**Matriz 1:** Revisión de información

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tema** | **Buscador/**  **Revista/Libro** | **Fecha** | **Dirección electrónica (URL)** | **Autor** | **Contenido/**  **Relación con el tema** |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

**Matriz 2:** Referencias de autores por temas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Temas** | **Autores** | **Referencias** |
| Tema 1 | A1 |  |
| A2 |  |
| A3 |  |
| Tema 2 | A1 |  |
| A2 |  |
| A3 |  |
| Tema 3 | A1 |  |
| A2 |  |
| A3 |  |
| Tema 4 | A1 |  |
| A2 |  |
| A3 |  |
| Tema 5 | A1 |  |
| A2 |  |
| A3 |  |

**Matriz 3:** Revisión tratamiento informativo

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Parafraseo** | **Cita textual** | **Interpretación**  **(Aporte investigador)** |
| Explicar con sus propias palabras los hallazgos en la revisión teórica. | Colocar de manera textual entre comillas lo que dice el autor. | Es el aporte del investigador, articulando la teoría con el estudio. |
| A decir de Jenkins (2009), el término cultura participativa encaja en las comunidades de fans, debido a que colaboran a la narrativa que se dirige en diversas direcciones, capaces de armar historias y relatos con deportistas, artistas o famosos. | “El mundo de los fans es el espacio en el que la gente aprende a vivir y a colaborar con una comunidad de conocimientos y gustos compartidos”, Jenkins (2009). | De esta manera, quienes tienen afinidad por un club deportivo pueden agruparse de manera presencial o virtual para seguirle, alentarle y compartir productos comunicacionales y de marketing que genera la marca, así como en un momento determinado reproducir contenido del club, aunque no sea actual, ayudando al departamento comunicacional de la organización, pasando de ser consumidores a prosumidores. |