

MONTEVIDEO

INTENSIVOS

2K25

# POWER UPS 2

# Creatividad + Dirección de Arte

CON MAXIMILIANO ARBES  
Y ANA CLARA DIAZ

Brother

# ¿QUIÉNES SOMOS?



La Escuela de Creatividad  
más premiada del mundo.



Elegida en 2023, por segunda vez  
en Cannes como la School of the Year.

Una de las únicas escuelas del mundo en ganar múltiples premios en importantes festivales: Clío, Sol de Oro en Bilbao, el Diente del Círculo de Creatividad Argentina, Pencil de D&AD, C de C del Club de Creativos, Ojo de Iberoamérica y Oro en los premios Inspirational IAB Spain 2014.

## La Escuela con mas sedes en el mundo.

Más de

**40.000**

alumnxs egresadxs

Más de

**35.000**

trabajando en la actualidad  
en agencias

Más de

**100**

leones de Cannes  
ganados por ex alumnxs



# EL TRABAJO MENTAL CADA VEZ SERÁ MÁS VALORADO

Estamos entrando a la llamada era de la “Desocupación informática” en donde la tecnología y sus robots cada vez ganan más terreno y se apoderan de fuentes de trabajo humanas. Hoy en día ya hay máquinas que realizan cirugías prescindiendo de médicos o computadoras que filman un programa de TV sin la necesidad de contar con camarógrafos.

Es por eso que los creativos tenemos el futuro asegurado, ningún robot podrá hacer nuestro trabajo porque no pueden pensar y mucho menos entender lo que moviliza a las personas. **En un mundo con tanta información la creatividad cada vez es más indispensable porque ayuda a “separar” entre tantos estímulos.**

# MÁS QUE NADA LA PRESENCIA DE OTRA GENTE CREATIVA

La idea de que la creatividad es algo relacionado con grandes mentes es falsa. La realidad es que la creatividad es un proceso social: nuestros mayores avances vienen de la gente de la que aprendemos, de la gente con la que competimos y de la gente con la que colaboramos.

**Brother es un espacio multicultural donde personas de todo el mundo se juntan a intercambiar ideas enriqueciendo el proceso creativo.** Las mentes creativas necesitan libertad para innovar y la Escuela es el lugar ideal para eso.

YES!  
WE CANNES  
AGAIN!



ELEGIDA EN 2023, POR SEGUNDA VEZ  
CANNES COMO LA SCHOOL OF THE YEAR.

#sosloquehacés - Brother MVD - 21 años

# LAS CLASES EN BRO SON 100% DINÁMICAS

Contamos con grupos reducidos para que puedas tener una mayor atención y una mejor calidad de aprendizaje.

Tendrás un grupo de Whatsapp para interactuar EN TIEMPO REAL con tus profesorxs y compañerxs de curso.

Antes de comenzar el curso te enviaremos un email recordándote del inicio del curso y los horarios de clase para que no te pierdas de nada.

En caso de que tengas dudas podrás consultar con nuestro equipo de Coordinación.

Podrás participar de las masterclass y los eventos que usualmente organizamos.

Las clases de los cursos online quedan grabadas durante todo el transcurso del taller para que puedas consultar y revisar lo que necesites a toda hora.

**Al terminar el curso se te otorgará un diploma certificado por Brother Montevideo, el cual te enviaremos por email.**

# POWER UPS 2

# Creatividad + Dirección de Arte

CON MAXIMILIANO ARBES  
Y ANA CLARA DIAZ

# OBJETIVOS DEL CURSO

**Este es el curso fusión de Creatividad + Dirección de Arte, en el que vas a aprender a resolver problemas con creatividad, explorar el mundo de lo visual y armar una carpeta que refleje tu perfil creativo en solo 4 meses.**

Uno de los grandes objetivos es que puedas encontrar tu perfil creativo y al finalizar, te lleves una carpeta de trabajos que refleje el poder de tus ideas.

Además, crearemos un espacio en donde puedas afinar tu ojo artístico, desarrollar tu lado crítico y autocrítico, para mover tus ideas a un nuevo nivel de belleza e impacto.

Si querés que tus ideas no solo llamen la atención, sino que también dejen huella, este curso es para vos. Vas a aprender a transformar una idea en campañas publicitarias con impacto, a desarrollar una dirección de arte poderosa y a comunicar conceptos de forma visualmente irresistible.

## ¿QUÉ VAS A LOGRAR?

- **Dominar** el proceso creativo de principio a fin: desde encontrar un insight poderoso hasta darle vida con una ejecución impecable.
- **Laburar** en tu portfolio profesional en Behance y otras plataformas para hacerte un lugar en la industria.
- **Aprender** a construir un concepto sólido, entender un brief y desarrollarlo en piezas publicitarias efectivas.
- **Entender** el funcionamiento de las agencias y de los festivales de publicidad, para posicionarte en el mundo publicitario.
- **Descubrir** cómo usar la tipografía, la fotografía, la ilustración y el motion para potenciar tus ideas.
- **Este curso es ideal para quienes aman la creatividad y quieren crecer en el mundo de la publicidad, branding, diseño o dirección de arte. Si te apasiona contar historias, comunicar visualmente y pensás que las ideas pueden cambiar el mundo, este curso es tu punto de partida.**
- **Explorar** el mundo de la inteligencia artificial en la creatividad y cómo aplicarla en dirección de arte.

# PROGRAMA

## Creatividad - Maxi Arbes

### 1. IDEA

- Qué es una idea
- Ideas como solucionadores de problemas

### 2. INSIGHT

- Qué es
- Insight vs observación
- Ejercicio en clase: identificación de insights
- Ejercicio deberes: traer insights para x marcas

### 3. PÚBLICO OBJETIVO

- Qué es y para qué sirve
- Definición de un público objetivo
- Ejercicio en clase: a qué público le habla?

### 4. CONCEPTO

- ¿Qué es?
- Concepto vs claim vs slogan
- Concepto brief: qué decir
- Concepto creativo: cómo decirlo
- Identificación de conceptos creativos
- Ejercicio: creación de conceptos

### 5. BRIEF

- Qué es un brief
- Qué busca el brief
- Un buen brief inspira
- Ejercicio: creación de brief en clase
- La realidad de los briefs

### 6. TECNOLOGÍA

- AR
- VR
- MR
- INTERACTIVIDAD
- IA

## 7. (PENSAMIENTO CREATIVO) PROBLEMA-IDEA-SOLUCIÓN

- ¿Qué es?
- ¿Para qué sirve?
- Pensamiento lateral
- Identificación de problemas
- Identificación de soluciones
- Brainstorming
- ¿Por qué esta idea es ideal para esa marca y no otra ejercicio?
- ¿Cuál era el problema a solucionar?
- ¿Cuál es el insight?
- ¿Cuál es el concepto creativo?

## 8. PRESENTAR UNA IDEA (cómo vienen hasta acá)

- Racional creativo
- Insight / observación
- Concepto
- Idea
- Elevator pitch

## 9. IDEA VS EJECUCIÓN

- Good idea / bad execution
- Bad idea / good execution
- Ejecución - producción
- Recurso y ejecución no son idea
- Productoras

## 10. MEDIOS – Tecnología como herramienta que atraviesa los medios y soportes.

- Prensa
- Vía pública
- Radio
- TV
- Digital
- Interactividad

## 11. CONTAR LAS IDEAS

- Qué es un Case
- Qué es un Board
- Armado de case y board

**12. A PENSAR IDEAS** – Dinámica de clase de pensar ideas, presentarlas y elegir las mejores entre todos.

**13. FESTIVALES** – Briefs reales de festivales creativos de estudiantes.

- Para qué sirven
- Cuáles hay
- Cuál es el perfil de cada uno
- Ejercicio: traer ideas de festivales y contar por qué están buenas

**14. ARMADO DE CARPETA**

- Explorar plataformas
- Behance
- Instagram
- Web personal

**15. TRABAJAR EN UNA AGENCIA**

- Distintas áreas y roles
- Organigrama
- Flow

**16. CIERRE DE CURSO**

- Devolución
- Dudas y preguntas
- Revisión de carpeta

# DIRECCIÓN DE ARTE - Ana Clara Díaz

## 1. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD

- Publicidad
- Guerrilla
- Shockvertising
- Agencias de antes (Agulla y Baccetti)
- Agencia de ahora (GUT - LOLLA - ETC)

## 2. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD

- ¿Qué es el arte? Breve recorrido histórico y enfoques.
- ¿Qué es la dirección de arte? Diferencia con otras disciplinas creativas.
- El rol del director de arte en publicidad. Responsabilidades y trabajo en equipo.
- Análisis de piezas icónicas. Referentes y su impacto visual.  
*Ejercicio práctico: Reinterpretación de una pieza con un nuevo estilo visual.*

## 3. FUNDAMENTOS DEL DISEÑO

- Principios básicos del diseño gráfico. Aplicación en comunicación visual.
- Diseño desde la idea. Cómo traducir conceptos en lo visual.
- Composición, equilibrio y jerarquía visual. Técnicas y ejemplos.
- Referentes gráficos. Quiénes marcaron la industria y su impacto.  
*Ejercicio práctico: Diseñar una pieza visual basada en un concepto creativo.*

## 4. EL PODER DE LAS REFERENCIAS

- Inspiración más allá de la publicidad. Cine, arte, música, moda, arquitectura.
- Referencias en publicidad. Grandes campañas y su impacto visual.
- La búsqueda constante. Referencias como punto de partida creativo.
- Dónde buscar. Plataformas, archivos y métodos de investigación visual.  
*Ejercicio práctico: Crear un moodboard con referencias para una campaña.*

## 5. TIPOGRAFÍA Y SU ROL EN LA DIRECCIÓN DE ARTE

- Introducción a la tipografía. Historia, anatomía y clasificación.
- Elección tipográfica desde la idea. Cómo potenciar un concepto con la fuente adecuada.
- Tipografía en publicidad. Casos icónicos y buenas prácticas.
- Herramientas y plataformas. Dónde buscar y cómo crear tipografías.  
*Ejercicio práctico: Diseñar una pieza tipográfica con un concepto creativo.*

## 6. BRANDING Y KEY VISUAL: LA IDENTIFICACIÓN DE UNA MARCA

- ¿Qué es el branding? Importancia en la publicidad y construcción de identidad.
- Creación de un Key Visual. Desarrollo de una identidad gráfica sólida.
- Casos de estudio. Ejemplos de campañas con Key Visual fuerte.  
*Ejercicio práctico: Diseño de un Key Visual para una marca ficticia.*

## 7. FOTOGRAFÍA COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN VISUAL

- Fundamentos de la fotografía publicitaria. Técnica y concepto.
- Composición, iluminación y dirección de arte en foto. Elementos clave para una imagen impactante.
- Fotografía de producto. Técnicas y enfoques para destacar características visuales.
- Referentes en fotografía publicitaria y de moda. Quiénes marcaron tendencia.
- Fotografía como lenguaje visual. Cómo transmitir ideas y emociones a través de las imágenes.  
*Ejercicio práctico: Análisis de campañas y creación de un concepto fotográfico.*

## 8. ILUSTRACIÓN Y SU APLICACIÓN EN PUBLICIDAD

- Introducción a la ilustración en publicidad. Usos y beneficios.
- Estilos y técnicas. Aplicaciones en la comunicación de marcas.
- Elección del estilo adecuado. Factores clave según la campaña.
- Dónde encontrar ilustradores. Plataformas y colaboraciones.  
*Ejercicio práctico: Desarrollo de un Key Visual con ilustración.*

## 9. INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN DIRECCIÓN DE ARTE

- Introducción a la IA en creatividad. Herramientas y posibilidades.
  - Generación de imágenes con IA. Uso en conceptualización y desarrollo visual.
  - Ética y desafíos. Originalidad, derechos de autor y uso responsable.
- Ejercicio práctico: Crear un Key Visual combinando recursos generados con IA.*

## 10. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y DIRECCIÓN DE ARTE EN MOTION

- Referencias clave en producción audiovisual publicitaria. Técnicas y tendencias visuales.
- Traducir un concepto visual en video. Cómo hacer un tratamiento para una pieza en motion.
- Dirección de arte en rodaje y postproducción. Coordinación de estilo visual, escenografía y efectos.
- Análisis de casos de éxito. Estudio de campañas y su impacto visual.
- Desafíos comunes. Problemas y soluciones en la producción de contenido audiovisual. (Bajo presupuesto, etc.)

## 11. BOARD COMO HERRAMIENTA DE PRESENTACIÓN

- ¿Qué es un board? Importancia en la presentación de ideas.
  - Estructura y reglas clave. Cómo organizar la información visual.
  - Casos de éxito. Ejemplos de boards bien ejecutados.
- Ejercicio práctico: Creación de un board para una campaña.*

## 12. VIDEO CASES: EL STORYTELLING VISUAL

- ¿Qué es un video case? Importancia y rol en la industria publicitaria.
  - Estructura narrativa de un buen video case. Elementos clave y reglas de storytelling.
  - Ejemplos de video cases efectivos. Análisis de campañas destacadas.
- Ejercicio práctico: Desarrollo del arte visual de un video case. Creación de la estética, composición y narrativa visual.*

## 13. BEHANCE Y EL PORTFOLIO DIGITAL

- Importancia de un buen portfolio digital. Cómo influye en tu carrera profesional.
  - Estructura de un proyecto en Behance. Pasos para crear un proyecto atractivo.
  - Presentación visual. Qué mostrar, qué evitar y cómo destacar tu trabajo.
- Ejercicio práctico: Comenzar a armar nuestro portfolio en Behance, subiendo los primeros proyectos y organizando la estructura.*

## 14. TALLER DE CARPETAS

- Cómo armar una carpeta de dirección de arte efectiva. Estructura y propósito.
- Selección de trabajos. Qué incluir y qué dejar afuera para destacar lo mejor.
- Presentación visual y storytelling. Cómo contar una historia a través de tu portfolio.
- Feedback y mejoras. Revisión individual de las carpetas de cada alumno y sugerencias de mejora.

## 15. FESTIVALES

- Briefs reales de festivales creativos para estudiantes. Cómo funcionan y qué buscan.
- Para qué sirven los festivales. Beneficios de participar y cómo potenciar tu carrera.
- Festivales relevantes. Principales festivales creativos y el perfil de cada uno.
- Cómo preparar un trabajo para competir. Estrategias para destacar tu pieza en festivales.

## 16. DEVOLUCIÓN/CIERRE

- Revisión de trabajos y progresos individuales. Análisis de los avances durante el curso.
- Feedback personalizado. Comentarios y sugerencias sobre el trabajo de cada alumno.
- Reflexión sobre el rol del director de arte en la industria. Discusión sobre la importancia del director de arte en proyectos creativos y publicitarios.
- Consejos finales. Tips para seguir creciendo en la carrera de dirección de arte.
- Preparación para entrevistas. Cómo presentar tu portafolio final y cómo proyectarte en entrevistas o con futuros empleadores.
- Networking. Espacio para interactuar y compartir experiencias con los compañeros y posibles contactos profesionales.

# NUESTROS PROFESORES

Lxs profesorxs de brother trabajan también en las grandes agencias o productoras del país por lo que pueden llegar a tener que posponer una clase por festivales o jornadas de filmación. En el caso de que esto suceda la clase se reprograma coordinando el mejor día con toda la cursada.

**Contamos con una amplia cartera de profesorxs que poseen el mismo nivel de trayectoria en sus respectivas áreas.**

Los programas son orientativos pero pueden presentar modificaciones en cuanto al equipo capacitador sin sufrir las mismas en el contenido o resultado de proyectos. Las clases online se dictan vía zoom y se suben las grabaciones al drive. Las grabaciones tienen vigencia de 3 meses luego de dictada la clase.



# Ana Clara Díaz

Soy Ana Clara y soy directora de arte. Empecé en la publicidad un poco por error, un poco por suerte y un poco por búsqueda, cuando estaba viviendo en Madrid. Me volví a Uruguay, pasé por Cámara/TBWA y ahora, hace poco más de un año, estoy en una agencia independiente llamada Innvented. Brother Madrid fue mi puerta de entrada a todo este mundo de ideas, donde aprendí a probar-errar, buscar, observar, referenciarse y hacer.

 @soyanaclara

 Ana Clara Díaz



# Maximiliano Arbes

Me llamo Maximiliano y soñaba con ser contador. Por suerte me desperté a tiempo y me anoté en el anual de Brother por allá por 2014, y literalmente me cambió la vida. Este año cumpla 10 años trabajando en publicidad. Soy Director Creativo en Innvented hace más de 3 años, una agencia que se dedica a dar soluciones a marcas a través de la innovación y la tecnología. Antes trabajé en Publicis Ímpetu 4 años, 2 años en WILD Fi y 1 en Neto. Y como toda persona de bien, soy hincha de Peñarol.

 @this.is.maxi

 Maximiliano Arbes

 Maximiliano Arbes

MONTEVIDEO

INTENSIVOS

2K25

# POWER UPS 2

WE ARE DOERS

CONTACTANOS



MONTEVIDEO@BROTHERAD.COM



+598 91 784 365

**Brother**