

Llamado a comunicaciones
Coloquio internacional

21 y 22 de marzo de 2013

**Organizado por el equipo Médias, Culture et Communication (MC2)
del IDETCOM**

Universidad Toulouse 1 Capitole

E-reputación y huellas digitales :
Dimensiones instrumentales y desafíos sociales

El desarrollo de los "medios sociales" (Stenger et Coutant-2011-) es excepcional. Hay que mencionar a título de ejemplo que Facebook poseía en 2011 mas de 750 millones de utilizadores en el mundo, es decir casi uno de cada dos internautas. Las redes socio - digitales son espacios donde a menudo una forma de proximidad se genera a pesar que la conversación esté abierta al público. Hay una forma de visibilidad "claro-oscuro" narcisista (Cardon 2010). Además, como la memoria de la red no tiene límites, hay una dinámica sistémica entre flujos y stocks de información (Merzeau 2009) que contribuye a estructurar una "e-reputación". Este término portemanteau es a menudo utilizado bajo una visión instrumental para beneficiar (o perjudicar) una persona, una marca, un producto, una organización. ¿No estamos frente a la emergencia de un sector profesional relacionado con la instrumentalización de la "e-reputación" con la community manager, las agencias de "e-reputación", los contratos de seguros para resguardarse de una reputación negativa en línea...? La "e-reputación" es un desafío económico real, pero también un desafío societario mayor para el siglo XXI (Galinson-Méléneec 2011). El desarrollo de tabletas digitales y teléfonos inteligentes contribuye a interactuar con el entorno espacial para proponer servicios "a medida", gracias a la geo localización. Las huellas digitales no harán más que aumentar de manera excepcional. Estas últimas pertenecen (o no) a la categoría de datos personales según las legislaciones internas en vigor. Esta dimensión intrusiva del universo digital y más particularmente de las redes socio digitales nos obliga a interrogarnos sobre la noción de transparencia, expresión a menudo utilizada por los medios de comunicación y la opinión dominante. El derecho al olvido en la red es un concepto fundado por las políticas (Cf. los recientes trabajos de la Comisión europea sobre el tema - Viviane Reding 2012) y está directamente relacionado, y es hasta constitutivo del concepto emergente de "e-reputación".

Este coloquio propone explorar la e-reputación de manera transversal e interdisciplinaria, en la continuidad de la esencia propia del IDETCOM que reagrupa juristas, gestores e investigadores en Ciencias de la Información y de la Comunicación (SIC).

Contacto :

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

Las comunicaciones propias a la Ciencias de la Información y de la Comunicación, al Derecho, a la Economía, a la Gestión, a la Sociología, a la Antropología y a la Informática serán bienvenidas.

A modo operatorio, se proponen 4 ejes :

Eje 1 : « E-reputación » : Origen, usos y deconstrucción de esta noción emergente.

La expresión "e-reputación" usualmente utilizada, hasta en este llamado a comunicaciones, merita ser interrogada. ¿ Cuales son sus orígenes ? ¿ Hay mitos, utopías o hasta ideologías subyacentes en la utilización de esta expresión? ¿ Cuales son los usos de esta noción utilizada cada vez más por los medios de comunicación y otros profesionales ?

Eje 2 : Huellas digitales y trazabilidad

La utilización de Internet y el crecimiento de los usos de dispositivos web portátiles generan aún más huellas digitales. Si nos ubicamos en una línea de tiempo, la noción de huella está estrechamente asociada a las relaciones sociales que se desarrollaron y que han evolucionado durante la evolución de la humanidad. A través de dicho prisma ¿cuál es la naturaleza de dichas huellas digitales? ¿ Se inscriben en una continuidad o en una ruptura respecto de las huellas "anteriores" ? ¿ En que medida estas huellas, pertenecientes a un género nuevo, afectan la trazabilidad de las actividades humanas?

Eje 3 : « E-reputación » : Derecho al olvido en la red, datos personales y espacio público

El derecho al olvido en la red, este subconjunto del derecho a la vida privada, es una noción utilizada desde hace poco tiempo, en el ámbito político. ¿Cuál es la realidad de este derecho en el ámbito interno, europeo e internacional? ¿Cuál es la realidad de la categorización de datos personales a través de este derecho? ¿Es una realidad jurídica o una construcción comunicacional? ¿Cuales son los modos de aplicación de los dispositivos del derecho al olvido en la red dentro del espacio público?

Eje 4 : Las dimensiones instrumentales de la « e-reputación »

Los vendedores, los profesionales de recursos humanos, los comunicantes analizan, construyen, gestionan la e-reputación de una marca, de un producto, de un servicio, de un individuo. En la misma perspectiva, una colectividad territorial, una institución (museo, universidad, escuela, asociación...) gestiona o soporta su

Contacto :

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

e-reputación. Este eje buscará la puesta en valor de trabajos empíricos con corpus originales en torno al tema de la e-reputación, tomado como un dispositivo instrumental.

Los comités

Comité científico :

- **Serge Proulx**, Profesor en comunicaciones, Universidad de Québec, Montréal (UQAM)
- **Béatrice Galinon-Melenec**, Profesor en Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universidad de Havre
- **Serge Agostinelli**, Profesor en Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universidad de Aix-Marseille
- **André Vitalis**, Profesor en Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universidad de Bordeaux
- **Geneviève Vidal**, Maître de conférences en Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universidad de Paris XIII
- **Alexandre Coutant**, Maître de conférences en Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universidad de Franche-Comté
- **Thomas Stenger**, Maître de conférences en Ciencias de Gestión, Universidad de Poitiers
- **Louise Merzeau**, Maître de conférences en Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universidad de Paris-Nanterre
- **Pierre Trudel**, Profesor de derecho público, Universidad de Montréal
- **Jacques Larrieu**, Profesor de derecho privado, Universidad de Toulouse
- **Lucien Rapp**, Profesor de derecho público, Universidad de Toulouse
- **Frédéric Amblard**, Maître de conférences en informática, Universidad de Toulouse
- **Martine regourd**, Profesor en Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universidad de Toulouse
- **Christophe Alcantara**, Maître de conférences en Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universidad de Toulouse
- **Laurence Leveneur**, Maître de conférences en Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universidad de Toulouse

Comité de organización :

- **Christophe Alcantara**, Maître de conférences en Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universidad Toulouse 1 Capitole
- **Sylvie Laval**, Maître de conférences en Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universidad Toulouse 1 Capitole

Contacto :

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

- **Laurence Leveneur**, Maître de conférences en Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universidad Toulouse 1 Capitole
- **Martine Regourd**, Profesor en Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universidad Toulouse 1 Capitole
- **Isabelle Vidalenc**, Maître de conférences en Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universidad Toulouse 1 Capitole
- **Nicolas Tilli**, Doctor en derecho público, Universidad Toulouse 1 Capitole
- **Louis Philippe Gratton**, Doctorando, Universidad Toulouse 1 Capitole
- **Rodolfo Garafa**, Maître de conférences en lenguas y literaturas romanas, Universidad Toulouse 1 Capitole

Envío de comunicaciones

30 de septiembre de 2012 (3000 signos, espacios y bibliografía incluidos).

Para mas información : www.e-reputation-lecolloque.org

Contacto :

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