





BROTHER ESCUELA DE CREATIVOS

INTRODUCCIÓN

Brother, ofrece métodos de enseñanza vanguardistas y sus profesores son reconocidos profesionales, contando entre su plantel con Directores Generales Creativos, Directores Creativos y Creativos Senior de agencias que han ganado premios en los festivales más importantes del mundo. Sólo aquí dan charlas los creativos más talentosos del mercado, directores, fotógrafos, diseñadores, guionistas y artistas.

Brother es la escuela de creativos más premiada de 2004, 2005, 2006, 2007 y la única con un oro en el Ojo de Iberoamérica en el 2008, además de ser premiada como Mejor Proyecto Joven de 2005 por la Cámara de Anunciantes. Dos veces ganadora del concurso Cannes Young Creatives en Argentina y Uruguay y la única escuela de creativos de Latinoamérica en aportar alumnos a DM9 DDB Brasil, la agencia más premiada del mundo, ganadora de 69 leones, 2 Grand Prix y 3 veces Agency of the Year en el Festival Internacional de Cannes.

NUESTROS PROGRAMAS:

- Dirección de Arte y Creatividad (Duración: 1 año)
- Evolución – Creatividad para Planners (Duración: 3 meses)
- Cursos personalizados para Empresas
- Cursos, Seminarios y Workshops Especializados

PROGRAMA DIRECCIÓN DE ARTE Y CREATIVIDAD



DIRECCIÓN DE ARTE

Un director de arte debe ser consciente que es una decisión que no termina nunca, que requiere disciplina, investigación y constancia. Debe tener la capacidad de evolucionar, y sobre todo de no perder la capacidad de asombro, de ser un niño que escudriña en todas partes y le busca el otro lado a las cosas. Los interesados en Dirección de arte siempre se preguntan si es necesario saber dibujar. Y la respuesta es Si. Hay que tener una mínima expresión de dibujo, ya que con este se plantean los bocetos, y se visualizan las ideas, se diagrama y se adapta la idea a cada medio. Se compone y se indican los detalles de producción, se desarrollan ideas de etiquetas, de empaques y de envases. Se piensa y se trabaja dibujando. Pero todas estas habilidades se desarrollan. Hay muchas personas talentosas que no necesariamente manejan a la perfección el lápiz, pero tienen la capacidad de hacerse entender con collages, con impresos, con cartones, con imágenes. A su manera dibujan. El director, tiene la tarea de indicar todos los pasos para el desarrollo de un proyecto y en él está la responsabilidad de la visualización. Un director de arte también debe ser hábil con las palabras, si no es muy fuerte en el dibujo, y debe conocer las disciplinas que lo soportan: fotógrafos, ilustradores y diseñadores. Debe tener capacidad de contacto con los demás profesionales, no temerle a comunicarse pues de los demás depende también el éxito de su trabajo. Es el encargado de armonizar, organizar y ponerlos a todos en sintonía.

FILOSOFIA DEL CURSO DIRECCIÓN DE ARTE

La formación en dirección de arte es una gran mezcla de conocimientos que parte del lenguaje de la publicidad, la redacción publicitaria, partiendo de los brief y de las estrategias formuladas por los creativos de cuenta. Para Brother, un director de arte debe ser es un hábil comunicador publicitario. Por eso trabajamos porque sea capaz de desarrollar proyectos integrales y que se fortalezcan sus ganas de trabajar y de producir ideas en cantidad. De visualizar y de crear, para luego pasar a la concepción de nuevas técnicas, símbolos, colores y de una nueva estética. Que proponga y no se pegue a los referentes existentes, pero que a la vez no los desconozca. Capaz de adaptarse a un mundo que todo lo cambia y todo lo transforma en un abrir y cerrar de ojos.

QUÉ BUSCAMOS

Desarrollar las aptitudes que tendría que tener un director artístico: iniciativa, capacidad de análisis, buena imagen y capacidad de comunicación. Además, establecerá las pautas generales de un proyecto gráfico con el cliente, ha de realizar los presupuestos y organizar



el tiempo de entrega del proyecto. Tener la capacidad de visualizador de conceptos y de imágenes y buscar soluciones a problemas para conservar la fidelidad del concepto inicial.

A QUIEN ESTÁ DIRIGIDO

Dirigido a profesionales y estudiantes con conocimientos básicos en Diseño Gráfico, que desean conocer y controlar los diferentes aspectos visuales que rodean una campaña de publicidad.

OBJETIVO

El programa tiene como objetivo, que el alumno llegue a comprender todas las áreas y tareas que componen la acción publicitaria del Director de Arte y saber coordinarlas con eficacia. Que sepa distinguir sus campos de competencia, responsabilidades, habilidades, formación necesarias y que entienda la complejidad que implica el trabajo de un Director de Arte Publicitario.

REQUISITO:

Tener conocimientos básicos en diseño gráfico.

CONTENIDO PRINCIPAL

El concepto de director de arte publicitario. La publicidad. Principios de dirección de arte y creatividad. imagen publicitaria. Narración visual. grandes diseñadores en el mundo. Diseñadores en Latinoamérica. Diseñadores Colombianos. Dirección de arte y medios publicitarios. El proceso de trabajo. Fuentes de inspiración. Festivales y premios. Técnicas gráficas. Técnicas de presentación. Técnicas audiovisuales

REDACCIÓN CREATIVA

No somos doctores. Nadie espera ver nuestro título colgado en la pared para darnos trabajo o entregarnos una cuenta. Aquí, por encima de todo vale el talento, talento que puedas haber desarrollado de manera profesional o empírica, pero para llegar lejos y hacer que tus cuentas lleguen lejos, se requiere, esfuerzo, preparación, sacrificio y tiempo. ¿Eres talentoso? Que bien, pero queremos contarte que no será suficiente. Tu lo sabes. El talento es sólo una de las cosas que necesitas tener para ser un buen creativo. En brother sabemos que necesitas más herramientas para trabajar en este mundo tan competitivo. Por eso te preparamos para que puedas comunicar lo que debes comunicar. Para que lo hagas de una manera diferenciadora. Para que te salgas del cajón. Queremos que seas creativo. Que vuelas con tus ideas, pero que también aterrices en el momento en que sea necesario.



FILOSOFÍA

Rechazamos el "no porque..." Creemos en el "sí, y...?" Combatimos la verticalidad, buscamos "salir de la caja", nos negamos a la visión mecanista en el sentido de ver a las personas como piezas sustituibles de una maquinaria aceiteada. Por esto mismo, creemos que las personas no son imprescindibles por definición pero pueden volverse imprescindibles por sus aportes. En esas personas se sustentan las agencias y cualquier colectivo humano. Defendemos la horizontalidad, la dinámica de agencia abierta y los valores humanos de respeto y cariño por las personas tanto dentro del equipo como hacia fuera pensando en clientes, consumidores y colegas. Sentimos que estamos contribuyendo a la formación de una nueva generación de profesionales que desterrarán definitivamente el prejuicioso cliché de la egolatría sustituyéndolo por la condición ganada de ser un integrante más del Equipo Creativo, tal vez el primero y más importante dentro del proceso de producción. Tenemos claro que el trabajo de un creativo va más allá de adaptar información, de buscar referentes, de encontrar chispazos creativos. Por eso trabajamos para generar conceptos inspiradores y redactar textos y te preparamos para que te conectes de manera creativa con el anunciante y su público. Sabemos que este trabajo no lo puede hacer cualquiera. Queremos que tengas una ventaja con respecto a la competencia, que piensas más allá. Queremos que seas un Brother y que logres construir un portafolio que mejore tu nivel y te abra puertas.

DIRIGIDO A:

Estudiantes, profesionales apasionados por la publicidad, con interés de desarrollar su talento creativo y abrir su camino hacia la creatividad publicitaria.

CONTENIDO PRINCIPAL

Idea, concepto, recurso. Concepto Brief y concepto creativo. Identificación e concepto. Búsqueda de conceptos. Búsqueda de concepto y situaciones cotidianas. Insight. Target. Titulares. Escritura creativa. La síntesis. Aplicación a gráfica, televisión y radio. Publicidad alternativa. La carpeta. Búsqueda laboral. Diseño de carpeta. Como vender y defender una carpeta en el primer trabajo.

ESTRUCTURA GENERAL DE CONTENIDOS

I SEMESTRE

- BRIEF
- CONCEPTO
- REDACCIÓN CREATIVA
- CREATIVIDAD PRINT

II SEMESTRE

- CREATIVIDAD BTL
- CREATIVIDAD RADIO
- CREATIVIDAD TV
- CREATIVIDAD WEB
- BOOK



INFORMACIÓN GENERAL

DIRECCIÓN DE ARTE Y CREATIVIDAD

Duración: 1 año

Horario: Martes, Miércoles y Jueves de 7 PM a 10 PM

Cupos disponibles: 20

Inicio: Febrero y Agosto

FORMA DE PAGO: Efectivo + Cheques + Tarjeta de Crédito.

CUPOS LIMITADOS

Info:

Calle 70 No. 11-10

Bogotá DC – Colombia

Tel: (1) 743 43 89 Móvil: 317.436 19 75

E-mail: bogota@brother.edu.co