
Análisis de contenido aplicado a materiales digitales

Carles Lindín

Universidad de Barcelona - Facultad de Educación
Departamento: Didáctica y Organización Educativa (DOE)
Learning, Media & Social Interactions (LMI)
Grupo de Innovación Docente en Evaluación y Tecnología (GIDAT)

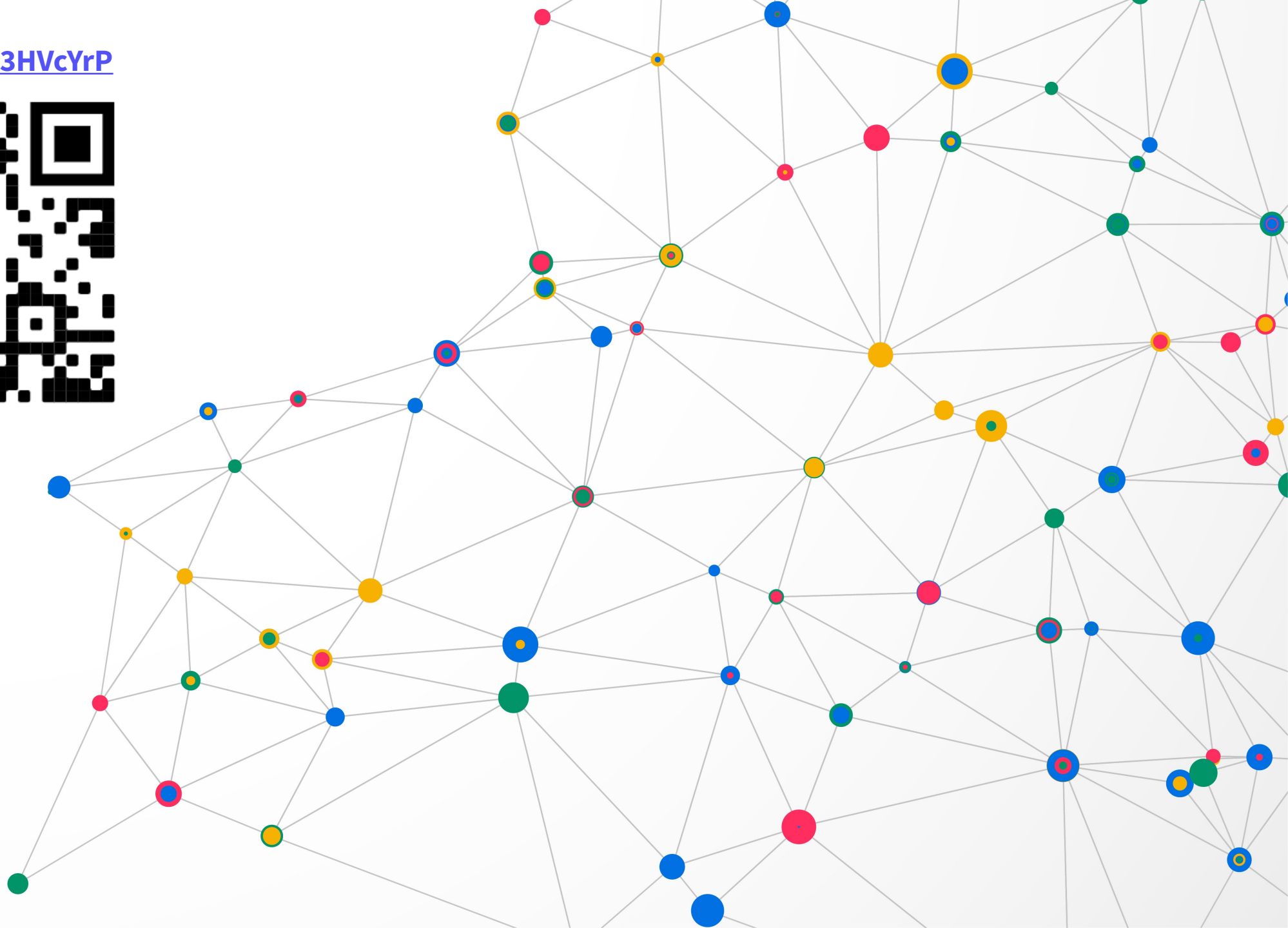
Monterrey, 8 de marzo de 2022



UNIVERSITAT DE
BARCELONA



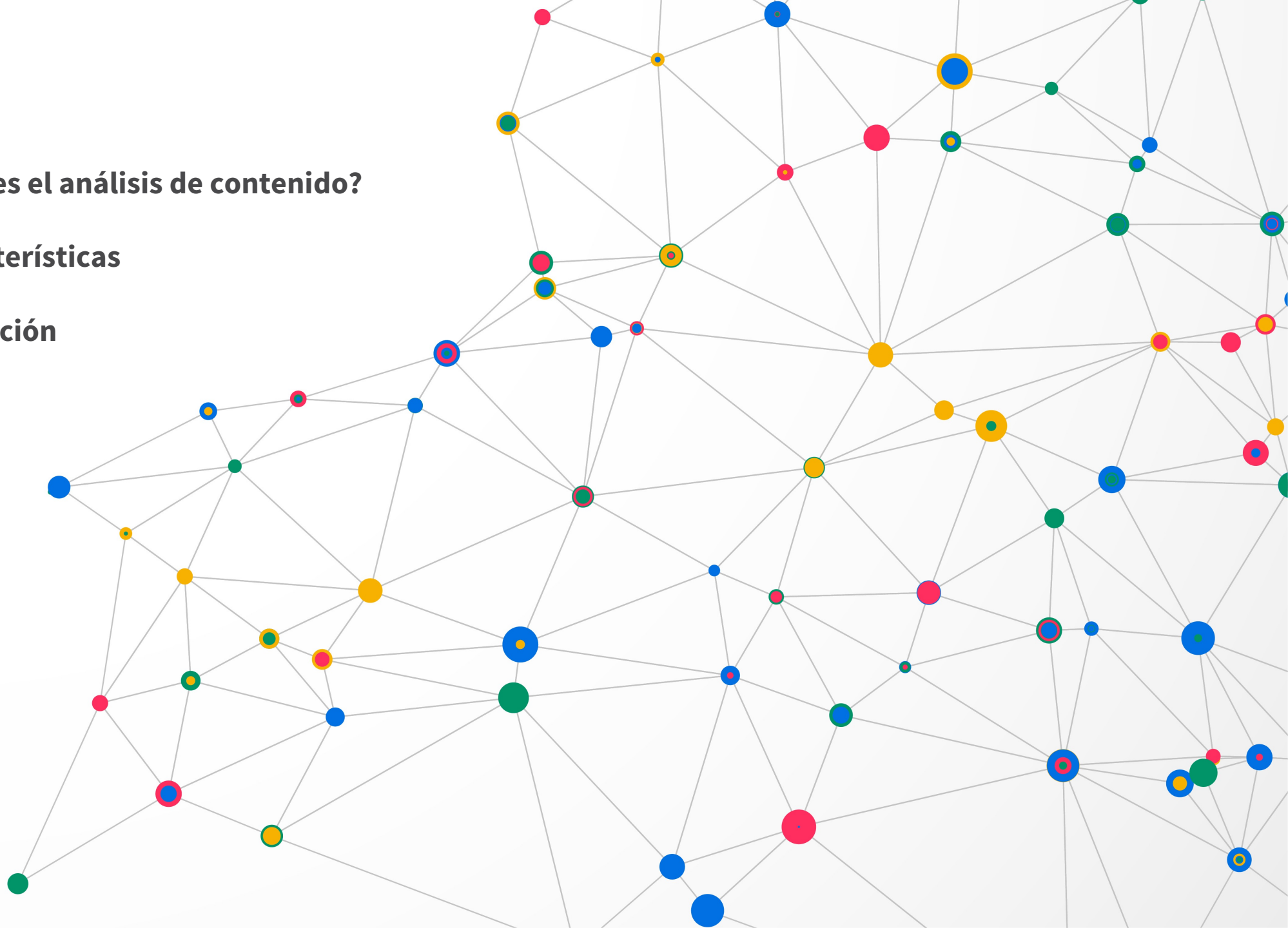
<https://bit.ly/3HVcYrP>



1. ¿Qué es el análisis de contenido?

2. Características

3. Aplicación



¿Qué es el análisis de contenido?

Berelson (1952: 18):



“Content analysis is a research technique for the objective, systematic, and quantitative description of the manifest content of communication.”

¿Qué NO es el análisis de contenido?

Metodologías cercanas

- **Análisis documental**
Objetivo: descripción física de los elementos y análisis de los contenidos con el objetivo de catalogar, clasificar e indexarlos.
(Castillo, 2004)
 - **Análisis lingüístico**
Objetivo: describir las reglas de funcionamiento de la lengua en los LTD. (Andréu, 2002)
 - **Análisis del discurso**
Objetivo: describir qué se dice teniendo en cuenta lo que se dice, cómo se dice, por qué se dice.
La pragmática, lo que se dice está más allá del significado de las palabras en la práctica social. (Íñiguez, 2003)
-

Carácter mixto del análisis de contenido

Krippendorff (1990: 28):

“El análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto.”

Bardin (1986: 7 i 23):

“¿Qué es hoy día el análisis de contenido? Un conjunto de instrumentos metodológicos, cada vez más perfectos y en constante mejora, aplicados a "discursos" (contenidos y continentes) extremadamente diversificados.”

“El análisis de contenido es un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones. No se trata de un instrumento, sino de un abanico de útiles; o más exactamente de un solo útil, pero caracterizado por una gran disparidad de formas y adaptable a un campo de aplicación muy extenso: las comunicaciones.”

Cuantitativo
+
Cualitativo

Objeto de análisis

La comunicación: Elementos textuales y no textuales

Berelson (1952: 12):

“By communication content is meant that body of meanings through **symbols (verbal, musical, pictorial, plastic, gestural) which makes up the communication itself.**”

Bardin (1986: 26):

Código lingüístico (oral y escrito), **código icónico** (grafismos, imágenes, fotografías, películas) y **otros códigos** (olfativo, **espacio**, tiempo).



Objeto de análisis

La comunicación:

Permite:

- Analizar el contenido, delimitar sus dimensiones y **crear un sistema categorial** para incluir las diversas partes del mensaje en la categoría correspondiente (Boronat, 2005).
- Verificar en qué medida el contenido de la **comunicación cumple con los objetivos** (Berelson, 1952).



Objeto de análisis

Tipos de significados

- Manifiesto - Cuantitativo
- Latente – Cualitativo
 - Qué de dice
 - Por qué de dice
 - Para qué se dice

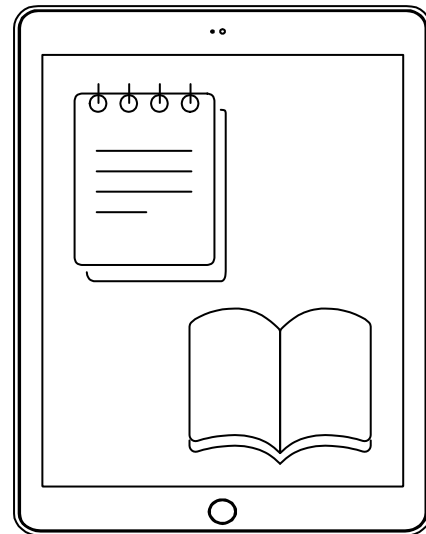
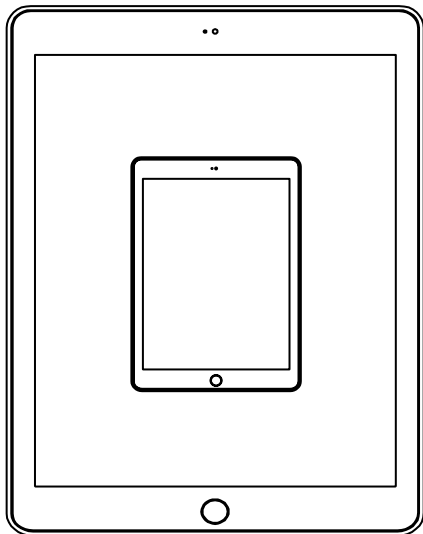


Significado = Competencias trabajadas

Competencias curriculares

Digitales

Lingüísticas y
literarias



Literacidad digitales

Filología digital



Objeto de análisis

Tipos de significados Constructo teórico

Latente – Cualitativo

Austin (1962):

Acto locutivo – Decir alguna cosa

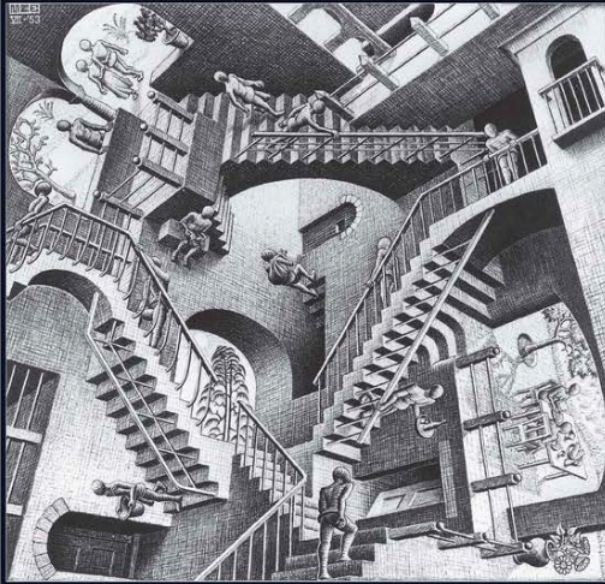
Acto ilocutivo – La intención

Acto perlocutivo – El efecto



Método mixto





MIXED METHOD DESIGN

PRINCIPLES AND PROCEDURES

JANICE M. MORSE & LINDA NIEHAUS

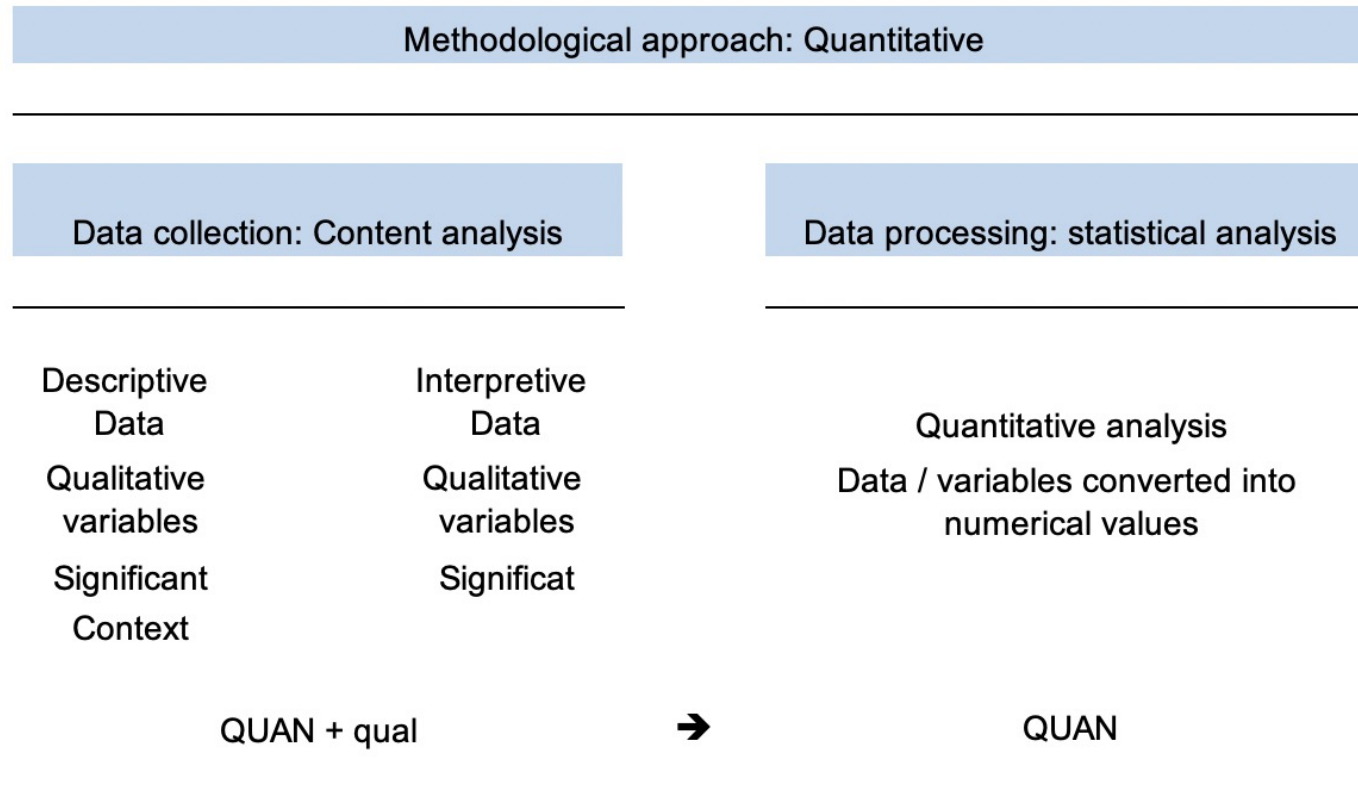


Método mixto

- **Triangulación**: 1 estudio con diferentes metodologías investigadores, teorías, datos (Denzin, 1989).
 - **Modelos mixtos**: Mezcla en 1 etapa de la investigación de métodos QT/QL (Johson & Onwuegbuzie, 2004).
 - **Métodos mixtos**: Mezcla en diferentes etapas de la investigación de métodos QT/QL (Johson & Onwuegbuzie, 2004).
 - **Enfoque metodológico**: Posicionamiento general (Johson & Onwuegbuzie, 2004).
-

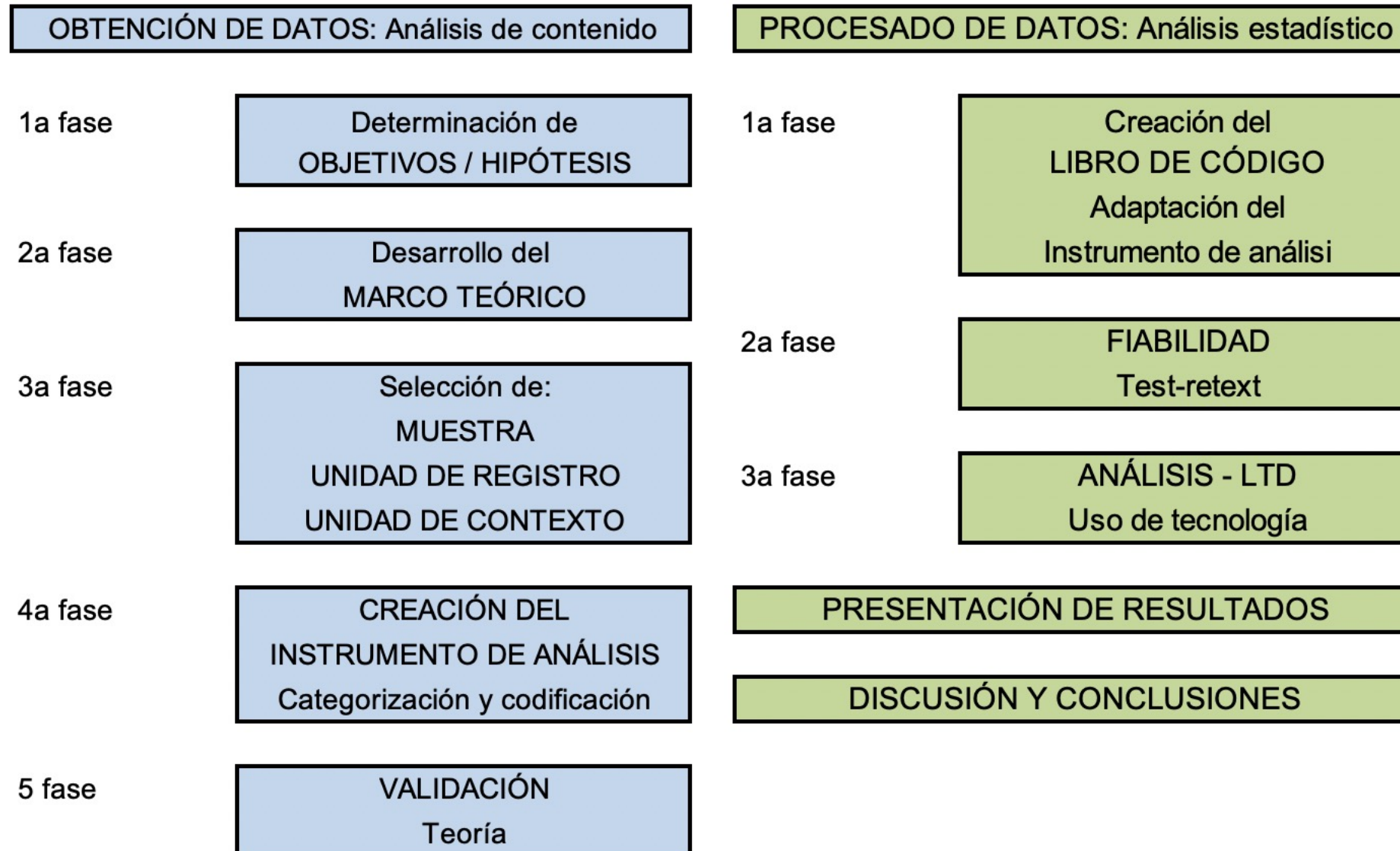
Diseño metodológico

3. Aplicación



Diseño de la investigación

3. Aplicación



Diseño de la investigación

3. Aplicación

OBTENCIÓN DE DATOS: Análisis de contenido

1a fase

Determinación de
OBJETIVOS / HIPÓTESIS

2a fase

Desarrollo del
MARCO TEÓRICO

3a fase

Selección de:
MUESTRA
UNIDAD DE REGISTRO
UNIDAD DE CONTEXTO

4a fase

CREACIÓN DEL
INSTRUMENTO DE ANÁLISIS
Categorización y codificación

5 fase

VALIDACIÓN
Teoría

PROCESADO DE DATOS: Análisis estadístico

1a fase

Creación del
LIBRO DE CÓDIGO
Adaptación del
Instrumento de análisis

2a fase

FIABILIDAD
Test-retext

3a fase

ANÁLISIS - LTD
Uso de tecnología

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

3a fase: unidades

- **Muestra:**
 - Universo 13 editoriales.
 - **Muestra opinática:** 3 editoriales.
 - **Unidad de contexto**
 - **Unidad de registro:** Uso de tecnología:
 - Tecnologías en el libro (àudios, vídeos...)
 - Tecnologías fuera del libro – liga (àudios, vídeos...)
 - Referencia textual a la tecnología
-

Selección de:
MUESTRA
UNIDAD DE REGISTRO
UNIDAD DE CONTEXTO

3a fase: unitades

Selección de:
MUESTRA
UNIDAD DE REGISTRO
UNIDAD DE CONTEXTO

català1.eso/v2 UNITAT 1

1 REpte INICIAL

COMUNICACIÓ
GRAMÀTICA
ORTOGRAFIA
LÈXIC

El repte

Activitats de reforç
Autoavaluació

Sala de lectura
Minireptes

Cercar

www.text-lagalera.cat ■ digitals@lagaleratext.cat ■ Tel: 902 500 611

El text expositiu

1 2 3

Elements que caracteritzen el text expositiu

- Els títols i la subdivisió del text en apartats, que tenen com a finalitat aclarir els conceptes i ordenar el discurs.
- Els exemples que ajuden a entendre el que s'explica en el text.
- Les il·lustracions (fotografies, dibuixos, esquemes) i altres recursos gràfics, com per exemple els diferents tipus de lletra (negretes, cursives, majúscules, etc.).

Treballa el **text model** a partir de les **pautes d'anàlisi** i, si vols, també pots analitzar altres **textos expositius**.

1. Comprensió (I)
2. Comprensió (II)
3. Anàlisi del text (I)
4. Anàlisi del text (II)
5. Anàlisi del text (III)
6. Anàlisi del text (IV)
7. Lèxic (I)

4a fase: Creación del instrumento de análisis - Categorización

CREACIÓN DEL
INSTRUMENTO DE ANÁLISIS
Categorización y codificación

Categoría	Subcategoría 1	Subcategoría 2
Significado	Competencia	C. Lingüística
		C. Literaria
		C. Digital
		C. Literacidad Digital
		C. Filológica Digital
Contexto	Identificación	Referencia
		Editorial
		Curso
		Unidad
	Distribución	Tipología de contenidos
		Espacio de distribución
		Localización/URL
Significante	Forma	Elemento llamada
	Tipología de uso	Tipo tecnología
		Como se trabaja
		Forma de uso social
		Acción del receptor

Categoria	Descripció / Definició	Subcategoria 1	Descripció / Definició
Significat	Variable inclosa per determinar un dels aspectes de la comunicació. El significat latent com a competència treballada en l'ús de la tecnologia.	Competència	Variable inclosa per identificar la competència que apareix com a significat latent en l'ús de la tecnologia.
Context	Variable inclosa per determinar un dels aspectes de la comunicació. El context aporta informació al significat i ajuda a descriure l'entorn en què es produeix l'acte comunicatiu.	Identificació	Variable inclosa per identificar la referència del nre. d'UDT, l'editorial, el curs i la unitat en què és produïx l'ús de la tecnologia.
Context	Variable inclosa per determinar un dels aspectes de la comunicació. El context aporta informació al significat i ajuda a descriure l'entorn en què es produeix l'acte comunicatiu.	Distribució	Variable inclosa per identificar en quins espais dels LTD apareixen els usos de la tecnologia.
Significant	Variable inclosa per determinar un dels aspectes de la comunicació. El significant ajuda a descriure com és l'element en què es produeix el significat.	Forma	Variable inclosa per identificar la concreció física que adopta l'ús de la tecnologia.
Significant	Variable inclosa per determinar un dels aspectes de la comunicació. El significant ajuda a descriure com és l'element en què es produeix el significat.	Tipologia d'ús	Variable inclosa per determinar els usos dels significants.

**CREACIÓN DEL
INSTRUMENTO DE ANÁLISIS
Categorización y codificación**

4a fase: Creación del instrumento de análisis - Codificación

CREACIÓN DEL
INSTRUMENTO DE ANÁLISIS
Categorización y codificación

Categoría	Subcategoría 1	Subcategoría 2	Descripció / Definició	Codi	Descripció del codi
Significat	Competència	C. Lingüística 1	Variable inclosa per determinar si es treballa la competència lingüística 1 com a significat latent en l'ús de la tecnologia. Competència 1. Obtenir informació, interpretar i valorar el contingut de textos escrits de la vida quotidiana, dels mitjans de comunicació i acadèmics per comprendre'ls.	0 1	0. No (absència). 1. Sí (presència).
Significat	Competència	C. Lingüística 2	Variable inclosa per determinar si es treballa la competència lingüística 2 com a significat latent en l'ús de la tecnologia. Competència 2. Reconèixer els gèneres de text, l'estructura i el seu format, i interpretar-ne els trets lèxics i morfosintàctics per comprendre'l.	0 1	0. No (absència). 1. Sí (presència).
Significat	Competència	C. Lingüística 3	Variable inclosa per determinar si es treballa la competència lingüística 3 com a significat latent en l'ús de la tecnologia. Competència 3. Desenvolupar estratègies de cerca i gestió de la informació per adquirir coneixement.	0 1	0. No (absència). 1. Sí (presència).

4 GUIA

COMUNICACIÓ
GRAMÀTICA
ORTOGRAFIA
LITERATURA
El repte

Activitats de reforç
Autoavaluació
Sala de lectura
Minireptes
Tècniques de treball
Cercar

La publicitat a internet

Hi ha diferents maneres de fer publicitat a internet, com per exemple mitjançant les pàgines webs, les cibertires o bàners (espais publicitaris en una pàgina web, generalment de forma rectangular, els quals, quan s'hi fa clic, permeten accedir al web o a una altra pàgina de l'anunciant) i els SPAM o correu brossa (missatges electrònics), entre d'altres.

La publicitat

Els missatges publicitaris

En el món d'avui els **missatges publicitaris** són ben presents en la nostra vida quotidiana (cartells, rètols, opis, banderoles, columnes publicitàries, espots, tràilers, fullets, catàlegs...) i en els principals mitjans de comunicació (televisió, ràdio, premsa, internet, telefonia mòbil...)

Els missatges publicitaris solen respondre a **quatre objectius**, sintetitzats en les inicials de cada mot:

AIDA

ATENCIÓ Atreure l'atenció del receptor (el públic).	INTERÈS Provocar interès pel producte que s'anuncia o pel missatge que es transmet.	DESIG Despertar el desig d'aconseguir el producte o de respondre als consells que es transmeten.	ACCIÓ Provocar l'acció de comprar el producte o d'actuar segons les indicacions del missatge.
---	---	--	---

penja-robes

L'apòstrof i el guionet

ACTIVITATS

L'apòstrof i el guionet en els pronoms... < 14 / 14 >

Arrossega cada pronom feble per completar amb sentit les oracions següents.
S'ha marcat en negreta l'antecedent a què fa referència el pronom.

- Ells havien quedat amb la seva **cosina** i esperaven a casa.
- Et deixo la meva **targeta**, però... no facis servir, eh?
- Compraré la **pel·lícula** per tornar a veure .
- El vostre full és massa gran. **Retaileu** .
- La mare ha agafat els teus **pantalons** i està rentant .
- Tens els meus **discos compactes**? Porta .
- Em demanes si tinc **tomàquets**? Sí, tinc.
- L'empresa compra molta fruita i, sovint, envia a alguna ONG.

n' 's li la -lo en -la
els i' -los

Subcategoria 2: Tipus tecnologia

Codi: 4 [Àudio]

3. Aplicación

català1.eso/v2 UNITAT 1

1 **GUIA**

COMUNICACIÓ
GRAMÀTICA
ORTOGRAFIA
LÈXIC
El repte

Activitats de reforç
Autoavaluació
Sala de lectura
Minireptes
Tècniques de treball

Cercar

So i grafia. L'alfabet. Els dígrafs

1 2 3

Sons i grafies

Quan parlem emetem sons, que són el resultat de les vibracions que es produeixen quan funciona l'aparell de fonació (els pulmons, la tràquea, la laringe, les cordes vocals...). Les grafies, en canvi, són els signes que fem servir per a representar els sons.

Pel que fa als sons i les grafies, cal remarcar els aspectes següents:

Una grafia pot tenir sons diferents	g	gat 🗣️	x	taxi 🗣️
		gerro 🗣️		examen 🗣️
Un mateix so pot tenir grafies diferents	[s]	cigró 🗣️	[k]	casa 🗣️
		sabata 🗣️		quilo 🗣️
Hi ha lletres mudes, que no representen cap so	h	home 🗣️	p	camp 🗣️
	r	segur 🗣️	t	escrivint 🗣️

Editorial: Text-La Galera

Curs: 1 - Unitat: 1

Referència: 4697

INTERNET: UNA SOCIETAT EN XARXA


Internet és l'artista revelació del panorama comunicatiu. La xarxa ha canviat el funcionament del món. Tot és o pot ser virtual (els amics, els estudis, les empreses...) i es poden fer virtualment un munt de coses (les compres, les operacions bancàries...).

Els mitjans de comunicació veterans (ràdio, televisió i premsa) també s'han digitalitzat i tenen la seva pàgina web. A més, hi ha alguns diaris que només existeixen a Internet. Com que el canal condiciona el missatge, als diaris digitals la informació no s'organitza com als diaris en suport paper.

Fitxa d'activitats

2. Consulta la pàgina web d'un canal de televisió i d'una emissora de ràdio. Quins continguts ofereixen aquestes pàgines que no tenim mirant el canal o escoltant l'emissora?

3. Feu grups de tres. Haureu de comparar un diari tradicional amb la seva versió digital. Quines diferències observeu? Compareu les portades del diari, en versió paper i en versió digital.



3. Aplicación

Inputs: adreces, mibib, Pontalib, [...]

Loc: exten, Erida - Cap.

TIPUS de tem.: la que usi

Text & activitat
dijital

2 UDT

comp. el text + activitat

Activitat

Si s'ha realitzat el text al UDT, es un 2 UDT

Text amb

activitat

LOC, CC, (tit, tit)

No lleu

revisió a

Diverses activitat

en 1 mateix espai = 1 UDT

URL

Diverses URL

en 1 mateix espai = 0 UDT

(3)

blog

1 UDT

exten. pd9

1 UDT

exten. pd9

1 UDT

exten. pd9

C1

C2

CLO

⊕/⊖ llegir sense activitat

si a l'altre lit 1, lit 2, no només compenir l'altre.

Activitat

1 UDT

+

1 UDT

2 UDT

Incorporar els 2 casos de comp. de l'activitat (contant la de l'altre UDT)

Exposició

Activitat

Text amb 2/3/4 UDT = 2/3/4 UDT

Com camps

Text

Activitat

Text

Activitat

C1, C2

Text i activitat separats

Activ. Text

C1, C1 + Comp. act.

Text i activitat dins de l'activitat



Criterios

Continguts	Competències
Lectures inicials d'unitat - activitats (amb àudio)	CL1 CL2 CL7 CL10 (CLit1)
Activitat comprensió lectora (sense text)	CL1 CL2 (CLit 1: sobre text literari)
Activitat comprensió lectora + anàlisi	CL1 CL2 CLit2
Aparició de text literari	CL10 CLit1
Literatura	CL1 CL2
- amb text	CL10
- amb autors obres	CLit1
- amb opinió (explícita)	CLit2
- amb figura retòrica, rima, gènere, tòpic	CLit 2
- amb escriure	CL5
Comunicació	CL1 CL2 (CL7, si oralitat)
Tipologies textuais	CL1 CL2
Registres	CL1 CL2 CL12
Morfologia i sintaxi	CL1 CL5 CL6
Lèxic (vocabulari) i semàntica	CL1 CL5 CL6
Gramàtica + tipologia textual	CL1 CL2 CL5 CL6
Sons	CL1 CL5 CL6 CL7 CL8 CL9
Vocals neutres	CL1 CL5 CL6 CL7 CL8 CL9
Vocalisme tònic i àton	CL1 CL5 CL6 CL7 CL8 CL9
Hiat, diftong, dièresi	CL1 CL5 CL6 CL7 CL8 CL9
s/ss/ç/z (amb canvi de significat)	CL1 CL5 CL6 CL7 CL8 CL9
Fonètica i fonologia	CL1 CL7 CL8 CL9 (CL11, si explícit)
Dictat	CL1 CL5 CL6 CL7 (CLit 1, si text literari)
Puntuació	CL1 CL5 CL6
Accentuació	CL1 CL5 CL6 CL7 CL8 CL9
Ordenar textos	CL1 CL2 CL4 CL5 (CL10)
Escriure en un interactiu [Consumidor]	CL5 (CL10, si text extens)
Cerques (i enllaços externs generals) [Productor]	CL1 CL3 CL7 CD4 CD5 CD9
Cerques a diccionari [Productor]	CL1 CL3 CD4 CD5 CD9 FD9
Navegar per una URL concreta [Consumidor]	CL1 CL3 CL7 CD4 CD5 CD9
Corrector word	CL1 CL6 CD1 CD2 FD5
Xat, mòbil, SMS, WhatsApp	FD1
Powerpoint	CD2 CD3
Correu electrònic [Enllaç]	CD7 CD9 FD1
Blog (teoria)	CL1 CL2 CD1 CD2 CD3 CD7 C9 FD1
Blog (pràctica)	CL1 CL2 CL5 CL10 CD1 CD2 CD3 CD7 CD9 FD3

5a fase: validación o validez

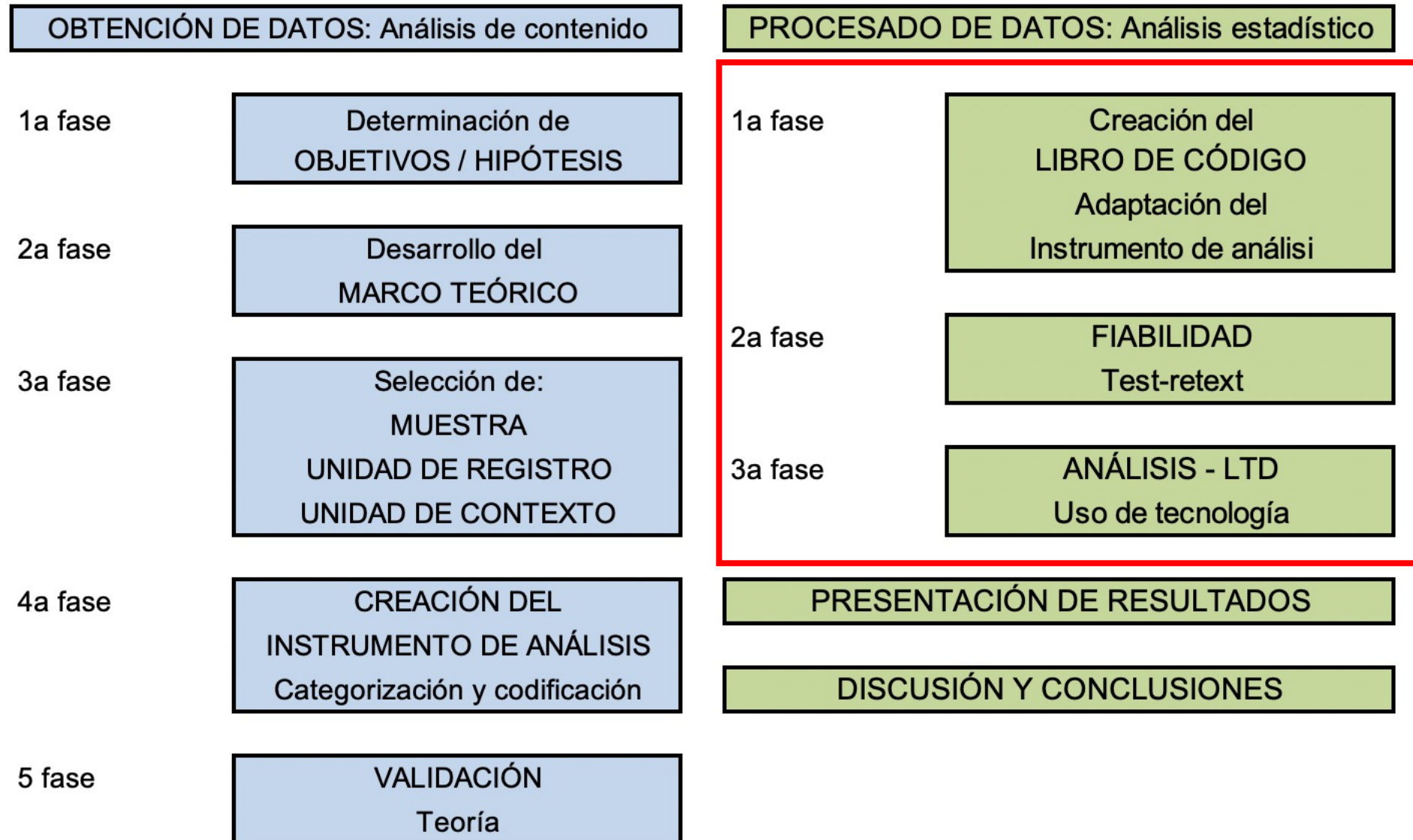
VALIDACIÓN
Teoría

Krippendorff (1990)	Hernández, Fernández & Baptista (2006)
Validez de los datos - Semántica Validez de los datos - Del muestreo	Validez de contenido
Validez de los resultados - Correlacional Validez de los resultados - Predictiva	Validez de criterio
Validez del proceso	Validez del constructo

Requieren estudios previos análogos

Diseño de la investigación

3. Aplicación



1a fase: Libro de codificación

Creación del
LIBRO DE CÓDIGO
Adaptación del
Instrumento de análisis

32

3. Aplicación

Nom de la variable	Etiqueta de la variable	Valors de la variable	Tipus de variables
Editorial	Editorial	1 = LTD de l'editorial Digital-Text. 2 = LTD de l'editorial Santillana - Grup Promotor. 3 = LTD de l'editorial Text-La Galera.	Nominal
Curs	Curs	1 = LTD corresponent al primer curs d'ESO. 2 = LTD corresponent al primer curs d'ESO. 3 = LTD corresponent al primer curs d'ESO. 4 = LTD corresponent al primer curs d'ESO.	Ordinal
Unitat	Unitat	[La corresponent.]	Ordinal
Tip_Cont	Tipologia de continguts	1 = Teoria/explicació: l'ús de la tecnologia es produeix en un moment dedicat a la teoria/explicació dins del LTD. 2 = Activitat: l'ús de la tecnologia es produeix en una activitat dins del LTD.	Nominal
Espai_Dis	Espai de distribució	1 = Principal: espai central dedicat a la màxima atenció. 2 = Secundari: espai perifèric.	Nominal

1a fase: Libro de codificación

Creación del
LIBRO DE CÓDIGO
Adaptación del
Instrumento de análisis

03_carles_lindin_SPSS_test.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
39	Editorial	Numérico	8	0	Editorial	{1, Digital-...	Ninguno	4	Derecha	Nominal	Entrada
40	Curs	Numérico	8	0	Curs	{1, 1_ESO}...	Ninguno	4	Derecha	Nominal	Entrada
41	Unitat	Numérico	8	0	Unitat	Ninguno	Ninguno	4	Derecha	Ordinal	Entrada
42	Tip_Cont	Numérico	8	0	Tipologia de continguts	{1, Teoria_e...	Ninguno	6	Derecha	Nominal	Entrada
43	Espai_Dis	Numérico	8	0	Espai de distribució	{1, Principal...	Ninguno	6	Derecha	Nominal	Entrada
44	Loc_URL	Numérico	8	0	Localització / URL	{1, Intern}...	Ninguno	6	Derecha	Nominal	Entrada
45	Crida	Numérico	8	0	Element de crida	{1, Cap}...	Ninguno	6	Derecha	Nominal	Entrada
46	Tecn	Numérico	8	0	Tipus de tecnologia	{1, Animaci...	Ninguno	6	Derecha	Nominal	Entrada
47	Treball	Numérico	8	0	Com es treballa	{1, Individu...	Ninguno	6	Derecha	Nominal	Entrada
48	Us_Social	Numérico	8	0	Forma d'ús social	{1, Social}...	Ninguno	6	Derecha	Nominal	Entrada
49	Acc_Recep	Numérico	8	0	Acció del receptor	{1, Consumi...	Ninguno	6	Derecha	Nominal	Entrada

2a fase: fiabilidad

FIABILIDAD
Test-retest

Capacidad del instrumento de obtener valores estables.

(Krippendorff, 1990)

Tabla 2
Tipos de fiabilidad

Tipos de fiabilidad	Diseños para verificar la fiabilidad	Errores evaluados	Intensidades relativas
Estabilidad	test-retest	incongruencias del observador	el menos eficaz
Reproducibilidad	test-test	incongruencias del observador y desacuerdos entre los observadores	
Exactitud	test-norma	incongruencias del observador, desacuerdos entre los observadores y desviaciones sistemáticas respecto de una norma	el más eficaz



2a fase: fiabilidad

FIABILIDAD
Test-retest

35

Test-retest

Intracoder – intercoder

Intracoder

(Carmines & Zeller, 1979; Neuendorf, 2002): un solo codificador.

Tinsley & Weiss (1975)

“Rate-Rerate”: 1 codificador

“Test-Retest”: 2 (o +)

2a fase: fiabilidad

FIABILIDAD
Test-retest

Test-retest: en 2 períodos

¿Cómo realizar el análisis? Según tipología de variables.

Prueba alfa (α) de Krippendorff (2004, 2011):

- Cualquier número de codificadores.
- Cualquier tipología de categorías, escalas de valores.
- En cualquier sistema de medida (nominal, ordinal, intervalo...).
- Con independencia del tamaño de la muestra y de si existen valores incompletos.

2a fase: fiabilidad

Índices de satisfacción:

- Correctos por encima de 0.80
- Para realizar conclusiones tentativas entre 0.667 y 0.800 (Krippendorff, 2004, p. 241-242).

Variable	<u>Coeficient alfa (α)</u> <u>de Krippendorff</u>	Variable	Coeficient alfa (α) de Krippendorff
C_Ling_1	0,9131	C_Dig_10	*
C_Ling_2	0,9647	C_Dig_11	0,7968
C_Ling_3	0,9377	Lit_Dig	0,954
C_Ling_4	0,8595	Editorial	1
C_Ling_5	0,9845	<u>Curs</u>	1
C_Ling_6	0,9718	Unitat	1
C_Ling_7	0,9542	<u>Tip_Cont</u>	0,951
C_Ling_8	0,9209	<u>Espai_Dis</u>	0,9794
C_Ling_9	0,9456	<u>Loc_URL</u>	0,8965
C_Ling_10	0,9177	Crida	0,9665
C_Ling_11	0,7986	Tecn	0,9791
C_Ling_12	1	<u>Treball</u>	1
C_Lit_1	0,9856	<u>Us_Social</u>	0,6655
C_Lit_2	0,9582	<u>Acc_Recep</u>	0,8925
C_Lit_3	1	Fil_Dig_1	0,9628
C_Dig_1	1	Fil_Dig_2	*
C_Dig_2	0,8556	Fil_Dig_3	1
C_Dig_3	1	Fil_Dig_4	*
C_Dig_4	0,9617	Fil_Dig_5	*
C_Dig_5	0,9027	Fil_Dig_6	*
C_Dig_6	*	Fil_Dig_7	*
C_Dig_7	0,9214	Fil_Dig_8	
C_Dig_8	1	Fil_Dig_9	0,9637
C_Dig_9	0,885	Fil_Dig_10	0,9582

Bibliografía

- Andréu, J. (2002). *Las técnicas de Análisis de Contenido: una revisión actualizada*. Fundación Centro Estudios Andaluces - Universidad de Granada. Recuperado de <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.- analisis-de-contenido.- 34-pags-pdf.pdf>
- Austin, J. L. (1962). *How to Do Things with Words*. Oxford: The Clarendon Press.
- Bardin, L. (1986). *El análisis de contenido*. Madrid: Akal.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. New York: American Book-Stratford Press.
- Boronat, J. (2005). Análisis de contenido. Posibilidades de aplicación en la investigación educativa. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 19(2), 157- 174.
- Carmines, E. G., & Zeller, R. A. (1979). *Reliability and validity assessment*. Beverly Hills, CA: SAGE.
- Castillo, L. (2004). *Biblioteconomía. Segundo cuatrimestre. Curso 2004-2005. Tema 5. Análisis documental* [Material docente]. Universitat de València. Recuperado de <http://www.uv.es/macass/T5.pdf>
- Denzin, N. K. (1989). *The research act: a theoretical introduction to Sociological methods*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: McGraw-Hill.
- Íñiguez, L. (Ed.). (2003). *Análisis del discurso. Manual para las ciencias sociales*. Barcelona: Editorial UOC.



Bibliografía

- Johnson, B., & Onwuegbuzie, A. (2004). Mixed methods research: a research paradigm whose time has come. *Educational Researcher*, 33(7), 14-26. <https://doi.org/10.3102/0013189X033007014>
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Krippendorff, K. (2011). Computing Krippendorff's Alpha-Reliability. *Departmental Papers (ASC)*. Recuperado de https://repository.upenn.edu/asc_papers/43/
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Tinsley, H. E., & Weiss, D. J. (1975). Interrater reliability and agreement of subjective judgments. *Journal of Counseling Psychology*, 22(4), 358-376. <https://doi.org/10.1037/h0076640>

Gracias

carles.lindin@ub.edu

@CarlesLindin

Universidad de Barcelona - Facultad de Educación
Departamento: Didáctica y Organización Educativa (DOE)



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

