

PORTFOLIO

LUCA DAVID CASTRO

Director de contenidos
para proyectos culturales,
musicales y marcas con
identidad artística.

Criterio y dirección:

La comunicación cultural suele perder valor cuando se gestiona como marketing genérico. La urgencia por publicar reemplaza al criterio y los proyectos quedan fragmentados en piezas sin contexto ni dirección.

Mi trabajo parte de ordenar ese desfasaje:

pensar la comunicación como un sistema narrativo que responda a objetivos concretos sin diluir la identidad del proyecto.

Vengo de prácticas artísticas que atraviesan lo visual, lo musical y lo performativo, **y eso define cómo tomo decisiones:**

entendiendo el lenguaje de la obra y lo traduzco en contenido efectivo.

Dirijo contenidos con criterio, eligiendo cuándo construir profundidad y cuándo escalar volumen, para que cada acción tenga sentido y resultado.

Caso 1:

NAVE UNCUYO

[@nave_uncuyo](#)

Contexto: Institución cultural pública con una programación amplia y diversa, que debía comunicar actividades artísticas, espectáculos y agendas culturales a públicos muy heterogéneos.

Rol: Integrante del equipo de comunicación y diseño, con foco en diseño y realización de piezas audiovisuales.

Problema: La comunicación tendía a fragmentarse en graficos. La agenda se informaba, pero no se construía un relato que ayudara a comprender la propuesta cultural ni a jerarquizar contenidos dentro de un flujo constante de actividades.

Decisiones: Desarrollo de piezas audiovisuales adaptadas a redes sociales.
Construcción de relatos visuales alrededor de obras y eventos.
Uso del video como herramienta de mediación cultural, no solo promocional.
Integración del lenguaje audiovisual al sistema de comunicación existente.

Resultado: Mayor presencia y peso del contenido audiovisual en la comunicación institucional. Ampliación del alcance de evento y propuestas culturales. Mayor profundidad narrativa en la difusión de obras. Incremento del valor percibido de la programación.

Aprendizaje: La incorporación estratégica del audiovisual no solo amplía el alcance, sino que enriquece la forma en que el público se vincula con la propuesta cultural.

Ejemplo: *Evento de cierre anual del Ballet de la Universidad Nacional de Cuyo.*

El evento concentraba múltiples capas de sentido:

Producción coreográfica de gran escala (más de 100 personas involucradas), funciones a sala llena, la participación de un director invitado, cierre de 2025, despedida de la directora del ballet y una obra clásica de alta complejidad.

La intervención audiovisual se pensó como una expansión narrativa del evento.

Se desarrollaron piezas con distintos niveles de profundidad:

trailers con tratamiento cinematográfico, entrevistas breves de tono íntimo y contenidos adaptados para redes sociales.

El material principal fue exhibido tanto en plataformas digitales como en salas de cine, ampliando el alcance y el valor cultural de la propuesta.

[Mira aquí el material](#)

Caso 2:

BACKBEAT RECORDS

[@backbeat_records](#)

Contexto: discográfico independiente con múltiples artistas, estéticas diversas y recursos limitados. Necesidad de profesionalizar la comunicación de cada proyecto/artista sin perder identidad.

Rol: Director de contenidos y estrategia de comunicación del sello, con foco en resolver integralmente las necesidades de los artistas en cada etapa del lanzamiento.

Problema: Muchos proyectos artísticos no contaban con materiales, criterios ni sistemas claros para lanzar música de manera consistente. La falta de orden previo limitaba el alcance de los lanzamientos y su lectura profesional frente a plataformas, medios y audiencias.

Decisiones: Mi trabajo se centró en construir las bases necesarias para que los lanzamientos funcionaran a nivel de comunicación. Desde la generación de materiales clave (EPK, one sheet, manuales de marca) hasta la conceptualización integral de cada proyecto. Participé activamente en la definición creativa, el criterio audiovisual y la planificación de contenidos, coordinando y dirigiendo equipos para asegurar coherencia y calidad.

Resultado: El sello evolucionó desde una estructura completamente independiente hacia un esquema capaz de acompañar y profesionalizar artistas de mayor escala. A través del ordenamiento de materiales, criterios de marca y estrategias de comunicación, los proyectos comenzaron a lograr impacto real en plataformas digitales, con presencia en charts, playlists editoriales y alta visibilidad regional.

Ejemplo: Spaghetti Western [@spaghettiwesternmza](https://www.instagram.com/spaghettiwesternmza)

Primer lanzamiento trabajado junto a la banda.

El objetivo fue posicionar el proyecto a nivel regional y sentar una base sólida de comunicación. Se desarrollaron materiales completos, criterio de marca y una estrategia de contenidos alineada a la identidad del grupo

El lanzamiento logró ingresar por primera vez a playlists editoriales de Spotify en Latinoamérica y se convirtió en una de las canciones con crecimiento más rápido dentro del catálogo de una banda con mas de 10 años de trayectoria.

[Mira aquí el material](#)

Caso 3:

SAGRADO TATTOO

[@sagrado_tattoo](#)

Contexto: Sagrado es un estudio de tatuajes con más de 10 años de trayectoria con una búsqueda estética y valor artístico marcado.

.

Rol: Primer período (2018–2021) Dirección general de contenidos y comunicación digital. Gestión integral de redes, producción y edición de contenido audiovisual.

Segundo período (2025-2026) Rol de asesoría estratégica y dirección de criterio de marca. Mi trabajo ya no se centra en la ejecución diaria, sino en la toma de decisiones estructurales: redefinición de identidad, manual de marca, lineamientos audiovisuales, y criterios de exp. del cliente.

Problema: Tras años de crecimiento, la comunicación y la identidad de la marca comenzaron a mostrar límites de crecimiento. La presencia digital sostenía actividad, pero carecía de una dirección conceptual clara que expresara la evolución del proyecto y su madurez estética.

Decisiones: El trabajo se planteó como un proceso de reordenamiento identitario, priorizando decisiones estructurales antes de producir nuevas piezas. El foco estuvo en definir con claridad qué representa Sagrado Tattoo hoy y cómo debe manifestarse en todos sus puntos de contacto.

Resultado: Actualmente el proyecto está actualmente en implementación y a la espera de la recopilación de datos.

[Mira aquí el material](#)

Modalidad de trabajo:

Me desarrollo como director de contenidos y asesor creativo especializado en proyectos culturales, musicales y marcas con perspectiva artística que necesitan ordenar, profesionalizar o escalar su comunicación.

Me involucro en procesos donde el criterio, la narrativa y la coherencia del sistema comunicacional son centrales.

No trabajo desde la producción aislada ni desde la acumulación de piezas, sino desde una dirección clara que articula estrategia, estética y ejecución.

Áreas de trabajo:

Dirección de contenidos

Estrategia y dirección de lanzamientos artísticos

Desarrollo de sistemas de comunicación y manuales de marca

Asesoría creativa y dirección de criterio visual y narrativo

Más sobre mi:

[CV](#) (todos mis trabajos, educación y herramientas profesionales)

[Material de video](#)

[Material de piezas graficas](#)

Contacto:

lucaenredes@gmail.com

[+2613059137](tel:+2613059137)