

Gimble



curso integral
Creatividad

OTHERWARD



ARE
HER
ID

C

curso
Integral
Creatividad
2020/21



BrofMad

Sobre la escuela

Brother no debería existir.

Si desde el comienzo nos hubieran dicho que aquello que tanto nos gusta hacer es en lo que realmente seremos buenxs y con lo que seremos felices, entonces, Brother no existiría.

No nos consideramos solo una escuela de publicidad o comunicación. Queremos formar a lxs estudiantes en el pensamiento para afrontar cualquier tipo de entorno creativo. Sea una agencia de publicidad, una productora, una editorial o un proyecto personal.

Y lo más importante: **usar la creatividad como un factor de cambio de todas aquellas realidades donde consideremos que la sociedad más lo necesita.**

Porque para esto nació esta escuela: **para crear el lugar al que siempre nos hubiera gustado pertenecer y en donde nos animan a hacer lo que realmente nos gusta hacer.**



Sobre el curso

Para nosotrxs **la creatividad es una forma de vivir**, es una actitud frente a la vida, por eso Brother es una escuela que cambia realidades, porque la creatividad soluciona problemas y no está solo para hacerle bien a las marcas.

Aquí trabajarás siendo consciente del entorno profesional y social al que vas a pertenecer y con el que vas a convivir a diario una vez fuera de la escuela. Por eso, Brother es una experiencia en sí misma, para que seas un creativx real y no solo un zombie en busca de un portfolio, **porque ya solo con el book no basta.**

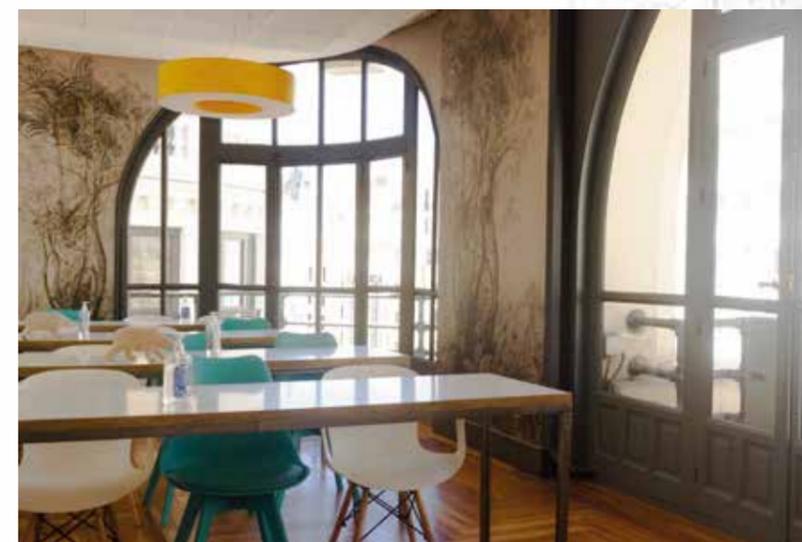
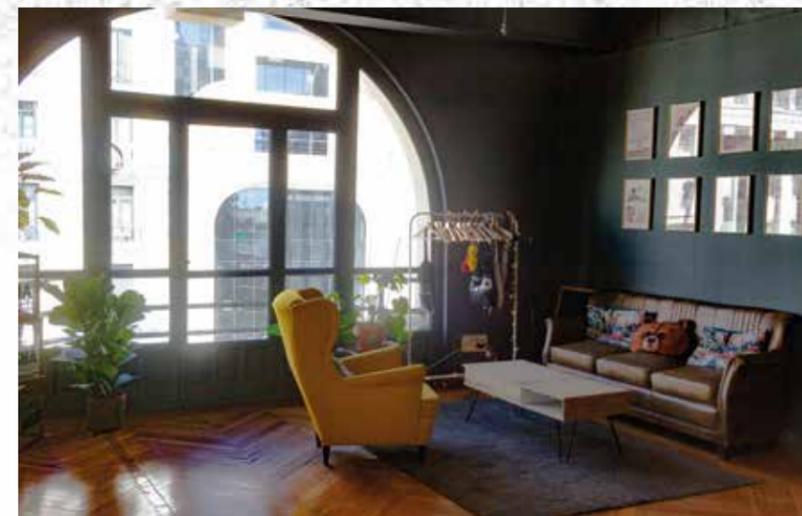
El curso Integral de Brother tiene una duración total de ocho meses (octubre - junio) y pretende, por medio del hacer, dar herramientas y conocimientos para poder aplicar y mezclar lo aprendido, y de esta forma, llegar a ideas con soluciones diferentes para problemas comunes, o no tan comunes.



Sobre la escuela

Brother Madrid se encuentra en **Casa Matesanz**, un emblema de la arquitectura madrileña en plena Gran Vía.

El edificio cuenta con una luz increíble, techos altos y amplios ventanales que hacen de esta localización un lugar perfecto.



Cuatro Asignaturas



**dirección
de arte**

La dirección de arte está lejos de solo saber usar programas. Es sentido común, buen gusto, criterio, **ver, ver y ver.** Tener la sensibilidad para olfatear una idea y saber **cuál es el tono correcto para contársela al mundo.**



concepto

Antes de llegar a una idea, es probable que se llegue a la frustración. Aquí **aprenderán a identificar una mal concepto** y transitar los diferentes caminos sin miedo al fracaso a través de un proceso creativo que los lleve a encontrarse con esas ideas que muchxs quisieran tener y pocxs consiguen.



**taller de
ideas**

La idea de esta clase es **inspirar a lxs alumnxs por medio del trabajo, la crítica y la discusión.** Aquí aprenderás a transmitir las emociones en todos los formatos posibles, pues está probado que **las emociones generan más negocios.**



**creatividad
digital**

Vimos nacer un mundo digital y estamos viendo como **ya forma parte del mismo mundo en que vivimos.** Por eso esta clase te permitirá tener un conocimiento absoluto de las tendencias en comunicación digital para que seas capaz de **inventar tú la próxima.**

Ocho Profesores



**Emilia
bertola**

Directora Académica,
Profesora de Dir. Arte
y Directora Creativa Ejecutiva en
Comunica + A

«*Ser director de arte es algo que no se puede evitar. Cuando lo eres, lo eres. Qué le vamos a hacer. Por eso, las clases las vivimos con pasión y mucho trabajo. Son un espacio de ejercicios, pruebas, aciertos y errores. Hacemos de las referencias una religión, y de la diversión un modo de actuar. Buscamos que las piezas sean preciosas y que la dirección de arte haga de cada idea, una idea mejor. No podría ser de otra manera. Ningún director de arte lo haría de otra manera.*»



**Miguel
novillo**

Director Académico,
Profesor de Dir. Arte y
Head of Art en
El Ruso de Rocky

«*En la clase de dirección de arte intentamos que los alumnos descubran, aprendan y sobre todo empiecen a interiorizar una serie de conceptos artísticos y registros muy amplios, que les ayudarán a ser más creativos en la forma de pensar y en la forma de ejecutar. Analizando desde un póster de Milton Glaser, pasando por aprender de videoclips de Michel Gondry y sin olvidar de rebuscar en la publicidad que vemos día a día. Y sobre todo en una escuela como **Brother Madrid**, que deja de lado el formalismo de la educación, y día tras día abre caminos creativos nuevos para que aprender, que es a lo que venimos todos a clase, sea más divertido e interesante.* »



Emilio holguín

Director Académico,
Profesor de Concepto y
Director Creativo

«**Conceptualizar.** Ya solo pronunciar la palabra cuesta. Pensar es muy abstracto. Saber por qué lo haces es complicado de entender. **Localizar tu manera de pensar, ponerle ojos, cara y conceptualizarla es una auténtica pasada.** Desde una campaña hasta la ampliación del Reina Sofía. Todo, cuestionarlo todo.

Los alumnos saldrán de la escuela preguntándose el porqué de las cosas y poniéndole una idea o solución. Trae aquí aquello que tienes dentro que no sabes ni por qué ni para qué y pensamos juntos dónde lo colocamos.»

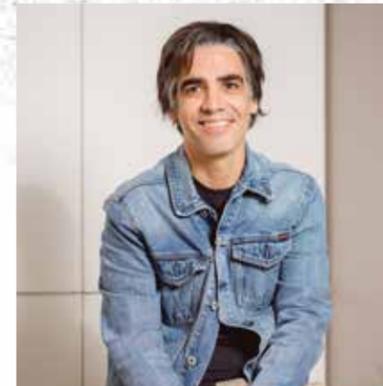


Jordi romans

Profesor de Concepto
y Director Creativo en
Sra. Rushmore

«Dar clase de conceptualización es una responsabilidad muy grande. Al igual que lo es aprender a conceptualizar. Es el ABC de la publi. Lo más importante. Y eso en Brother se enseña y se trabaja como en ningún sitio.

Teniendo una base sólida, después se puede volar creativamente hacia donde sea. Si yo tuviera 10 años menos me metía en Brother fijo, aunque preferiría que me tocara Emilio Holguín de profe a que me tocara yo mismo.»



Adrián ríos

Profesor de Taller de Ideas
y Director Creativo Ejecutivo en
Young & Rubicam

«En tiempos donde parece que las nuevas tecnologías marcan el camino, la clase que doy se llama “Taller de Ideas”. Si, leíste bien, Taller. Pero la palabra taller, que suena un tanto arcaica, no es la clave, la clave está en la palabra “Ideas”.

Como les digo siempre a los chicos en la primera clase, las ideas son las **soluciones a todos los problemas** que se nos presentan en la vida y no hay algoritmo o aplicación capaz de crear mejores ideas que un ser humano, sobre todo porque en algún momento, éstas, también fueron ideas de alguien.

En Brother creemos en las ideas pero sobre todo creemos en las personas que las piensan, porque estamos convencidos de que quien debe marcar-nos el camino, también tiene que ser capaz de hacernos reír, llorar o de compartir una birra en un bar de la Gran Vía.»



Manuel Enrique castillo torquet

Profesores de Taller de Ideas
y Directores Creativos Globales en
Grey

«En taller de ideas se aprende a **pensar ideas grandes, populares y que construyan marca.**

Al principio puede que cueste un poco pero todos los años terminamos con ideas que han salido en las noticias y que a los profesores **nos encantaría tener en nuestra carpeta.**»



María garcía

Profesora de
Pensamiento Digital y
Brand Creative Lead en
Lola MullenLowe

«Desde hace cuatro años, soy profe de “Creatividad digital” pero creo que en algún punto yo le cambiaría el nombre. Porque más bien la entiendo como **una asignatura donde pensamos ideas que transmiten un mensaje gracias a cómo te relacionas con lo que te rodea, que cada vez más, tiene tecnología detrás.**

Para mí lo más importante es ayudar a los alumnos a coger todo lo que aprenden en el resto de asignaturas y que puedan conectarlo con todos los canales de comunicación que existen.

Además, me gusta pensar que les ayudo a formarse en una manera de trabajar en esta industria, a tener constancia y curiosidad y, lo más importante, **a ser buena gente en medio de todo esto.** Esa es la principal razón por la que sigo tan enamorada de Brother como el primer día.»



Alfredo vaz

Profesor de
Pensamiento Digital
y Head of Art en
DDB Spain

«Soy Alfredo y doy clases de creatividad digital en el curso integral. Aunque esta diferenciación entre lo offline y lo online cada vez me suena más antigua. Para mí lo importante no es hacerles ver cómo se comportan las ideas en el entorno digital, sino cómo se comportan en el mundo donde vivimos...**este loco mundo, es entre otras muchas cosas, digital.**

Por otro lado, creo que también es fundamental no solo enseñarles cómo funciona este mundo, sino cómo ser y estar en él, el lado humano y psicológico que hay detrás de todo esto.

Para mí Brother en ese aspecto, es única, ya que **además de formar a creativos y también forma a buenas personas**

Ocho Supports



Marta
fernández

Support de Taller de Ideas
y Directora de Arte en
Burns

«Hola! Soy Marta. Vine a Madrid a estudiar Publicidad. Y me fui y luego volví para estudiar en Brother. Y qué bien que volví. He estado en agencias como Vice, El ruso de Rocky y ahora en Burns. Y eso, qué bien que vine y qué bien que estoy.»



Sheila
soría

Support de
Pensamiento Digital
y Directora de Arte en
Shackleton

«Directora de arte antes de saber qué era ser directora de arte. Estudié en Brother Madrid y después he trabajado en Yslandia, Sioux & Cyranos, Shackleton. Aun así pocas cosas hay tan guays como Brother, por eso me siento tan contenta de ser parte de la casa del oso y compartir clase con Alfredo como support de creatividad digital. Brother es casa :)»



Lucía
moreno

Support de Dir. de Arte
y Directora de Arte en
MONO Madrid

«Hola! Soy Lucía, aka La Lusi. Directora de arte senior en Mono Madrid. Estudié Publicidad y ADE. Si, ADE, ¿por qué? No tengo ni idea. He estado en agencias como Contrapunto BBDO, J.Walter Thompson y El Ruso de Rocky trabajando para clientes como J&B, Arcos, Prime Video, Mazda o Codere.

Hago cosas. Muchas. Lo que pasa es que no me gusta hablar de ellas. He pasado por Tinder como todo el mundo. Me flipa la pizza pepperoni, pintar, las series, la publicidad y los programas de la MTV. Como dato, el Wrapped de Spotify de 2021 me ha dicho que el grupo que más escucho es el mismo que me pongo cuando estoy enfadada. Upps.»



Miguel
gómez

Support de Conceptualización
y Senior Copywriter en
DDB España

«Vine a Madrid para trabajar de algo y al final acabé trabajando de lo que más me gusta, la publi.

He currado en agencias como Publicis, Grey, MC Saatchi y actualmente en DDB. Sin duda alguna, Brother fue el primer paso para conseguir lo que quería.»

Ocho Supports



Alberto
pacheco

Support de Dir. Arte
y Director de Arte en
Brother Madrid

«Hace ya unos pocos años, Brother me enseñó que ser creativo es mucho más que ser sólo creativo. Es aprender a mirar todo con otros ojos, a experimentar muchísimo, a abrir la mente, a callar tu ego y bajarle los humos, a cagarla sin miedo, y a pasártelo lo mejor que puedas con tus ideas.»

Si decides venirte a la escuela, intentaremos que te lleves al menos una pequeña parte de lo que todos nos llevamos de aquí en su momento.
Y de paso, trabajaremos para que tus ideas brillen y sean un bombazo visual.»



Marina
santa-cruz

Support de Concepto y
Senior Creative Copywriter en
Señora Rushmore

«De repente te das cuenta que todo lo que se te pasa por la cabeza puede ser algo más que solo un pensamiento. Brother va de hacer, hacer y hacer. Y también va de prepararte para levantarte todos los días sin saber qué va a pasar. Si eso no es guay, no lo es nada.»



Nieves
lópez

Support de
Conceptualización
y Copywriter en
MONO Madrid

«Hola :)
Soy Nieves, y en realidad nunca salí de Brother. Estudié publi en la Universidad de Alicante y fui de cabeza a Brother Madrid para aprender de gente que ya estaba trabajando en lo que yo quería trabajar: creatividad.»

Empecé en Mono Madrid y allí sigo, trabajando y disfrutando todos los días. Nunca salí de Brother porque sigo con Emilio Holguín como support en clase de conceptualización, y aunque no fuera support, seguiría en Brother de alguna u otra forma, no es fácil despegarse. El que venga para acá verá por qué ;) »



Ginés
gómez

Support de
Pensamiento Digital
y Director de Arte en
LOLA Mullenlowe

«Estudié periodismo pero me dedico a la publicidad. Me di cuenta durante un directo para una televisión que eso de contar noticias no era lo mío, así que hice Brother y ahora me dedico a la creatividad más “digital”, la que vive dentro de metatarsos y mundos virtuales, pero también en las Redes Sociales o en el reloj que te pones para hacer deporte.»

El pensamiento digital no es más que la creatividad aplicada a todo eso que tiene tecnología y que nos sirve para comunicarnos y relacionarnos. Es decir, cómo nosotros y las marcas podemos usar los comportamientos digitales para llegar a las personas.»

Actividades del curso

Speeddating.

Tu primera cita con la dupla de tu vida. Es el momento de ponerse guapxs y perfumarse, por que las primeras impresiones, muchas veces, son para toda la vida.



El enlace más sincero y creativo de la carrera de un nuevo talento. Unimos socixs, compañerxs y amistades infinitas. Unimos 1000 noches sin dormir, 500 presentaciones, varios concursos y festivales. Unimos futuras alegrías y frustraciones, unimos anécdotas, amigxs y familias. Unimos sentimientos muy fuertes, casi como los de un hermanx. Y además, **Elvis oficia la boda**. No se puede pedir más.



ROMPEHIELO

LA FIESTA DE INICIO EN BROTHER
THE AUTHENTIC PARTY

Es la primera gran fiesta del año, llena de buenas y malas ideas. Para lxs nuevxs alumnxs es la oportunidad de oro de encontrar su dupla para todo el viaje, o la ocasión perfecta para saber con quien no hacerlo. Además es el primer gran encuentro entre profes, ex alumnxs, la nueva generación de Bros y mucha gente de la industria que no se pierden nunca la auténtica fiesta Brotheriana.



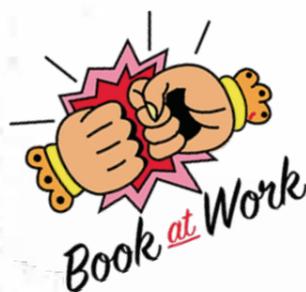
El festival interno de ideas de la escuela que tiene dos ediciones (Round 1 y 2): una a los 4 meses del inicio del curso y otra al finalizar. Es el momento en que los equipos miden su creatividad y se exponen frente a lxs profesorxs y reconocidxs profesionales de la industria local e internacional, que son quienes valorarán estos trabajos y otorgarán los premios.



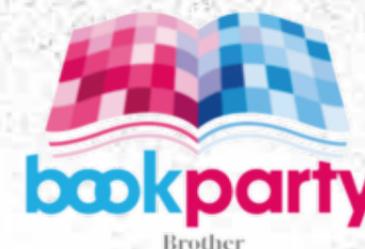
Actividades del curso



Al fin del curso los profesores eligen **la mejor dupla de la generación**. El premio consiste en **dos becas completas para el curso anual de 10 meses en Brother Buenos Aires**, la mejor escuela de Creativos de Argentina según el Círculo de Creativos Argentinos.



Porque no hay nada mejor que un Brother para otro Brother. Nuestras glorias brotherianas de años anteriores vuelven a la escuela para revisar el portfolio de la nueva generación. Esta es una noche muy especial: es la instancia previa a lo que será la muestra de portfolios a los Directores Creativos más potentes del mercado.



Al cierre del curso, organizamos un evento exclusivo en donde **una ronda de los mejores creativos de la industria publicitaria y la innovación, local e internacional, revisan los Books de los equipos dándoles feedback a sus trabajos.** Esto significa una verdadera oportunidad de que esta sea tu **primera entrevista de trabajo.** Todo en un ambiente muy distendido y como si estuvieras en tu casa, esperando el famoso: **comienzas el lunes.**



Festivales

CANNES LIONS

Brother empezó hace 20 años como un proyecto entre amigos, para conseguir una salida laboral en Argentina el “corralito” y todavía no nos creemos lo que conseguimos en 2021.

El festival Cannes Lions nos nombró por primera vez, como la mejor escuela creativa del mundo.

Además el festival nos seleccionó como la escuela creativa con más finalistas y la segunda con más entries.

¡Un orgullo para todo Brother, juntos lo hemos conseguido!



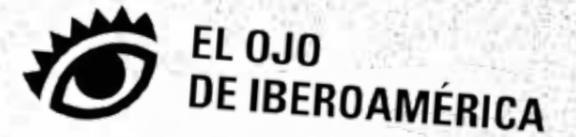
pincha aquí
para saber
más



Festivales

Es un orgullo poder decir que, cada año, festivales de creatividad en todo el mundo han seleccionado a alumnos de la escuela como finalistas y ganadorxs, tanto a nivel nacional como internacional.

c de c
club de creativos/las



Festivales

DNI DRAC NOVELL
INTERNATIONAL
AD STUDENTS FESTIVAL
BARCELONA



INSPIRATIONAL



El Sol
El Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria



CLIO AWARDS



Made in Brother



En Brother sabemos que todos somos capaces de tener una buena idea. Incluso los que algún día tuvieron la peor de sus vidas. Por eso llevamos la escuela a la cárcel. Todo para demostrar que las ideas no entienden de personas ni de lugares. Si hay algo imposible de encerrar, son las ideas.



pincha aquí para ver el proyecto completo

VICE
Di un curso de creatividad en la cárcel más conflictiva de España
Un papel higiénico que cambia de color ante enfermedades y una colección de cromos sin el equipo que elijas fueron algunas de las ideas de los presos.

Además - España
BROTHER MADRID LLEVA LA CREATIVIDAD A LA CÁRCEL

marketingpress
La escuela Brother lleva la creatividad a la cárcel con "Ideas entre Rejas"

ctrl
Brother imparte un taller de creatividad en la cárcel

el publicista
La escuela Brother se cuela en la cárcel para impartir

Made in Brother



pincha aquí para ver el proyecto completo



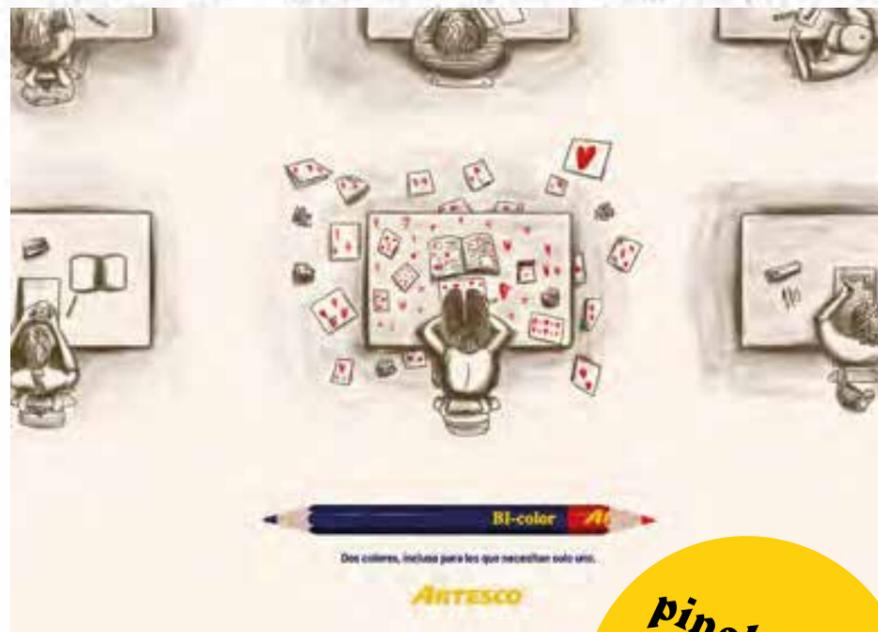
Desde Brother hemos querido plantar cara a la gentrificación de Vallecas echando una mano a los pequeños negocios del barrio.

¿Cómo?

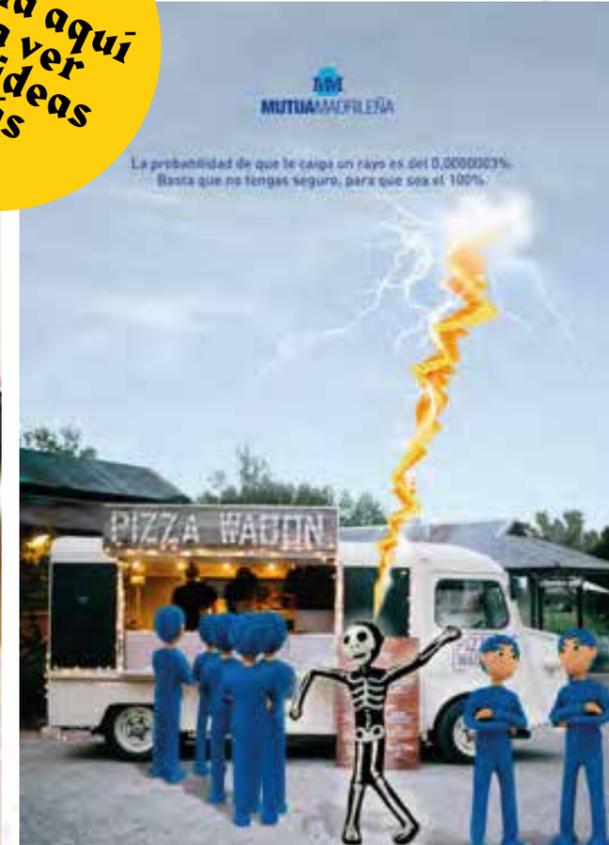
Pues llenando el metro del barrio de publicidad del barrio. Porque para no desaparecer, tienen que saber que existes.



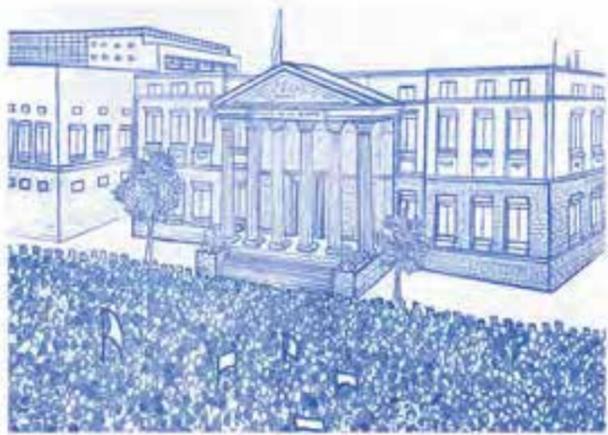
Made in Brother



pincha aquí para ver estas ideas y más



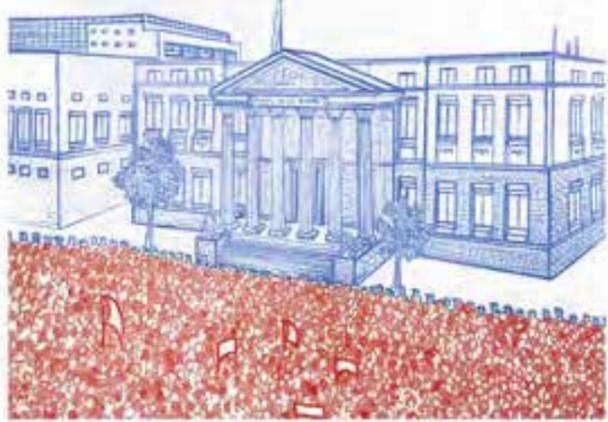
Made in Brother



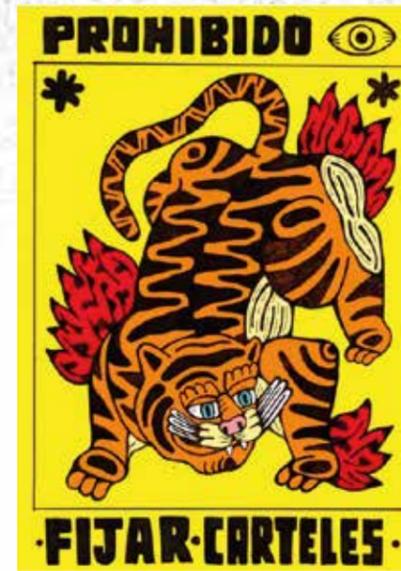
GOOD STORIES



HAVE TWO COLOURS



FABER CASTELL



pincha aquí para ver estas ideas y más



Anuario

2016



2017



2018



2019



Anuario



2020



2021



2022



Fechas y horarios

El curso comienza el **3 de octubre 2022** y termina el **9 de junio 2023**.
Las clases se realizarán **los lunes, miércoles y jueves de 19:30h a 22:00h**.

Contacto

Calle Gran Vía, 27
6º Izquierda
28013, Madrid

Telf.: +34 915 76 68 76 / +34 612 27 84 09

Email: madrid@brotherad.com



Brother no es solo una escuela de donde salen alumnos para trabajar en agencias de publicidad. Brother es una escuela que se enfoca en **potenciar las diferentes destrezas de pensamiento de los alumnos** a través de la experiencia que generan los ocho meses de curso, cargados de estímulos y basados siempre en la autoconfianza.