

Construcción del discurso de clase social en Facebook e Instagram de tres colegios de Quetzaltenango

Construction of social class discourse in Facebook and Instagram in three private schools of Quetzaltenango

Luis Enrique Morales Rubio

Maestría en investigación

Facultad de Humanidades

Universidad de San Carlos de Guatemala

luis.morales.rubio@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5954-9132>

Recibido: 11/02/2025

Aceptado: 11/06/2025

Publicado: 25/06/2025

Morales Rubio, L. E. (2025). Construcción del discurso de clase social en Facebook e Instagram de tres colegios de Quetzaltenango. Revista Científica Avances en Ciencia y Docencia, 2(1), 75-84.

<https://doi.org/10.70939/revistadiged.v2i1.33>

Resumen

OBJETIVO: Determinar cómo los colegios privados construyen, a través de sus discursos en redes sociales, distinciones de clase que reproducen jerarquías sociales, simbólicas y culturales en el ámbito educativo, desde el marco teórico del capital cultural y simbólico de Pierre Bourdieu.

MÉTODO: Investigación interpretativa con enfoque cualitativo y alcance descriptivo. Se realizó un análisis crítico del discurso (ACD) de las publicaciones en redes sociales de tres centros educativos privados. La muestra incluyó contenido visual y textual publicado durante un periodo definido, examinando estrategias discursivas y retórica visual.

RESULTADOS: Se identificaron tres patrones discursivos: 1) Tecno-elitismo en el Colegio 1, enfatizando infraestructura digital y logros individuales; 2) Tradicionalismo católico en el Colegio 2, centrado en valores morales; y 3) Pedagogía nacionalista-militar con valores evangélicos en el Colegio 3. Las publicaciones naturalizan jerarquías educativas mediante imágenes curadas de instalaciones, cobertura selectiva de eventos y narrativas. Destaca el contraste entre acceso tecnológico (ej. tablets) y prestigio histórico (ej. centenario del Colegio 3). **CONCLUSIÓN:** Los discursos observados en los medios digitales refuerzan fronteras simbólicas de clase, operando como capital cultural y simbólico en las redes sociales. El estudio contribuye a entender la formación digital de élites, donde las plataformas amplifican desigualdades educativas y sociales.

Palabras clave:

redes sociales, capital simbólico, jerarquías sociales, discurso de clase

Abstract

OBJECTIVE: To determine how private schools construct, through their social media discourse, class distinctions that reproduce social, symbolic, and cultural hierarchies in the educational field, using the theoretical framework of Pierre Bourdieu's cultural and symbolic capital. **METHOD:** Interpretive research with a qualitative approach and descriptive scope. A critical discourse analysis (CDA) was conducted on social media posts from three institutions. The sample included visual and textual content published during a defined period, examining discursive strategies and visual rhetoric. **RESULTS:** Three discursive patterns were identified: 1) Techno-elitism at Colegio 1, emphasizing digital infrastructure and individual achievement; 2) Catholic traditionalism at Colegio 2, focusing on moral values; and 3) Nationalist-military pedagogy with evangelical values at Colegio 3. The publications naturalize educational hierarchies through curated images of facilities, selective coverage of events, and value-based narratives. The contrast between technological access (e.g., tablets) and historical prestige (e.g., the centenary of Colegio 3) is highlighted. **CONCLUSION:** Digital discourses reinforce symbolic class boundaries, operating as cultural and symbolic capital in algorithmic environments. The study contributes to understanding the digital formation of elites, where platforms amplify educational and social inequalities.

Keywords:

social media, symbolic capital, social hierarchies, social class discourse

Introducción:

Las diferencias sociales han sido ampliamente estudiadas, destacando el papel de la escuela en la reproducción de desigualdades, según la teoría del capital simbólico de Bourdieu. En contextos como Guatemala, donde persisten altos niveles de pobreza y segregación, se refleja en el sistema educativo. Investigaciones recientes señalan que las redes sociales se han convertido en herramientas clave para que los colegios privados construyan narrativas que refuercen jerarquías de clase mediante discursos y representaciones visuales. Ante esto, surge la pregunta: ¿Cómo configuran los colegios privados de Quetzaltenango, a través de sus discursos en redes sociales, distinciones de clase que refuerzan jerarquías sociales y culturales, desde la lógica del capital simbólico y cultural de Bourdieu?

Este estudio es el resultado de un análisis hermenéutico de imágenes y textos recolectados de las redes sociales oficiales de tres colegios privados de Quetzaltenango, Guatemala. Se analiza cómo estas instituciones educativas construyen, a través de sus publicaciones, un discurso de clase que refuerza jerarquías sociales, simbólicas y culturales, legitimando así diferencias estructurales en el ámbito educativo desde la perspectiva del capital cultural y simbólico de Bourdieu (1979). La investigación parte del planteamiento del problema que evidencia cómo el contenido publicado en redes sociales por instituciones educativas ha sido escasamente analizado, a pesar de su creciente influencia como medio de comunicación. El estudio demuestra la importancia de examinar contenidos digitales y los efectos que pueden generar en sus receptores.

Por lo cual, Delgado Vásquez (2021) destaca el impacto significativo de las redes sociales en la sociedad actual, señalando efectos negativos como adicción, depresión, aislamiento y ansiedad. También advierte sobre la proliferación de identidades falsas, especialmente en plataformas como Facebook, donde surgen discusiones que pueden afectar emocionalmente a los usuarios.

En el contexto guatemalteco, la cuestión de las clases sociales adquiere especial relevancia. Según datos del Banco Mundial (World Bank, 2025), el 51% de la población guatemalteca vivía en condiciones de pobreza extrema durante el año anterior al estudio. Este mismo organismo internacional demuestra que Guatemala se encuentra entre los países con mayores índices de desigualdad a nivel global, lo que sugiere que espacios sociales como las instituciones educativas se convierten en escenarios donde estas problemáticas se hacen evidentes.

La publicidad educativa en redes sociales utiliza el lenguaje de forma estratégica para construir discursos persuasivos y narrativas idealizadas sobre la "educación de calidad". Estas representaciones, alejadas de la realidad objetiva, son interiorizadas por los receptores. Por ello, el análisis hermenéutico es esencial para deconstruir y comprender el verdadero significado de estos discursos.

Desde la perspectiva teórica de Han (2014), las redes sociales actúan como instrumentos de psicopolítica que influyen en la subjetividad. En este marco, el estudio tuvo como objetivo: Determinar cómo tres colegios privados construyen, a través de sus publicaciones en redes sociales, distinciones de clases que reproducen jerarquías sociales, simbólicas y culturales en el ámbito educativo, desde la teoría de Clases de Pierre Bourdieu.

Materiales y métodos

Se seleccionaron tres colegios privados a partir de criterios de inclusión definidos previamente, utilizando como base una lista del Ministerio de Educación. Aunque la información era de acceso público, los nombres de las instituciones fueron anonimizados para este estudio, se les ha nombrado como: Colegio 1, Colegio 2 y Colegio 3. Los parámetros de inclusión son: 1) ser centros educativos privados, 2) ofrecer enseñanza primaria y media, 3) tener presencia en redes sociales, 4) haber publicado contenido en los últimos treinta días, 5) estar ubicados en las zonas uno, dos o tres de Quetzaltenango, y 6) contar con más de mil seguidores en al menos una red social.

La muestra se seleccionó por conveniencia. Se utilizó una lista tomada del sitio web oficial del Ministerio de Educación la cual se descargó en un documento de EXCEL y de manera aleatoria se eligieron tres colegios de los 111 autorizados por el MINEDUC en Quetzaltenango. El proceso fue elegir un colegio por lotería a la vez hasta llegar a tres colegios. Se usó el código de autorización por dicho ministerio y se investigó dentro de las redes sociales si contaba con los criterios de inclusión y se descartó todos aquellos que no cumplieron con tales. Para fines de este estudio los colegios que fueron seleccionados fueron los primeros tres colegios que cumplieron con los requisitos; los colegios con los siguientes códigos anonimizados dados por el MINEDUC fueron los seleccionados: XX-XX-XX3X-46 (Colegio 1) y XX-XX-XX79-X6 (Colegio 2), XX-XX-37-X6 (Colegio 3).

Para responder a la pregunta de investigación, se identificaron tres categorías basadas en los objetivos específicos del estudio. Con base en esto, se elaboraron guías de análisis y observación de imágenes que permitieron realizar el análisis hermenéutico, el cual se contrastó con la teoría de clases sociales de Bourdieu (1997). Las tres categorías establecidas para la recolección de datos y el análisis fueron: 1) Estrategias de comunicación y discurso de clase social, 2) Reproducción de jerarquías sociales y simbólicas en el campo educativo, y 3) Legitimación de las diferencias estructurales a través del capital cultural y simbólico. La información se recolectó mediante las guías de análisis, seleccionando el material que coincidía con los criterios establecidos.

En la primera categoría se observó: la regularidad de las publicaciones, el abordaje de las temáticas, la coherencia de las imágenes, el lenguaje utilizado, los elementos visuales (colores, símbolos) y el público objetivo. Para la segunda categoría se consideraron: los comentarios del público, la estética de las publicaciones y su influencia en la percepción, la coherencia entre el lenguaje de los receptores y la imagen proyectada por el colegio, así como la interacción constante entre la institución y su audiencia. En la tercera categoría se analizaron: las narrativas destacadas en las publicaciones, la presencia de construcciones implícitas de clase social, la identificación de símbolos de estatus o exclusividad, y el refuerzo de valores asociados al capital cultural, económico y social.

Para el análisis de imágenes en las tres categorías se consideró: 1) si mostraban infraestructura moderna o exclusiva, 2) el destacado de eventos culturales, deportivos o académicos, 3) la presentación de estudiantes en situaciones de éxito o reconocimiento, 4) si los uniformes o vestimenta reflejaban estatus social, 5) el uso de colores o símbolos que evocaran prestigio, y 6) la coherencia entre el mensaje visual y la clase social objetivo.

Específicamente para la segunda categoría se evaluó: 1) si las imágenes reflejaban un entorno de alto nivel académico, 2) la muestra de diversidad estudiantil, 3) la influencia en la percepción de exclusividad, 4) los comentarios que reforzaban una imagen positiva del colegio, y 5) el diseño que resaltaba valores de calidad. También se observó: 1) la presencia de símbolos de prestigio (trofeos, diplomas), 2) conexiones con personas influyentes, 3) narrativas de éxito personal/académico, y 4) representaciones de vida estudiantil exclusiva. Adicionalmente, se analizó: 1) la representación visual de valores educativos (capital cultural), 2) indicadores de poder adquisitivo (capital económico), y 3) evidencias de redes sociales destacadas (capital social).

Siguiendo a Acosta Faneite (2023), el análisis de datos se basó en la identificación de códigos que luego fueron tematizados. El proceso se guio por la "circularidad hermenéutica", según De Morales Sidi & Conte (2017), lo que permitió una constante referencia entre las partes y el todo del estudio. Esta metodología mantuvo el enfoque en las preguntas de investigación y facilitó la interpretación de elementos implícitos en las imágenes y textos analizados.

Según Bryman (2011), existen cuatro directrices éticas para la investigación. En este estudio no se aplicaron los requisitos de información y consentimiento, ya que la información era pública. Aunque los seguidores de Facebook e Instagram no pretendían ser anónimos, se optó por anonimizar los nombres de los colegios debido a posibles sesgos en la legislación guatemalteca sobre propiedad intelectual (Decreto 33-98), conforme a Bryman (2011) y Taquette & Borges da Matta Souza (2022) se respetó el principio de utilidad, utilizando los datos solo con fines investigativos.

Resultados y discusión

Dado que este es un estudio documental e interpretativo, la validación de los instrumentos se realizó mediante la búsqueda de la información apropiada en los lugares establecidos con el fin de responder las preguntas y los objetivos planteados tal como lo indica Marcelino Aranda et. al (2024), se ha seguido rigurosamente el método planteado, las guías de análisis y las guías de observación, también las sugerencias de un conocedor del campo metodológico.

Al examinar el contenido, se logró ver que el público objetivo es claro, pues los colegios se dirigen a ciudadanos que tienen la posibilidad económica para estudiar allí. Fue frecuente encontrar comentarios sobre el inicio de inscripciones para el año 2025 y del comienzo de ciclo escolar, el Colegio 3 y el Colegio 2 demostraron tener descuentos sin decir bajo qué criterios y mucha publicidad sobre la infraestructura y la educación. El Colegio 1 de los tres, quiso mostrar que no solo es un colegio más exclusivo que los anteriores, las imágenes de la apertura de clases mostraban a estudiantes con una iPad o computadoras sugiriendo que las inscripciones se pueden hacer desde casa en una plataforma.

El uso de esos aparatos y el hecho de querer mostrar que se cuenta con una plataforma sólida y que los responsables pueden hacerlo desde casa se interpreta de dos formas: la primera es la exclusividad porque sólo personas que tengan computadores, internet en casa podrán hacer uso de ese servicio, diferenciándolos de quienes no poseen estos. La segunda es querer mostrar que el colegio está a la vanguardia de la tecnología, sugiere que han invertido para estar actualizados respecto a los otros dos colegios diferenciándolos de aquellos, lo que indica que si se ingresa allí se es diferente, lo que se interpreta como el querer pertenecer a un espacio simbólico desde la perspectiva de Bourdieu (1998), pues al momento de mostrarse a la vanguardia tecnológica se construye un espacio donde se intercambia valores y significados.

Otro resultado es que todos los colegios hablaron de sus valores y en cada publicación enfatizaban en ellos. El Colegio 2 se enfoca en valores de la ética cristiana católica tales como la amistad, el amor, la fe, la verdad, la disciplina, el perdón, la tolerancia, la verdad y la sencillez. El Colegio 3 presentó sus valores cristianos evangélicos tales como la vida, la familia, el patriotismo, el honor, la gallardía y la disciplina y sus mensajes estaban acompañados de versículos bíblicos. El Colegio 1 enfatiza que es una “generación de líderes” y aunque no dice claramente sus valores queda claro a través de cada publicación aspectos como, estar a la vanguardia tecnológica, el individuo como centro del éxito, trabajo constante, competitividad son los valores por los que se mueve esta institución.

Los valores muestran tres grupos significantes dentro de la sociedad quetzalteca que divergen en su línea de valores, cada uno depende de ella, también se llena de estatus y diferencia los grupos sociales los unos con los otros. Por ejemplo, se puede considerar que, quién estudia en Colegio 3 proviene de una familia evangélica y que considera los valores patrióticos, familiares y militares (gallardía, honor y disciplina) como buenos, lo que se relaciona a la teoría de Bourdieu (1997) interpretado como alto capital social y cultural; mientras alguien que estudia en el Colegio 1 comparte valores menos conservadores, va por una línea más liberal donde el individuo es el centro y no la familia. Por otra parte, el Colegio 2 le da importancia al individuo pero desde una visión católica, ético-moral como el amor, el perdón, la amistad, la fe. Entonces dependiendo del grupo al que se quiera pertenecer, se agregan las personas, considerando a Bourdieu (1979) que cada una de ellas busca diferenciarse de los demás.

Dentro las redes sociales los colegios mostraron que los receptores respondieron de manera positiva a las publicaciones. En ningún caso se encontraron comentarios despectivos, de enojo o acusativos. El grupo de receptores más activos fue del Colegio 1 pues en el caso de Colegio 3 tenían publicaciones con cinco vistas al igual que el Colegio 2. Todos los grupos interactúan de diferentes formas con su colegio. El Colegio 3, debido a que la institución cuenta con más de cien años de existencia, se encuentran mensajes de exalumnos hablando de buenos tiempos dentro de esa institución.

Mientras el Colegio 1 parece tener una interacción más relacionada a los logros individuales de los estudiantes, participan diferentes seguidores que se agregan a los logros que se muestran, resaltando individuos y también a la institución. Lo que indica, según Bourdieu (2013), que se quiere mostrar como un colegio con un alto nivel cultural y por ende de alto capital simbólico, enfatizando el habitus relatado por Bourdieu (1979) y el que Palme (2008) encuentra en algunas instituciones públicas en Suecia.

En cada publicación emitidas por el colegio existe un tipo de narrativa. En el Colegio 2 se crean narrativas de un individuo con una ética y moral católica considerada “buena”, el Colegio 3 crea una narrativa moral evangélica con un enfoque patriótico, colectivo y militarizado basado en la tradición y antigüedad de la institución. Mientras que el Colegio 1 crea una narrativa liberal con énfasis en el individuo y la ciencia.

En cada colegio se ve que existe una construcción de clase social, es difícil determinar qué nivel de clase social. En el Colegio 1 se puede considerar: el énfasis al “éxito” escolar con eventos deportivos o académicos sugiere al receptor, una relación entre éxito escolar y el éxito económico. Las imágenes donde los estudiantes están a la vanguardia tecnológica sugieren también una distinción de clase, se pone a los estudiantes en otra escala de la pirámide social con relación a los otros colegios.

El Colegio 1 refuerza el capital cultural a través de publicaciones que muestran actividades como lectura, derechos humanos, tecnología y pintura, lo que refleja una intención de marcar distinción frente a los otros centros. Por su parte, el Colegio 2 y el Colegio 3 enfocan sus publicaciones en la promoción de valores éticos y morales, lo que indica que para ellos la diferenciación de clase se construye desde lo moral más que en lo cultural o social.

Se utilizó la teoría de clases sociales de Bourdieu (1979), tal como la describe Broady (1998), para investigar si el capital simbólico se manifiesta en los sitios web de las escuelas y de qué manera contribuyen estos sitios a la construcción de la figura de un ideal educativo. También se vinculó el análisis a la crítica del discurso y a la hermenéutica para examinar el contenido de las redes sociales de estos tres colegios. Si alguien desea volver a analizar el tema, debe basarse en investigaciones anteriores, en la metodología y en el marco teórico utilizado.

Con Base en Delgado Vásquez (2019), se interpreta que las principales diferencias entre los colegios se reflejan en el capital simbólico que proyectan. El Colegio 1 resalta al individuo y la innovación tecnológica como símbolos de éxito; el Colegio 3 enfatiza su antigüedad, tradiciones y valores cristianos evangélicos, patrióticos y militares; mientras que el Colegio 2 promueve una formación centrada en la moralidad. Estas diferencias, como señala Palme (2008) y Bourdieu (2013), reflejan distintos enfoque y propósitos dentro de espacios simbólicos diferenciados.

Según Broady (1998), las personas con un alto capital simbólico comprenden mejor cómo está estructurada la sociedad y cómo encontrar el camino correcto hacia el éxito. Esto significa que, cuando el capital simbólico es mayor en una escuela, puede llevar a una construcción social y discursiva de la figura del estudiante ideal o el que se espera para la sociedad lo que tendrá repercusiones en el futuro y en las oportunidades, como se pueden interpretar las diferencias de los colegios.

El Colegio 1 se orienta hacia una cultura elitista, y quienes poseen conocimiento sobre esta cultura tienen mejores posibilidades de éxito en la sociedad. Por su parte, el Colegio 3 y el Colegio 2 se centra en desarrollar conocimientos sobre religión, humanismo, un poco de ciencia, siguen una línea de valores que está anclada a tradiciones que les preceden, lo que también se interpreta como una narrativa de poder, según Bourdieu (1999). Así, se forman las narrativas diferentes en esos colegios.

Dovemark y Holm (2017) en su estudio concluyen que el material de marketing contribuye a que los estudiantes se auto-segreden, ya que las escuelas se basan en un perfil. Este varía según la escuela. Es evidente que las imágenes publicadas los colegio tienen ese propósito. Cada uno quiere presentar un tipo perfil de estudiantes comprometidos socialmente y con futuras posiciones de poder, y el Colegio 3 y el Colegio 2 muestra un perfil de estudiantes que se divierten, pero con valores cristianos superiores al conocimiento y el desarrollo social. Estos perfiles impactan sobre a qué lugar cada persona quiere pertenecer.

Las imágenes escolares refuerzan estereotipos que influyen en la percepción pública de los colegios, promoviendo la idea del buen estudiante” vinculado a un alto capital simbólico. Según Zábranská (2016) y Pérez Izaguirre (2015), en contextos meritocráticos, este discurso sirve para excluir a quienes tienen menos recursos, mientras que Bourdieu (1999) evidencia las diferencias de habitus entre grupos con distinto capital simbólico, algo notable en las imágenes y textos de las publicaciones de los colegios.

Este estudio cualitativo e interpretativo examinó publicaciones de Facebook e Instagram de tres colegios, incluyendo imágenes, textos y comentarios de usuarios, para analizar su impacto en la construcción social. Debido a que los datos provienen exclusivamente de estas plataformas, los hallazgos no son generalizables. Además, dado que el análisis del discurso resulta más adecuado para contenidos visuales y textuales se recomienda que futuras investigaciones adopten un enfoque etnográfico que permita observar directamente las dinámicas escolares y contrastarlas con lo publicado.

Conclusión

Se puede observar que los colegios configuran un discurso de clase que refuerza las jerarquías sociales, simbólicas y culturales, legitimando diferencias estructurales en el ámbito educativo con bastante similitud al que se refiere Bourdieu (1997) y en otros textos. Una de las diferencias significativas es que el Colegio 1 se basa en la jerarquía social de la ciencia como punto importante de apoyo mientras que el Colegio 3 y el Colegio 2 su enfoque es religioso, considerando la importancia para esos espacios sociales como lo indica Bourdieu (1997) y su teoría sobre el capital cultural y simbólico.

Referencias

- Acosta Faneite, S. F. (2023). Los enfoques de investigación en las Ciencias Sociales. Revista Latinoamericana Ogmios, 3(8), 82-95. <https://doi.org/10.53595/rlo.v3.i8.084>
- Bourdieu, P. (1979). La distinción: criterio y bases sociales del gusto. Taurus. <https://asociacionfilosofialatinoamericana.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/08/bourdieu-pierre-la-distincic3b3n-criterio-y-bases-sociales-del-gusto.pdf>
- Bourdieu, P. (1997). Capital cultural, escuela y espacio social. Isabel Jiménez (trad. y comp.). Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (1998). Sobre la television. Anagrama.
- Bourdieu, P. (1999). La distinción. Taurus.
- Bourdieu, P. (2013). Capital simbólico e classes sociais. Novos estudos CEBRAP, 96, 105-115. <https://doi.org/10.1590/s0101-33002013000200008>
- Broady, D. (1998). Kapitalbegreppet som utbildningssociologiskt verktyg. Uppsala: SEC, Uppsala universitet. <http://uu.diva-portal.org/smash/get/diva2:328806/FULLTEXT01.pdf>
- Bryman, A. (2011). Samhällsvetenskapliga metoder. [Métodos de las ciencias sociales]. (2a. ed.). Liber.
- Decreto 33-98. Congreso de la República de Guatemala [CRG]. Por medio del cual se emite la Ley de derechos de autor y derechos conexos. 21 de mayo de 1998. Diario oficial de Centro América. T. 259, No. 5. https://www.congreso.gob.gt/detalle_pdf/decretos/794#gsc.tab=0
- Delgado Vásquez, J. E. (2019). Habitus, campo y capital. Lecciones teóricas y metodológicas de un programa de investigación. Revista de Sociología, 34(3), 310-325. <https://doi.org/10.4067/S0717-554X2019000300310>
- Delgado Vásquez, J. E. (2021). El impacto de las redes sociales en las personas y en la sociedad. Tarbiya: Revista de Investigación e Innovación Educativa, 3(4), 1-15. <https://revistas.uam.es/tarbiya/article/view/15232>
- De Moraes Sidi, P. & Conte, E. (2017). A hermenêutica como possibilidade metodológica à pesquisa em educação. Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação, 12(4), 1787-1800. <https://doi.org/10.21723/riaee.v12.n4.out/dez.2017.9270>
- Dovemark, M., & Holm, A. (2017). Pedagogic identities for sale! Segregation and homogenization in Swedish upper secondary school. British Journal Of Sociology Of Education, 38(4), 518-532. doi:10.1080/01425692.2015.1093405.
- Han B. (2014). Psicopolítica. Heder.

- Marcelino Aranda, M., Martínez Cuevas, M. del C., & Camacho Vera, A. D. (2024). Análisis documental, un proceso de apropiación del conocimiento. *Revista Digital Universitaria*, 25(6). <http://doi.org/10.22201/ceide.16076079e.2024.25.6.1>
- Ministerio de Educación de Guatemala. (s.f.). Busca establecimiento educativo. Recuperado [noviembre del 2024], de: https://www.mineduc.gob.gt/BUSCAESTABLECIMIENTO_GE/
- Taquette, S. R., & Borges da Matta Souza, L. M. (2022). Dilemas éticos en la investigación cualitativa: una revisión crítica de la literatura. *Revista Internacional de Métodos Cualitativos*, 21. <https://doi.org/10.1177/16094069221078731>
- Palme, M., (2008), Personlighetsutveckling och målrationalitet : kulturellt kapital i Stockholms gymnasieskolor på 2000-talet. Uppsala: SEC, ILU, Uppsala universitet; Rapporter från forskningsgruppen för utbildnings- och kultursociologi, 46.
- Pérez Izaguirre, E. (2015). Cuando los “otros” llegan a la escuela: un marco de marginación en la educación multicultural. *Sociology Compass*, 9(10). <https://doi.org/10.1111/soc4.12302>
- World Bank. (18 de marzo de 2025). Estimación de la Pobreza en Guatemala con la ENCOVI 2023. World Bank Group. <https://documents.worldbank.org/pt/publication/documents-reports/documentdetail/099719403182521938>
- Zábranská, E. (2016). Igualdad y diferencia en la educación. Problemas teóricos y prácticos de justicia educativa - el ejemplo polaco. *Pedagogická Orientace*, Vol 26, Iss 4, Pp 659-676 (2016), (4), 659. doi:10.5817/PedOr2016-4-677

Agradecimientos

Se agradece al Maestro Víctor Manuel Ramírez Pérez, asesor de tesis, por su dictamen técnico favorable al informe final de grado, Colegio y Redes Sociales: una lectura desde Bourdieu. También se reconoce al Maestro Bidel Méndez, maestro titular del curso de tesis, por su revisión y aportes a finales de 2024, así como a la Dra. Elba Monzón, revisora, cuyos comentarios fueron fundamentales para el desarrollo de este del artículo.

Sobre el autor

Luis Enrique Morales Rubio

Licenciado en filosofía especializado en pedagogía por la Universidad de Estocolmo. Graduado en el 2018. Actualmente es estudiante de la Maestría de Investigación de la Facultad de Humanidades de la Universidad San Carlos de Guatemala.

Financiamiento de la investigación

Esta investigación fue realizada con recursos propios.

Declaración de intereses

Por este medio declaro no tener ningún conflicto de intereses, que puedan haber influido en los resultados obtenidos o las interpretaciones propuestas.

Declaración de consentimiento informado

Declaro que el estudio se realizó respetando el Código de ética y buenas prácticas editoriales de publicación.

Derechos de autor

Copyright© 2025. Luis Enrique Morales Rubio.

Este texto está protegido por la

[Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Es libre para compartir, copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato y adaptar el documento, remezclar, transformar y crear a partir del material para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de: Atribución: Debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la licencia](#)