Actividad 1

Elaborar un breve texto argumentativo en el que expongan la definición que da Lippmann del concepto de "pseudoambiente" y su relación con el significado que el término "ficción".

El punto de partida es el concepto de “pseudoambiente”, planteado por Lippmann, como “compuesto híbrido entre naturaleza humana y condiciones” que determina lo que pensamos, sentimos y en consecuencia como actuamos, ya que marca nuestro comportamiento a partir de la interpretación que realizamos del ambiente. Esto se visualiza en la parábola o alegoría de la caverna donde los hombres ven en las sombras, la representación de los hombres enmascarados que pasan delante del fuego, esa interpretación que hacen de la realidad conforma su ficción ya que es una observación mediada, es un “conocimiento indirecto” de su realidad.

Un ejemplo de esto puede ser La Guerra de los Mundos de H.G. Wells, en la interpretación radial realizada por Orson Welles, que motivó que las personas que escucharan el radioteatro actuaran interpretando que lo narrado era la realidad: una invasión extraterrestre que atacaba la tierra. El medio y la figura pública (Orson Welles, persona de renombre y con trayectoria, creíble) hizo que la ficción se transformara en la realidad de muchos oyentes que tomaron decisiones dramáticas.
La ficción se transformó en realidad, fue interpretada como real y fue determinante para el accionar de muchas personas.

Estos conceptos aplicados a las organizaciones, desde la mirada de sus públicos, constituye la imagen que los públicos hacen de la organización, construida en base a un conjunto de percepciones, sentimientos, valores que conforman una imagen sobre la organización. Y cada persona que integra ese público tendrá una expectativa diferente marcada por su propia historia y su forma de percibir a la organización. La suma de esas percepciones conforman entonces, la imagen que tienen en una relación vincular bilateral donde influye y es influida por esta. Muchas organizaciones crean sus relatos institucionales a partir del estudio de esas expectativas y, de ese modo, alinean sus objetivos estratégicos para la consolidación de su imagen y su reputación. La imagen es una representación de la organización en sus públicos, que puede ser modificada, medida, observada y manipulada.

La construcción de la imagen de personajes públicos se construye basados en estudios donde se miden actitudes, se crean estereotipos, se establecen atributos y se proponen “ficciones”, producto de los recortes realizados del ser, hacer y sentir del personaje. De ese modo se creará una representación que será compartida por las personas de acuerdo a sus propias percepciones (como las sombras de la caverna).

En algún sentido, sería posible que quienes estén fuera de la caverna, los “iluminados” que son los dueños de la verdad, son quienes pertencen al mundo “inteligible” en contraposición al “sensible” que es su representación. Podría ser que esa representación fuera la “ficción” en la que existen, actúan y son? Y que su perspectiva sea condicionada por los de afuera que marcan las prioridades del mundo. ​​ ​Quienes nos marcan la agenda, podrían ser los “dueños de la verdad”en el sentido Platónico?