fidelidad y acabado, según Thomas Valente, fundador y director creativo ejecutivo de Inertia Studios: "Tiene la capacidad de superar los límites del diseño, el CGI y la estética visual moderna, lo que permite a los artistas elaborar contenidos muy atractivos que no pasen desapercibidos".



El **33%** de los diseñadores dicen que el 3D es el siguiente paso en su progresión profesional natural

DESEO CREATIVO

Esta demanda conlleva una mayor necesidad de conocimientos de diseño 3D para hacer frente a la carga de trabajo, lo que da a los diseñadores, que quizás hasta ahora solo habían trabajado en 2D, la oportunidad de mejorar sus habilidades y añadir diferentes dimensiones a lo que están creando.

Nuestra investigación muestra que el 33% de los diseñadores que ya trabajan en el espacio del 3D sienten que es una progresión profesional natural para ellos, siendo sus principales motivaciones su pasión por el diseño 3D (46%), el deseo de aprender y desarrollar nuevas habilidades (38%) y el deseo de trabajar en un sector más creativo (31%).

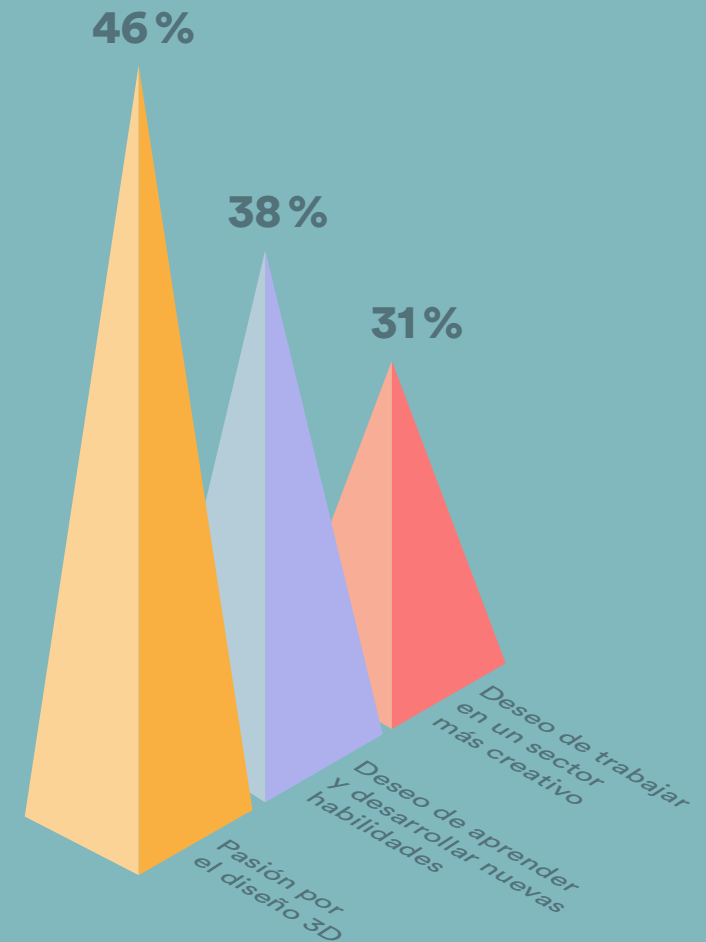
“Tanto si se trata de animación 3D, como de diseño espacial o incluso de productos, trabajar con la tecnología 3D me ha permitido abordar muchas disciplinas diferentes”, dice Hindle. “Trabajar con diseñadores que tienen tal

mezcla de formación y experiencia es una gran experiencia de aprendizaje y me ha influido como artista 3D. Haber desarrollado un ojo para una especialidad 3D diferente y ayudar a dar forma al flujo de trabajo demuestra la capacidad de adaptación que puedes (y debes) tener cuando trabajas en 3D”.

“La capacidad del diseño 3D para transformar totalmente una idea significa que nuestras habilidades tienen una gran demanda en todas las circunstancias: podemos colaborar con arquitectos, diseño de máquinas, envases, construcción de marca, escenas fotorrealistas... y la lista continúa”, añade Hannah Leadbeater, diseñadora 3D y de gráficos animados de la agencia de marketing tecnológico B2B Fox. “Casi todos los sectores piden a gritos diseñadores de 3D –y si no lo hacen ya, deberían hacerlo–, ya que todos los tipos de 3D, ya sean imágenes fijas, modelados o animaciones, darán verdadera vida a una idea”.

“La capacidad del diseño 3D para transformar totalmente una idea significa que nuestras habilidades tienen una gran demanda en todas las circunstancias: podemos colaborar con arquitectos, diseño de máquinas, envases, construcción de marca, escenas fotorrealistas... y la lista continúa”.

Las 3 razones principales para trabajar en diseño 3D



En los últimos años, se ha producido un cambio en la percepción de la gente hacia el 3D, que ha pasado de ser una simple herramienta de comunicación gráfica a reconocerse como una forma de arte.

“Es un medio que nos permite crear lo imposible, modificar la realidad de formas inimaginables y explorar nuevas estéticas de diseño con cualidades narrativas y emotivas”, dice Valente. “Al trabajar en 3D, estamos incorporando una amplia gama de otros conocimientos, desde anatomía y ergonomía, arquitectura e interiores, iluminación y fotografía, diseño de vestuario y moda, y resolución creativa de problemas, en un solo fotograma o secuencia CGI animada”.

Con una demanda tan elevada de diseñadores de 3D en múltiples sectores, la oportunidad de que los diseñadores de 2D mejoren sus habilidades y evolucionen hacia el 3D puede abrirles muchas puertas.

COLABORACIÓN ENTRE EQUIPOS

El 3D no hará más que crecer. Se espera que el mercado mundial de la tecnología 3D alcance los 703 400 millones de dólares en 2030, frente a los 171 400 millones de dólares de 2020, según Allied Market Research. A medida que las marcas siguen superando los límites de lo posible, hay una mayor necesidad de colaboración entre equipos y de herramientas que puedan simplificar el flujo de trabajo, especialmente cuando hay múltiples partes interesadas y perspectivas involucradas en un proyecto.

“El diseño y el proceso creativo van de la mano, pero el diseño y el proceso de producción también tienen que estar superconectados”, dice Alex Wilson, director creativo ejecutivo de la agencia de experiencias de marca Amplify. “El diseñador de 3D es el eje importante entre la creatividad y la producción en cuanto a cómo tomamos algo que podría ser una idea imposible y utópica, algo que puede no

estar completamente ligado a las leyes de la realidad, para superar ese límite a través del diseño, visualizarlo y realizarlo, y luego asegurarse de fabricarlo y hacerlo realidad”.

Al mismo tiempo, “un prototipo bien ejecutado es una gran herramienta para llevar a las partes interesadas a través de la experiencia, animándoles a participar en el proceso de desarrollo”, afirma Martin Hargreaves, director creativo de diseño y estrategia ambiental de la agencia publicitaria Wolff Olins. “Esto puede tener un efecto galvanizador y genera confianza en el cliente. Cuanto más podamos situar digitalmente a las personas en los entornos, más fácil será que colaboren antes e influyan en una solución”.

La demanda está ahí, el mercado se mueve y el escenario está preparado. El 3D es el siguiente paso natural en la evolución creativa y está mucho más cerca de lo que se piensa.

“El 3D es el siguiente paso natural en la evolución creativa y está mucho más cerca de lo que se piensa”.

AGUAS FANGOSAS

Superación de los retos del 3D

LOS OBSTÁCULOS DEL DISEÑO 3D

Aunque está claro que los diseñadores con los que hemos hablado sienten una gran pasión y deseo de trabajar más en el diseño 3D, el sistema educativo no está a la altura de la necesidad actual de diseñadores 3D, sobre todo en los sectores de diseño de productos, moda y automoción. Nuestra investigación muestra que las limitaciones de tiempo (55%) y de presupuesto (60%) son los mayores retos a los que se enfrentan los proyectos 3D.

“Tenemos que ser inteligentes a la hora de iterar un diseño, adelantándonos a los posibles problemas y preguntas en la medida de lo posible; de lo contrario, se producen cuellos de botella en el proceso”, comenta Hindle. El principal sospechoso, según él, es el tiempo de renderizado, que a menudo da un “presupuesto a ojo. Todos los ojos están puestos en que cumplas y a nadie le gusta hacer esperar a un cliente”.

Los diseñadores también trabajan con plazos mucho más ajustados: lo que antes llevaba semanas y meses, ahora puede llevar días, según Ashley Randolph, directora de diseño de la agencia de marcas y diseño Landor & Fitch. “Nuestros plazos son muy reducidos y hay mucha presión por la velocidad a la que se puede producir.

Sería interesante ver la flexibilidad en la parte delantera de los proyectos”.

Cuando los proyectos en 3D dependen inextricablemente de la infraestructura informática, las plataformas de software y la disponibilidad de contar con el talento especializado adecuado, “la triangulación de estos requisitos previos con éxito no siempre está a la altura de la imaginación, la creatividad, el presupuesto y los plazos”, afirma Rainer Usselman, cofundador de la agencia de producción tecnológica creativa Happy Finish.

Uno de cada cinco encuestados en el Reino Unido afirma que la falta de herramientas adecuadas es su mayor reto. Sin embargo, los retos varían según el tamaño de la empresa, y el acceso al talento y el conocimiento del sector se consideran mayores inhibidores en las grandes empresas con más de 350 empleados que en las pequeñas.

Para las empresas, el cambio a los flujos de trabajo del diseño 3D requiere una planificación minuciosa y la incorporación de elementos clave para impulsar el cambio y formar al resto del equipo. Pero una vez hecho esto, los beneficios son enormes: se ahorra tiempo y dinero, y se gana en flexibilidad y creatividad.

Los mayores retos a los que se enfrentan los proyectos de diseño 3D

55 %
Tiempo

60 %
Presupuesto

GESTIÓN LAS EXPECTATIVAS

La educación es otro obstáculo para el éxito, lo que indica la importancia de fijar las expectativas de lo que puede hacer el diseño 3D y a dónde puede llevarte, dice Kelly Vero, redactora jefe de Metacrunch, un medio de comunicación dedicado a la web3 y el metaverso: “Los proyectos tienen sus limitaciones y no siempre se trata del presupuesto, sino a menudo de la tecnología. Nuestro trabajo como diseñadores es inspirar el deseo de mover montañas tanto en nuestro pensamiento como en nuestros productos”.

Esta falta de comprensión puede ser arriesgada a la hora de la entrega, añade Leadbeater. “Si la gente es consciente de las diferentes etapas de un diseño 3D, el proyecto resulta mucho más sencillo; sin embargo, si no es así, se vuelve más arriesgado en términos de

entrega”, dice. “Ha habido ocasiones en las que se ha modificado un modelo justo al final de un proyecto, justo antes de la entrega. Esto no es lo ideal en el mejor de los casos, pero con el diseño 3D significa que el propio modelo debe rehacerse por completo, lo que hace que el proceso vuelva al principio. Luego tiene que pasar por todas las demás etapas antes de estar listo para ser renderizado, lo que retrasa considerablemente la fecha de realización del proyecto”.

Las elevadas curvas de aprendizaje y las herramientas complejas solo pueden ralentizar aún más el proceso y a menudo impiden que los proyectos alcancen su potencial. Para paliar estos problemas, los diseñadores dicen que están recurriendo a herramientas más accesibles y con menores barreras de entrada.

“Nuestro trabajo como diseñadores es inspirar el deseo de mover montañas tanto en nuestro pensamiento como en nuestros productos”.

EL SOFTWARE COMO SALVACIÓN

De hecho, la tecnología y el software de vanguardia (31 %) se consideran el factor número uno para mejorar el sector para los futuros diseñadores de 3D. Los diseñadores afirman que el impulso se aleja de la renderización offline y se acerca a los flujos de trabajo en tiempo real y en el motor; la dirección general se dirige hacia una mayor facilidad de uso, una mayor fidelidad, un mejor rendimiento en tiempo real y un mayor acceso a los ricos ecosistemas de bibliotecas de activos.

“Aunque siempre es estupendo colaborar en persona, las herramientas que nos permiten compartir el trabajo en pantalla y mover las cosas en tiempo real pueden ayudar enormemente al proceso de diseño”, dice Wilson.

“Actualmente utilizamos el renderizado offline para visualizar nuestros proyectos”, añade Hindle. “Si después [de ser renderizado] detectas algo que quieres cambiar o mejorar, eso es otra espera. Con el tiempo real,

se elimina esa espera, permitiendo libertad para iterar diseños sobre la marcha”.

La posibilidad de trabajar en tiempo real da a los diseñadores una idea mucho más clara del aspecto que tendrá su diseño final, lo que les permite comunicar mejor la escala y la visión de conjunto. Hindle añade: “Mejorar los aspectos envolventes y eliminar las barreras tecnológicas solo puede mejorar la forma en que generamos y compartimos ideas con clientes y compañeros diseñadores por igual”.

La popularización del 3D significa que los diseñadores tienen mejor acceso a herramientas que antes solo estaban al alcance de las empresas de efectos visuales y los estudios de producción cinematográfica. Y al trascender la cultura, hace que el 3D sea “un arte menos oscuro y menos intimidatorio” para los diseñadores que utilizan herramientas para realizar lo que tienen en la cabeza y plasmarlo en una pantalla, afirma Wilson.

El **31%**
de los encuestados
afirma que “la tecnología
y el software de
vanguardia” son el factor
n.º 1 que mejorará el
sector para los futuros
diseñadores de 3D.

UN PROCESO DINÁMICO

Pero sigue faltando normalización en el sector del 3D. Nuestros resultados sugieren que la alineación tecnológica (43%) es el proceso de diseño 3D que más se beneficiaría de una mayor normalización, seguido de las licencias de software (30%) y la formación/cualificación (27%).

“Cuando surgió el software 3D, todo funcionaba de forma aislada. Había soluciones mágicas que te permitían exportar desde un programa para poder trabajar con el mismo contenido en otro, pero ahora todos empiezan a comunicarse entre sí un poco mejor”, dice Randolph.

“Independientemente del proceso en el que te encuentres, sigues siendo capaz de visualizar, algo muy importante para los clientes hoy en día; y ese tipo de comunicación entre los programas y la forma en que trabajan juntos

es clave para comunicar la belleza que hay detrás de las ideas cuando los clientes pueden ver una versión totalmente realizada”.

Un buen flujo de trabajo es aquel que está preparado para ser modificado, cambiado e iterado. Y cuando hay varios equipos trabajando en proyectos, es importante contar con una flexibilidad que dé a la gente la libertad de cambiar de opinión y poder aplicar los cambios a medida que se producen, lo que permite tomar decisiones más rápidamente y rectificar los errores con la mayor rapidez y eficacia posibles.

Aunque todavía quedan algunos obstáculos por superar, está claro que la innovación en el mercado del software puede contribuir a romper estas barreras.

Los tres principales procesos que se beneficiarán de una mayor estandarización del diseño 3D

Alineación de la tecnología

Formación y titulaciones

Licencia de software

43 %

27 %

30 %

SENTIR EL ZEN

Aplicaciones del diseño 3D

Las 3 cualidades más importantes para triunfar en el sector del 3D

44 %
Paciencia

48 %
Perseverancia

65 %
Creatividad

Una vez conocidas las habilidades técnicas y la infraestructura necesarias para superar los retos que plantea el diseño 3D, nuestra investigación destaca la creatividad (65%), la perseverancia (48 %) y la paciencia (44 %) como habilidades interpersonales fundamentales para que los diseñadores 3D puedan tener éxito.

Randolph nos dice que si pudiera volver atrás y compartir un aprendizaje clave con cualquiera que se inicie en la carrera del 3D, sería "ser adaptable y entender que las instrucciones en el proceso creativo y el resultado van a cambiar un millón de veces antes de llegar al final del proyecto. Los creativos tienden a poner su corazón

y su alma en todo, por lo que ser capaz de alejarse y ver las cosas un poco más subjetivamente es muy importante y el mayor elemento de crecimiento en mí mismo".

Aunque los programas 3D ayudan a facilitar el proceso, Randolph cree que la clave del éxito de un proyecto es el equipo que lo respalda. Afirma: "Hay que trabajar con gente motivada, con talento y equilibrada. Algunas personas pueden ser más fuertes en el lado de la construcción, otras en el de la gran idea creativa. Asegurarse de contar con un equipo de personas que canten y se equilibren entre sí es la parte más importante del éxito de un proyecto".

LO MÁS DESTACADO DEL SECTOR

Desde la creación de entornos hiperrealistas hasta el diseño de productos que ni siquiera existen todavía, los flujos de trabajo 3D están permitiendo una gran variedad de proyectos, desde moda digital hasta influencers virtuales, entornos de juego hasta simulaciones, activaciones de marca AR y mucho más.

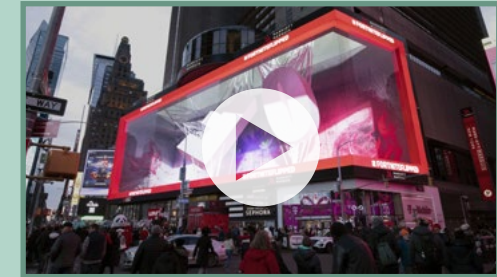
Analizamos algunas aplicaciones geniales del diseño 3D en distintos sectores y hacia dónde podría dirigirse en el futuro.



COMPROBACIÓN Tear Couture para ASTi

McCann Health London ideó una campaña para Acid Survivors Trust International (ASTi) en la que se invitaba a los espectadores a recorrer la lágrima de un superviviente de un ataque con ácido en un paisaje envolvente diseñado para gafas 3D. Se recogieron lágrimas y se fotografiaron con un microscopio, creando cada una un patrón cristalizado único que se transformó en un paisaje de RV.

“No hay limitaciones de adónde se puede o no se puede ir, como narradores podemos desafiar las percepciones que la gente tiene de la realidad”, afirma Avril Furness, directora creativa de McCann Health London. “Podríamos viajar literalmente a niveles microscópicos y crear paisajes épicos dentro de una sola lágrima, descubriendo nuevos territorios inexplorados, lo que abre las puertas a nuevas oportunidades desde el punto de vista de la narración emocional. Podríamos hacer visible lo invisible. Es como si fuera magia”.



ENTRETENIMIENTO Vallas publicitarias de #FortniteFlipped

Para lanzar el capítulo 3 de Fortnite, Amplify llevó la narrativa del juego al mundo real y colocó pistas ambientales de las nuevas islas a través de cuatro espectáculos anamórficos en sitios digitales al aire libre en Nueva York, Londres, Tokio y Estocolmo. El juego ambiental, que incluía hielo y truenos, y los nuevos personajes se intercalaron en los espectáculos, que evolucionaron ante los ojos de los aficionados.

“Creamos una máquina de publicidad para que la gente hablara de lo que ocurre con estas instalaciones 3D, pero la función del 3D era contar una historia interesante e intrigante”, dice Wilson. “Se trataba de invitar a los aficionados al mundo de Fortnite y a participar en la conversación social. La tecnología 3D tiene un potencial real para desempeñar ese papel: que la gente se dé cuenta de la importancia de los efectos visuales en el diseño 3D como momentos para contar sus historias”.



MÚSICA

Pharrell Williams: Cash In Cash Out

Inspirado en el zoótropo, un dispositivo circular del siglo XIX utilizado para crear la ilusión de animación antes de que fuera propiamente posible, el vídeo musical Cash In Cash Out de Pharrell Williams muestra figuras de arcilla en un entorno mágico de patio de recreo mediante animación CGI. Este es un ejemplo de cómo los efectos prácticos y tridimensionales pueden trabajar juntos para causar un gran impacto.



COMERCIO MINORISTA M&Ms

Como arquitectos responsables del diseño de las tiendas M&Ms, la agencia Landor & Fitch ha creado espacios lúdicos y creativos basados en un sentimiento de pertenencia y comunidad. Se utilizó el 3D para realizar el espacio 360 y ayudar al cliente a entender lo que estaban construyendo juntos.

“El 3D ayuda a crear un diseño mejor orientado a la marca porque todo se filtra: puedes examinar cada rincón de los espacios que estás diseñando y construyendo hasta el más mínimo detalle”, dice Randolph. “El hecho de que pudiéramos verlo tan vívidamente tan pronto nos ayudó a llegar a este diseño afinado que era tan marca de futuro”.

PREDICCIONES

¿Qué te encantaría ver en 3D?

“Hasta ahora, el 3D era una herramienta para expresar el arte. Aunque estamos por encima del bache del Uncanny Valley, con los influencers virtuales y similares, lo orgánico sigue siendo lo más difícil de conseguir. Me sorprendería ver un ser humano totalmente digital, con píxeles perfectos y creíble, un ser humano real en 3D con pelo realista como el mío”.

Marine Kim, jefa de redacción,
Revista de Adobe Substance 3D



LA TECNOLOGÍA ES EL FACTOR DE NIVELACIÓN

Diseño para el futuro

Con estos datos, está claro que la tecnología tiene una oportunidad real de ser un elemento nivelador que permita a los diseñadores alinearse y trabajar mejor, de forma más inteligente y creativa.

La tecnología adecuada permite a creativos y diseñadores contar historias de formas que antes no eran posibles, sin necesidad de grandes equipos y recursos técnicos como en el pasado.

“Es un momento muy emocionante para crear en el campo del diseño 3D; ahora hay muchas herramientas fantásticas en el mercado y fácilmente accesibles”, afirma Matt Fryer, director de movimiento de Stereo Creative.

“La escalabilidad y el alcance de estas herramientas significan que ahora no se necesitan más de cinco años de experiencia para dejar huella. Ha dado a diseñadores, animadores y creativos de todos los orígenes, niveles y disciplinas, las plataformas y la libertad para crear, desafiar y no dejarse frenar. Esto es muy importante para nuestro sector por la progresión y las oportunidades que crea”.



CUANDO FLUYE EL TRABAJO, FLUYE LA CREATIVIDAD

Un gran software 3D es algo infinito, algo que se reta a sí mismo a hacerlo mejor y viaja a la misma velocidad que el usuario. Productos como Substance 3D y la suite de Adobe en general se han creado para permitir a los diseñadores superar los obstáculos detectados en el diseño 3D que se tratan en este informe a fin de poder diseñar con eficacia y eficiencia de cara al futuro.

“En un proceso 3D intervienen diferentes pasos, que a menudo implican diferentes colaboradores: la transición entre estos pasos debe ser lo más transparente posible para el usuario final”, afirma Vincent Gault, artista técnico sénior de Substance 3D. “Un flujo de

trabajo 3D implica muchas tareas diferentes, aunque complementarias, para realizar el trabajo. En lugar de utilizar una navaja suiza, nuestro enfoque consiste en crear software específico para cada una de estas tareas. Adentrarse en el 3D no significa tener que dominar todos los pasos que lo componen: el usuario puede centrarse realmente en algo que mejore el flujo de trabajo, sin tener que aprenderlo todo a la vez”.

“Para que esto funcione de manera eficaz, debemos asegurarnos de que estas herramientas se comunican eficazmente para mantener un flujo de trabajo dinámico. Es importante crear una sólida interoperabilidad

entre nuestros productos, pero también basarnos en normas sólidas, para que el usuario sepa que no romperemos sus conductos. Otro elemento único es la escalabilidad de nuestro ecosistema; tanto si eres un solo artista autónomo como un gran estudio, todos pueden aprovechar la solución”.

Todos los que trabajan en 3D hacen algo diferente: intentan hacer una película, una animación, un renderizado, una experiencia. Cada vez se obtiene un resultado diferente. Dotar a los diseñadores de las herramientas y el acceso a la tecnología adecuada será vital para preparar hoy el futuro del mañana.

“Adentrarse en el 3D no significa tener que dominar todos los pasos que lo componen: el usuario puede centrarse realmente en algo que mejore el flujo de trabajo, sin tener que aprenderlo todo a la vez”.

LA ÚLTIMA PALABRA

¿Qué esperan los diseñadores de su software de diseño 3D?

- 1 Herramientas fáciles de usar
- 2 Escasos requisitos de acceso
- 3 Accesibilidad
- 4 Reutilizable
- 5 Flexibilidad
- 6 Sin límites para la creatividad
- 7 Curva de aprendizaje poco marcada
- 8 Compatibilidad con plug-ins y otras aplicaciones
- 9 Reducción del tiempo de desarrollo
- 10 Escalabilidad, interoperabilidad y eficiencia

“Una mejor integración entre los distintos programas de 3D y los sistemas universales de materiales ahorraría mucho tiempo. Una integración perfecta desde la perspectiva del creador aportaría mucha libertad creativa”.



Rokas Petkevicius,
Diseñador sénior de gráficos animados,
Stereo Creative

“Quiero dedicar mi tiempo a diseñar, no a solucionar problemas. Cuando elijo un programa, busco uno que incluya muchos recursos de aprendizaje y, sobre todo, una interfaz fácil de usar”.



Hannah Leadbeater,
Diseñadora 3D y de gráficos animados,
Agencia Fox

SUBSTANCE 3D OUTRO

Con un detalle y un realismo sin concesiones, Substance 3D ofrece a los diseñadores gráficos y a los artistas 3D experimentados un conjunto de herramientas conectadas para crear contenidos 3D realistas para marketing y construcción de marca, diseño de productos y moda, arquitectura, juegos, efectos visuales y mucho más.

La tecnología tiene que ser rápida y contar con plazos de entrega inteligentes para producir la máxima calidad en el cálculo más rápido posible. Substance 3D logra el equilibrio entre la optimización y el recálculo, con un nivel de entrada inferior adecuado para cualquier diseñador que desee explorar el mundo del 3D. Con un flujo de trabajo más rápido, sencillo y flexible, no destructivo y que permite la reutilización y escalabilidad entre equipos con variaciones de ángulos, colores, texturas y materiales, proporciona un circuito de información coherente en todos los niveles de producción.

Substance 3D se conecta a la perfección con otras herramientas y servicios de Adobe Creative Cloud, como Photoshop e Illustrator, así como con soluciones de terceros como Cinema 4D y 3ds Max, lo que permite a los equipos colaborar y producir modelos e ilustraciones en 3D en un tiempo récord.

Para obtener más información y empezar a arrasar en el mundo del 3D, visita www.adobe.com/es/products/substance3d/business.html.

