

Introducción	11
Introduction.....	15
1. Redes sociales, discursos y crisis de reputación, <i>por José Luis Piñuel Raigada</i>	19
1. <i>Redes sociales y lugar de encuentro</i>	19
2. <i>La subasta del «sí mismo»</i>	20
2.1. <i>Juventud e identidad en construcción en la subasta del «sí mismo»</i>	22
2.2. <i>El horizonte de las redes sociales, los medios y la multitarea</i>	24
2.3. <i>Redes sociales y temas de conversación en 2009</i>	25
3. <i>El panorama de la vulnerabilidad y la reputación</i>	28
<i>Bibliografía</i>	29
2. Définition et enjeux de l'e-réputation, <i>por Christophe Alcantara</i>	31
1. <i>Contexte de l'e-réputation et présentation de la recherche engagée</i>	31
2. <i>Cadrage de l'e-réputation</i>	33
2.1. <i>Définition de l'expression «e-réputation»</i>	33
2.2. <i>Les traces numériques, composantes de l'e-reputation</i>	34
3. <i>La constitution d'un marché de l'e-réputation</i>	36
3.1. <i>Nouveaux acteurs et nouveaux métiers</i>	36
3.2. <i>Le marché des données personnelles</i>	38
3.2.1. <i>Des utopies au service d'une marchandisation</i>	38
3.2.2. <i>La nature du marché des données personnelles</i>	38
4. <i>Protection des données personnelles et droit à l'oubli numérique</i>	40
4.1. <i>Un projet de règlement européen en cours d'élaboration</i>	41

4.2. <i>La position américaine sur le droit à l'oubli et la protection des données personnelles</i>	42
<i>En guise de conclusion</i>	42
<i>Bibliographie</i>	43
3. La gestion de leur e-réputation par les chaînes de télévision françaises,	
<i>por Laurence Leveneur</i>	45
1. <i>E-Réputation et identité numérique</i>	46
2. <i>Identité et médias audiovisuels</i>	48
3. <i>Ce qui change avec le web dynamique</i>	51
4. <i>La maîtrise du dispositif socio-technique</i>	55
4.1. <i>Logique d'audience vs logique éditoriale</i>	56
4.2. <i>De l'instrumentation à l'instrumentalisation</i>	58
<i>Conclusion</i>	60
<i>Bibliographie</i>	61
4. El nuevo poder de los medios sociales y las crisis de reputación corporativa en los entornos digitales,	
<i>por Carlos Víctor Costa</i>	63
1. <i>La estrategias de comunicación en los medios sociales como un contradiscurso: las crisis de reputación online</i>	63
2. <i>Las tres P's del nuevo poder de los medios sociales: parodias, protestas y provocaciones</i>	65
<i>Parodias</i>	65
<i>Protestas</i>	66
<i>Provocaciones</i>	68
<i>Conclusiones</i>	71
<i>Bibliografía</i>	73
5. E-réputation et musées: des représentations contradictoires,	
<i>por Martine Corral-Regourd</i>	75
1. <i>Contextualisation</i>	76
2. <i>Une certaine circonspection muséale à l'encontre de la problématique e-réputationnelle</i>	79
3. <i>Quand la Communication numérique renvoie à la Communication politique</i>	81

4. <i>La communication numérique et la question du public</i>	85
5. <i>Des réseaux et des amis des musées: «A quoi ça sert d'avoir des amis?»</i>	88
6. <i>Reste l'indépassable l'argument de l'expérience de la visite</i>	92
<i>Bibliographie</i>	92
6. E-réputation médiatique: quelles traces des personnes anonymes dans La Dépêche du Midi en ligne?, <i>por Sylvie Laval</i>	95
1. <i>Introduction</i>	95
2. <i>La presse quotidienne française dominée par les supports médiatiques régionaux</i>	96
3. <i>La Presse quotidienne régionale à la conquête du web</i>	97
4. <i>Une étude de cas: La Dépêche du midi</i>	101
5. <i>L'e-réputation: entre population représentant et population représentée</i>	104
<i>Bibliographie</i>	110
7. Contrôle social et Pouvoir à l'épreuve de la société connexionniste. Une tentative d'approche par la réputation à partir du cas des «indignés» espagnols, <i>por Jérôme Ferret</i>	113
1. <i>Le contexte anthropologique général de la réflexion</i>	113
2. <i>Les «indignés» coincés entre l'Etat et les réseaux sociaux</i>	115
3. <i>Des institutions qui «patinent»: le réflexe de criminaliser les réseaux sociaux</i>	117
4. <i>Les «vieilles recettes» institutionnelles</i>	118
5. <i>Ne pas renverser le pouvoir mais nuire à sa réputation</i>	120
6. <i>Un mouvement qui jette une ombre</i>	120
7. <i>Prolongements en problèmes sociologiques</i>	123
<i>Bibliographie</i>	124

