



**DIGITAL
MISSIONARIES**

Storytelling for Integral Ecology

MÓDULO 1:

EL PODER DE LA INFLUENCIA DIGITAL

MODULE 1: THE POWER OF DIGITAL INFLUENCE

JOSÉ ANTONIO HERNÁNDEZ GRIEGO

       @hernandezgriego

BLOQUE 1: EL NUEVO ECOSISTEMA DE LA INFLUENCIA DIGITAL

BLOCK 1: THE NEW ECOSYSTEM OF DIGITAL INFLUENCE



Cómo la comunicación, la cultura y la tecnología están transformando la influencia

How communication, culture and technology are reshaping influence.

"La cultura digital representa un cambio fundamental en la manera en que concebimos la realidad y, en consecuencia, nos relacionamos con nosotros mismos, con los demás, con nuestro entorno e incluso con Dios."

Documento final de la XVI Asamblea General Ordinaria del Sínodo de los Obispos

"Digital culture represents a fundamental change in the way we conceive of reality and consequently relate to ourselves, one another, our surroundings, and even to God."

Final Document of the XVI Ordinary General Assembly of the Synod of Bishops

¿Quién ha influido más en tu vida?

Who has influenced your life the most?

Piénsalo por un momento.

Think about it for a moment.





¿Cómo ha cambiado la forma de comunicarnos?

How has the way we communicate changed?



Hace apenas veinte años, la influencia pertenecía principalmente a:

- **Instituciones.**
- **Gobiernos.**
- **Televisión.**
- **Periódicos.**
- **Universidades.**

Pero gracias al internet cualquier persona con un teléfono inteligente puede convertirse en un comunicador.

Just twenty years ago, influence belonged primarily to:

- Institutions.
- Governments.
- Television.
- Newspapers.
- Universities.

But thanks to the internet, anyone with a smartphone can become a communicator.

Una sola publicación puede llegar a miles, incluso a millones y, en algunos casos, cambiar la vida de alguien.

Por eso comprender la influencia digital ya no es una opción.

Es uno de los mayores desafíos, pero también una de las mayores oportunidades de nuestro tiempo.

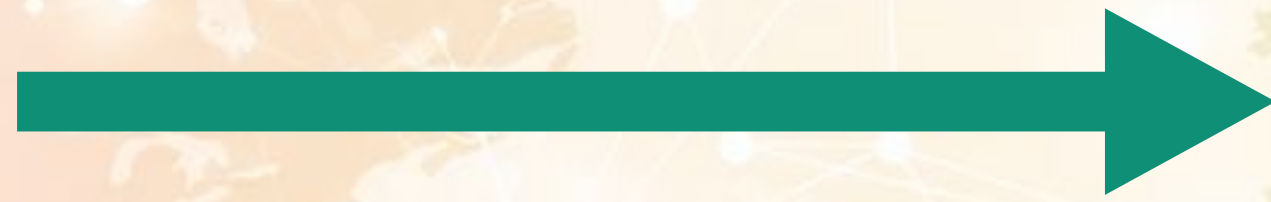
Every post can reach thousands, sometimes millions and occasionally change someone's life.

That is why understanding digital influence is no longer optional.

It is one of the most important challenges—and opportunities—of our time.

La comunicación ya no es centralizada; es participativa.

Communication is no longer centralized; it is participatory.



Antes

Before

- **Un mensaje**
One message
- **Algunos locutores**
Few broadcasters
- **Audiencias pasivas**
Passive audiences
- **Información unidireccional**
Information flowed in one direction

Ahora

Today

- **Millones de conversaciones**
Millions of conversations
- **Millones de creadores**
Millions of creators
- **Comunidades activas**
Active communities
- **Información multidireccional**
Information flows in every direction

Las redes sociales ya no son un medio, son un entorno.

Social media is no longer a medium, it's an environment.

**Las redes sociales dejaron de ser simples plataformas de comunicación.
Hoy son espacios donde las personas descubren ideas, forman opiniones, construyen
su identidad, encuentran comunidades y adoptan valores y estilos de vida.**

Social media platforms have evolved beyond simple communication.
Today, they are spaces where people discover ideas, form opinions, build their
identity, find communities, and adopt values and lifestyles.



La cultura digital se construye a través de algoritmos y comunidades

Digital culture is built through algorithms and communities

Cada interacción influye en lo que vemos.

Every interaction influences what we see.

❤️ Me gusta

💬 Comentarios

➦ Compartidos

🕒 Tiempo de visualización

❤️ Like

💬 Comments

➦ Share

🕒 Viewing time

El algoritmo decide qué conversaciones crecen y cuáles desaparecen.

The algorithm decides which conversations grow and which ones disappear.

Quien cuenta las historias, influye en la cultura

The storyteller influences the culture

Las historias generan:

Stories generate:



Ideas



Emociones



Comunidades



Acciones



Cambios sociales



Ideas



Emotions



Communities



Actions



Social Change

**No se trata únicamente de producir contenido.
Se trata de contar historias que ayuden a las
personas a descubrir la verdad, fortalecer la
esperanza y construir una cultura del encuentro.**

It's not just about producing content.

It's about telling stories that help people
discover the truth, strengthen hope, and
build a culture of encounter.

**Vivimos en un mundo donde la información es infinita,
pero la atención es limitada.**

We live in a world where information is infinite, but attention is limited.

**La moneda más valiosa de la era digital ya no es el dinero.
¡Es la atención!**

The most valuable currency in the digital age is no longer money. It's attention!



La atención construye influencia

Attention builds influence

El camino de la influencia

The road to influence

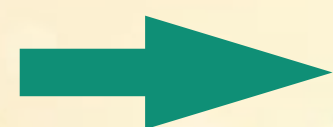
Atención

Attention



Interés

Interest



Confianza

Trust



Comunidad

Community



Acción

Action

No basta con captar la atención; el verdadero objetivo es transformar vidas.

It is not enough to capture attention; the real goal is to transform lives.

La influencia dejó de depender del acceso a un micrófono; ahora depende de la capacidad de generar confianza.

Influence no longer depends on access to a microphone; now it depends on the ability to generate trust.

Sin embargo, esto no significa que los medios tradicionales hayan perdido relevancia. Lo que cambió fue que ya no son los únicos actores que participan en la construcción de la opinión pública.

However, this does not mean that traditional media have lost relevance. What has changed is that they are no longer the only actors involved in shaping public opinion.

La influencia no es alcanzar a más personas. Es transformar a las personas que alcanzas.



Influence isn't about reaching more people.
It's about transforming the people you reach.

Una persona influyente es aquella que logra cambiar la forma de pensar, despertar emociones, generar confianza, inspirar acciones, construir comunidad y transformar la cultura.

An influential person is someone who manages to change the way people think, awaken emotions, generate trust, inspire actions, build community, and transform culture.

**¿Qué contenido recuerdas haber visto
recientemente que realmente te hizo
reflexionar o actuar?**

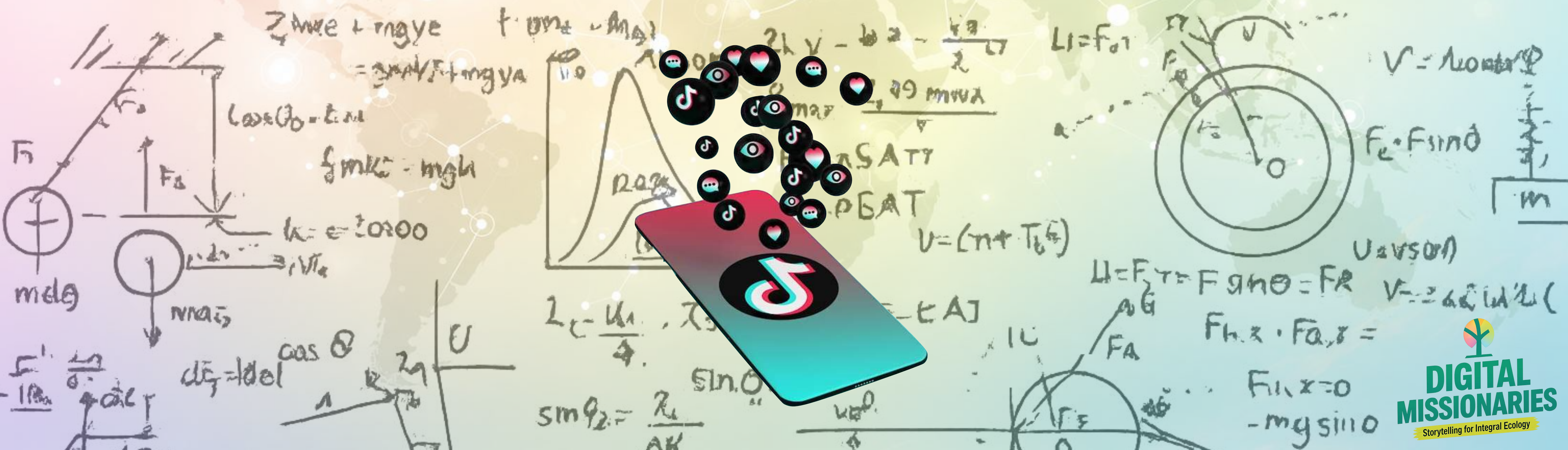
What content do you remember seeing recently
that really made you reflect or take action?

Piénsalo por un momento.

Think about it for a moment.

BLOQUE 2: ¿CÓMO FUNCIONAN LAS REDES SOCIALES Y LOS ALGORITMOS?

BLOCK 2: HOW SOCIAL MEDIA AND ALGORITHMS WORK



"Todos nacen como originales, pero muchos mueren como fotocopias."

San Carlo Acutis

"Everyone is born as originals,
but many die as photocopies"

Saint Carlo Acutis

En un mundo impulsado por algoritmos, el mayor acto de influencia sigue siendo la autenticidad.

In a world driven by algorithms, the
greatest act of influence is authenticity.



¿Qué es un algoritmo?

What is an algorithm?

Imagina que tienes un amigo que te conoce muy bien. Sabe qué música te gusta, qué videos ves, qué temas te interesan y te hace recomendaciones.

Imagine you have a friend who knows you very well. They know what music you like, what videos you watch, what topics interest you, and they make recommendations.

Un algoritmo es un sistema que decide qué contenido mostrarte según tu comportamiento.

An algorithm is a system that decides what content to show you based on your behavior.

¿Cómo aprende un algoritmo?

How does an algorithm learn?

Cada acción le enseña algo.

Every action teaches him something.

 **"Me gusta"**

 **Comentas**

 **Compartes**

 **Ves un video completo**

 **Deslizas rápidamente**

 Like

 Comment

 Share

 Watch the whole video

 Swipe

**El algoritmo aprende qué
llama tu atención.**

The algorithm learns what
catches your attention.

El algoritmo no decide quién eres. Solo amplifica aquello a lo que prestas atención.

The algorithm doesn't decide who you are.
It only amplifies what you pay attention to.

**Lo que consumes influye en lo que ves.
Lo que ves influye en lo que piensas.
Lo que piensas influye en cómo actúas.**

What you consume influences what you see.
What you see influences what you think.
What you think influences how you act.

El algoritmo responde a una pregunta muy simple: ¿qué es lo suficientemente importante para ti como para detenerte unos segundos? La pregunta que nosotros debemos hacernos es otra: ¿qué contenido vale realmente la pena detenerse a ver?

The algorithm answers a very simple question: what is important enough for you to stop and watch for a few seconds? The question we should be asking ourselves is different: what content is truly worth taking the time to watch?

¿Qué hace que una publicación tenga mayor alcance?

What makes a post reach a wider audience?

Las plataformas prestan atención a las señales que envían las personas.

The platforms pay attention to the signals that people send.

- ❤️ **Interacción. "Me gusta" o guardamos una publicación.**
- 🕒 **Tiempo de visualización. Mientras más tiempo vemos, más valor se le asigna.**
- 💬 **Comentarios. Una conversación indica que el contenido despertó interés.**
- ✉️ **Compartidos. Si alguien decide enviarlo, significa que considera que vale la pena.**
- 🔄 **Retención. Los videos que las personas ven completos suelen tener mayor alcance.**
- ✨ **Autenticidad. El contenido que genera confianza y conexión suele obtener mejores resultados de manera sostenible.**

¿Por qué algunos contenidos se vuelven virales?

Why do some contents go viral?

Generalmente porque provoca alguna de estas reacciones:

Usually because it causes one of these reactions:

 **Sorprende**

 **Conmueve**

 **Hace reír**

 **Genera indignación**

 **Enseña algo útil**

 **Hace que te identifiques**

 **Invita a compartirlo**

 It surprises

 It moves you

 It makes you laugh

 It sparks outrage

 It teaches something useful

 It makes you relate

 It inspires you to share it

La viralidad no depende solo del algoritmo; depende de las emociones que despierta en las personas.

Virality doesn't depend solely on the algorithm; it depends on the emotions it evokes in people.

¿Cómo puede un mensaje sobre ecología integral competir en un entorno saturado de entretenimiento y polarización?

How can a message about holistic ecology compete in an environment saturated with entertainment and polarization?

Piénsalo por un momento.

Think about it for a moment.

Analicemos estos contenidos

Let's analyze this content



BLOQUE 3: CONSTRUYENDO INFLUENCIA CON PROPÓSITO

BLOCK 3: BUILDING INFLUENCE WITH PURPOSE

● LIVE ●



Diferencia entre popularidad e influencia

Difference between popularity and influence

La popularidad se mide en números, busca llamar la atención, puede ser momentánea, consigue seguidores, se enfoca en la visibilidad.

Popularity is measured in numbers, it seeks to attract attention, it can be momentary, it gains followers, it focuses on visibility.

La influencia se mide en impacto, busca generar transformación, perdura en el tiempo, construye confianza y se enfoca en el propósito.

Influence is measured in impact, seeks to generate transformation, endures over time, builds trust, and focuses on purpose.

San Carlo Acutis nos deja 6 enseñanzas para generar influencia con propósito

Saint Carlo Acutis leaves us with 6 teachings for generating purposeful influence.

1. Sé auténtico, no una fotocopia.

1. Be authentic, not a photocopy.

2. Usa tu plataforma para hacer el bien.

2. Use your platform to do good.

3. Equilibra lo online y lo offline.

3. Balance online and offline.

4. La simplicidad es poderosa.

4. Simplicity is powerful.

5. La bondad por encima de la fama.

5. Kindness above fame

6. Deja un legado duradero.

6. Leave a lasting legacy.

El storytelling es el arte de contar historias de manera estratégica para transmitir un mensaje, generar empatía y conectar emocionalmente con la audiencia.

Storytelling is the art of telling stories strategically to convey a message, generate empathy, and connect emotionally with the audience.

¿Cómo construir un storytelling con valores?

How to build a storytelling experience with values?

Una buena historia comienza con alguien real. Alguien con quien podemos identificarnos, después aparece un desafío, un problema o una necesidad. Es en ese momento cuando entra en juego el valor que queremos comunicar.

A good story begins with a real person. Someone we can identify with. Then a challenge, a problem, or a need arises. It is at this moment that the value we want to communicate comes into play.

**Las redes sociales están llenas de contenido.
Lo que el mundo necesita son historias
que devuelvan la esperanza.**

Social media is full of content. What the world needs are
stories that restore hope.

¿POR QUÉ ESTOY AQUÍ?

WHY AM I HERE?

Por favor pon por escrito:

- **¿Porque te importa la causa LSAP?**
- **El mensaje que quieres transmitir.**
- **El tipo de impacto que quieres generar.**

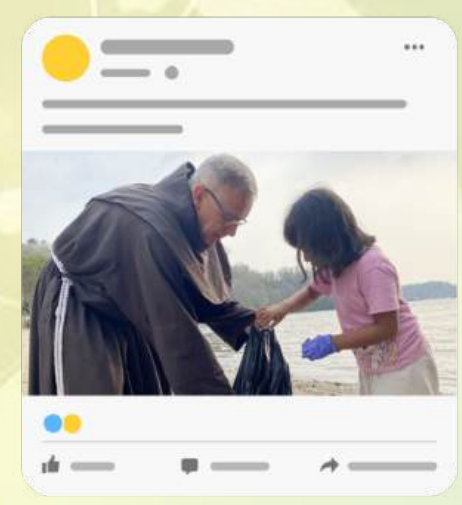
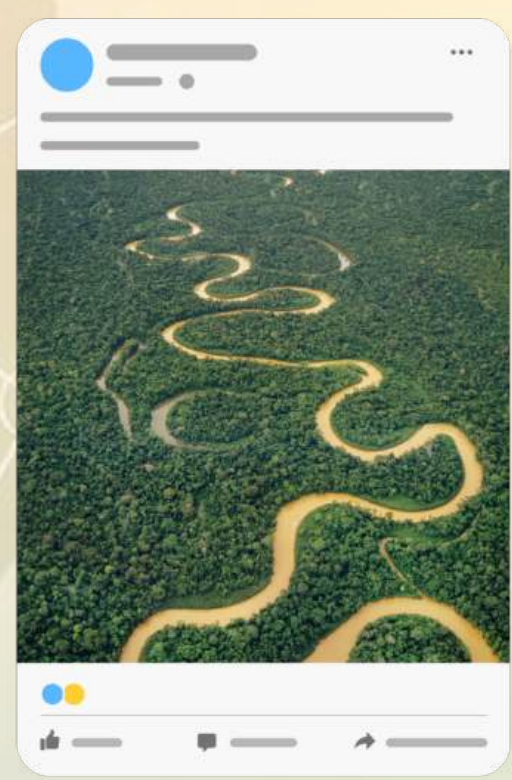
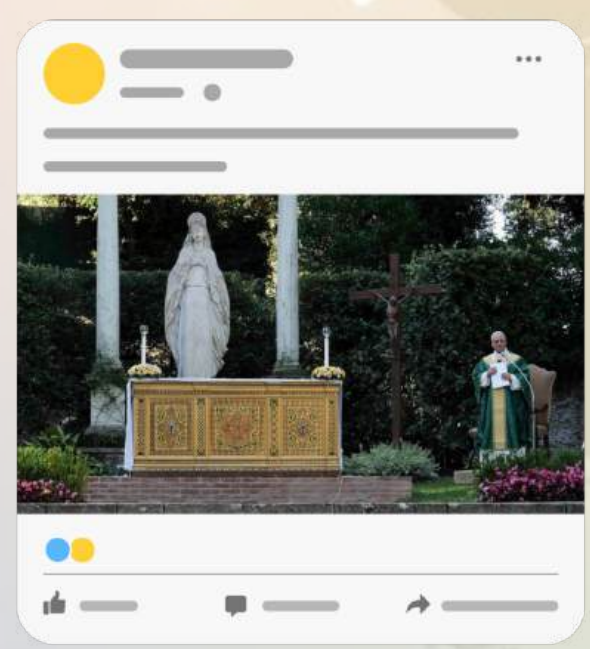


Please write:

- Why do you care about the LSAP cause?
- The message you want to convey.
- The kind of impact you want to make.

BLOQUE 4: OPORTUNIDADES PARA EVANGELIZAR Y MOVILIZAR EN DIGITAL

BLOCK 4: OPPORTUNITIES TO EVANGELIZE
 AND MOBILIZE DIGITALLY



"Los misioneros siempre han ido con Cristo hacia nuevas fronteras... Hoy nos corresponde llegar a la cultura actual en todos los espacios donde las personas buscan sentido y amor, incluidos aquellos a los que acceden desde sus teléfonos móviles y tabletas."

Documento final de la XVI Asamblea General Ordinaria del Sínodo de los Obispos

"Missionaries have always gone with Christ to new frontiers... Today it is our turn to reach today's culture in all spaces where people seek meaning and love, including the spaces they enter through their cell phones and tablets."

Final Document of the XVI Ordinary General Assembly of the Synod of Bishops

Las redes sociales son espacios de encuentro

Social networks are meeting places

**Detrás de cada perfil hay una persona.
Las redes sociales nos permiten:**

Behind every profile there is a person.
Social networks allow us:

-  **Conectar con otros.**
-  **Escuchar antes de hablar.**
-  **Compartir experiencias.**
-  **Construir comunidades.**
-  **Acompañar a quienes buscan esperanza.**

**Las redes son espacios donde las
personas buscan ser vistas, escuchadas y
comprendidas.**

Social networks are spaces where people seek to
be seen, heard, and understood.

-  **Connect with others.**
-  **Listen before speaking.**
-  **Share experiences.**
-  **Build communities.**
-  **Accompany those who seek hope.**

5 Claves para construir comunidad digital

5 Keys to Building a Digital Community

1. Escucha antes de publicar.

1. Listen before you publish.

2. Conversa, no solo comuniqués.

2. Converse, don't just communicate.

3. Aporta valor de forma constante.

3. It consistently adds value.

4. Invita a participar, no solo a observar.

4. It invites participation, not just observation.

5. Sé auténtico y coherente con lo que compartes.

5. Be authentic and consistent with what you share.

**Las personas no buscan únicamente información.
Buscan sentirse comprendidas.**

People aren't just looking for information. They're looking to feel understood.

Para comunicar con autenticidad escucha antes de responder, conecta con las personas, no con los números; comparte experiencias, no solo opiniones; sé coherente entre lo que publicas y cómo vives y acompaña antes de intentar convencer.

To communicate authentically, listen before responding, connect with people, not numbers; share experiences, not just opinions; be consistent between what you publish and how you live, and support before trying to convince.

**El testimonio abre corazones donde los argumentos,
por sí solos, no siempre llegan.**

Testimony opens hearts where arguments alone do not always reach.

Fe, justicia social y cuidado de la Casa Común: una misma misión.

Faith, social justice and care for our common home: one mission.

Todo está conectado

Everything is connected.

- **Respuesta al clamor de la tierra.**
 - **Economía Ecológica.**
 - **Adopción de estilos de vida sostenibles.**
 - **Educación Ecológica.**
 - **Espiritualidad Ecológica.**
 - **Resiliencia.**
 - **Respuesta al clamor de los pobres.**
- Responding to the cry of the earth.
 - Ecological Economics.
 - Adopting sustainable lifestyles.
 - Ecological Education.
 - Ecological Spirituality.
 - Resilience.
 - Responding to the cry of the poor.

**No podemos amar al Creador sin cuidar de su creación
y de quienes más la necesitan.**

We cannot love the Creator without caring for
his creation and those who need it most.

**Nuestra comunicación también debe ayudar a que las personas descubran
esa conexión: entre Dios, el prójimo y la creación**

Our communication should also help people discover that connection:
between God, neighbor, and creation

¿Qué conversaciones faltan hoy desde la perspectiva de la ecología integral?

What conversations are missing today from the perspective of integral ecology?

¿Cómo comunicar esperanza en medio de la crisis climática?

How to communicate hope in the midst of the climate crisis?

Piénsalo por un momento.

Think about it for a moment.

CIERRE Y ACTIVIDAD FINAL

CLOSING AND FINAL ACTIVITY



MI PRIMERA INTENCIÓN DE INFLUENCIA

MY FIRST INTENTION OF INFLUENCE

Por favor responde por escrito:

- **¿Qué quieres comunicar?**
- **¿A quiénes quieres llegar?**
- **¿Qué transformación quieres inspirar?**



Please write your answer:

- What do you want to communicate?
- Who do you want to reach?
- What transformation do you want to inspire?

La influencia digital no se trata solo de visibilidad, sino de la capacidad de construir comunidad, generar conciencia y movilizar la esperanza.

Digital influence is not only about visibility, but about the ability to build community, generate awareness, and mobilize hope.





**DIGITAL
MISSIONARIES**

Storytelling for Integral Ecology

**#DIGITALMISSIONARIESLSAP
#LAUDATOSI**

JOSÉ ANTONIO HERNÁNDEZ GRIEGO

       @hernandezgriego