

□ Temps de lecture : 5 min.

Du 1^{er} au 7 août 2024 se tiendra à l'Université Pontificale Salésienne (UPS) de Rome un congrès sur la communication intitulé « Shaping Tomorrow » (façonner l'avenir). Les organisateurs sont le Secteur pour la Communication de la Congrégation salésienne et la Faculté des Sciences de la Communication Sociale de l'Université Pontificale Salésienne. L'objectif est d'indiquer de nouvelles voies dans la communication sociale, pour « façonner l'avenir ». Nous vous présentons la vision des organisateurs.

« Quand on prie pour la pluie, il faut compter avec la boue ». C'est ce qu'a dit Denzel Washington, en rappelant les paroles de son père. Dans le contexte des médias et de la communication, la pluie est représentée par les nouveaux outils et opportunités technologiques du XXI^e siècle, tels que l'intelligence artificielle, l'internet à haut débit, les médias sociaux, les ordinateurs, les portables, les smartphones et les tablettes. La boue est représentée par les « fake news », le harcèlement en ligne et les discours de haine, la disparition des compétences sociales et de la communication, les filtres et les bulles d'information, l'exclusion numérique, entre autres.

« Shaping Tomorrow » est le slogan du congrès « Communication 2024 », qui se tiendra à Rome du 1^{er} au 7 août 2024. Dans le domaine de la communication sociale, il ne s'agit pas d'un parapluie de protection contre l'averse ; après tout, nous attendons la pluie, tout comme nous souhaitons une bonne communication. Il s'agit plutôt de construire des routes, des trottoirs, des bouches d'égout et des ponts, en évitant et en réduisant la boue dans la ville appelée communication sociale, Internet ou médias sociaux. Dans le contexte des nouvelles formes de communication, cela signifie développer les possibilités technologiques tout en étant conscients des inconvénients et des défis.

« Façonner l'avenir », quand l'ère de la communication est en train de changer, c'est comme ouvrir la bonne porte sans avoir la naïveté de croire qu'il y a une personne qui attend derrière chaque porte. La naïveté dans le monde de la technologie moderne consiste à partager ses émotions avec l'intelligence artificielle et à croire qu'elle fera preuve d'une empathie sans bornes. Un smartphone moderne n'est pas humain, un ordinateur portable n'est pas humain, un serveur n'est pas humain. Pourtant, nous nous comportons parfois naïvement, comme si le

matériel et les logiciels remplaçaient notre mère, notre père, notre famille, notre communauté et les émotions que nous éprouvons, les désirs que nous voulons réaliser et les besoins que nous devons satisfaire. Nous cherchons un être humain là où il n'y en a pas. Ce que nous obtenons, c'est un substitut caricatural de l'humanité, des relations interpersonnelles et de l'amour tant désiré : le besoin d'aimer les autres et le besoin d'être aimé par les autres. Façonner l'avenir, en revanche, signifie construire une communication fondée sur une anthropologie chrétienne solide, sans tomber dans une caricature de l'humain et en respectant la dignité humaine.

Le développement des technologies de la communication au cours des dernières décennies a fait de notre société un village global, où l'information voyage à la vitesse de la lumière. Parfois, le pouvoir d'une petite nouvelle est égal à celui d'un ouragan dont le monde entier parle. Dans un monde où la communication ne consiste plus seulement à transmettre des informations, mais aussi à établir des relations et à influencer la société, *Shaping Tomorrow* est une invitation à participer activement à l'élaboration du monde qui doit encore venir. Il s'agit de mettre l'être humain et sa dignité au centre, conformément à la norme personnaliste de Jean-Paul II.

Façonner l'avenir

- c'est un appel à façonner l'avenir de la communication salésienne à travers une communication responsable et efficace ;
- cela signifie mettre l'être humain et sa dignité au centre ;
- il s'agit de promouvoir l'enseignement de l'Église sur la communication sociale ;
- c'est vouloir une éthique de la communication sociale basée sur une anthropologie solide ;
- c'est générer et promouvoir des solutions dans le domaine de la communication, en menant des recherches et en fournissant des analyses, en particulier dans une perspective salésienne ;
- c'est rassembler des compétences et des informations pour générer de nouvelles idées, des résultats et des recommandations dans le domaine de la communication sociale ;
- à l'heure de la révolution numérique, il est nécessaire de former des professionnels des médias ;
- il s'agit de participer activement au débat public et de chercher des solutions aux problèmes de la communication sociale ;

- c'est agir au niveau international et influencer les processus de décision en fournissant des recommandations et des solutions.

Les thèmes qui seront abordés lors du congrès

1. Changement d'époque : culture numérique et intelligence artificielle – Fabio Pasqualetti, sdb
2. Changements d'époque dans la communication – Fabio Bolzetta
3. Créateurs de nouveaux langages et paradigmes pour l'évangélisation, en particulier dans l'environnement numérique – Sœur Xiskya Valladares
4. La communication avec les migrants et les réfugiés – Maurizio di Schino
5. Bonnes pratiques d'évangélisation sur les médias sociaux – Sœur Xiskya Valladares
6. L'Église dans le monde numérique et l'approche des nouvelles technologies dans la communication ecclésiale – Fabio Bolzetta
7. La communication avec les nouvelles générations, en particulier avec la génération Z et Alpha. Comment se présente la communication avec les nouvelles générations au XXI^e siècle, à la fois en face à face et dans l'environnement numérique ? – Mark McCrindle
8. Communication interne et externe dans l'Église – les trois papes – Valentina Alazraki
9. Communication de crise – Valentina Alazraki
10. Motiver le public jeune – 10 conseils pour s'adresser aux publics de la génération Z – Laura Wagner-Meyer
11. Le journalisme mobile – Simone Ferretti
12. Les créateurs de contenus – Simone Ferretti
13. Migrants et réfugiés – dans le contexte de la communication avec la jeune génération à travers les médias sociaux – Laura Wagner-Meyer
14. Comment l'Église catholique peut-elle mieux comprendre les transformations numériques en cours dans le monde moderne ? – Andy Stalman
15. Comment la stratégie de marque peut-elle améliorer l'œuvre salésienne dans le monde ? – Andy Stalman
16. Communication avec les migrants et les réfugiés – Donatella Parisi

Détails sur le congrès sur le site web : <https://www.shapingtomorrowsdb.org>