



**DIGITAL
MISSIONARIES**

Storytelling for Integral Ecology

MÓDULO 4: CREAR CONTENIDO QUE CONECTA

MODULE 4: CREATING CONTENT THAT CONNECTS

JOSÉ ANTONIO HERNÁNDEZ GRIEGO

       @hernandezgriego

OBJETIVO

Desarrollar en los liderazgos católicos las habilidades y la confianza para crear contenido digital auténtico, relevante y de alta resonancia emocional, utilizando los formatos disponibles en las principales plataformas, con el propósito de comunicar la misión de la ecología integral y movilizar a sus comunidades.

Objective

Develop in Catholic leaders the skills and confidence to create authentic, relevant, high-resonance digital content using the formats available on major platforms, in order to communicate the mission of integral ecology and mobilize their communities.

BLOQUE 1: EL ECOSISTEMA DE FORMATOS. ¿QUÉ PUBLICAR Y DÓNDE?

BLOCK 1: THE
FORMAT ECOSYSTEM.
WHAT TO PUBLISH
AND WHERE?



No adaptes tu historia al formato. Elige el formato que mejor cuente tu historia.

Don't adapt your story to the format.
Choose the format that best tells your story.



PUBLICACIÓN

POST



Objetivo:
Detener el scroll

Objective: to stop scrolling

¿Para qué sirve?

Comunicar una idea o mensaje de forma inmediata

What is it for?

To communicate an idea or message immediately

**Se utiliza si la audiencia quiere
ver algo inspirador**

It is used if the audience wants to see
something inspiring

CARRUSEL

CAROUSEL

Objetivo:
Educar

Objective: Educate

¿Para qué sirve?

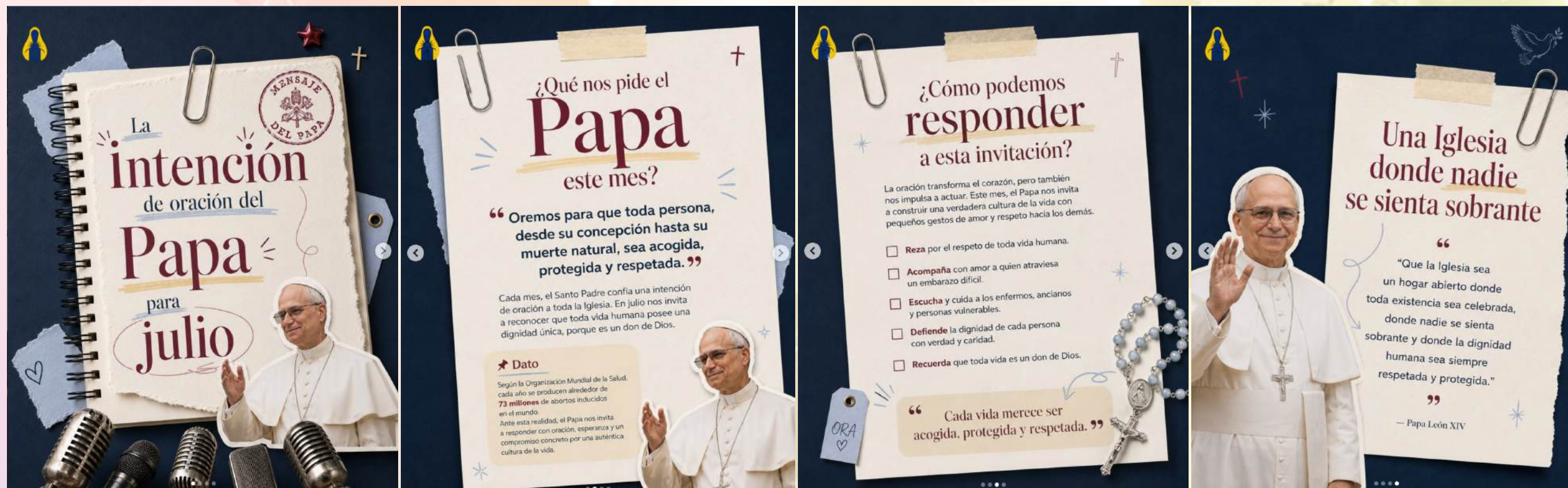
Explicar un tema paso a paso

What is it for?

Explain a topic step by step

Se utiliza si la audiencia quiere aprender

It is used if the audience wants to learn



REEL

REEL



Objetivo:
Alcance y descubrimiento
Objective: Scope and discovery

¿Para qué sirve?
Contar historias breves que emocionen
What is it for?
Tell short stories that move people

Se utiliza si la audiencia quiere sentir una emoción
It is used if the audience wants to feel an emotion

HISTORIAS

STORIES



Objetivo:
Generar cercanía

Objective: Build closeness

¿Para qué sirve?

Compartir el día a día y generar interacción

What is it for?

Share your daily life and generate interaction

Se utiliza si la audiencia quiere acompañarte en tu jornada

It is used if the audience wants to accompany you on your day

HILO DE TEXTO

THREAD



Objetivo:
Generar conversación y posicionamiento
 Objective: Generate conversation and positioning

¿Para qué sirve?
Desarrollar una idea, reflexión o conversación en secuencia
 What is it for?
 Develop an idea, reflection, or conversation in sequence

Se utiliza si la audiencia quiere reflexionar o debatir
 It is used if the audience wants to Reflect or debate

VIDEO LARGO

LONG VIDEO

**Objetivo:
Formación**

Objective: Training

¿Para qué sirve?

Profundizar en un tema o enseñar

What is it for?

To delve deeper into a topic or to teach

**Se utiliza si la audiencia quiere
profundizar**

It is used if the audience wants to
deepen



PODCAST

PODCAST



Objetivo:
Construir comunidad y fidelizar

Objective: Building community
and fostering loyalty

¿Para qué sirve?
Conversaciones y reflexiones más pausadas

What is it for?
More leisurely conversations and reflections

**Se utiliza si la audiencia quiere
escuchar mientras hace otra actividad**

It is used if the audience wants to
listen while doing another activity

No todas las historias necesitan un video, ni todas las ideas caben en una imagen. Los grandes comunicadores no dominan un formato; saben elegir el formato que mejor sirve a su mensaje y a su audiencia.

Not every story needs a video, not all ideas fit into a single image. Great communicators don't master a format; they know how to choose the format that best serves their message and their audience.

No adaptes a las personas a la plataforma. Adapta el mensaje a la forma en que las personas la usan.

Don't adapt people to the platform.
Adapt the message to how people use that platform.



La gente entra a Instagram para inspirarse. Quiere descubrir lugares, personas, estilos de vida e historias visuales. Si nuestro contenido emociona y además se ve bien, tendrá muchas más posibilidades de conectar.

People go to Instagram for inspiration. They want to discover places, people, lifestyles, and visual stories. If our content is both exciting and visually appealing, it's much more likely to connect with them.



TikTok no premia la perfección; premia la atención. En los primeros tres segundos la plataforma decide si el usuario sigue viendo o desliza el dedo. Aquí la autenticidad suele funcionar mejor que una producción costosa.

TikTok doesn't reward perfection; it rewards attention. In the first three seconds, the platform decides whether the user keeps watching or swipes away. Here, authenticity often works better than expensive production.



Aunque algunos lo consideran una red 'vieja', sigue siendo el espacio donde muchas comunidades organizan actividades, comentan noticias y comparten experiencias. Para parroquias, diócesis y organizaciones sociales sigue siendo una plataforma muy valiosa para fortalecer vínculos.

Although some consider it an 'outdated' network, it remains a space where many communities organize activities, discuss news, and share experiences. For parishes, dioceses, and social organizations, it continues to be a valuable platform for strengthening ties.

X es la plaza pública digital. Aquí las personas buscan entender lo que está ocurriendo, expresar una opinión o participar en una conversación. Más que publicar, se trata de dialogar.

X is the digital public square. Here, people seek to understand what's happening, express an opinion, or participate in a conversation. More than just posting, it's about dialogue.

Instagram pregunta: ¿Qué tan bonita es esta historia?

TikTok pregunta: ¿Qué tan entretenida es esta historia?

Facebook pregunta: ¿Vale la pena compartir esta historia?

X pregunta: ¿Esta historia merece una conversación?

Instagram asks: How beautiful is this story?

TikTok asks: How entertaining is this story?

Facebook asks: Is this story worth sharing?

X asks: Does this story deserve a conversation?

Contenido nativo es aquel que se crea pensando desde el inicio en una plataforma específica, aprovechando sus herramientas, formatos y la forma en que sus usuarios consumen contenido.

Native content is content that is created from the outset with a specific platform in mind, taking advantage of its tools, formats, and the way its users consume content.

Las plataformas buscan que las personas permanezcan más tiempo dentro.

Por eso favorecen el contenido que:

- ✓ Usa sus herramientas (Stories, Reels, Encuestas, Stickers, etc.).**
- ✓ Está optimizado para su formato.**
- ✓ Genera interacción dentro de la plataforma.**
- ✓ Se siente "hecho para estar aquí".**

Platforms aim to keep users engaged for longer periods.

That's why they favor content that:

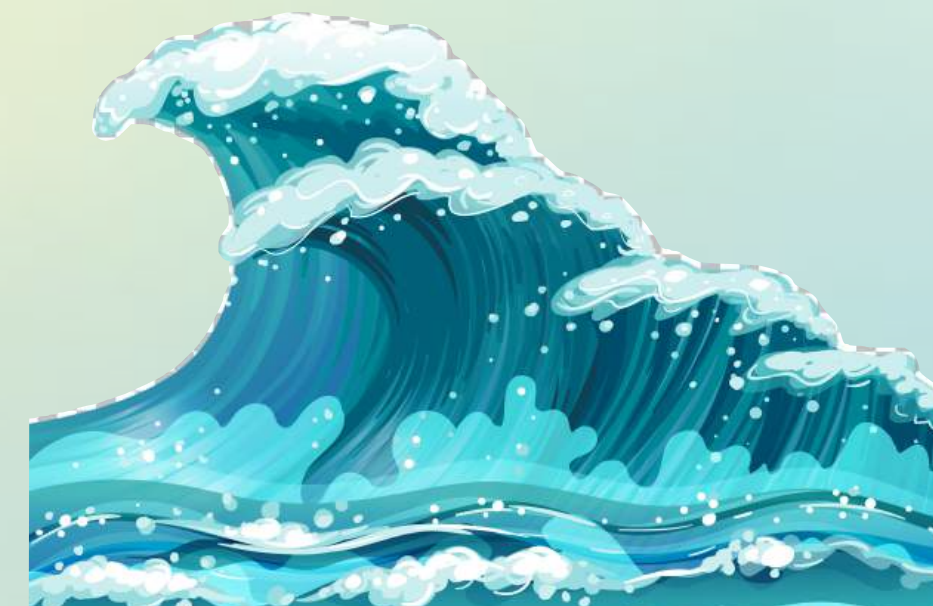
- ✓ Utilizes their tools (Stories, Reels, Polls, Stickers, etc.).**
- ✓ Is optimized for their format.**
- ✓ Generates interaction within the platform.**
- ✓ Feels "made for this".**

Imaginen que plantan un árbol. No da sombra al día siguiente, pero dentro de algunos años seguirá ahí beneficiando a muchas personas. Ese es el contenido evergreen: publicaciones que continúan siendo valiosas con el paso del tiempo.

Imagine planting a tree. It won't provide shade the next day, but in a few years it will still be there, benefiting many people. That's evergreen content: posts that remain valuable over time.

En cambio, una tendencia es como una ola: si la aprovechas en el momento adecuado, puede llevar tu mensaje muy lejos; si llegas tarde, ya pasó.

In contrast, a trend is like a wave: if you take advantage of it at the right time, it can take your message very far; if you arrive late, it's already over.



La mejor estrategia 80 % Evergreen + 20 % Tendencias

**Las tendencias te ayudan a que te descubran.
El contenido evergreen hace que quieran quedarse.**

The best strategy
80% Evergreen + 20% Trends

Trends help you get discovered. Evergreen content makes people want to stay.



El mayor error: Copiar y pegar el mismo contenido en todas las plataformas

The biggest mistake: Copying and pasting the same content across all platforms

¿Qué ocurre?

- ❌ Menor alcance
- ❌ Menor interacción
- ❌ El algoritmo lo considera poco relevante
- ❌ La audiencia siente que el contenido "no pertenece" a esa plataforma

What happens?

- ❌ Reduced reach
- ❌ Reduced engagement
- ❌ The algorithm deems it irrelevant
- ❌ The audience feels the content "doesn't belong" on that platform

La estrategia no consiste en trabajar cuatro veces más, sino en pensar una sola historia y adaptarla inteligentemente a cada ecosistema digital.

The strategy is not about working four times as much, but about thinking of a single story and intelligently adapting it to each digital ecosystem.

BLOQUE 2: PRINCIPIOS DE CONTENIDO QUE CONECTA

BLOCK 2: PRINCIPLES OF CONTENT THAT CONNECTS



Toda gran publicación responde a estas cinco preguntas.



Every great publication answers these five questions.

 **Claridad - ¿Se entiende el mensaje en menos de 5 segundos?**

Clarity - Is the message understood in less than 5 seconds?

 **Emoción - ¿Hace sentir algo?**

Emotion - Does it make you feel something?

 **Utilidad - ¿La audiencia aprende, descubre o resuelve algo?**

Usefulness - Does the audience learn, discover, or solve something?

 **Autenticidad - ¿Se siente humano y verdadero?**

Authenticity - Does it feel human and real?

 **Llamada a la acción - ¿Qué quiero que haga la persona después de verlo?**

Call to action - What do I want the person to do after seeing it?

Los primeros segundos deciden si alguien se queda... o sigue deslizando.

The first few seconds decide whether someone stays... or keeps swiping.

En video

In video

**Los primeros 3 segundos son decisivos.
Deben despertar curiosidad,
sorpresa o emoción.**

The first 3 seconds are crucial.
They must spark curiosity, surprise,
or emotion.



En texto

In text

**Las primeras dos líneas deben
responder:
¿Por qué debería seguir leyendo?**

The first two lines should answer:
Why should I keep reading?

El mejor contenido empieza despertando curiosidad.

The best content starts by sparking curiosity.

Las personas no siguen cuentas. Siguen contenido que les aporta valor.

People don't follow accounts. They follow content that provides them with value.

80%

Valor para la audiencia

80% Value for the audience

- **Enseñar**
- **Inspirar**
- **Ayudar**
- **Emocionar**
- **Resolver dudas**

- Teach
- Inspire
- Help
- Move
- Answer questions



20%

Hablar de nosotros

20% Talk about us

- **Eventos**
- **Convocatorias**
- **Logros**
- **Campañas**
- **Anuncios**

- Events
- Calls for Proposals
- Achievements
- Campaigns
- Advertisements

Una historia puede contarse de muchas maneras

A story can be told in many ways

La historia: "Una comunidad limpió un río."

The story: "A community cleaned a river."



La esperanza : "Todavía estamos a tiempo de recuperar nuestra Casa Común."

Hope: "We still have time to recover our Common Home."



La denuncia: "Cada semana llegan toneladas de basura a este río."

Complaint: "Tons of garbage arrive in this river every week."



La celebración : "Más de 200 personas demostraron que el cambio sí es posible."

Celebration: "More than 200 people proved that change is possible!"



La invitación: "La próxima jornada puede comenzar contigo."

Invitation: "The next journey can begin with you!"

Las redes sociales están llenas de contenido espectacular. Lo que escasea es el contenido auténtico. Las personas no buscan perfección; buscan verdad. Y la verdad suele encontrarse en las pequeñas cosas.

Social media is full of spectacular content. What's lacking is authentic content. People aren't looking for perfection; they're looking for truth. And truth is often found in the little things.



DESCANSO DE 5 MINUTOS

5-MINUTE BREAK

BLOQUE 3: PRODUCCIÓN ACCESIBLE, CREAR BIEN CON LO QUE TIENES

BLOCK 3: ACCESSIBLE
PRODUCTION,
CREATING WELL WITH
WHAT YOU HAVE



No necesitas una cámara profesional. Necesitas dominar cuatro elementos con tu teléfono celular:

Cámara

- **Limpia siempre el lente antes de grabar.**
- **Graba en formato vertical (9:16) para redes sociales.**
- **Usa la cámara trasera cuando sea posible para mayor calidad.**

You don't need a professional camera. You need to master four elements with your cell phone:

Camera

- Always clean the lens before recording.
- Record in portrait mode (9:16) for social media.
- Use the rear camera whenever possible for better quality.



Luz

- **Aprovecha la luz natural.**
- **Colócate de frente a la fuente de luz.**
- **Evita el contraluz.**



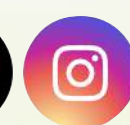
Audio

- **Acércate al micrófono.**
- **Busca un lugar silencioso.**
- **Si el audio falla, el video pierde credibilidad.**



Estabilización

- **Usa ambas manos.**
- **Apóyate en una superficie**
- **Utiliza un trípode sencillo.**
- **Camina lentamente.**



@hernandezgriego



Lighting

- Take advantage of natural light.
- Position yourself facing the light source.
- Avoid backlighting.



Audio

- Get close to the microphone.
- Find a quiet place.
- If the audio fails, the video loses credibility.



Stabilization

- Use both hands.
- Lean against a surface.
- Use a simple tripod.
- Walk slowly.

Antes de grabar, revisa estas tres cosas

       @hernandezgriego

Before recording, check these three things

Encuadre

- **Aplica la regla de los tercios.**
- **Deja espacio hacia donde mira la persona.**
- **Evita cortar manos o cabeza.**

Luz natural

- **Aprovecha ventanas o exteriores.**
- **Graba durante las primeras horas de la mañana o al atardecer.**

Fondo limpio

- **Que el fondo aporte contexto.**
- **Elimina elementos que distraigan.**
- **Menos es más.**

Framing

- Apply the rule of thirds.
- Leave space where the person is looking.
- Avoid cutting off hands or heads.

Natural Light

- Take advantage of windows or outdoor spaces.
- Record during the early morning or at sunset.

Clean Background

- Let the background provide context.
- Remove distracting elements.
- Less is more.

¡Diseña sin ser diseñador! Canva convierte las ideas en contenido profesional.

Design without being a designer!
Canva turns ideas into professional content.



¡Edita desde donde está tu audiencia! No siempre necesitas software profesional

 **CapCut - Reels, TikTok, subtítulos automáticos y edición rápida.**

 **Instagram - Reels, Stories, música, stickers y encuestas.**

 **TikTok - Efectos, tendencias y edición nativa.**

Edit where your audience is!
You don't always need professional software.

 CapCut - Reels, TikTok, automatic captions, and quick editing.

 Instagram - Reels, Stories, music, stickers, and polls.

 TikTok - Effects, trends, and native editing.



¡Las personas deben reconocer tu contenido antes de leerlo!

Mantén coherencia en

 Colores

 Tipografía

 Estilo fotográfico

 Íconos y gráficos

 Tono visual

People should recognize your content before they read it!

Maintain consistency in:

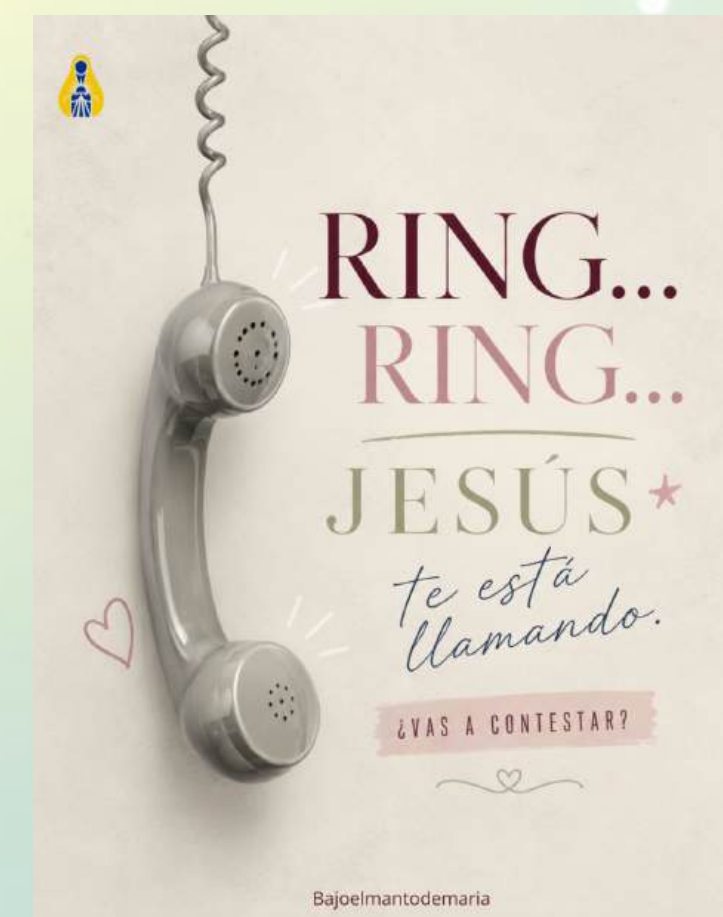
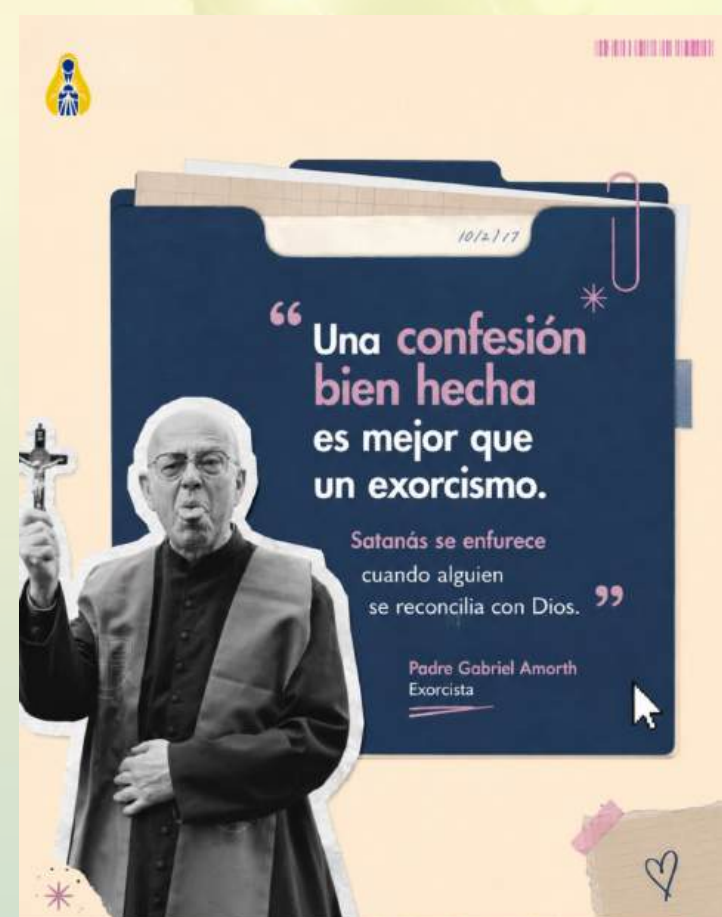
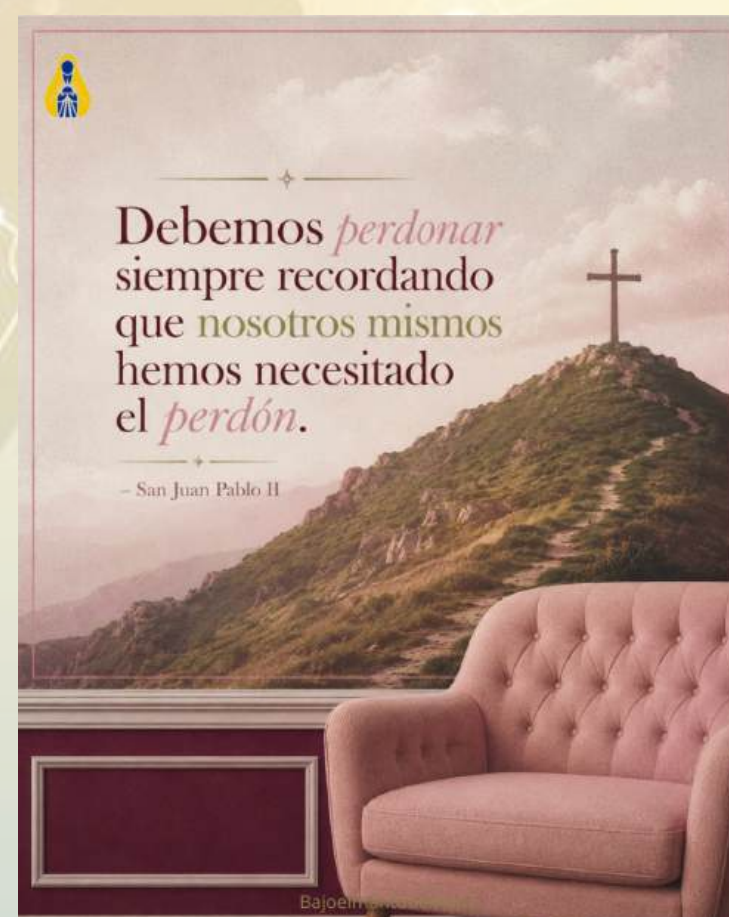
 Colors

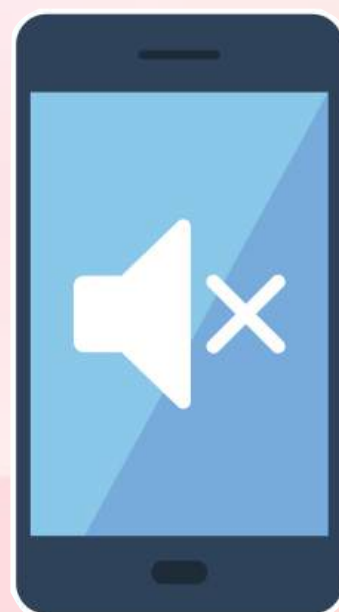
 Typography

 Photography style

 Icons and graphics

 Visual tone





Diseña también para quienes no escuchan Un gran video debe entenderse incluso en silencio

- **85 % de los videos en redes sociales se consumen sin sonido, de acuerdo a LittleThings, Mic y Popsugar.**
- **Incluye siempre subtítulos, texto breve en pantalla, contraste suficiente, tipografía legible y mensajes claros.**

Design for the hearing impaired too.

A great video should be understandable even in silence.

- 85% of videos on social media are watched without sound, according to LittleThings, Mic, and Popsugar.
- Always include subtitles, brief on-screen text, sufficient contrast, legible typography, and clear messages.

BLOQUE 4: PLANIFICACIÓN DE CONTENIDO: CONSISTENCIA SIN AGOTAMIENTO

BLOCK 4: CONTENT PLANNING: CONSISTENCY WITHOUT BURNOUT



¿Qué te ha impedido publicar con más frecuencia hasta ahora?

What has prevented you from posting more frequently until now?

¿Qué cambiaría si tuvieras un plan de 1 semana ya diseñado?

What would change if you had a 1-week plan already designed?

Piénsalo por un momento.

Think about it for a moment.

**Cada publicación es una conversación. Quien
conversa con frecuencia permanece
presente; quien espera la perfección suele
llegar tarde.**

Every post is a conversation. Those who converse frequently remain present; those who wait for perfection often arrive late.

La mejor estrategia combina dos tipos de contenido

The best strategy combines two types of content

70% Planeado

70% Planned

- **Da orden y constancia.**
- **Permite preparar mejores piezas.**
- **Evita quedarse sin ideas.**
- It brings order and consistency.
- It allows you to create better pieces.
- It prevents you from running out of ideas.

30% Espontáneo

30% Spontaneous

- **Aprovecha tendencias.**
- **Muestra autenticidad.**
- **Humaniza la comunicación.**
- **Responde a lo que está ocurriendo.**
- Capitalize on trends.
- Show authenticity.
- Humanize your communication.
- Respond to current events.

Una planeación responde cuatro preguntas:

 ¿Qué voy a publicar?

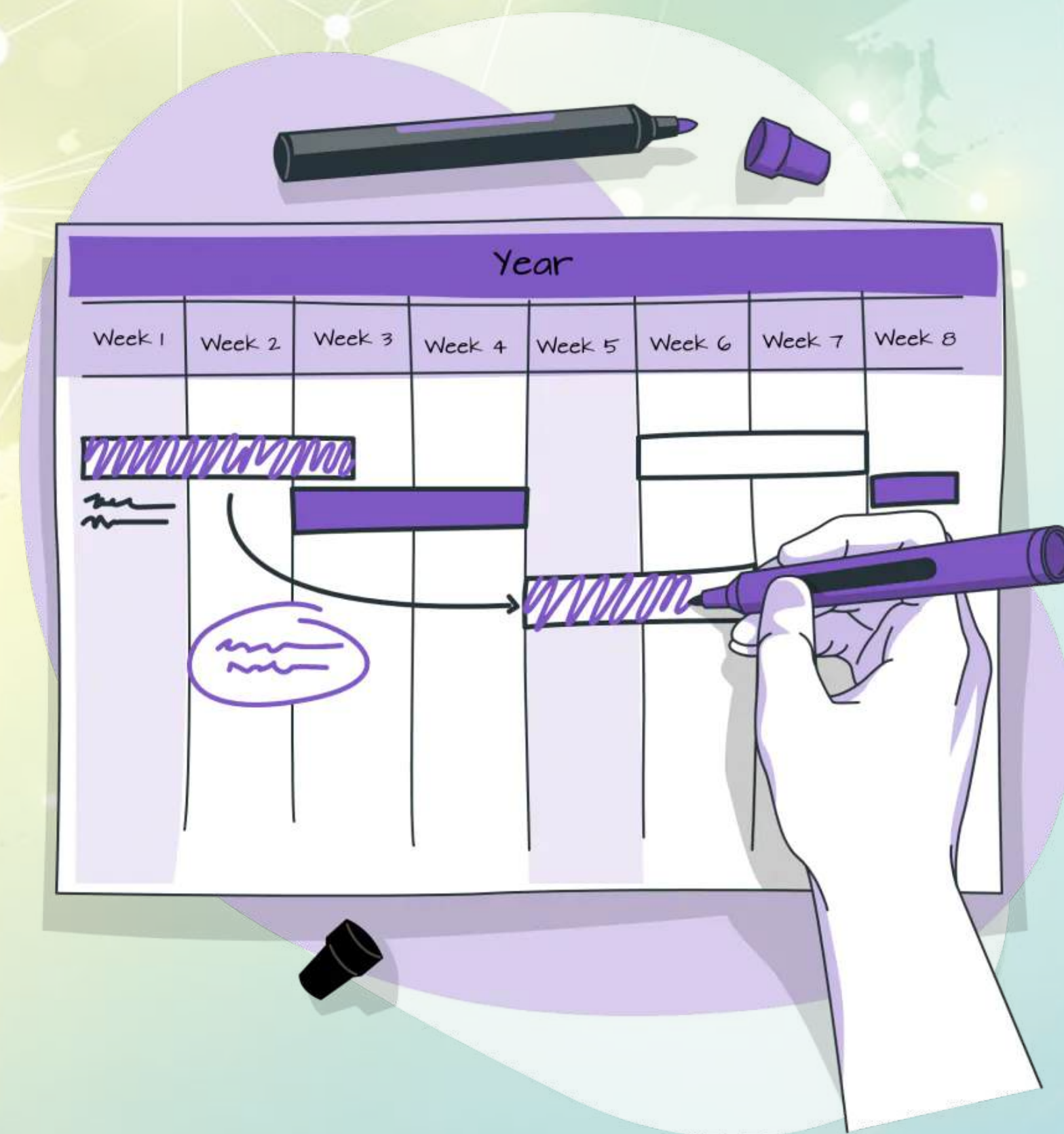
 ¿Para quién?

 ¿Cuándo?

 ¿Con qué objetivo?

A content plan answers four questions:

- What will I publish?
- For whom?
- When?
- What is my objective?



Los pilares de contenido son las grandes categorías o temas estratégicos sobre los que se genera contenido de manera constante para mantener una comunicación coherente y alineada a objetivos.

Content pillars are the major categories or strategic themes on which content is constantly generated to maintain coherent communication aligned with objectives.

¿Cómo vencer el bloqueo creativo?

How to overcome creative block?

       @hernandezgriego



Crea una rutina

- **No esperes "tener inspiración".**
 - **Reserva un momento fijo para crear.**
 - **Lleva un banco de ideas.**
- La disciplina vence al bloqueo.**



Aliméntate de buenas ideas

La creatividad nace de las conexiones.

Inspírate en:



Libros



Podcasts



Otras organizaciones



Arte y fotografía



Conversaciones con tu comunidad



La vida cotidiana



Create a routine

- Don't wait for inspiration to strike.
- Set aside a specific time to create.
- Keep an idea bank.

Discipline overcomes writer's block.



Nourish yourself with good ideas

Creativity is born from connections.

Get inspired by:



Books



Podcasts



Other organizations



Art and photography



Conversations with your community



Everyday life

¿Cómo vencer el bloqueo creativo?

       @hernandezgriego

Creativity doesn't happen by chance; it is cultivated.

Usa la inteligencia artificial con responsabilidad

La IA puede ayudarte a:

✓ **Organizar calendarios.**

✓ **Mejorar textos.**

✓ **Traducir contenidos.**

✗ **No reemplaza tu experiencia.**

✗ **No sustituye el discernimiento ni la creatividad humana.**

Construye una comunidad de práctica

- **Comparte ideas.**
- **Pide retroalimentación.**
- **Celebra los logros.**
- **Aprende de otros.**

 Use artificial intelligence responsibly

AI can help you:

✓ Organize calendars.

✓ Improve texts.

✓ Translate content.

✗ It doesn't replace your experience.

✗ It doesn't substitute for human discernment or creativity.

 Build a community of practice

- Share ideas.
- Ask for feedback.
- Celebrate achievements.
- Learn from others.

CIERRE Y ACTIVIDAD FINAL

CLOSING AND FINAL ACTIVITY



PARTE 1: CREA Y COMPARTE

Elige UNO de los siguientes formatos:



Un video corto (30–90 segundos)



Una imagen para redes sociales o una postal digital

Tu contenido debe:

- **Explicar o promover uno de los Siete Objetivos de la Plataforma de Acción Laudato Si'.**
- **Ser creativo, inspirador y adecuado para redes sociales.**
- **Animar a otros a tomar acción positiva.**

Una vez que tu contenido esté listo:

- **Publícalo en tu plataforma de redes sociales preferida.**
- **Etiqueta las cuentas oficiales de la Plataforma de Acción Laudato Si' en redes sociales.**
- **Incluye los siguientes hashtags: #LaudatoSi y #DigitalMissionariesLSAP**

PART 1: CREATE AND SHARE

Choose ONE of the following formats:



A short video (30–90 seconds)



A social media graphic or digital postcard

Your content should:

- Explain or promote one of the Seven Goals of the Laudato Si' Action Platform.
- Be creative, inspiring, and suitable for social media.
- Encourage others to take positive action.

Once your content is finished:

- Publish it on your preferred social media platform.
- Tag the official Laudato Si' Action Platform social media accounts.
- Include the following hashtags: #LaudatoSi and #DigitalMissionariesLSAP

PARTE 2: PLAN DE CONTENIDO

También recibirás una plantilla de Word.

Usando esta plantilla, desarrolla un plan de contenido de 7 días para tus redes sociales.

Para cada día, incluye:

- Tema o idea**
- Mensaje clave**
- Formato del contenido (video, reel, carrusel, historia, foto, etc.)**
- Plataforma de redes sociales donde se publicará**

Tu objetivo es diseñar una estrategia de contenido sencilla pero realista que te ayude a continuar tu misión como misionero digital.

PART 2: 7 DAYS CONTENT PLAN

You will also receive a Word template.

Using this template, develop a 7-day content plan for your own social media channels.

For each day, include:

- Topic or idea
- Key message
- Content format (video, reel, carousel, story, photo, etc.)
- Social media platform where it will be published

Your goal is to design a simple but realistic content strategy that helps you continue your mission as a Digital Missionary.

Recuerda:
Los misioneros digitales hacen más que crear contenido. Inspiran esperanza, construyen comunidad y cuidan nuestra Casa Común a través de una comunicación digital auténtica. 🌍💚

Remember:
Digital missionaries do more than create content. They inspire hope, build community, and care for our Common Home through authentic digital communication.



DIGITAL MISSIONARIES

Storytelling for Integral Ecology

GRACIAS TOTALES 🌍❤️

THANKS A LOT!

JOSÉ ANTONIO HERNÁNDEZ GRIEGO

       @hernandezgriego