



Invito per il simposio internazionale

**IDET
COM**



21 e 22 marzo 2013,

Organizzato dalla Associazione di Media, Cultura e Comunicazione

IDETCOM all'Università di Tolosa 1 Capitale

La reputazione online e le tracce digitali:

Misurazioni strumentali e problemi sociali

Lo sviluppo delle "rete sociali" (Stenger e Coutant-2011-) è stato esponenziale. Gli esempi includono Facebook, che nel 2011 ha attirato più di 750 milioni di utenti Internet in tutto il mondo, che afferma che uno su due è stato l'utente. Queste reti sociali rappresentano una forma molto comune di intimità, anche se le trattative sono aperte al pubblico. C'è una forma narcisistica di visibilità nel "chiaroscuro" (Cardon 2010). Inoltre, tenendo conto del fatto che la capacità della memoria su Internet è illimitata, esiste una relazione tra il flusso dinamico e memorizzazione delle informazioni (Merzeau 2009), che supporta la strutturazione di "reputazione online". Il termine è spesso usato in caso di un approccio strumentale che potrebbero trarre beneficio (o danno) ad una persona, una impresa, un prodotto, un'organizzazione. Fino al momento attuale non c'è ancora un servizio professionale per la manipolazione di « reputazione online», che permetterebbe l'impiego di "community manager" o trattare con online reputazione agenzie e attivare contratti di assicurazione di protezione contro lo sfruttamento della reputazione online negativa... « Reputazione online » non è solo un problema economico reale, ma rischia anche portando a importanti cambiamenti sociali nel ventunesimo secolo (Galison Méléneq-2011). Successivamente, lo sviluppo della tavoletta digitale ed altri smartphone, contribuisce alla interazione e offre i propri servizi "su misura" grazie alla geolocalizzazione. Segni digitali sono in crescita esponenziale e si notano (o no) una fila dei dati personali in conformità della legislazione nazionale. Lo sviluppo illimitato dell'universo digitale, ed in particolare le reti sociali ci obbliga a riflettere sulla nozione di trasparenza, il termine spesso utilizzato dai media e le opinioni prevalenti. Il diritto all'oblio digitale è un concetto creato da politici (supplemento: recente lavoro della Commissione europea in materia - Viviane Reding, 2012), che è strettamente legato, e addirittura costitutiva al nuovo concetto di « reputazione online ».

Contattare:

Virginie Fernandez – Telefono: 00 33 (0)6 09 70 77 33 – contact@e-reputation-lecolloque.org

Fondazione della conferenza è quello di offrire una ricerca di « reputazione online » in modo trasversale e interdisciplinare, con il carattere di continuità e coerenza nella IDETCOM, che comprende avvocati, dirigenti e ricercatori di informatica e delle comunicazioni (SIC).

Sono graditi studi di informatica e della comunicazione, diritto, economia, gestione e marketing, sociologia e antropologia sono i benvenuti.

Operativamente, sono proposti quattro argomenti:

Tema 1: "Reputazione online": Origini, proprietà e decostruzione di questo nuovo concetto

Quali sono le sue origini? Ci sono miti, utopie e delle ideologie che sottendono l'uso di questa descrizione? Quali sono le applicazioni di questo concetto- sempre più utilizzato dai media e dagli altri professionisti?

Tema 2: Le tracce digitali e la loro identificazione

L'uso di Internet e maggiore utilizzazione di dispositivi mobili generano sempre più tracce digitali. Dall'inizio del cyber- spazio il termine di una traccia digitale è strettamente legata alle relazioni sociali che si sono evoluti nel corso dello sviluppo umano. Guardando attraverso un prisma, chiedendo a queste domande: qual è la natura delle prove digitali, siano essi una continuità o una pausa dalla pista di "precedente", la misura in cui i segni di un nuovo tipo di influenza sulla individuazione delle attività umane?

Tema 3: "Reputazione online": il diritto all'oblio digitale: lo spazio personale e pubblica

Il diritto all'oblio digitale è un insieme di leggi per la protezione dei dati personali ed era recentemente affrontato su un forum politico. Come è la realtà di questa legge nel contesto nazionale, europeo e internazionale? Qual è la realtà delle qualifiche dei dati personali in conformità con questa legge? Si tratta di una realtà giuridica, la progettazione comunicativa? Quali sono i metodi di applicazione della legge dell'oblio digitale in uno spazio pubblico?

Tema 4: Dimensioni strumentali della "reputazione online"

I specialisti che lavorano nel Marketing, nelle Risorse umane, comunicatori analizzano, e creano la forma diretta della reputazione online per le imprese, i prodotti, i servizi e le

Contattare:

Virginie Fernandez – Telefono: 00 33 (0)6 09 70 77 33 – contact@e-reputation-lecolloque.org

persone individuali. Nella stessa prospettiva, un istituto di ente locale (musei, università, scuole, associazioni ...), gestisce o mantiene la sua reputazione online. L'idea principale di questo tema è quello di presentare il lavoro empirico basato sulla matrice di reputazione online, intesa come un dispositivo strumentale.

Organizzazione:

Comitato Scientifico:

- **Serge Proulx**, Professore di Comunicazione, Università del Quebec a Montreal (UQAM),
- **Béatrice Galinon-Melenec**, Professore di Informazione e Comunicazione, Università degli Studi di Havre,
- **Serge Agostinelli**, Docente di Informazione e Comunicazione, Università di Aix-Marseille,
- **André Vitalis**, Professore di Informazione e Comunicazione, Università di Bordeaux,
- **Geneviève Vidal**, Docente di Informazione e Comunicazione, Università di Paris XIII,
- **Alexandre Coutant**, Docente di Informazione e Comunicazione, Università di Franche-Comté,
- **Thomas Stenger**, Docente di Management Università di Poitiers,
- **Louise Merzeau**, Docente di Informazione e Comunicazione, Università di Paris-Nanterre,
- **Pierre Trudel**, Professore di Diritto Pubblico, Università di Montreal,
- **Jacques Larrieu**, Professore di Diritto Privato, Università di Tolosa,
- **Lucien Rapp**, Professore di Diritto Pubblico, Università di Tolosa,
- **Frédéric Amblard**, Docente di Informatica, Università di Tolosa,
- **Martine Regourd**, Professore di Informazione Comunicazione, Università di Tolosa,
- **Christophe Alcantara**, Docente di Informazione e Comunicazione, Università di Tolosa,
- **Laurence Leveneur**, Docente di Informazione e Comunicazione, Università di Tolosa.

Contattare:

Virginie Fernandez – Telefono: 00 33 (0)6 09 70 77 33 – contact@e-reputation-lecolloque.org

Comitato Organizzatore:

- **Christophe Alcantara**, Docente di Informazione e Comunicazione, Università 1 Capitole di Tolosa,
- **Sylvie Laval**, Docente di Informazione e Comunicazione, Università 1 Capitole di Tolosa,
- **Laurence Leveneur**, Docente di Informazione Comunicazione, Università 1 Capitole di Tolosa,
- **Martine Regourd**, Professore di Informazione e Comunicazione, Università 1 Capitole di Tolosa,
- **Isabelle Vidalenc**, Docente di Informazione e Comunicazione, Università 1 Capitole di Tolosa,
- **Tilli Nicolas**, Dottore in Diritto pubblico, Università 1 Capitole di Tolosa,
- **Luigi Filippo Gratton**, Ph.D. ricercatore, Università 1 Capitole di Tolosa,
- **Rodolfo Garafa**, Docente di Lingua e Letteratura romana, Università 1 Capitole di Tolosa.

Presentazione delle proposte:
30 settembre 2012 (massimo 3000 caratteri, inclusi spazi e bibliografia)

Per ulteriori informazioni: www.e-reputation-lecolloque.org

Contattare:

Virginie Fernandez – Telefono: 00 33 (0)6 09 70 77 33 – contact@e-reputation-lecolloque.org