



Isabel Castillo Le-Bert

*De libertades para nacer: un análisis del parto hospitalario en Chile*

Claudia Pavez  
y Carolina Arriagada

*Violencia obstétrica en Chile: estudio de caso en torno a las experiencias de parto de doce mujeres participantes del grupo de Facebook "Basta de Violencia Obstétrica"*

Paula Parada Ballesteros

*¿Violencia de género hacia hombres en relaciones de pareja heterosexual?: Reflexiones desde las masculinidades latinoamericanas*

Luis Alberto Hernández Cerón  
y Acmed Díaz Fernández

*La sociedad de la entrevista*

# REVISTA CENTRAL DE SOCIOLOGÍA

## Director Revista Central de Sociología

Dr. Nicolás Gómez Nuñez

## Editor Revista Central de Sociología

Mag. Rodrigo Larraín Contador

## Comité Editorial Revista Central de Sociología

---

Dra. Beatriz Revuelta Rodríguez  
Universidad Central de Chile

Dr. Diego Pereyra  
Universidad de Buenos Aires

Dr. Darío Rodríguez Mansilla  
Universidad Diego Portales

Dr. Fabio Engelmann,  
Universidade Federal do Rio Grando do Sul

Dra. Nélide Cervone  
Universidad de Buenos Aires

Dr. Domingo Garcia-Garza  
CESSP Centro Europeo de Sociología y  
Ciencias Políticas

Dr. Luis Gajardo Ibáñez  
Universidad Central de Chile

Dr. Emilio Torres Rojas  
Universidad Central de Chile

## Consejo de Evaluadores

---

Dra. Svenska Arensburg Castelli  
Universidad de Chile

Dr. Marcelo Martínez Keim  
Universidad de Santiago de Chile

Dr. Luis Campos Medina  
Universidad de Chile

Dr. Odín Ávila Rojas  
Universidad del Cauca

Mg. Edison Otero Bello  
Universidad Central de Chile

Dr. Fabien Le Bonniec  
Universidad Católica de Temuco

Dr. (c) Sebastián Moller Zamorano  
Universidad Católica De Lovaina

Dr. Salvador Millaleo Hernández  
Universidad de Chile

Dr. Manuel Gárate Chateau  
Universidad Diego Portales

Dr. Juan Carlos Oyadel  
Universidad Nacional Andrés Bello

Dra. Jeanne Hersant  
Universidad Nacional Andrés Bello

Dr. (c) Javier Ugarte Reyes  
FLACSO-Argentina

Dr. (c) Mag. Daniel Palacios Muñoz  
Universidad Alberto Hurtado

Revista Central de Sociología. N°19 - diciembre 2024

ISSN 0718-4379 versión impresa; ISSN 2735-7058 versión en línea.

Edita: Sociología de la Facultad de Economía, Gobierno y Comunicaciones Universidad Central de Chile

Correspondencia: Lord Cochrane # 414, Torre A 2° Piso / Santiago - Chile

Teléfono (56) 2-5826513 / Fax (56) 2-582 6508 / E-Mail: nicolas.gomez@ucentral.cl

[www.centraledesociologia.cl](http://www.centraledesociologia.cl)

Diseño: Patricio Castillo Romero

# SUMARIO

## Intersecciones y Resistencias: Experiencias y Perspectivas de los Feminismos

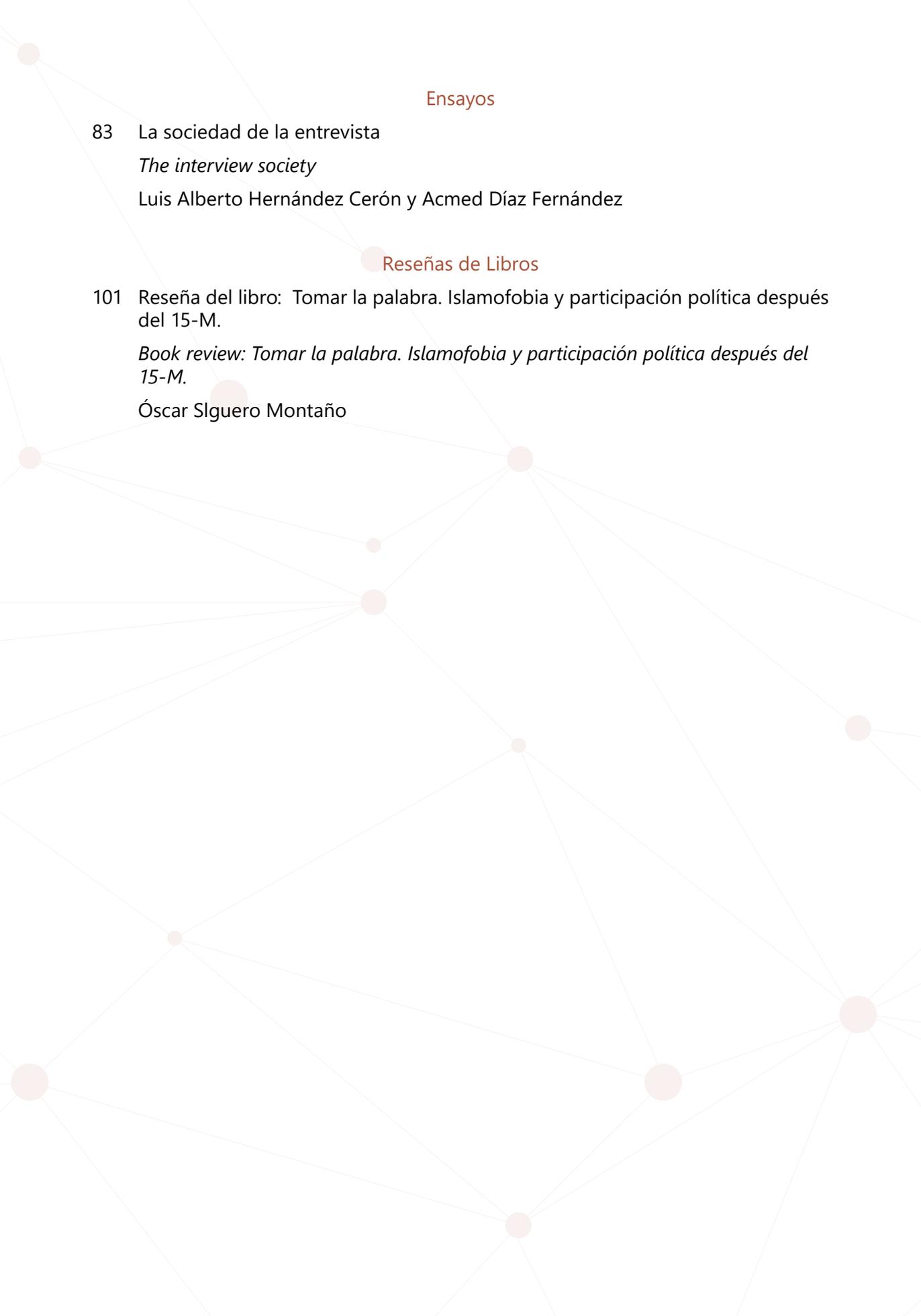
- 5 Presentación Dossier Intersecciones y Resistencias: Experiencias y Perspectivas de los Feminismos del Sur Global  
Gabriela Rojas Maruri, Javiera Cárdenas Mena

### Artículos del dossier. Intersecciones y Resistencias: Experiencias y Perspectivas de los Feminismos

- 9 De libertades para nacer: un análisis del parto hospitalario en Chile  
*About freedoms to be born: An analysis of hospital birth in Chile*  
Isabel Castillo Le-Bert
- 36 Violencia obstétrica en Chile: estudio de caso en torno a las experiencias de parto de doce mujeres participantes del grupo de Facebook "Basta de Violencia Obstétrica"  
*Obstetric violence in Chile, case study about the birth experiences of a group of women participating in social networks reporting obstetric violence*  
Claudia Pavez y Carolina Arriagada

### Ensayos del dossier: Intersecciones y Resistencias: Experiencias y Perspectivas de los Feminismos

- 63 ¿Violencia de género hacia hombres en relaciones de pareja heterosexual?: Reflexiones desde las masculinidades latinoamericanas  
*Gender violence against men in heterosexual relationships: Reflections from Latin American masculinities*  
Paula Parada Ballesteros



## Ensayos

83 La sociedad de la entrevista

*The interview society*

Luis Alberto Hernández Cerón y Acmed Díaz Fernández

## Reseñas de Libros

101 Reseña del libro: Tomar la palabra. Islamofobia y participación política después del 15-M.

*Book review: Tomar la palabra. Islamofobia y participación política después del 15-M.*

Óscar Siguero Montaña

# La sociedad de la entrevista

## *The interview society*

---

Fecha de recepción: 26 de agosto de 2024 / Fecha de aprobación: 1 octubre de 2024

Luis Alberto Hernández Cerón<sup>1</sup>

Acmed Díaz Fernández<sup>2</sup>

### Resumen

El objetivo del presente escrito es estudiar la sociedad de la entrevista como concepto que permita describir y clasificar un tipo de organización social de la entrevista más allá que una mera técnica usada por las ciencias sociales. El concepto es usado en su mayor formulación por Paul Atkinson y David Silverman en un artículo llamado "Kundera's Immortality: The Interview Society and the Invention of the Self" de 1997, la intención es examinarlo, ampliarlo y observar tres aspectos: el yo imagológico, las regiones, posterior y anterior, así como la crítica a la autenticidad y sustantivación de la entrevista.

Palabras clave: Sociedad de la entrevista, imagología, regiones de conducta, podcast

### Abstract

The aim of this paper is to study the interview society as a concept that allows us to describe and classify a type of social organization of the interview beyond a mere technique used by the social sciences. The concept is used in its most extensive formulation by Paul Atkinson and David Silverman in an article called "Kundera's Immortality: The Interview Society and the Invention of the Self" in 1997. The intention is to examine it, expand it and observe three aspects: the imagological self, the posterior and anterior regions, as well as the criticism of the authenticity and substantiation of the interview.

Keywords: Interview society, imagology, behavioral regions, podcast

---

1 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8631-9965>. Correo electrónico: [luis\\_hernandez10495@uaeh.edu.mx](mailto:luis_hernandez10495@uaeh.edu.mx)

2 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-9886-2206>. Correo electrónico: [acmed\\_diaz10412@uaeh.edu.mx](mailto:acmed_diaz10412@uaeh.edu.mx)

## Introducción

En 1997 Paul Atkinson y David Silverman publican un artículo llamado "Kundera's Immortality: The Interview Society and the Invention of the Self" (1997), en traducción propia, "La inmortalidad de Kundera: La sociedad de la entrevista y la invención del yo". En dicho artículo destacan dos objetivos a partir de la lectura de Milan Kundera: a) la importancia de la entrevista para la sociedad dando como resultado la sociedad de la entrevista y b) la construcción del yo, asimismo, de manera implícita se crítica el postulado de la sociedad de la entrevista y la entrevista misma como método neutral de recolecta de información, y hacer ver a la sociología y las ciencias que dependen de la entrevista que se hallan dentro de la propia sociedad de la entrevista, fetichizándola y sustantivándola.

Uno de los primeros resultados de los autores es que la aparición de la sociedad de la entrevista depende de la: a) aparición del yo como objeto de su propia narración, b) una tecnología de confesionario y c) la tecnología de los medios de comunicación como aquellas que dan un giro a lo público y a lo privado, a lo rutinario y a lo sensacional. En este primer postulado, Atkinson y Silverman cometen el error que anuncia Bateson siguiendo a Alfred North Whitehead, "la falacia de la concreción injustificada" (1998), es decir, tratar al nombre de la cosa como la cosa misma. Más allá de hablar de la aparición de una "sociedad de la entrevista" es hablar de un concepto que nos ayude a describir gran parte de la organización social que tiene un avance a finales de la segunda década y principios de la tercera década del siglo XXI.

Veinte años después de la publicación de 1997, Silverman publica en 2017 "How was it for you? The Interview Society and the irresistible rise of the (poorly analyzed) interview", en traducción propia, "¿Qué te pareció? La Sociedad de la Entrevista y el irresistible auge de la (mal analizada) entrevista", haciendo alusión al texto de 1997 en tanto qué ha cambiado, enfatizando en que es poco lo que ha cambiado, pero dando un giro para estudiar más la entrevista en sí misma como medio de recolecta en tanto ¿Qué tipo de datos podemos obtener de la sociedad de la entrevista? Así como seguir la crítica que hacía en conjunto con Atkinson en tanto a la autenticidad del yo, así como a la crítica de la "experiencia personal", "narrativa biográfica", "la intención", "los motivos", en general la parte interna del yo que hay que develar, revelar o descubrir.

En el sentido antes mencionado, como no se trata de la cosa en sí, sino de una epistemología de la cosa, tampoco se puede hablar de una sucesión, como si fuese de un estado a otro, de un cambio que deja atrás algo por algo nuevo, no es que deje de ser algo para convertirse en otro algo, como cuando hablan de sociedad

del cansancio<sup>3</sup>. Es por ello que se debe tomar a la sociedad de la entrevista como concepto descriptivo y explicativo<sup>4</sup>.

El concepto de la sociedad de la entrevista aparece muy poco en castellano, relacionado a otros conceptos. Un ejemplo importante es Fontana y Frey (2015) en el *Manual de investigación* coordinado por Denzin y Lincoln, retoman la sociedad de la entrevista, pero relacionado a la sociología y las ciencias sociales para indagar, cuestionar y dar luz sobre distintas formas de ponerse en práctica. Miguel Valles (2007) en *Entrevistas cualitativas* da una pequeña introducción de la llamada sociedad entrevista, aunque su énfasis es más relacionado en la metodología que a una forma de organización social. Por otro lado, en inglés aparece el libro llamado *News from the interview society* editado por Mats Ekström, Åsa Kroon & Mats Nylund (2006). Igualmente, en inglés, "Interviewing in the 'interview society': making visible the biographical work of producing accounts for interviews", de Hellen Blakely y Kate Moles (2017), en traducción propia, "Entrevistar en la 'sociedad de la entrevista': visibilizar el trabajo biográfico de producir relatos para entrevistas", nuevamente enfocado en método y técnica.

El objetivo del presente ensayo es tomar el concepto de sociedad de la entrevista de manera teórica y observar cómo ha cambiado la sociedad a tal grado que el concepto en sí mismo tenga adaptabilidad respecto a las nuevas tecnologías. Siguiendo a Atkinson, Silverman y Fontana se estructura este documento en: a) descripción del concepto sociedad de la entrevista, b) regiones anterior y posterior del self<sup>5</sup>, c) importancia de Internet, especialmente el formato podcast y tiktok, d) qué hacer con la información que describe la sociedad de la entrevista, en tanto crítica a la forma de uso y una propuesta a su uso.

3 Véase el ejemplo de la sociedad disciplinaria y la sociedad del cansancio de Byung-Chul Han (2012).

4 El cambio de algo viejo por algo nuevo es una forma de analizar muy débil, porque por lo general se enfatiza el "antes así era" y "ahora es así", pero no se observa eso que conecta lo viejo y lo nuevo, y es así ya que es una forma de observar que no contempla teóricamente las conexiones, no se trata del "así era antes y ahora es así". Una forma distinta a la anterior, al cambio lineal, es de la emergencia de Georg Herbert Mead (2008) en *Filosofía del presente*. En este sentido, no se cosifican los fenómenos (o al menos tener presente el corolario de Durkheim, no tratar el fenómeno-cosa sino "como si fuera cosa"), para que uno suceda a otro, además las cosas nuevas no dejan a las viejas. Por lo anterior, la sociedad de la entrevista no tiene el planteamiento del cambio, sino del orden, descripción y clasificación.

5 En este punto, nuestro análisis difiere del de Atkinson y Silverman referente a la invención del yo, sino de su participación, presentación y emergencia del yo en esa participación y presentación del yo. Se acerca más a un movimiento que pensamos difiere del que analizó Goffman (2006), para él, se presentaba una sociedad de puertas hacia adentro, mientras, creemos, se trata de una sociedad de creencia de puertas hacia afuera

## Sociedad de la Entrevista

Atkinson y Silverman consideran que hay algo en la sociedad occidental que pone acento en la reinención del sujeto romántico con intención y narración como contenido de la experiencia. Se celebra que el sujeto es el medio para acceder, develar a su "interior", su experiencia, suponiendo que hay "estados mentales" que se pueden revelar por medio de la entrevista. La ontología implícita es el romanticismo del siglo XIX (Silverman, 2017) que considera a la persona como un interior profundo, incluso no queda fuera la idea de entrevista en profundidad para alcanzar ese profundo, ese interior de cada persona. Esa idea celebra la biografía, los datos personales, historias de vida por medio de la narrativa de su propio autor, es por ello que se depende tanto de la entrevista, es una forma de estar juntos caracterizada por la confesión, la búsqueda de la "verdad", tener la exclusiva de esa "verdad" y actualmente la relación de la "verdad y lo viral" de lo personal.

De igual manera Atkinson y Silverman retoman de Kundera (1990) la Imagología, como esa gran influencia de construir una imagen del yo que se immortalice a través de los medios de comunicación audiovisuales, en este sentido no es solo el sujeto romántico, autor de su propia narrativa, en la cual se busca los "huevos de oro", es decir la experiencia personal, sino que el sujeto propio le agrada el ojo de la cámara para narrar su "experiencia personal", así la reflexión de Kundera en tanto la sustitución del ojo de Dios por la cámara, pero ahora no solo es la cámara de la y para la televisión, sino la cámara del celular y para el internet, aquella que capta cualquier momento. La cámara pasa al sujeto retratado y grabado a la inmortalidad, por eso se busca "no quedar mal", es una versión del yo, por ello las sonrisas actualmente, a diferencia de fotografías y programas televisivos del siglo XX donde se buscaba la imagen de la seriedad. La cámara no es inocente, busca captar el momento, por eso es tan importante para las personas, al menos aparentar "estar bien y felices", una happycracia llama Eve Illuoz (2019).

Por otro lado, la cámara celebra lo incontinente, aquello que pueda ser narrado, descubrir o develar la mistificación de las regiones posteriores, celebran la "fama por cinco minutos". Bien pero la imagen del yo en la entrevista no es solo ante la cámara, sino en muchos ámbitos cotidianos de la vida social, por ejemplo, para un puesto de trabajo, para entrar a una escuela de posgrado, para adopciones, para las cárceles, los manicomios, para los deportes, para nosocomios, en general es un tipo de conocimiento de sentido común presupuestado (Schutz, 2009), es un tipo de "todos lo sabemos hacer", todas esas diferencias fenoménicas tienen una equivalencia funcional, buscar la "verdadera" imagen del yo, su esencia, el descubrir "de quién se trata la persona que estoy entrevistando". Esa imagen pretende posicionarse como "auténtica", y si entendemos la entrevista como Cicourel (2011), como un tipo de encuentro social focalizado, por eso la entrevista pasa a ser una configuración social que tiene esa estructura de develar, descubrir o buscar la "autenticidad del yo, que se oculta en lo profundo de la persona".

En ese sentido cuando Silverman refiere que, veinte años después de la publicación de la sociedad de la entrevista no hay mucho cambio, tiene razón, sino que ha aumentado la dependencia de esa configuración social, tratar de desnudar el yo hasta encontrar al “verdadero”. Es por ello que, si se entiende por sociedad una forma de organización social, ser parte de - actuar con, y por entrevista un tipo de configuración social que tiene un patrón de estar con y actuar con para develar la autenticidad del yo, es menester decir que sociedad de la entrevista refiere a una parte de la sociedad de la sociedad (Luhmann, 2007) que genera una pauta que enlaza (en el sentido de Bateson, 2002) todo tipo de encuentro social focalizado de entrevista independientemente del espacio o personas en singular, para develar la autenticidad del yo. Por lo anterior la sociedad de la entrevista no es un estado que sucede a otro tipo de sociedad, solo describe una parte de la organización de la sociedad que depende de la entrevista con la idea de encontrar la “verdadera” imagen del yo.

Pero no todo queda ahí en la búsqueda, sino que el sujeto entrevistado, siguiendo a Kundera, busca la inmortalidad (pero de esa imagen yoica), busca quedar “bien”, no es sujeto pasivo, ni activo, sino es co-constructor de esa imagen yoica en conjunto con el sujeto que entrevista. Atkinson y Silverman, citando a Kundera mencionan: es ingenuo creer que la imagen oculta nuestro verdadero yo, sino que ese yo es una ilusión, lo importante para la realidad es esa imagen. Aunque si entendemos al yo como una imagen social, es una ilusión creer que ese es nuestro “verdadero yo”, por eso la imagen como un tipo de yo especial puede juzgar la persona total (en el sentido de M. Mauss, 1979) de la cual forma parte, así como su obra hasta el momento realizada. Ese yo de la imagología, entonces, y similar a Simmel (2011), es trágico, porque puede poner en duda, deteriorar o destruir al self del que forma parte, empero para este yo no importa el deterioro pues no se daña ese yo imagológico, queda grabado en la cámara, la inmortalidad es de esos yo, no del self total, y esos yo no son del self, sino el self está atado a sus creaciones yoicas, aunque las crea, esos yo buscan emanciparse de su creación, sin importar destruirle.

A diferencia de Atkinson y Silverman, uno de los elementos de la sociedad de la entrevista no es solo la aparición del yo como objeto de su propia narración, sino la aparición del yo imagológico narrado por su propio autor, trágicamente con la ilusión de que la inmortalidad es de la persona en sí misma. Ese yo es uno de los nuevos productos de venta en el mercado social, pero para Kundera, no es suficiente ofrecer el producto de venta, sino hay una complejización de simplificar el self al yo imagológico, por ejemplo, la imagen de tiktok para ofrecer esos yo, quedando una serie de yoes imagológicos colgados en la red para retornarlos en “el mejor de los momentos para la viralidad”. El yo imagológico no es en sí mismo una persona concreta, es un neologismo que permite describir la imagen comercial de eslogan de la persona que la entrevista busca revelar de manera positiva o negativa. Es decir, es un componente de la sociedad de la entrevista. Es un problema sociocultural, pues reúne la imagen del yo, pero es ese tipo de imagen que se pone en juego en la entrevista, una imagen frente al otro y la cámara que busca develar esa “autenticidad del yo”.

No quiere esto decir que ese neologismo sea positivo o negativo, no es de nuestra intención juzgarlo sino describirlo. Ahora bien, a partir de la co-construcción de ese yo la persona en sí misma es juzgada acorde a cada momento empírico, por ejemplo, en una entrevista para adopción, si la pareja contesta a la pregunta ¿por qué buscan adoptar? En el sentido de: “para formar una familia”, esa imagen queda co-construida como un yo imagológico, así la persona entrevistadora, por esa imagen, podrá no emitir su carta de idoneidad<sup>6</sup>. Recordar, ese yo, es en el sentido de la sociedad de la entrevista, para tratar de encontrar la “autenticidad del yo”. Así, el internet y especialmente el podcast es el medio en el que ese tipo de configuración social se ha adaptado mejormente, pues queda grabado el yo imagológico para ser usado como mejor plazca. No quiere esto decir que la sociedad de la entrevista busque siempre la autenticidad del yo, sino que muchas veces busca la “autenticidad del: primera mano”, la narración de lo que el entrevistado “miró de primera mano o lo experimentó de primera mano”.

A diferencia del momento de Kundera, el yo imagológico no es producido por una persona experta en imagen publicitaria, sino un conjunto relacional de la propia persona que busca su imagen, por ejemplo, en imágenes de otras personas miradas físicamente o buscando tutoriales, podcast o tiktok en la internet y las figuras que ayudan a eso, barberías, estéticas, dentistas, tatuadores, entre muchos más. Es una forma de presentarse a sí mismos, no diríamos nueva, pero sí de mayor fuerza, pues ese yo toma foco primario, y es el que permite la narración de lo que ha pasado, lo que pasó y lo que podría pasar, pero más importante la imagen que expresa y deja la impresión en el entrevistador y auditorio, al parecer eso gusta a la audiencia, ese yo en entrevista es más fuerte que la persona en sí y al que se toma como punto de partida para hablar de esa persona. Es un yo coproducido, pero también inestable, porque no controla a la audiencia en tanto qué es lo que se quiere poner de imagen yoica, es difícil controlar la impresión de la imagen ante la audiencia, pero los medios de comunicación como el podcast proponen el contexto en donde se construye el yo imagológico.

La sociedad de la entrevista que busca la “autenticidad del yo” coproduce el yo imagológico, hacer preguntas y contestarlas, ahí en esa interacción se produce. A ese yo se le cree, se cree que se ha descubierto al yo auténtico, ahí radica la verdad del “yo te narro mi vida”, la exclusiva pues organiza la historia de vida propia, poniendo los recuerdos como mejor convenga, es lo que Atkinson y Silverman llaman pastiche. Para la sociología eso es importante, pues no se narra la biografía se co-construye a partir del encuentro mismo, se construye el pastiche de la vida individual, no se devela. Kundera nos invita a la reflexión, pues el yo imagológico no es historia individual, cuenta la historia poniéndose como imagen principal de lo que se diga y haga, especialmente de la imagen de lo que dice y hace, se crea su propia historia, de igual modo la persona entrevistadora depende de la persona entrevistada y viceversa, las

---

6 El yo imagológico indica la imagen de las personas entrevistadas, simplificando el “un hijo no es para formar una familia, deben saber las personas que ya son familia y buscan ser familia con hijos”. El yo imagológico de la entrevista simplifica a esa imagen estereotipada o de eslogan del self, de ahí se parte para saber la “autenticidad del yo”, por esa imagen no están preparadas las personas para adoptar.

dos dependen del yo imagológico como el yo auténtico, si creen que lo logran la entrevista podrá ser clasificada como “todo un éxito”.

La sociedad de la entrevista puede comprenderse como fenómeno sociocultural, pues su primer componente estructural es la presentación de un yo imagológico, es decir, creer que por medio de la entrevista se puede develar un yo auténtico de cada persona. La narrativa en la entrevista toma un carácter confesional, de acuerdo con Atkinson y Silverman, pues la idea de la autenticidad no solo es buscada por la persona entrevistada, sino por la confesión de la persona entrevistada<sup>7</sup>. En este sentido Fontana y Frey (2015, 142) tienen razón al argumentar que la entrevista como un tipo de configuración social cara a cara es moldeada con forme a la sociedad de la entrevista, punto importante a señalar, pues las y los científicos sociales que le ocupan no son exentos de dicha sociedad.

## Dramaturgia, las Regiones y la Conducta

La sociedad de la entrevista permite describir una parte de la sociedad en la que se considera que devela un yo auténtico, estudia “perspectivas”, “experiencias”, “puntos de vista”, etc., aunque, siguiendo las pistas de Atkinson, Silverman y Kundera, ese “yo auténtico” no es un descubrimiento producto de la entrevista sino todo lo contrario, es una co-construcción por parte de los implicados en dicho encuentro, que da forma no a un “yo auténtico” sino a un yo imagológico, una imagen-eslogan de la persona que se cree se puede develar, claro, para los fines específicos de cada entrevista empírica, así se trabaja en construir una imagen eslogan por medio de la confesión y la revelación. La definición anterior implica la idea sociocultural de la autenticidad aplicada a cualquier tipo de entrevista sea de una celebridad en televisión, sea en un podcast en internet, en la radio, para un trabajo, para una escuela, para una investigación, para rentar una vivienda, es decir, la idea de entrevistar para “conocer mejor el yo verdadero” da una sensación de confianza de la persona que entrevista sobre la persona entrevistada, a estas alturas del texto ya se habrán dado cuenta que no es una idea aceptada por los autores ni por Atkinson y Silverman, eso es realismo ingenuo.

Pero hay un componente muy interesante de la sociedad de la entrevista que aporta al componente anterior del yo imagológico. Se trata pues de un aspecto contrario a la *Presentación de la persona en la vida cotidiana* de Erving Goffman (2006a), ya que su análisis develaba una sociedad de puertas hacia adentro, y ahora la sociedad de la entrevista parece ser que celebra una sociedad de abrir las puertas a lo que pasa adentro, es como si lo que sucede en las regiones posteriores se tomara como divertido, como el anglicismo blooper, describir meteduras de pata, errores, se

<sup>7</sup> Hay un aspecto importante en este punto. Para producir al yo imagológico se necesita de técnicas que los individuos entrevistados efectúen por cuenta propia, así como en colaboración con la persona entrevistadora, para obtener una transformación de eslogan de sí mismos. Al parecer las tecnologías del yo que Michel Foucault (2015) analizó, tienen una nueva forma de estudiarse.

toma como sincero y honesto. Es como si la sociedad de la entrevista celebre como auténtico el confesar lo que sucede en la región posterior, que derrumben el misticismo, el artificio, para quedar al descubierto la "realidad". Goffman que tanto estudio cómo se esconden las cosas tras bambalinas, ahora parece ser que se pide abrir para pasar tras bambalinas.

Pero pasa lo mismo que con el yo imagológico, no es que se pase a la parte posterior del escenario, sino que se juega a creer que se pasa a esa parte, es la región privada puesta al público, pero armada de una manera convincente con el yo imagológico. No se trata de nada nuevo, los programas televisivos presentaban los bloopers como aquello que pasa tras de cámaras, siguiendo a Goffman en *Frame análisis* (2006b), se enmarca la región posterior como aquello que se busca presentar, enseñar cuando la lente de la cámara da el permiso de "puertas hacia adentro", pero solo es una creencia de ver "auténticamente" las regiones posteriores y el derrumbamiento del misticismo de la persona relacionada a sus actividades cotidianas.

La sociedad de la entrevista ha estructurado la idea de que la narrativa de la persona entrevistada se considera auténtica y más si narra un pasado del cual considera como suyo propio, controvertido, problemático, una situación incontentada. El problema radica en la expresividad significativa de las actividades sociales que se narran, así como la actividad misma de la narrativa, en ese sentido se trata de una realización dramática de las actividades sociales de la vida que se narra, así el status dramático de la narrativa no presentará problema alguno durante la entrevista porque no se puede contrastar con aquello de lo que habla, y están bien adaptadas las narrativas en tanto la comunicación que transmite lo vivido de una manera armada, alegada por el entrevistado. En otras palabras, la narración es una realización dramática acondicionada por los hablantes en entrevista, es decir, dar forma expresiva a su vida, lo que ha pasado, sufrido, rutinas cotidianas, partes de su vida, un pastiche dramático. La narrativa de la región posterior abarca un trabajo cooperativo entre persona entrevistada y persona entrevistadora por la preocupación de dar forma y exhibir eficaz o no por medio del discurso de esa región privada.

A diferencia de lo observado por Goffman, hay una movilización de las regiones privadas o posteriores que han escapado a las regiones anteriores, que no solo es un efecto de la sociedad de la entrevista, pues algunas actividades como cortarse las uñas de las manos, pintarse la cara se vuelven recurrentes en la puesta en escena, cosas que se mistifican o se ocultan ahora pasan a ser visibilizadas por un público, sí, pero anónimo, por ello es que actividades de la región posterior toman protagonismo recurrente en transporte público, en calles, pero no todas las actividades, hay algunas que se exhiben en internet o causan contradicción en esa región anterior como pintarse el pelo, cortarse uñas de los pies, aarse, cambiarse la vestimenta. Así, en las oficinas pasa un movimiento similar pero a diferencia del anonimato del público expectante se trata de compañeras y compañeros de trabajo, en el que por la convivencia larga en la jornada laboral, hay regiones posteriores permitidas cuando se está en la puesta de escena, por ejemplo, que la actividad llevada a cabo se transforme en exhibición de algo que pasaría en la región posterior como depilarse,

rasurarse, acomodarse los calcetines, lavarse los dientes mientras se está en servicio de las oficinas, o que se exhiba que la persona duerme, come y vive en la oficina.

La movilización de las regiones no es efecto de la sociedad de la entrevista, pero sufre ese efecto<sup>8</sup>, por eso la sociedad de la entrevista se acomoda con la movilización de las regiones con una peculiaridad, no es que ciertas actividades de la región posterior pasen a la anterior, sino que en la región anterior se narre cosas que pasan en la región posterior, incluso con frases como “es la primera vez que voy a decir esto”, “es a la única persona que le he dicho esto”, así Atkinson y Silverman logran observar que esa confesión se toma como la parte sustancial de creer que la persona es sincera y auténtica, puede tomarse como exclusiva o imagen yoica a presentar, el punto es una sociedad relativa de apertura de puertas. Ello permite que la actuación que se presenta en una entrevista fomente una impresión, una comprensibilidad de la narrativa fomentadas por lo que pasa en las regiones anteriores, aun así, es muy riesgoso creer en la creencia de que lo que se narra sobre la región posterior es la región posterior, solo es una representación de ella. El encuentro de entrevista compuesto por persona entrevistada, persona entrevistadora y la actuación llevada a cabo se percibe como un esfuerzo constante por aparentar que lo que se narra de la región posterior encarna con el yo auténtico que habla.

La movilización narrativa, o mejor dicho la apertura de la sociedad de puertas hacia adentro, en la sociedad de la entrevista tiene dos formas básicas, la primera referente a las entrevistas para ingresar en un nuevo grupo sea escolar, familiar, de trabajo, para alguna investigación científica, entre otras similares, que se caracterizan por un cara a cara que no tendrá repercusiones con auditorios no presentes, por ejemplo, una entrevista de trabajo puede ser grabada pero no para ser expuesta ante auditorios enormes, lo mismo pasa para una entrevista para ingresar a laborar en una escuela, se trata de más de dos personas que entrevistan y una entrevistada, pero no llega más de su propia presencialidad física. Por otro lado, se encuentran las entrevistas que por su propia forma buscan llegar a auditorios no presentes físicamente en el momento de la entrevista, así como llegar a más auditorio incluso fuera de la presencialidad de la propia entrevista, estos son los ejemplos de los programas televisivos, en internet, pero, principalmente los podcasts audiovisuales. Entonces las dos formas de entrevista pueden ser diferenciables por la presencialidad / virtualidad y alcance del auditorio expectante<sup>9</sup>. Quisiéramos dedicarnos en esta última parte a esas formas de entrevistas.

8 El enunciado no debe tomarse en sí mismo como la cosa, pues la sociedad de la entrevista no es la sociedad de la sociedad, sólo es una forma de organización dependiente de la entrevista poniendo como relevante la autenticidad del yo y la confesión de lo que pasa en las regiones posteriores. La movilización de las regiones debe su cambio a la relacionalidad que se tiene con la sociedad de la sociedad.

9 Gregory Bateson (1998) llama rol escopofílico, para referirse a los sujetos espectadores, pero en la sociedad de la entrevista no solo es espectar, sino desear espectar, y bien puede ser aplicado al auditorio de las entrevistas de los podcasts.

## Sociedad de la Entrevista: Podcast y Tiktok

Una forma de entrevista ha ganado demasiado terreno al finalizar la segunda década del siglo XXI. De comenzar con la combinación de términos iPod y broadcasting como difusión radiofónica digital en 2004 a la expansión de 2019, los podcasts de estilo entrevista reúnen sobre manera los dos componentes estructurales de la sociedad de la entrevista, a saber, la fabricación del yo imagológico y la narrativa de la región posterior como autenticidad de lo privado y del yo de la persona entrevistada. La difusión masiva de esta forma de entrevista es ayudada por la individualidad de la escucha y la visualización "más adecuada" en los "lugares cómodos" para cada individuo, pero más importante porque no es necesario que todas las personas que consumen dicho contenido tengan que estar en el mismo tiempo en diferente espacio mirando el contenido, diferente de la televisión del siglo XX. Pero el análisis del podcast es más complejo de lo que estamos tratando de estudiar aquí. Nos limitaremos pues, a la entrevista en formato podcast no a la relación producción y consumo.

Los podcasts no son todos en sí mismos en formato de entrevista, algunos tratan de la narrativa de ficción y entretenimiento de suspenso, terror, comedia. El punto es que 2019 a raíz de la pandemia covid-19 y el confinamiento, aumentó dicho formato, debido a los bajos costos y la locación en casa. A partir de ahí, las entrevistas buscaban la experiencia de las personas, pero ya no solo de celebridades sino de cualquier persona que tuviese algo que "develar" de sí misma, de su relación en pareja, de su oficio o de temas "exclusivos, cotidianos y sensacionales", así como para entrevistar a muchas y diferentes personas con la creencia de "muchas y diferentes realidades", entonces, ya no solo se trata de personas celebres o con una vida "interesante" a las que entrevistar, sino cualquier persona en su cotidianidad. Configuran una organización de podcasting, distribuida por Facebook o YouTube en su formato largo, así como cortar pedazos de esas entrevistas y ponerlas en tiktok para que enganchen al auditorio para que puedan "elegir" mirar completo el podcast. Mucho de esos formatos cortos incluyen el yo imagológico o narrativas de la región posterior, como estrategia de "invitar a consumir el contenido", construyendo una nueva selección a la carta, por tomar la idea de Lipovetsky (1986), como "selección a la carta de podcast". La sociedad de la entrevista ha encontrado en el podcast una forma de organización social tecnológica a gran escala mundial.

No es inusual esa forma de organización social como uno de sus nichos favoritos de la sociedad de la entrevista, pues, de acuerdo a Silverman y Atkinson, la dependencia de la entrevista por la sociedad, especialmente la televisada, tenía poca reproducción fuera de su realización, así como una audiencia mucho más limitada a la del siglo XXI, especialmente al aumento entre 2019-2024. Los podcasts flexibilizan la entrevista, muy cerca a lo que Douglas denominaba entrevista creativa (Valles, 2007) para las ciencias sociales, parece que los podcaster son los que han llevado mucho mejor la entrevista que las y los científicos sociales, y creemos, eso lo saben ya las nuevas generaciones de estudiantes de dichas ciencias. Rompen la asimetría que existe entre las personas especialistas en la entrevista desde las ciencias sociales con

las personas que entrevistan, introducen sus opiniones aún estén en contra de las del entrevistado-entrevistada, de hecho, parece ser muy concurrido dar la opinión del entrevistador-entrevistadora, las emociones son las que toman protagonismo, como aquellas que nutren la narrativa.

Los podcasts estilo entrevista, como conversación informal, tienen algo que decir a las personas especialistas en ciencias sociales en dicha técnica, pero antes de eso, queremos destacar que esa forma de entrevista construye la creencia de "entrar, entender y comprender tu mente", la escucha, la viralidad, la audiencia masiva, son componentes que dan mayor carga a la estructura imagológica y la narrativa de las regiones posteriores.

Lo interesante de la forma de entrevista es que el yo imagológico no solo trata de una persona, aquella entrevistada, coproducido por la persona entrevistadora, sino que forman imagologías colectivas, por ejemplo, los podcasts que hablan sobre el género, sea masculino, femenino, trans, queer, lésbico, homosexual y más. La fabricación de las imagologías que emergen para identificaciones genéricas y rupturas culturales con el siglo pasado, por ejemplo, Demigirl o entrevistar parejas para "develar" su experiencia, tanatoestéticos para relatar cosas "de la región posterior" de su trabajo, pilotos aviadores, ex internos carcelarios, pacientes psiquiátricos, una selección a la carta para que "usted elija consumir lo que desee". Las entrevistas en formato podcast tienen un título que representa la imagen yoica, que claro, con la función de relacionar con los consumidores que conectan con esa imagen, no es necesario conectar con todo tipo de consumidores, por ello la cantidad enorme de podcast para conectar con algún tipo de consumidor.

La idea de dichas entrevistas viene muy emparentada con las historias de vida, tratando de encontrar esa parte que permitió llegar a la persona a donde se encuentra actualmente, ver los diferentes yoes, hasta encontrar el auténtico. Pero el punto es diferente al otro formato de entrevista para escuela, trabajos, adopciones, entre otros más que no se amplifican a auditorios masivos que pueden reproducir la entrevista, mirar las veces que desee, así como mirarla en cualquier lugar, siempre y cuando tenga un dispositivo. La sociedad de la entrevista en su forma estructural y organizativa en el podcast se convierte en una industria cultural de los yoes imagológicos, del espacio del narrar lo privado, lo oculto como exclusiva. Pues los eslóganes como títulos de los podcasts que presentan una imagen pública del yo que describe desde lo privado o lo íntimo, va dando pauta a figuras de estilos de vida, no en el sentido de que las personas cumplan con los estilos de vida, sino es la fachada que aparente esos estilos de vida. Nuevamente no es un fenómeno exclusivo de esto, hay muchas personas que viven en zonas residenciales que dan apariencia de un estilo de vida cuando solo es figurativo y aparente, mucho de esto pasa con los apostadores de los casinos. Lo interesante es que las entrevistas dan forma a esas figuras aparentes, como los alucines, los expresidarios, es decir, fomentan una imagología que es disponible a adoptar, así podcasts de masculinidades que buscan favorecer o engrandecer la idea del "ser hombre" versus la idea de "ser mujer".

Lo anterior complica la idea del yo imagológico, es decir, “develar o creer” encontrar por medio de la entrevista un yo auténtico, por el contrario, estructura nuevas imagologías, producciones culturales de figuras yoicas con la creencia de una autenticidad en el estilo, en las formas de manejar la vida. En este sentido las entrevistas estilo podcast por la digitalización, la tecnología móvil e individual transforma completamente la idea de los yo como la imagen “auténtica de quién soy”, incluso con el deseo manifiesto de querer participar en entrevistas de podcast. Pero no solo es la expresión de es yo imagológico, sino que ahí radica con mayor fuerza que ese yo se convierte en el aspecto más considerado real de la persona total, ese yo queda expuesto para y por medio de él juzgar la persona total. El resultado es la fabricación de yoes imagológicos como los que importan ante las audiencias, el decir de las personas entrevistadas, su narrativa se convierte en una situación discursiva en la que se expresa una idea de la imagen que se busca co-fabricar, ahí es el límite permitido para la imagología, el decir intentará el trabajo de expresar la imagen requerida o padecer lo dicho, y reducir a la imagología la persona total. El self sufre la co-fabricación o lo goza, aun así, sufrir o gozar, hacer y padecer de su propia fabricación, esa última, ese yo imagológico se fabrica sea beneficioso para sí o contraveniente a sí mismo, se magnifica en una organización que ya no depende de la persona a la que esa imagen le ha sido impresa, la viralidad de lo que dijo, es su propia cárcel, vivirá contento en ella o será funado.

## Sociedad de la Entrevista: Crítica y Aprendizaje

Para finalizar el presente escrito nos gustaría apuntar algunas críticas y aprendizajes. En primer lugar, el concepto sigue tomando fuerza, está en una etapa descriptiva, clasificativa en tanto las dos formas de entrevista que más son visibles y de las que depende mucho la sociedad. No es un concepto que implique ser real en el sentido que describe la cosa más no es la cosa. Sus componentes estructurales de la fabricación imagológica del yo y la narrativa de lo que la gente hace en la región posterior se celebran como lo real y auténtico. En este punto, usted lectora y lector, se habrá dado cuenta que solo se trata de una creencia en la autenticidad, la confianza y la sinceridad, más no son en sí mismas eso. No se trata de un yo auténtico, sino de un yo co-construido en forma de eslogan del self – *self slogan*, una labor de construir la biografía, a partir de pedazos que se van armando, como menciona Silverman; se trata de un punto de vista de una sociología del trabajo biográfico no de una biografía en sí misma, son pastiches de la vida de las personas entrevistadas con la creencia de develar ese yo auténtico aunado a que narra cosas que se viven en las regiones posteriores, confiesa, por ello se cree en eso que dice como auténtico, pero no ponemos en duda que lo que narra no sea verdad o mentira no es parte de la sociedad de la entrevista, sino que eso que se narra es un trabajo de encuentro focalizado de co-construir, de un trabajo biográfico.

La narrativa de las regiones posteriores no son las regiones posteriores es un pastiche de partes de esa región construidas para ser presentadas en público, similar

a los bloopers, aunque pasan a la parte posterior, se prepara para saber qué pasará frente a la cámara. Ahora bien, las regiones posteriores no son en sí mismas dotadas de sentido<sup>10</sup>, sino las actividades sociales llevadas a cabo, lo interesante es que se llevan a cabo sin muchas normas que son con las que se mira las actividades sociales en regiones anteriores. Por eso mismo el decir sobre qué pasa en esas regiones cobra significado en la narrativa por ser una acción dramática. Con esto no se quiere decir que la movilización de ciertas actividades que se realizaban en regiones posteriores y ahora pasan a regiones anteriores no sean en sí mismo reales, sino que la sociedad de la entrevista permite describir, narrar en formato de pastiche esas actividades, lo que da margen a la persona hablante entrevistada hacer uso de un territorio del yo (Goffman, 1979) que tiene mayor expresividad que en las relaciones en público, la reserva de información y el pastiche de esa información acomodada conforme la imagen que se desea presentar. Eso mismo es lo trágico para el hablante en entrevista, lo que se diga formará la imagen del yo con la cual será juzgado. Si en la sociedad que Goffman observó se cuidaba mucho las regiones posteriores ahora salen narrativamente esas regiones con el peligro de decir algo con lo que el individuo puede deteriorar su identidad, Goffman sin duda alguna mostraría disgusto por este tipo de organización social que se ha llamado sociedad de la entrevista.

Por otro lado, la sociedad de la entrevista pone en juego un aspecto que Charles Wright Mills apuntó sobre la artesanía intelectual, el uso creativo y crítico de los métodos, la no fetichización del método y la técnica y el peligro de sustantivar el método y la técnica. La sociedad de la entrevista se basa en el uso creativo de la entrevista, los podcaster incluso abogan por no “saber tanto del invitado”, lo básico de la persona a entrevistar para obtener “la autenticidad de la impresión”. La creatividad, de la que habla Douglas según Valles, Fontana y Frey, tiene esa característica de incluso desconocer la entrevista tradicional estructurada o no estructurada. Ello igual rompe la idea de la objetividad de la entrevista en el sentido tradicional de que la o el docente aseguran que teniendo un “buen instrumento” con “buenas preguntas” asegurará una buena recolecta de información. La sociedad de la entrevista demuestra que eso no es así, se debe estimular la creatividad del estudiantado.

Otro problema es que la entrevista se sustantiva y fetichiza creyendo que por el hecho de usarla se asegura la objetividad de la recolecta de información, más, se asegura que se recolecta datos cuando éstos últimos no se recolectan se construyen, asimismo se cree que una entrevista en profundidad llega a la profundidad de la vida de la persona, y no, la entrevista es una técnica metódica que apoya a recolectar información para nada neutral, no se introduce en la profundidad de la persona, sino se recolecta pastiches de información narrada. La entrevista en ciencias sociales tiende a la asimetría que la sociedad de la entrevista pone en tela de juicio, pues los podcasts buscan romper con esa asimetría mostrando una mayor simetría en la que opiniones, emociones son de ambas partes.

---

10 Entiéndase que no son dotadas de sentido en sí mismo, sino que cobran sentido y posible para ser descriptible, por medio de las actividades allí ocurridas alguna vez, por ello se puede hablar de que las regiones tienen sentido histórico.

La entrevista en la sociedad de la entrevista implica a las y los investigadores que pueden creer en la autenticidad, en la profundidad, caer en el juego de la validez de lo que dijo, es decir, si mintió o no la persona. Creer en la autenticidad es olvidar comportamientos, patrones, estructuras y organizaciones de las personas en plural, que mucho de la entrevista es para resolver un planteamiento de problema que el hecho mismo de plantearlo teóricamente no se puede resolver. Son las enseñanzas de Mills (2010), cuando se plantea un problema es porque el planteamiento teórico en sí mismo ya debe resolver en su mayoría, ahí, en eso que no se resuelve, puede entrar la entrevista, la parte empírica se usa cuando no se puede resolver por el planteamiento teórico. En ese sentido la entrevista debe tener un soporte teórico que la sociedad de la entrevista ha negado, pues la dependencia de la entrevista forma una tipicidad de creer que se sabe realizar la entrevista, algo presupuestado (Schutz, 2009), pero no se trata de saberla realizar, sino de usarla crítica y creativamente, como una artesanía en el momento que se requiera no se sustantiva.

Finalmente debemos poner acento en cómo utilizar la información que la sociedad de la entrevista construye. Es algo que Silverman veinte años después de la publicación original de "Kundera's Immortality: The Interview Society and the Invention of the Self", presentó, se trata de comportamientos no de experiencias tomadas como válidas. Así cuando se observa las entrevistas de podcast que quedan colgados en la red, no es que se tome esa información como la experiencia de las personas, su punto de vista, en el sentido de "develar o buscar" en el pasado como algo que existió y está esperando ser descubierto. Por el contrario, como menciona Vincent De Gaulejac (2005), una narrativa de una historia de vida es expresión y producción, es a la vez fantasmática, bajo ruido, furia o ilusión, siguiendo a Bourdieu, pero a la vez es construcción, producción, es un trabajo reflexivo, es un trabajo biográfico, y, aun así, sea ilusión o fantasma es "verdad" en el sentido de que es producido por un sujeto hablante, no es importante saber si lo que narra corresponde o no a lo que ha pasado.

Ahora, las narrativas tampoco deben ser entendidas en el sentido de que lo que dijo el hablante es "verdadero", sino se trata de contrastar, armar con otros datos, sean estos: otras narrativas o discursos de otras entrevistas, inspeccionarles, analizarles con estructuras sociales de mediana y mayor envergadura. Tratar de estudiar comportamiento en tanto forma, patrón, relación y patología. Con esto la sociedad de la entrevista ofrece a la carta entrevistas estilo podcast que se pueden utilizar para buscar la estructura que enlaza en tanto comportamientos, así los podcasts que tratan entrevistas, por ejemplo, de adicciones con o sin sustancia, patologías que les han llamado enfermedades mentales, enuresis, depresión, deben ser entrelazadas para buscar lo que se tiene en común.

En primer lugar, es reunir, por medio de una etnografía virtual, las dimensiones que abarcan las temáticas de las entrevistas estilo podcast, matrimonio, noviazgo, adicciones, sexualidad, entre muchos más, discriminar subjetivamente para triangular no solo episodios de un solo podcast sino de varios, encontrar saturación, hacer uso crítico de las teorías para buscar lo que se tiene en común de las tan diferentes

personas que participan en las entrevistas. Teniendo en cuenta las imagologías y las narrativas de las regiones posteriores para no caer en la creencia de la autenticidad, su finalidad es encontrar redundancias de comportamiento, unidades de acción. Claro solo es un aprendizaje, no hay suficiente espacio para tratar temas faltantes de la sociedad de la entrevista, tales como metodología, tratamiento teórico, ética, ejemplos analíticos. Así la sociedad de la entrevista no solo es un concepto, sino invita a un programa investigativo para recolectar información de internet o analizar internet.

## Conclusión

La sociedad de la entrevista no se le carga el estar bien o no, o estar de acuerdo o no, sino es un concepto que da pistas teóricas sobre cómo se están realizando las entrevistas como un tipo de encuentro social y describir partes estructurales y organizativas, así como la dependencia que la sociedad tiene de las entrevistas por la idea estructural de "develar un yo auténtico", de confesar "parte de la región posterior" para conocer más a fondo a la persona y "observar su sinceridad", ver "su experiencia" o su "punto de vista", psicologiza sin tomar en cuenta patrones de comportamiento, estructuras y organizaciones. Al menos para la sociología la entrevista debe ser una artesanía intelectual sin olvidar el pensamiento clásico de las teorías, se deben usar creativa y críticamente.

La sociedad de la entrevista en su forma cara a cara sin auditorios masivos y sin estar frente a una cámara, tiene su propio camino pues el yo imagológico le permite o no entrar a un trabajo o a una escuela, tener o no la posibilidad de adopción, entre otras, mientras que en su forma de podcast es, actualmente, la que más representa a la sociedad de la entrevista, más repercusiones tiene, pues fabrica imagologías yoicas, a diferencia de la primera forma, esta segunda se convierte en un tipo de industria cultural, una forma de cambio, pero no de una sociedad a otra, sino un tipo de cambio dentro de la sociedad.

La sociedad de la entrevista en la forma podcast no sólo fabrica yoes imagológicos, sino que es circular, es decir, la industria cultural toma de la cotidianidad las vidas de las personas entrevistadas, les da una hiperritualización (Goffman, 1991) y las regresa a la cotidianidad. Por ello, lo cotidiano es lo sensacionalista, genera creencia de des-mistificar las regiones posteriores, dar una parte humana, rutinaria, trillada de lo que se hace tras bambalinas. Pero en esa circularidad se encuentra un movimiento de símbolos y eslóganes que da fortaleza al yo imagológico como la inmortalidad del self, a nivel trágico, pues se inmortaliza ese yo imagológico sin importar dañar o no a la persona de la que se cuelga. Los podcasts son ese medio organizado que inmortaliza, prestándose a sacar o no de contexto lo que se dice y hace en las entrevistas, por ello la palabra derivada del americanismo funar se organiza frente a la imagología de actos discriminativos, represivos, negativos. Cabe hacer mención de la falta de estudios de la sociedad de la entrevista, pues porqué las imagologías incontenidas son

aquellas que agrada más al público virtual expectante, cuál es la ética de los estudios de imagologías públicas, es decir, se pueden utilizar o no, cómo y por qué.

Finalmente, teniendo presente que la sociedad de la entrevista es un concepto que describe un tipo de organización de la entrevista devela un mundo nuevo respecto a información ya recolectada que está en la red, cosa que las y los científicas sociales pueden hacer uso de ello, sometiéndolo a cuidados críticos y creativos de la teorización.

## Referencias bibliográficas

- Atkinson, P., Silverman D. (1997). Kundera's Immortality: The Interview Society and the Invention of the Self. *Qualitative Inquiry*, Volume 3 Number 3, 1997 304-325 @ 1997 Sage Publications. Inc. [https://www.researchgate.net/publication/249735300\\_Kundera%27s\\_Immortality\\_The\\_Interview\\_Society\\_and\\_the\\_Invention\\_of\\_the\\_Self](https://www.researchgate.net/publication/249735300_Kundera%27s_Immortality_The_Interview_Society_and_the_Invention_of_the_Self)
- Bateson, G. (1998). *Pasos hacia una ecología de la mente*. Ediciones LOHLÉ – LUMEN.
- Bateson, G. (2002). *Espíritu y naturaleza*. Ediciones Amorrortu.
- Blakely, H., & Moles, K. (2017). Interviewing in the 'interview society': making visible the biographical work of producing accounts for interviews. *Qualitative Research*, 17(2), 159-172. <https://doi.org/10.1177/1468794116686825>.
- Cicourel, A. (2011). *Método y medida en sociología*. Editorial Centro de Investigaciones sociológicas.
- De Gaulejac, V. (2005). *Historias de vida. Psicoanálisis y sociología clínica*. Editorial ESUAQ.
- Ekström, M., Kroon, Å. & Nylund, M. (2006). *News from the interview society*. Editorial Nordicom.
- Fontana, A., Frey, J. (2015). La entrevista en D. Norman, Y. Lincoln (Ed.), *Métodos de recolección y análisis de datos* (Volumen IV, pp. 140-203). Editorial Gedisa.
- Foucault, M. (2015). *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Editorial Paidós.
- Goffman, E. (1979). *Relaciones en público. Microestudios del orden público*. Editorial Alianza Universal.
- Goffman, E. (1991). *Los momentos y los hombres*. Editorial Paidós.
- Goffman, E. (2006a). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Editorial Amorrortu.

- Goffman, E. (2006b). *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia*. Editorial Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Han Byung-Chul. (2012). *La sociedad del cansancio*. Editorial Herder.
- Illouz, E., Cabanas, E. (2019). *Happycracia: Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Editorial Paidós.
- Kundera, M. (1990). *La inmortalidad*. Editorial Tusquets.
- Lipovetsky, G. (1989). *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Editorial Anagrama.
- Luhmann, N. (2007). *La sociedad de la sociedad*. Editorial Herder.
- Mauss, M. (1979). *Sociología y antropología*. Editorial Tecnos.
- Mead, G. (2008). *Filosofía del presente*. Editorial Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Mills, W. (2010). *La imaginación sociológica*. Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Schutz, A. (2009). *Las estructuras del mundo de la vida*. Editorial Amorrortu
- Silverman, D. (2017). How was it for you? The Interview Society and the irresistible rise of the (poorly analyzed) interview. *Qualitative Research*, 17(2), 144-158. <https://doi.org/10.1177/1468794116668231>.
- Simmel, G. (2011). *El conflicto de la cultura moderna*. Editorial Universidad Nacional de Córdoba.
- Valles, M. (2007). *Entrevistas cualitativas*. Editorial Centro de Investigaciones Sociológicas.