

Adobe adquiere a la compañía Allegorithmic

Para Ignacio Aguirre, Head de Marketing para Latinoamérica de Adobe, **la compra de Allegorithmic tiene un objetivo claro: mejorar sus herramientas de diseño 3D** y apuntalar el número de clientes.

“El objetivo de Adobe con Creative Cloud es dar a los creadores todas las herramientas que necesitan para cualquier historia que elijan contar. Cada vez más, las historias se cuentan con contenido en 3D y la incorporación de **Allegorithmic promueve la expansión de nuestro Creative Cloud en el diseño de contenido 3D**”, dijo.

Como contexto, asegura que las herramientas de **Allegorithmic ya están ayudando a las mejores marcas de juegos, entretenimiento y retail a crear las texturas y materiales que dan detalle y realismo al contenido 3D.**

“La familia de herramientas Substance de Allegorithmic se usa en la gran mayoría de los juegos AAA, incluidos *Call of Duty*, *Assassin's Creed* y *Forza*. Se utilizan cada vez más para **efectos visuales y animaciones**, incluso en galardonadas películas como *Blade Runner 2049*, *Pacific Rim Uprising* y *Tomb Raider*. Y se están adoptando en los campos de diseño, visualización de productos, retail y marketing, arquitectura y fabricación, donde el contenido 3D está **transformando los flujos tradicionales de trabajo en ciento por ciento digitales**”, agregó.

Para los especialistas, es difícil sobreestimar la importancia del diseño de contenido 3D. “Mucha gente piensa que el 3D se limita al tipo de contenido inmersivo que vemos con lentes especiales o una aplicación de realidad aumentada, pero eso es sólo la punta del iceberg. Gran parte del contenido que consumimos en dos dimensiones se crea utilizando herramientas 3D. Muchas escenas de películas importantes como *Star Wars* y series animadas, se generan en computadora en 3D”, señaló Aguirre.

El papel de **la creación 3D está creciendo rápidamente en marketing y experiencias de productos**. La gran mayoría de los comerciales de automóviles, por ejemplo, no están filmados con vehículos reales, sino renders que utilizan herramientas 3D.

Los catálogos de productos para empresas como Ikea están compuestos en gran parte por imágenes renderizadas en 3D.

“En un futuro cercano, viviremos en un mundo en el que las creaciones reales y virtuales se combinarán a la perfección, un cambio que permitirá a las empresas crear experiencias que antes no habrían sido posibles, ahorrando tiempo y dinero en su proceso de producción”, explicó Aguirre.

Nuevas oportunidades

Con los smartphones y tablets que comienzan a capturar y mostrar contenido en 3D, las marcas

tienen nuevas oportunidades para crear y entregar experiencias atractivas e interactivas que atrapen a sus clientes.

Las aplicaciones de **Creative Cloud como Photoshop, Dimension, Premiere Pro y After Effects** ya son una parte importante de muchos de estos flujos de trabajo en la creación de contenido.

“Las herramientas de Substance agregan nuevas y poderosas capacidades que permitirán crear experiencias en nuevos medios utilizando Creative Cloud reduciendo costos y tiempo de comercialización”, añadió el director de Marketing para Latinoamérica de Adobe.