



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

WOD in Progress:

Historia del CrossFit en España

SOFÍA MARTÍN RUBIO

Tutor: Carlos A. Ballesteros Herencia

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, de América
y Periodismo**

Curso: 2022-23

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
1.1. Justificación del trabajo	4
1.1.1. Motivación personal	4
1.1.2. Trascendencia académica	5
1.1.3. Relevancia social.....	6
1.2. Objetivos.....	8
1.3. Fundamentos teóricos-académicos	9
2. PLAN DE TRABAJO	10
2.1. Preproducción.....	10
2.1.1. Cronograma.....	10
2.1.2. Estado de la cuestión	15
2.1.3. Adecuación del producto.....	27
2.1.4. Definición del producto.....	33
2.2. Producción	37
2.3. Post-producción y edición del producto	40
3. CONCLUSIONES	42
4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44
5. ANEXOS Y MATERIAL COMPLEMENTARIO	48

Título:

WOD in Progress: Historia del CrossFit en España

Autor:

Sofía Martín Rubio

Tutor:

Carlos A. Ballesteros Herencia

Resumen:

WOD in Progress es un proyecto académico y profesional con trascendencia social dentro del mundo deportivo. Es un suplemento que aúna el formato impreso tradicional con contenidos digitales (empleando una página web, así como redes sociales donde se difunden imágenes, audios y vídeos). El tema central se fija en la llegada y la evolución del CrossFit en España. La aparición de este fenómeno ha venido acompañada del nacimiento de una comunidad fuerte que ha favorecido la erradicación de mitos y creencias populares al mismo tiempo que ha propiciado el surgimiento de nuevos perfiles profesionales englobados en este ámbito. Supone un espacio informativo donde el contenido se presenta siguiendo la línea del Periodismo Multiplataforma: cuenta con una pieza impresa y la posibilidad de acceder a material complementario - difundido en un blog - a través de Códigos QR. Se trata de un formato novedoso en el ámbito del CrossFit que busca ofrecer un tratamiento más atractivo combinando información y entretenimiento. Para ello, se ha contado con la participación no solo de atletas, sino también de comunicadores, nutricionistas y creadores de contenido - caracterizados por su gran aportación dentro del panorama nacional - que han ofrecido su punto de vista sobre el papel de esta metodología en el país.

Palabras clave:

CrossFit; nutrición; atletas; creación de contenido; periodismo deportivo

PDF de *WOD in Progress*: <https://bit.ly/3X2eaD1>

Blog: <https://wodinprogressp.wordpress.com>

Instagram: <https://www.instagram.com/wodinprogress.esp/>

Spotify: <https://bit.ly/42vOhww>

Ivoox: <https://go.ivoox.com/sq/2009044>

Title:

WOD in Progress: History of CrossFit in Spain.

Author:

Sofia Martin Rubio

Tutor:

Carlos A. Ballesteros Herencia

Abstract:

WOD in Progress is an academic and professional project with social transcendence within the sports world. It is a supplement that combines the traditional print format with digital content (using a website, as well as social networks where images, audios and videos are disseminated). The central theme focuses on the arrival and evolution of CrossFit in Spain. The emergence of this phenomenon has been accompanied by the birth of a strong community that has favored the eradication of myths and popular beliefs at the same time that has led to the emergence of new professional profiles encompassed in this area. It is an informative space where the content is presented along the lines of Multiplatform Journalism: it has a printed piece and the possibility of accessing complementary material - disseminated in a blog - through QR Codes. This is a new format in the CrossFit field that seeks to offer a more attractive treatment combining information and entertainment. For this, we have counted on the participation not only of athletes, but also of communicators, nutritionists and content creators - characterized by their great contribution within the national panorama - who have offered their point of view on the role of this methodology in the country.

Keywords:

CrossFit; nutrition; athletes; content creation; sports journalism.

PDF of *WOD in Progress*: <https://bit.ly/3X2eaD1>

Blog: <https://wodinprogressp.wordpress.com>

Instagram: <https://www.instagram.com/wodinprogress.esp/>

Spotify: <https://bit.ly/42vOhww>

Ivoox: <https://go.ivoox.com/sq/2009044>

1. Introducción

WOD in Progress constituye el proyecto periodístico llevado a cabo como base sobre la que se sustenta el presente Trabajo de Fin de Grado de carácter profesional. Se trata de un suplemento multimedia que combina las dos vertientes en las que se ha desarrollado la prensa en los últimos años: el formato impreso y el formato digital. En él se profundiza, a través de reportajes y entrevistas, en el origen y la evolución del CrossFit en España, así como en los aspectos que engloba esta disciplina - tales como mitos y nuevos perfiles profesionales -.

Así pues, como parte fundamental en el proceso de elaboración, se incluye en este documento el análisis del producto atendiendo a su trascendencia y viabilidad futura. Del mismo modo, se detallan todos los pasos llevados a cabo partiendo del surgimiento de la idea hasta su conversión en un proyecto real y tangible preparado para la distribución y consumo del público objetivo.

1.1. Justificación del trabajo

La temática y el formato seleccionados para realizar el presente Trabajo de Fin de Grado se han visto influidos por diversos factores. Entre ellos cabe mencionar mis aspiraciones personales y laborales, atendiendo a mis objetivos futuros dentro del mundo de la comunicación. Asimismo, ha cobrado gran importancia el interés por cubrir la falta - no sólo informativa, sino también de estudios e investigaciones - en relación con la historia y evolución del CrossFit en España.

1.1.1. Motivación personal

El CrossFit constituye uno de los grandes fenómenos de los últimos años. Desde su nacimiento en 1995 ha crecido de forma ininterrumpida, popularizándose a nivel global y encontrando su hueco en España quince años más tarde; en 2010. Dos décadas destinadas a ayudar a “cientos de miles de personas a estar más sanas, más en forma, más fuertes y mejor” (CrossFit, 2023), se trata de una modalidad en auge que, poco a poco, ha acaparado la atención de los españoles hasta llegar a ser una de las opciones más demandadas para ejercitar el *fitness* (según la terminología inglesa) de las personas.

Hace dos años y medio decidí - motivada por mi hermano - probar esta nueva forma de entrenamiento. Hasta entonces nunca había sentido admiración ni interés por ninguna actividad

deportiva. La variedad tanto de los ejercicios como de los formatos propuestos hicieron que encontrara en el CrossFit un camino para realizar deporte que, pese a su dureza, consideraba divertido. Este sentimiento de aceptación se vio motivado, aún más, por la presencia de una comunidad en la que todo atleta - independientemente del nivel, la edad o las capacidades - tiene cabida.

Comencé a indagar sobre todos los aspectos que atañen a esta modalidad, especialmente con relación al panorama español (por el factor cercanía). Si bien es cierto que ha ganado popularidad a medida que ha avanzado el tiempo, en esa búsqueda de información pude ser consciente de cómo apenas se le da cobertura. Es decir, en un país con más de 600 gimnasios - *boxes*, atendiendo al término propio de esta disciplina - y miles de atletas, los grandes medios de comunicación apenas dan relevancia mediática al CrossFit dejando, por tanto, un vacío informativo al respecto.

Ante este hecho, y por primera vez desde que centré mis estudios en la comunicación, me planteé encaminar mi futuro hacia el Periodismo Deportivo, focalizando el objetivo en trasladar la información relativa al CrossFit. Así, realicé las Prácticas Curriculares en una revista digital especializada en esta disciplina (*Infowod*) que me permitió ser consciente de cómo el interés por el CrossFit en España continúa creciendo exponencialmente.

Los conocimientos y habilidades adquiridas a lo largo de los cuatro años de estudios universitarios concluyen con la elaboración de este proyecto: un suplemento encuadrado dentro del Periodismo Multiplataforma en el que se presenta la evolución del CrossFit en España desde sus inicios hasta la actualidad, así como la percepción existente sobre hacia dónde se encaminan sus pasos futuros.

1.1.2. Trascendencia académica

Tras realizar el análisis de los estudios e investigaciones llevadas a cabo he podido comprobar cómo, hasta ahora, no existen artículos centrados en la profundización y agrupación de la información relativa a la trayectoria del CrossFit en España. Una situación similar ocurre en los medios de comunicación, donde su tratamiento informativo va ligado, en su mayoría, al criterio de ‘actualidad’ y no tanto a la representación del panorama nacional.

Si bien es cierto que la Universidad de Valladolid alberga en su repositorio documental (*UVaDoc*) múltiples proyectos periodísticos elaborados como Trabajo de Fin de Grado, al realizar la búsqueda de estudios previos - incluyendo en los motores de búsqueda los términos ‘CrossFit’ y ‘Cross Training’ - tan solo se mostraron cuatro englobados en el Grado en Dietética y Nutrición Humana y en el Grado en Fisioterapia. Por tanto, se puede decir que hasta ahora ningún alumno perteneciente a la Universidad de Valladolid ha mostrado interés en ofrecer el tratamiento informativo del CrossFit - en general - ni del punto en el que se encuentra esta disciplina - en España -.

Esto convierte a *WOD in Progress* en el primer trabajo académico en el ámbito periodístico centrado en la historia y evolución de esta modalidad deportiva, dando voz a los nuevos perfiles profesionales que han surgido con ella. Para ello, se opta por elaborar el presente proyecto siguiendo el formato conocido como ‘suplemento’: un trabajo periodístico distribuido inseparablemente del diario que lo elabora, caracterizado por incluir contenido complementario cuyo tratamiento goza de mayor análisis y profundidad (Rodríguez, 2016).

1.1.3. Relevancia social

Si bien es cierto que *WOD in Progress* parte de una idea personal motivada por mis ambiciones deportivas y laborales, este suplemento periodístico constituye, a su vez, un medio a disposición del público que les permite conocer una realidad existente (el CrossFit) que no goza de gran cobertura mediática (en España):

Según la Encuesta de Hábitos Saludables (CSD, 2022), el 64% de los participantes asegura sentir interés por el deporte, así como el 47% afirma tratar de mantenerse informado al respecto. Entre los medios empleados para el acceso a las noticias referentes al mundo deportivo la prensa general (29,2%) y especializada (24,2%) se sitúan dentro de los principales espacios utilizados, tan solo por detrás de los grandes canales digitales y audiovisuales como son la televisión, Internet y el teléfono móvil. En total 43 deportes fueron mencionadas en el estudio, ocupando la musculación y la halterofilia el séptimo puesto, con un 17% de participación en el último año, como la actividad más practicada.

Los miles de miembros afiliados a la marca constituyen la clara representación del creciente interés por esta modalidad. Su popularidad ha ido ligada a los múltiples beneficios derivados de su práctica. El impacto que genera sobre el individuo que lo practica se extienden

desde lo físico (el incremento de la fuerza y de la resistencia, la disminución del riesgo de enfermedades y el desarrollo de la autonomía) hasta lo psicológico (diversión a la hora de ejercitarse, sentimiento de pertenencia a la comunidad, aceptación de la imagen personal, especialmente en el caso de las mujeres, y autosuperación).

Los ejercicios pueden adaptarse a las necesidades y capacidades de la persona, convirtiéndolo en una disciplina que abre sus puertas de par en par a todos los interesados - bien en su vertiente orientada a los hábitos saludables, o bien encaminados hacia la corriente competitiva -. Además, uno de los rasgos que más han impulsado su práctica es que carece de la monotonía producida por la repetición de entrenamientos, es decir, estos varían en función de los elementos y los estímulos deseados, siendo diferentes cada día.

Los propietarios de los gimnasios (*boxes*), los entrenadores y los propios atletas conforman la cara más visible del CrossFit. Sin embargo, también cuenta con nuevos perfiles profesionales que se han desarrollado a medida que ha crecido esta disciplina. Con ella han nacido programadores de entrenamientos, agencias de atletas de élite, medios especializados y creadores de contenidos, entre otros. Todo ello orientado a satisfacer las necesidades de un *público* que no deja de crecer.

Pese a que la comunidad del CrossFit en España cada vez es mayor, su cobertura informativa sigue sin llegar a equipararse a la ofrecida a otros campos como son el fútbol o el tenis, quedando al margen de lo mediático - alejado de los grandes medios de comunicación - y obligando a sus seguidores a buscar espacios centrados específicamente en esta disciplina. Ahora bien, acceder a ellos no siempre es fácil: el desconocimiento acerca de los canales disponibles, la falta de tiempo o la sensación de no encontrar lo que se quiere obstaculiza que la audiencia se sienta interesada y atraída por el contenido.

WOD in Progress se plantea con la intención de responder a las preguntas que suscita el CrossFit y que – hasta ahora – no han recibido un análisis profundo acorde al interés existente en la sociedad. Aunque los medios de comunicación (generales y especializados) sí han cubierto determinados aspectos - como pueden ser los grandes atletas españoles y las competiciones nacionales más destacadas - actualmente se carece de un espacio donde se recopile explícitamente cómo fue, cómo es y cómo será esta disciplina en España.

El número de practicantes ha crecido exponencialmente y, con él, también lo ha hecho el interés por mantenerse conectado a todo lo que acontece en esta modalidad deportiva. El presente Trabajo de Fin de Grado se presenta para la audiencia como el canal que le une directamente con la historia y la evolución de esta disciplina, fijando como foco de interés el panorama español.

1.2. Objetivos

WOD in Progress surge con la intención de poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de los cuatro años de estudios del Grado en Periodismo. Aunque constituye el punto final de la formación académica, su origen no se vincula únicamente a ello, sino que nace con el objetivo de permitir el desarrollo personal y laboral mediante la transformación de una idea - originada por las ambiciones individuales - en un proyecto de carácter profesional creado desde cero. Así pues, ¿qué se quiere lograr con *WOD in Progress*?

✚ Desde el punto de vista social:

- **Consolidar el tratamiento informativo del CrossFit:** *WOD in Progress* busca abrir un camino más amplio al Periodismo Deportivo, focalizando su desarrollo hacia disciplinas cuya cobertura aún no alcanza a la de otros deportes.
- **Mostrar en qué punto se encuentra el CrossFit en España:** Esta disciplina ha alcanzado un nivel de éxitos elevados: nuevos y destacados perfiles profesionales, promoción de valores sociales a través de su comunidad y grandes logros competitivos. Pese a encontrarse en un ascenso imparable hacia la cúspide, carece de un impacto mediático acorde.
- **Ofrecer un aire fresco al tratamiento informativo de esta disciplina:** Actualmente la mayoría de los medios que ofrecen su cobertura - generales y especializados - siguen la misma metodología basada en la difusión de contenido genérico y últimas actualizaciones competitivas a través de páginas web. Apostar por el formato impreso, pero al mismo tiempo interactivo, puede considerarse una forma de asentar su presencia mediante el empleo de medios convencionales con

tintes de innovación en consonancia a la ‘era digital’. El CrossFit al alcance de tu mano, y a tan solo un *clic*.

✚ Atendiendo a los propósitos personales:

- **Representación de mis habilidades técnicas, lingüísticas y sociales:** Supone el paso de la ‘teoría’ a la ‘práctica’ a través de un material tangible como es un suplemento periodístico.
- **Realización de un gran proyecto:** Si bien es cierto que a lo largo de la carrera se realizan múltiples trabajos, el presente Trabajo de Fin de Grado se establece como un proyecto individual de gran importancia y magnitud que precisa la búsqueda de ideas, planteamientos y vías para su desarrollo, haciendo frente a los posibles obstáculos que puedan surgir durante su elaboración.
- **Descubrir hacia dónde quiero orientar mi futuro laboral:** Acercarme al periodismo especializado en CrossFit me permite comprender no sólo su funcionamiento, sino también la viabilidad y posibilidades futuras que surgen de esta disciplina.
- **Identificar mis puntos fuertes en las labores periodísticas:** La combinación de redacción con elementos multimedia (audio y vídeo) supone una ayuda para conocer con qué vertiente siento mayor afinidad, de forma que pueda encauzar mis intereses periodísticos hacia ella.

1.3. Fundamentos teóricos-académicos

A la hora de realizar el presente Trabajo de Fin de Grado de carácter profesional he debido aplicar todas las competencias alcanzadas durante los cursos impartidos en el Grado en Periodismo. En este aspecto, cabe señalar como punto de partida la asignatura Innovaciones Tecnológicas Aplicadas al Periodismo al aprender a crear y gestionar contenidos para Internet (*Wordpress*, espacio utilizado en los años restantes, así como durante el desarrollo de las Prácticas Curriculares) y descubrir en ella a qué hace referencia el Periodismo Multiplataforma.

Asignaturas como Radio Informativa y Televisión Informativa me han permitido adentrarme en la producción y edición de material audiovisual empleando herramientas como *Adobe Premiere* y *Audacity*. Asimismo, Fotoperiodismo constituye una pieza básica en la captación de imágenes y vídeos. Estos conocimientos se ven complementados con la que puede considerarse la pata esencial sobre la que se sustenta este producto: la maquetación del contenido (texto e imágenes, así como vídeos y audios a través de la incrustación de Códigos QR) aprendida en Diseño Periodístico mediante la utilización del programa *Adobe InDesign*.

A los conocimientos técnicos mencionados previamente se suman las habilidades lingüísticas, de redacción y de jerarquización trabajadas en la totalidad de las asignaturas. En este ámbito se debe hacer especial mención a las especificaciones señaladas en Periodismo Deportivo, lo que ha posibilitado adecuar el contenido a las necesidades del público.

2. Plan de trabajo

2.1. Preproducción

2.1.1. Cronograma

Imagen 1. Temporalización del proyecto (febrero a julio 2023)



MARZO 2023

SEMANA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
9	27	28	01	02	03	04	05
10	06	07	08	09	10	11	12
11	13	14	15	16	17	18	19
12	20	21	22	23	24	25	26
13	27	28	29	30	31	01	02

ABRIL 2023

SEMANA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
13	27	28	29	30	31	01	02
14	03	04	05	06	07	08	09
15	10	11	12	13	14	15	16
16	17	18	19	20	21	22	23
17	24	25	26	27	28	29	30

MAYO 2023



JUNIO 2023



JULIO 2023

SEMANA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
26	26	27	28	29	30	01	02
27	03	04	05	06	07	08	09
28	10	11	12	13	14	15	16
29	17	18	19	20	21	22	23
30	24	25	26	27	28	29	30
31	31	01	02	03	04	05	06

Fuente: Elaboración propia

- Contacto con el tutor (14 de noviembre). Primera reunión convocada con el objetivo de presentar nuestra idea. En ella aclaramos las posibles dudas que podían ir surgiendo durante el proceso de elaboración y encaminamos los siguientes pasos a cumplir.
- Búsqueda bibliográfica y diseño del proyecto (en verde, 16 de febrero a 14 de marzo). Durante este periodo de tiempo realicé la recopilación de información sobre el CrossFit y la metodología en España. Asimismo, profundicé en los formatos existentes para, finalmente, optar por un formato híbrido que combina el suplemento impreso con contenido creado para un blog digital vinculado a ello.
- Elaboración de los cuestionarios y contacto con las fuentes (en rosa, 16 de marzo a 4 de mayo). Dos meses que constituyen el grueso del proyecto, ya que aquí realicé el primer esbozo de la revista. Una vez distribuido el espacio para el contenido y fijados los objetivos de cada pieza, determiné las preguntas y las fuentes a las que quería entrevistar. Para evitar que se solaparan las reuniones, opté por ir contactando de una en una.
- Elaboración del suplemento escrito (en naranja, 9 de abril a 26 de mayo). Debido a la dificultad de contactar con todas las fuentes por el elevado número de personas, la

distancia y, sobre todo, la coincidencia con una de las competiciones más grandes de CrossFit a nivel mundial – cuyo desarrollo se extiende desde febrero a junio según las categorías – decidí ir redactando y maquetando aquellos artículos de los que poseía toda la información, evitando así su acumulación en el mes de mayo/junio.

Durante la elaboración de las piezas estuve en contacto con mi tutor, de forma que pudiera ir modificando diversos aspectos en relación con la redacción y la maquetación del producto. Así, el 4 de mayo, el 22 de mayo y el 25 de mayo envié el suplemento impreso hasta lograr la versión definitiva el 8 de junio.

- Creación del contenido digital (en azul, del 22 de mayo hasta el 8 de junio). Elaboración y adecuación del blog, montaje del contenido e inclusión de los Códigos QR en el suplemento impreso. En este periodo de tiempo me centré especialmente en la creación de los diversos espacios que iban a albergar las piezas (Wordpress, Instagram e Ivoox), así como el propio producto.
- Creación del perfil de Instagram (31 de mayo): Elaboración de los *posts* y volcado del contenido en la cuenta oficial de *WOD in Progress*.
- Revisión del contenido (8 de junio): Envío de todo el material, así como la memoria del TFG, para su revisión y posterior corrección de errores.
- Corrección de errores e impresión del suplemento (en morado, del 10 al 20 de junio): Modificación de los detalles marcados y sugeridos por el tutor para el envío final tanto de la memoria como del producto.
- Preparación de la defensa (en rojo, del 21 de junio al 2 de julio): Elaboración de la presentación tratando de mostrar el proyecto de forma amena y atractiva siguiendo, por tanto, la filosofía en la que se ha fundamentado su creación.
- Defensa del TFG (en lila, 3 y 4 de julio).

2.1.2. Estado de la cuestión

Para realizar el presente trabajo ha sido preciso realizar una labor de documentación previa que me ha permitido identificar qué aspectos del tema seleccionado ya han sido tratados, en mayor o menor profundidad. Así pues, he recurrido a los portales de producción científica como son *Dialnet*, *Google Scholar* y *PubMed*.

Ante el elevado número de investigaciones presentes en estos espacios, ha sido necesario llevar a cabo un cribado mediante el empleo de términos específicos relacionados con la disciplina: ‘CrossFit’, ‘atletas’, ‘beneficios’, ‘riesgos’ y ‘competiciones’, entre otros. Sin embargo, también he debido ampliar la búsqueda hacia otros ámbitos (‘niños’, ‘adolescentes’, ‘mujeres’ y ‘tercera edad’) de forma que se pudiera ofrecer una visión amplia de lo conocido hasta este momento. A la hora de seleccionar los artículos se ha tenido en cuenta incluir aquellos de habla hispana e inglesa, entendiendo que el CrossFit - nacido en Estados Unidos - tiene mayor relevancia social en los países angloamericanos.

Complementariamente, *The CrossFit Journal* se ha establecido como un espacio esencial para definir qué es y cuáles son los objetivos de esta disciplina. A través de su hemeroteca ha sido posible acceder a las primeras publicaciones lanzadas por el creador de CrossFit - Greg Glassman - en las que se concreta cómo ha sido su nacimiento y evolución. Para ello, se han utilizado términos como ‘fitness’, ‘history’, ‘kids’ y ‘seniors’. La página oficial de CrossFit también ha conformado una pieza importante en la búsqueda de información, atendiendo especialmente al registro de los gimnasios afiliados, las diferentes competiciones y el número de participantes.

Del mismo modo, el análisis de los medios de comunicación españoles que divulgan información acerca de esta disciplina - tanto generales como especializados - se ha realizado accediendo directamente a sus páginas y redes sociales oficiales.

a. Nacimiento y evolución del CrossFit

El CrossFit puede definirse como una actividad física de fuerza y acondicionamiento basada en la realización de ejercicios funcionales a una intensidad elevada. Categorizado dentro del *fitness* como “amplio, general e inclusivo”, se trata de un deporte cuya “especialidad no es la especialización”. Combinando múltiples disciplinas deportivas se logran entrenamientos completos en los que se desarrolla la fuerza y la resistencia de forma conjunta (Glassman, 2004) conocidos como WOD (*Workout of the Day*). Este programa está orientado hacia el desarrollo

de las diez competencias reconocidas en el mundo del *fitness*: resistencia - cardiovascular y respiratoria -, fuerza, potencia, velocidad, coordinación, agilidad, flexibilidad, equilibrio y precisión (Glassman, 2002).

Su origen se remonta a 1995, año en el que Greg Glassman funda el primer gimnasio - o *box* según la terminología de esta modalidad - en Santa Cruz (California), registrando posteriormente la marca en 2001. Entre los rasgos más definatorios de esta disciplina se encuentra su visión global por la que cualquier individuo interesado en ella puede practicarla independientemente de su nivel, edad, género e, incluso, capacidades físicas. La amplia posibilidad de adaptaciones existentes se extiende no sólo a los pesos empleados, sino también a los ejercicios ejecutados: cada movimiento posee una o varias versiones más simples y/o complejas que se adecuan a las necesidades del atleta logrando estímulos similares que con la propuesta inicial (Glassman, 2003).

Este hecho ha generado que el CrossFit se expanda hacia colectivos que, hasta ahora, han evitado su práctica debido al temor y el desconocimiento existente en la sociedad. Durante años se ha perpetrado la creencia de que la práctica de fuerza es contraproducente para el desarrollo de niños y adolescentes. Sin embargo, este mito ha sido paulatinamente desmentido a través de los estudios e investigaciones focalizados en conocer los beneficios y riesgos que puede acarrear su desarrollo.

La *Nacional Strength and Conditioning Association* (NSCA) establece que se trata de una actividad segura que puede contribuir gratamente física y psicosocialmente en el crecimiento de los niños y adolescentes (1996 cit. en Pastor, 2007). Un programa correctamente diseñado y supervisado por profesionales en la materia mejora sus niveles de salud; condición física y rendimiento. Además, el riesgo de situaciones negativas futuras incrementa en aquellos jóvenes que no desarrollan su fuerza y habilidades motrices (Consenso Internacional, 2014).

La variedad de formatos, elementos y ejercicios convierten al CrossFit en una disciplina en la que los entrenamientos varían cada día según los objetivos y estímulos que se tratan de alcanzar en la sesión, aumentando su atractivo a la hora de ejercitarlo. En los últimos años han surgido propuestas de inclusión como parte de la asignatura Educación Física tanto para los alumnos de Educación Primaria como de Educación Secundaria y Bachillerato. Para ello, se han presentado diseños de Unidades Didácticas en las que se plantea su formación mediante esta modalidad.

Si bien es cierto que puede encontrarse con ciertas limitaciones - como la ausencia de instructores con una formación adecuada - el CrossFit se presenta como una alternativa con la que fomentar la práctica de actividades deportivas a través de una aplicación teórico-práctica en la que cobra gran relevancia la integración entre los alumnos (Mellado y Chaverri, 2020). Se trata de una disciplina que goza de una percepción de niveles - altos y medios - no sólo en intensidad, sino también en esfuerzo y diversión (Sánchez-Alcaraz y Gómez-Mármol, 2015). Su carácter innovador y proveniente de lo catalogado como ‘vida adulta’ facilita en cierta medida la aceptación y participación del alumnado, mejorando sus aptitudes en un corto periodo de tiempo, así como generando interés por él dentro y fuera del aula (Fuentes-Lorca, 2016).

Del mismo modo, destaca la presencia de atletas con edades avanzadas dentro de esta disciplina. La práctica de actividades físicas se establece como una pieza fundamental para el correcto mantenimiento de la salud tanto en la juventud como en la vejez. Los programas multicomponentes, que ejercitan la fuerza; la resistencia; la marcha y el equilibrio, así como el entrenamiento específico de la fuerza, han demostrado tener un impacto favorable - físico y cognitivo - en los ancianos frágiles (Izquierdo, Cadore y Casas Herrero, 2014). Asimismo, el CrossFit - basado en los movimientos naturales ejecutados diariamente - se presenta como una vía para alcanzar una mayor funcionalidad a través de la adaptación y el progreso en los ejercicios propuestos, especialmente aquellos centrados en la práctica de la fuerza (Glassman, 2003; 2004).

La participación de las mujeres continúa creciendo pese a la persistencia del ideal tradicional de belleza femenino en la sociedad. Atendiendo a los cánones impuestos con el paso de las décadas, actualmente los cuerpos delgados y firmes se establecen como la figura femenina deseada, extrapolando esta percepción a la infancia y adolescencia (Ruiz y Rubio, 2004) y encontrándose una menor motivación por la musculatura en comparación con los hombres (Medina, 2018). Si bien es cierto que en los últimos años este prototipo se ha acercado al masculino - orientándose en la búsqueda de figuras tonificadas y atléticas - los primeros tratan de alcanzar mayor masa corporal (musculatura), frente a la pérdida de grasa esperada por las mujeres (Flores, 2021).

La combinación de fuerza y resistencia hace inevitable la consolidación de cuerpos tonificados y el incremento de la masa muscular. Estudios como el de Ramírez Espejo (2022) inciden en la revocación gradual (entre las mujeres que practican esta disciplina) de esta

concepción estética, con la consiguiente aceptación de los cambios en su cuerpo. Algunas atletas conciben los *boxes* como espacios libres de prejuicios, pudiendo encontrarse situaciones en las que los miembros alentan el ideal de ‘mujer fuerte’ normalizando, por tanto, la musculatura femenina (Podmore y Paff, 2018). Sin embargo, aún ganan peso en la balanza los estándares de feminidad tanto dentro como fuera del CrossFit.

Tachado como una actividad de riesgo, el análisis de las lesiones sufridas durante la práctica de CrossFit es uno de los campos de investigación más desarrollados. Se trata de una modalidad deportiva cuyo porcentaje de riesgo de lesiones es similar al de otras prácticas mayormente aceptadas por la sociedad, como pueden ser los levantamientos olímpicos, el powerlifting y la gimnasia artística (Santos y Gonçalves, 2019).

Las cifras obtenidas en las investigaciones sitúan el riesgo de lesión entre el 30% y el 40%. Aquellos atletas experimentados que dedican más horas, tanto en entrenamientos como en competiciones, poseen más probabilidades frente a los atletas principiantes (Santos y Gonçalves, 2019; Alekseyev et al. 2020). Asimismo, se reduce el porcentaje de sufrir algún daño gracias a la figura del entrenador que actúa mediante la enseñanza, el control y la guía durante su realización (Weisenthal et al., 2014).

Desde su origen, el CrossFit ha logrado abrirse paso en la sociedad desligándose de los prejuicios y percepciones existentes. Su popularidad ha crecido con el paso de los años, situándose actualmente con más de 14.000 *boxes* afiliados a la marca repartidos en 155 países. A estas cifras se les debe sumar aquellos espacios deportivos destinados al desarrollo del ‘Cross Training’, consistente en la práctica de la misma metodología, aunque sin contar con el registro oficial.

b. CrossFit competitivo

Esta modalidad nació como vía promotora de un estilo de vida saludable mediante el desarrollo físico y funcional de los partícipes. Paralelamente a la vertiente que podría considerarse como ‘CrossFit Salud’ también se ha desarrollado su lado más competitivo. En 2007, doce años después de la apertura del primer *box*, se produce el génesis de las competiciones de esta disciplina. Con el objetivo de encontrar al hombre y la mujer más en forma del mundo - *The Fittest on Earth* - aparecen los *CrossFit Games* en Aromas (California, Estados Unidos).

Con una participación por debajo de 100 competidores - tan solo 70 atletas formaron parte de la primera edición - actualmente se establece como el evento más grande y esperado por la comunidad. Las últimas cifras registradas fijan más de 290.000 inscritos en 2022. Su popularidad ha crecido enormemente propiciando la creación de nuevas categorías atendiendo no solo a la edad, sino también a las posibilidades de los atletas (*Men, Women, Teens, Master, Adaptive y Teams*).

El elevado número de participantes ha desembocado en el establecimiento de varias fases que actúan como cribado hasta la final, en la que los mejores de cada categoría tratan de hacerse con el título. Actualmente cuentan con cuatro estadios: *Open, Quarterfinals, Semifinals* y *Games*. Años anteriores se desarrollaban eventos regionales (*Regionals*), y competiciones sancionadas por CrossFit (*Sanctionals*) que también formaban parte del proceso de clasificación (CrossFit, 2023).

Pese a tratarse de una competición, uno de los factores más destacados es la coexistencia entre ‘competitividad’ y ‘comunidad’. El ejemplo más claro se establece en la primera fase de los *CrossFit Games*: los *Open*. Popularmente conocidos como la ‘fiesta’ o las ‘olimpiadas’ del *fitness*, la organización publica durante tres semanas - anteriormente cinco - los WOD que se deberán completar. La realización de estos entrenamientos se lleva a cabo por todos los *boxes* - afiliados y no afiliados a la marca-, así como por sus miembros independientemente de si participan de forma oficial. Es por ello por lo que se considera un momento de unión en el que juega un papel fundamental la interacción y motivación externa (de la comunidad) en las experiencias individuales (Peachment, 2021).

Los *CrossFit Games* constituyen el germen que ha favorecido la consiguiente creación de competiciones en todo el mundo. Desde pequeños eventos llevados a cabo de forma particular en los *boxes*, hasta grandes certámenes de CrossFit o, en su lugar, ‘Cross Training’ si no cuentan con la licencia de la marca. Además, este ámbito propicia la inclusión de ejercicios y pruebas innovadoras - cada vez más complejas - que posteriormente son adoptadas por la comunidad en sus entrenamientos rutinarios. Esta versión competitiva se encuentra en auge y con ella se ha propiciado el desarrollo y profesionalización de la élite de esta disciplina.

c. CrossFit en España

La llegada del CrossFit a España se demoró ligeramente. No fue hasta 2010 (año aproximado) cuando los primeros atletas comenzaron a practicarlo. Catalogado en un inicio

por algunos como “una moda” e, incluso, como una actividad “muy lesiva”, la comunidad ha demostrado que se trata de una modalidad deportiva que ha logrado arraigarse y crecer ininterrumpidamente. Doce años después de escuchar hablar de esta disciplina por primera vez, cuenta con más de 600 *boxes* afiliados y miles de atletas en el territorio español centrados tanto en su versión más *fitness* como en su variante competitiva.

Se trata de una modalidad que ha consolidado su presencia desde cero haciendo frente a mitos e ideas preconcebidas que han supuesto un obstáculo para su aceptación por la sociedad. Sin embargo, la posibilidad de adaptar los ejercicios propuestos a las necesidades del atleta ha convertido al CrossFit en una de las opciones más demandadas en los últimos años, por jóvenes y personas de edad avanzada, para la realización de ejercicio de forma intensa y divertida.

Es destacable que el interés por esta disciplina no reside únicamente en la ejecución de actividad física necesaria para llevar a cabo un estilo de vida saludable y óptimo. El mundo competitivo también ha logrado abrirse camino en esta modalidad hasta establecerse como una de las principales patas en las que se sustenta su popularidad. Repartidos por todo el territorio español, se organizan pequeños y grandes eventos con la intención de congregarse a atletas - de diferentes niveles y edades - para probar sus capacidades.

d. CrossFit y medios de comunicación españoles

Actualmente se percibe una mayor tendencia en la publicación de artículos relacionados con el CrossFit, pudiendo encontrar a grandes medios de comunicación como son *El País*, *Marca* o *El Periódico* mencionar esta disciplina en sus secciones (generalmente encuadrados en el apartado de ‘Deportes’, aunque también en ‘Ocio’ y ‘Estilo de Vida’) elaborando productos de carácter genérico en los que se presenta la modalidad, así como el impacto positivo y/o negativo que puede generar su práctica.

Diarios deportivos como *Men’s Health* y *Diario AS* han apostado aún más fuerte por la cobertura de esta disciplina ampliando la temática hacia la divulgación de información sobre atletas y eventos no solo atendiendo al panorama internacional, sino también nacional. Esto manifiesta el creciente interés de los lectores acerca del CrossFit.

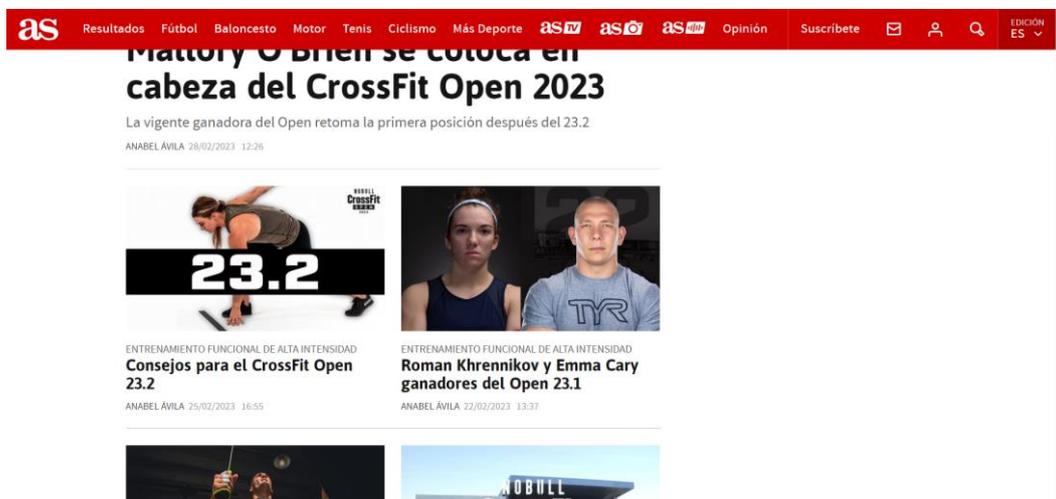
Imagen 2. Sección de CrossFit (*Men's Health*)



Fuente: www.menshealth.com/es/

- La revista especializada en *fitness Men's Health* incluye un apartado exclusivo para el CrossFit, donde se agrupan todas las novedades y artículos genéricos que pueden ser útiles para los lectores. El tratamiento de esta disciplina es visible también en su versión impresa. Es destacable que su página principal-portada cuenta con una sección claramente detallada, facilitando el acceso de la audiencia a toda la información publicada.

Imagen 3. Sección 'Entrenamiento Funcional de Alta Intensidad' (*Diario AS*)



Fuente: www.as.com/

- Por su parte, el diario deportivo *AS* cuenta con Anabel Ávila como colaboradora, siendo la comunicadora de CrossFit más reconocida en el panorama español. Posee una sección propia con el título ‘Entrenamiento Funcional de Alta Intensidad’ dentro del apartado ‘Opinión’. Aunque incluye artículos con un carácter más genérico, la mayor parte de las publicaciones se centran en la actualidad y novedades tanto de eventos como de atletas.

Si bien es cierto que la predisposición de informar sobre el CrossFit es cada vez mayor, su cobertura sigue constituyendo un mínimo porcentaje de los artículos, siendo opacada por deportes con más trayectoria en el país como son el fútbol, el baloncesto, el tenis o el ciclismo. Así pues, este vacío ha propiciado la aparición de medios digitales especializados en el tratamiento informativo de esta disciplina englobada dentro del *fitness*. España cuenta con tres grandes espacios para su difusión:

Imagen 4. Portada del día 11 de marzo de 2023 (*Infowod*)



Fuente: www.infowod.com/

- *Infowod*: Primera revista española que se lanzó a hablar de este nuevo fenómeno. Creada en 2015, su contenido se centra en la publicación de artículos genéricos (nociones básicas, entrenamientos y consejos, entre otros) sobre el CrossFit, la nutrición deportiva y otras disciplinas relacionadas. Asimismo, cubre la actualidad deportiva, priorizando las novedades españolas. Posee un canal en YouTube - *Infowod Somos Deporte* -, pero la actualización de contenido se paró en 2021.

Imagen 5. Portada del blog de Anabel Ávila (*anabelavila.com*)



Fuente: www.anabelavila.com/

- Anabel Ávila: Su blog *anabelavila.com* constituye el medio español más consultado en la búsqueda de información sobre esta disciplina. La propia autora se refiere a ello como un espacio en el que se trata el “entrenamiento funcional” pero que “a pesar de no ser un medio oficial de la marca CrossFit ® (...) es una plataforma para estar al corriente de todo lo que sucede en este sector deportivo”. Sus contenidos cuentan con versión en español e inglés.

Administra un canal de YouTube y diversas redes sociales entre las que cobra gran relevancia el servicio de mensajería instantánea *Telegram* - donde tiene más de 8.300 suscriptores - empleado para trasladar las novedades de forma directa y fomentar la participación de sus lectores. Destaca por su participación en el *Diario AS*.

Imagen 6. Portada del día 11 de marzo de 2023 (*Zona Wod*)



Fuente: www.zonawod.com/

- *Zona Wod*: Revista digital creada en 2018 basada en la cobertura de temas genéricos, así como la actualidad del CrossFit internacional y nacional. Cuenta con un canal en YouTube y una sección de podcast incluida en 2022 donde se llevan a cabo entrevistas a miembros influyentes y destacados dentro del *fitness* y, especialmente, de la comunidad del CrossFit / ‘Cross Training’ en España. En la actualidad constituye la revista digital más seguida.

En los últimos años más aficionados a esta disciplina han creado sus propios espacios para informar sobre todo lo que acontece a rasgos generales en el mundo del *fitness* y, más específicamente, en el CrossFit, como son *Wod in Time* (2022), *Holawod* (2023) y *Crosspancakes* (2023).

Tabla 1. Medios y secciones especializados en CrossFit:

Medio	Género	Formato	Temática predominante	Publicidad	Otras vías de informar
<i>Men's Health</i>	Diario deportivo	Digital / Impreso	Artículos genéricos	Sí	No
<i>Diario AS</i>	Diario deportivo	Digital	Actualidad	Sí	No
<i>Infowod Media</i>	Revista especializada en CrossFit	Digital	Artículos genéricos	No	YouTube (hasta 2021)
<i>Anabel Ávila</i>	Blog especializado en CrossFit	Digital	Actualidad	Sí	YouTube y Telegram
<i>Zona Wod</i>	Revista especializada en CrossFit	Digital	Artículos genéricos	Sí	YouTube y <i>podcast</i>

Fuente: Elaboración propia

e. Situación actual de la prensa en España: Nuevas vertientes en la comunicación.

Según los últimos datos publicados en el Estudio General de Medios (EGM) correspondientes al último trimestre de 2022, los diarios de carácter deportivo continúan estableciéndose como la segunda tipología más consumida por la población, con un ligero incremento en su popularidad con respecto al año anterior - pasando de 1.309.000 a 1.478.000 usuarios - derivado, a su vez, del aumento en el número de lectores de prensa impresa (EGM, 2021; 2022).

Sin embargo, el consumo de suplementos periodísticos se encuentra en una caída ininterrumpida desde 2007 - año en el que se registró más de un 31% de lectores habituales - hasta situarse con apenas un 4,4% de audiencia. Pese a localizarse entre los principales temas de interés para la sociedad española, en este formato la ciencia y la cultura ocupan los primeros puestos dentro de este género dejando fuera los medios centrados en el deporte. (EGM 2007, 2022).

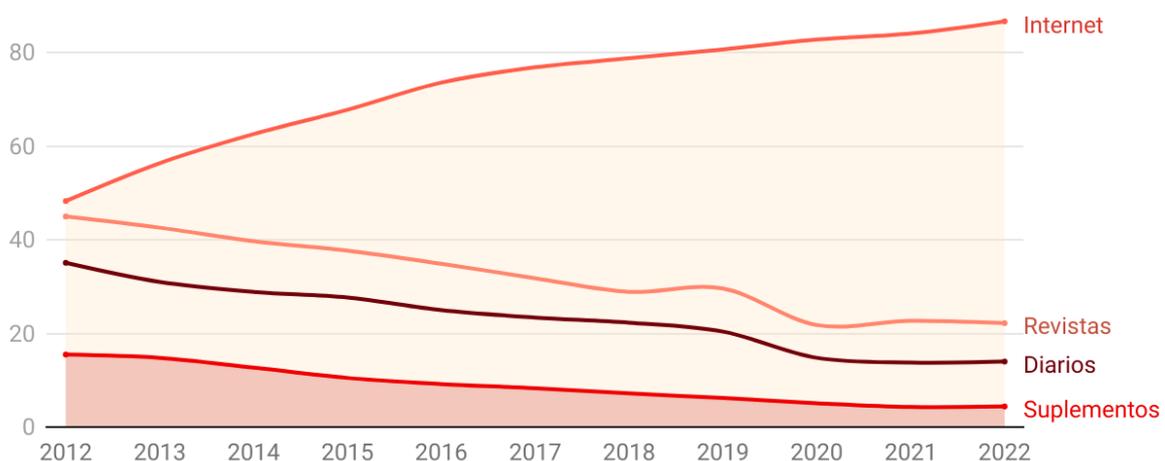
Aun teniendo en cuenta el leve aumento en el porcentaje de consumidores de diarios impresos - de 5.599.000 a 5.641.000 lectores -, los espacios digitales se establecen como el medio más frecuentado. Hasta 2009 la audiencia de la prensa tradicional se había mantenido muy por delante del número de usuarios que recurrían a Internet, tendencia que ha cambiado hasta tal punto de alcanzar el primer puesto, seguido de la televisión (EGM, 2009; 2022).

Los hábitos de consumo informativo están cambiando, orientándose claramente hacia el liderazgo de Internet y los espacios sociales frente a otras vías de comunicación. Tomando como referencia la última década, se puede observar cómo los lectores de los medios impresos han descendido enormemente. Pero también la existencia de un pequeño resurgimiento:

Imagen 7. Evolución del empleo de medios impresos e Internet.

Medios impresos vs. Internet

Datos extraídos de la tercera ola EGM 2012 a 2022.



Lectura en porcentajes.

Gráfico: Sofía Martín • Fuente: EGM • Creado con Datawrapper

Fuente: EGM (2012-2022)

Tras analizar las cifras emitidas por el EGM es evidente que, actualmente, la vía digital cuenta con un alcance mayor. La predisposición de desarrollar todos los proyectos emergentes hacia esta vía - considerándolo como único camino *rentable* - contribuye en la paulatina desaparición de los medios impresos. Si bien es cierto que no supone un crecimiento desmedido, el porcentaje de consumo de revistas, diarios y suplementos ha logrado mantenerse y, en algunos casos, aumentar.

Así pues, se plantea la elaboración de un suplemento interactivo, híbrido, que combina impresión e Internet para ofrecer una experiencia completa al consumidor. Para ello, se opta por desarrollar la narrativa a través de vías complementarias dentro del ámbito de la comunicación.

En la actualidad todos los medios de comunicación cuentan con diversos espacios para la difusión de su contenido. El ejemplo más claro se establece en la posesión de páginas web

para la divulgación de los artículos, así como de redes sociales donde - además de presentarlos ante los usuarios - se fomenta la interacción de la audiencia a través de los comentarios y ‘me gusta’ en las publicaciones. Sin embargo, el Periodismo Multiplataforma se suele asimilar con el *vertido de información*, es decir, la réplica exacta del material en las plataformas disponibles.

Asimismo, en los últimos años ha surgido una nueva vertiente conocida como Periodismo Transmedia. Su nacimiento se vincula a la narrativa transmedia (*transmedia storytelling* según la terminología inglesa) basada en la difusión de una historia a través de múltiples plataformas. Ahora bien, tal y como afirma el teórico Carlos Alberto Scolari, esta divulgación informativa se caracteriza por la presencia de diferentes contenidos - suscitados por la misma trama - pero sobre todo por la interacción de los usuarios al “ser parte de todo el proceso” generando una “periodificación del contenido a tiempo real” (Arrobo, Ruiz, Hinojosa y Marín, 2016).

El presente proyecto surge como un paso entre Multiplataforma y Transmedia a través del que el usuario puede acceder - desde un punto de partida común como es el suplemento impreso/PDF - a contenidos presentes en diferentes plataformas. Aunque sin la activa participación propia de la vertiente Transmedia, el material se complementa conformando historias independientes.

2.1.3. Adecuación del producto

WOD in Progress constituye un producto periodístico que surge con la intención de ofrecer una visión detallada de todos los aspectos que engloba el CrossFit en España precisando, por tanto, el acceso a los miembros y profesionales que lo conforman dentro del ámbito nacional. Se trata de un proyecto que carece de financiación, por lo que el desplazamiento - que garantiza el contacto directo (presencial) - no es posible en todos los casos debido al elevado coste que conlleva.

Sin embargo, este hecho no ha supuesto un impedimento para su realización, sino que, en su lugar, ha promovido la búsqueda de vías innovadoras para su correcto desarrollo, así como la realización de contenidos de calidad e interés para la audiencia a través de nuevos formatos.

a. Viabilidad del proyecto

El presente trabajo constituye un formato híbrido que combina la prensa tradicional con la prensa digital haciendo de ello un producto que puede ser consumido por todos los perfiles de la población permitiendo que, aquellos que muestren o les surja mayor interés por la información presentada, puedan ampliarla a través del contenido audiovisual publicado en el blog. De esta forma se fomenta su participación mediante la utilización del material complementario difundido por diferentes vías de comunicación.

Considero esencial recalcar que el contenido es ‘complementario’, ya que *WOD in Progress* - que sigue la estela del denominado Periodismo Transmedia - quiere romper con la monotonía que puede surgir de consumir la misma información en texto, imagen y vídeo. Así, el material de una pieza concreta creada con un principio y un final (edición impresa) se amplía gradualmente mediante otras pequeñas píldoras periodísticas en diferentes formatos (edición digital).

Ante este hecho se puede decir que se trata de un proyecto completamente innovador dentro del Periodismo especializado en CrossFit ya que, hasta ahora, todos los medios de comunicación, que han nacido con esta disciplina como objetivo central, han decidido emplear la vía digital, utilizando como principal formato la difusión informativa a través de textos completados con imágenes y vídeos.

b. Necesidades técnicas

En este campo se tienen en cuenta los materiales y programas que permiten la realización de *WOD in Progress* atendiendo a los dos principales medios de acceso a las fuentes recurridas. Para llevar a cabo las entrevistas de forma presencial basta con disponer de una cámara réflex - capaz de capturar el contenido y el sonido con calidad - y un micrófono de corbata, de forma que las declaraciones se graben evitando la aparición del ruido en la medida de lo posible.

Por otro lado, es necesario disponer de un ordenador con capacidad para instalar o, al menos, tener acceso a programas de videollamadas y mensajería a través de la red. Pese a que usualmente estos espacios incluyen la opción de grabar las videoconferencias, es recomendable contar con un móvil o grabadora que aseguren almacenar el encuentro completo por si surgen fallos en la conexión. Del mismo modo, cabe destacar el empleo de *Krisp*, una nueva aplicación de acceso gratuito que garantiza la máxima calidad de audio durante la reunión.

Asimismo, se ha de tener acceso a *Wordpress* (creación de la página web para el emplazamiento del material audiovisual) y *Audacity* (edición de los audios) que carecen de coste. Sin embargo, sí lo supone el pack Adobe Systems (*Première*, para vídeos; *Photoshop* para imágenes e *InDesign* para el grueso del proyecto; la maquetación).

c. Capacidades del alumno/a

La realización de *WOD in Progress* requiere de ciertas capacidades, sobre todo referentes al ámbito técnico, para garantizar un producto de calidad. Como bien se ha mencionado previamente, gracias a los conocimientos adquiridos durante la carrera manejo los programas de Adobe Systems, siendo especialmente necesario *InDesign* para la maquetación. En este aspecto cabe señalar la ampliación hacia otros conocimientos más específicos que no han sido impartidos durante mi formación académica, como es la creación de Códigos QR, la utilización de nuevas Inteligencias Artificiales (IA) y el desarrollo de otros campos como el diseño gráfico.

Asimismo, se deben mencionar las habilidades sociales y comunicativas entendiendo que son esenciales durante todo el proceso creativo: desde el primer contacto con las fuentes hasta la transformación de la información en un contenido ameno, interesante y útil para la audiencia. Para ello se precisa soltura a la hora de realizar las entrevistas; la redacción y la difusión del contenido.

d. Ingresos y gastos

Ingresos

Para conocer los posibles ingresos obtenidos por *WOD in Progress* deben tomarse como referencia proyectos ya desarrollados atendiendo a la principal fuente de beneficios: la publicidad. Este trabajo cuenta con dos vías de difusión, por lo que - a la hora de hacer la estimación - se ha recurrido a medios impresos y digitales de temática deportiva especializada en una modalidad que incluyen publicidad en su espacio.

Suplementos impresos¹

1. Suplemento de *Trail Run*, 27 de abril de 2018: *Camino de Santiago. Corriendo por etapas*, en total 36 páginas en las que se ofrece información relativa a la realización de 23 etapas del conocido ‘Camino de Santiago’ corriendo. Se trata de un suplemento con la firma ‘La Sportiva’ como promotora.

En cuanto a la estructura publicitaria se puede observar que tres páginas (núm. 2; núm. 35 y contraportada núm. 36) constan de publicidad a página completa, así como de un reportaje (núm. 14-19) sobre el equipamiento necesario, en el que se incluyen productos de la firma. Cabe mencionar que se cede espacio a la marca de suplementos ‘Eaplus’ (páginas 20 y 21) en formato de entrevista reportajeada. [Acceso al documento](#)

2. Suplemento de *Bike*, 6 de junio de 2022: *Mundo Gravel*, 84 páginas de reportajes y publirreportajes cuyo objetivo es presentar los nuevos modelos y accesorios para bicicletas ‘gravel’.

Si bien es cierto que cuenta con anuncios distinguidos en la página 2 y la contraportada (núm. 84) con una autopromoción de la revista en la 83, la diferenciación de los espacios claramente destinados a anuncios se vuelve algo más compleja al tratarse de una edición cuyo contenido se centra en las múltiples marcas. Aun así, se puede hacer mención al establecimiento de una imagen del producto a página completa y/o faldón, generalmente en página impar. [Acceso al documento](#)

3. Suplemento de *Oxígeno*, 19 de diciembre de 2022: *Las mejores travesías del Pirineo*, proyecto colaboración con la marca de ropa y equipamiento deportivo ‘Lurbel’. En él se presentan diferentes rutas en los Pirineos para aquellos amantes de la travesía por montaña.

Consta de 52 páginas de las que tres de ellas (núm. 2; núm. 51 y contraportada núm 52) se reservan para publicidad a página completa. Se presenta un reportaje sobre diferentes prendas y accesorios desde la página 20 hasta la 25. [Acceso al documento](#)

¹ Acceso a las ediciones a través de la página web: kioskoymas.com

4. Suplemento de *Ciclismo A Fondo*, 7 de marzo de 2023: *Guía de temporada*, suplemento dedicado a la difusión de la información sobre los eventos y equipos ciclistas fijados en 2023. De las 68 páginas que conforman este documento, dos están destinadas a publicidad a página completa (núm. 2 y contraportada núm. 68) y una a la autopromoción de la revista (núm. 67). [Acceso al documento](#)

En este aspecto, supone un hecho significativo la cesión de la página interior de la portada, así como la página interior de la contraportada para el establecimiento de anuncios publicitarios. Se evidencia una tendencia hacia la realización de proyectos como colaboración con marcas vinculadas a la disciplina.

Puesto que no existe un consenso sobre las tarifas publicitarias existentes - marcando el medio de comunicación el precio que estima oportuno - no es posible establecer una conclusión definitiva en este aspecto. Sin embargo, sí se puede mencionar que la publicidad a página completa en suplementos periodísticos supera los 25.000 euros según lo registrado en Oblicua (2023).

Medios digitales especializados

Tanto *Zona Wod* como *anabelavila.com* incluyen *banners* de tamaño estándar horizontales en sus artículos, destacando el primer medio mencionado por establecerlos no solo al final de la publicación, sino también a la mitad rompiendo con la lectura y, por tanto, llamando la atención de la audiencia aún más. Otro formato publicitario empleado por ambos espacios es el emplazamiento de enlaces directos a las páginas oficiales de los productos y/o servicios promocionados a lo largo de la publicación. La tipología utilizada es variada, abarcando desde un botón permanente hasta imitaciones de *pop-ups* cuyas imágenes cambian en bucle.

Pese a constituir espacios con gran influencia dentro de la comunidad española del CrossFit, aún no se ven como medios altamente rentables para las marcas. Es decir, aunque sí cuentan con determinados anunciantes en sus publicaciones, se trata de una tendencia poco habitual al encontrar mayor rédito en la promoción de sus productos y servicios a través de las redes sociales y, sobre todo, los eventos y los atletas. ¿Cómo? Actuando como sus patrocinadores (*sponsors*).

Gastos

Para realizar el presente proyecto se deben tener en cuenta los gastos derivados de su elaboración, entre los que se encuentran los programas necesarios para la edición y producción de los contenidos, así como la impresión del producto atendiendo a la cantidad de ejemplares incluidos en la tirada. Así, los cálculos estimados son:

Aplicaciones y *softwares*

- a. *Adobe InDesign*: 24,19 euros/mes

Accesorios y materiales

- b. Micrófono de corbata: Las opciones más asequibles oscilan entre los 20 euros y los 30 euros en páginas de venta online como Amazon.

Impresión

En la actualidad existe una amplia gama de empresas dedicadas a la impresión de revistas. Tras analizar algunas de las compañías que ofertan estos servicios a través de Internet, el coste para una tirada de 10 ejemplares (Din A4 - 28 páginas) se encuadra alrededor de los 70 euros - según las opciones seleccionadas en relación con la encuadernación, el material y la fecha de envío - pudiendo encontrar espacios con ofertas y/o descuentos que rebajan ligeramente su precio (p.e: *Pixartprinting*) -.

Asimismo, diversas empresas y locales vallisoletanos ofrecen servicios de impresión de revistas. Después de solicitar información a varios de estos espacios, el precio por suplemento (de 28 páginas, a color y con tamaño Din A4) oscila entre los 5,80 y 5,90 euros dependiendo del número de ejemplares de los que consta la tirada (entre 5 y 10), es decir, alrededor de 50 euros en total.

e. Análisis DAFO

El análisis DAFO, o SWOT según el término inglés, se trata de una herramienta estratégica empleada para conocer los aspectos positivos - Fortalezas y Oportunidades - y negativos - Debilidades y Amenazas - de un proyecto, sea cual sea su ámbito de aplicación. De esta forma, se permite la asunción del riesgo o no conforme a las previsiones existentes (Pérez, 2011).

Tabla 2. Análisis DAFO del producto:

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Disciplina sin gran impacto social. - Falta de experiencia en el sector. - Imposibilidad de desplazamiento hacia todos los puntos de España. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ausencia de financiación para costear el proyecto. - Sin publicidad. - Tendencia en la creación de medios digitales especializados en CrossFit. - Desconocimiento de la aceptación para ser difundido a través de los medios existentes.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Capacidades técnicas, lingüísticas y sociales del alumno/a. - Divulgación bimodal: medio impreso y digital. - Realización de las Prácticas Curriculares en un medio especializado. - Práctica de la disciplina por parte del alumno/a 	<ul style="list-style-type: none"> - Creciente interés y, por ende, incremento del público objetivo. - Tema innovador: no se ha profundizado ni en investigaciones ni en medios de comunicación. - Retrato de la disciplina y de su comunidad desmontando mitos y prejuicios.

Fuente: Elaboración propia

2.1.4. Definición del producto

WOD in Progress es un suplemento periodístico (que cuenta con una versión impresa y en PDF, así como con material audiovisual complementario - en formato de reportaje multimedia - al que se puede acceder a través de su página web y redes sociales) cuyo objetivo es retratar, a través de reportajes y entrevistas, cuál es la situación actual del CrossFit en España. Mediante el análisis de este nuevo fenómeno deportivo, se busca conocer en qué punto se encuentra la disciplina en el país y tratar de ver hacia dónde puede llegar.

Como bien se ha mencionado previamente, surgen cada vez más espacios especializados en el tratamiento informativo y divulgativo de esta disciplina. Ante este hecho, el presente proyecto busca la forma de abrirse su camino en un ámbito que comienza a estar copado. ¿Cómo? Concretando el foco de atención en España. Es decir, ofreciendo las caras -

conocidas y no tan conocidas - del CrossFit. La idea de versarlo únicamente en el panorama español radica en la aspiración de acercar este fenómeno - que ha propiciado el auge de nuevos perfiles deportivos y profesionales aún no mostrados - a la población.

¿Qué hace a *WOD in Progress* especial? Se trata de un suplemento que combina las dos vertientes de la prensa - impresa y digital - favoreciendo la inclusión de los contenidos más consumidos por la audiencia (material audiovisual), pero manteniendo los aspectos más tradicionales (material impreso). Todo ello se logra desarrollando el Periodismo Multiplataforma mediante el que un mismo tema encuentra vías complementarias para difundirse. Por tanto, cuenta con:

Formato:

Impreso, pero visible en PDF. Todos los artículos parten de la vía tradicional (mezcla de imágenes y texto) para ser consumidos por los lectores. El hecho de optar por este método radica en que este material es más *imperecedero* frente a las publicaciones vertidas en Internet. Mientras que los contenidos en los medios digitales se *pierden*, quedando en el olvido con facilidad, la impresión de estos posibilita que se recuerden, visualicen y se recurra a ellos en un futuro si se precisa.

Hasta ahora, ninguno de los medios existentes ha optado por la prensa tradicional. De este modo se acerca el CrossFit hacia la audiencia que no recurre a los espacios digitales para la obtención de información.

- ❖ Medidas: Din A4 (cuartilla) de 28 páginas de información. El modelo 0 (Trabajo de Fin de Grado) carece de espacio para la publicidad. En caso de que el presente proyecto se convierta en un producto de mercado, se analizaría el incremento a 32-34 páginas para permitir su inclusión.

Blog digital. Se emplea la difusión de contenido a través de la red mediante la página *Wordpress*. Esto se debe a que, viviendo en la ‘era digital’, no hacerlo supone desaprovechar todas las oportunidades que ofrece Internet. Ante este hecho, se incluyen múltiples Códigos QR con los que el lector puede acceder al material audiovisual - publicado en el blog - para ampliar la información si lo desea. En él se puede encontrar:

- a. Presentación de los atletas, creadores de contenidos y/o marcas participantes.
- b. Galería multimedia.

- c. Vídeos que muestran la percepción de la comunidad.
- d. Audios y vídeos de las entrevistas.
- e. Acceso a una lista de reproducción con las canciones que ‘definen’ el CrossFit en España.

Público objetivo:

El *target* se fija principalmente en las personas aficionadas a la disciplina, entendiendo que el interés por conocer la trayectoria del CrossFit en España se concentra en aquellos que lo practican. Por ello, su difusión podría realizarse vinculada a los medios digitales especializados mediante la descarga del formato PDF, así como un suplemento impreso de los diarios deportivos cuya temática gira en torno al mundo del *fitness*.

Contenido:

El objetivo es representar la situación del CrossFit en España, por lo que los temas tratados se centran en las diversas figuras que forman parte de este fenómeno deportivo para dar respuesta a tres preguntas esenciales: ¿Cómo ha sido su evolución hasta ser tendencia en auge? ¿Cómo se percibe su futuro? ¿España es, o podrá ser, un país destacado en esta disciplina?

Se trata - en forma de reportajes y entrevistas - la trayectoria de esta disciplina deportiva, dando cabida a los mitos y prejuicios existentes, así como voz a los diferentes perfiles profesionales que han llegado dados de la mano. Para ello, se debe recurrir a:

- a. Atletas pertenecientes a las diferentes divisiones (*Élite, Teens, Masters, Adaptive*).
- b. Programadores y entrenadores.
- c. Creadores de contenidos.
- d. Marcas, organizaciones y profesionales dedicados al CrossFit.
- e. Comunidad, incluyendo a los atletas que, aunque de forma no profesional, también se dedican a esta modalidad.

Tabla 3. Guion inicial del proyecto:

Tema	Suplemento impreso	Contenido digital
Inicios del CrossFit en España	Entrevista a los pioneros Antonio Aguirre - Natalia Díez	Audio entrevistas
CrossFit para todos	Mitos. <i>Teens - Masters - Adaptive</i>	Audio entrevistas
CrossFit y mujeres	Mitos: el sexo débil. Atletas y comunidad	Vídeo: Mujeres y músculos
CrossFit competitivo.	¿Hacia dónde vamos?: Atletas y programaciones	Imágenes y presentación atletas
Creadores de contenidos	Origen. ¿Se puede vivir íntegramente del CrossFit?	Galería multimedia
Medios de comunicación	¿Es viable dedicarse al periodismo especializado en CrossFit?	
CrossFit futuro	¿España es/será un país de referencia?	Audio entrevistas
CrossFit España convertido en música		<i>Playlist Spotify</i>

Fuente: Elaboración propia

Publicidad:

Puesto que se trata del Trabajo de Fin de Grado, no se destina espacio para el emplazamiento de anuncios publicitarios. Sin embargo, se ha de plantear la posibilidad de que *WOD in Progress* se convierta en un proyecto cuyo interés periodístico suscitado le lleve a ser un suplemento de gran tirada. Ante este hecho, se recurriría a marcas relacionadas con la disciplina: desde materiales y accesorios hasta suplementos, programaciones y *boxes*.

Tirada:

El modelo 0 contará con una tirada de diez ejemplares. Al igual que sucede con el apartado ‘Publicidad’, si el presente proyecto llega a salir hacia delante debería estudiarse el alcance del medio interesado para realizar la impresión del producto acorde a ello.

Periodicidad:

¿Por qué un suplemento? El objetivo es mostrar a la audiencia la situación actual de esta disciplina en España. Es evidente que el producto debe tener un principio y un final establecido en una única edición, careciendo de la periodicidad propia de los diarios o revistas. Sin embargo, puede dar lugar a publicaciones futuras en las que se profundice en cómo ha avanzado, tomando como punto de partida este proyecto.

2.2. Producción

Después de haber sopesado y definido claramente qué es y cómo iba a llevar a cabo *WOD in Progress* comencé a darle forma mediante la elaboración de los cuestionarios de las entrevistas planificadas. Esto me permitió organizar no solo la temática que iba a tratar (haciendo un primer borrador de la disposición de los artículos evitando que la información fuese repetida a lo largo del suplemento), sino también a la hora de fijar las diferentes entrevistas que iba a llevar a cabo. Para ello, prioricé los encuentros atendiendo a:

- La dificultad de acceso a la fuente, encontrando en este campo a aquellos atletas y/o profesionales cuyo contacto iba a ser más complejo debido al elevado número de seguidores o la carencia de una vía de mensajería directa. Por este aspecto, dos de las entrevistas no se pudieron realizar.
- El momento de la temporada en CrossFit, puesto que se está llevando a cabo la competición más importante a nivel mundial (desde febrero hasta agosto) debí tener en cuenta las fechas relevantes para cada categoría tratando de establecer las entrevistas en días que no trastocaran a las fuentes. Ante este hecho, cuatro de las personas escogidas no pudieron participar en la elaboración del proyecto.

Asimismo, el contenido multimedia vertido en los medios sociales y digitales puede dividirse en dos grandes grupos:

- *Podcast*: Obtenidos por la grabación de las diferentes entrevistas. El encuentro con Pelayo Ramos y Carmen Pérez se llevó a cabo *in situ*, por lo que tuve que desplazarme hasta su lugar de trabajo (The Monkey Box, en Valladolid).

- Vídeos: Para la realización del reportaje audiovisual ‘Qué es femenino’ contacté con diferentes atletas de Valladolid para que respondieran a una serie de preguntas relacionadas con la idea de belleza femenina tradicional y el papel de la mujer en CrossFit. Para la grabación de las declaraciones me desplazé hasta el gimnasio The Monkey Box. Opté por emplear diferentes escenarios para no dar lugar a una sensación de monotonía. Asimismo, contaba con los vídeos capturados por Marina Gallego durante el *Machete Camp*, celebrado en el mismo box los días 14, 15 y 16 de abril de 2023.

El apartado centrado en la creación de contenido también cuenta con diferentes vídeos publicados en el perfil de Instagram de *WOD in Progress*. En este caso, han sido cedidos directamente por sus autores, careciendo de ningún tipo de edición o modificación por mi parte.

Tabla 4. Contacto con las fuentes:

Entrevistado	Fecha	Artículo	Medio
Natalia Díez	24 de marzo	Origen del CrossFit en España	Impreso/digital
Antonio Aguirre	28 de marzo	Origen del CrossFit en España	Impreso/digital
The Fittest Cameramen	30 de marzo	Creación de contenido	Impreso/digital
Alexander Anasagasti	31 de marzo	Atletas españoles	Impreso/digital
Pipo del Couto	31 de marzo	Origen del CrossFit en España	Impreso/digital
Marina Gallego	10 de abril	Creación de contenido	Impreso/digital
Daniel Lozano	12 de abril	Creación de contenido	Impreso/digital
Xabier Osa	13 de abril	Categoría Adaptive	Impreso/digital
Pelayo Ramos	19 de abril	Atletas españoles	Impreso/digital
Carmen Pérez	21 de abril	Atletas españoles	Impreso/digital
Adrián Morales	3 de mayo	Nutrición y suplementación	Impreso/digital
Ismene Oyanguren	4 de mayo	Atletas españoles	Impreso/digital
Jennifer Vloria	12 de mayo	Mujeres en CrossFit	Digital
Irene Barrios	12 de mayo	Mujeres en CrossFit	Digital
Paula Caballero	12 de mayo	Mujeres en CrossFit	Digital
Irene Miguel	15 de mayo	Mujeres en CrossFit	Digital
Sara Álvarez	21 de mayo	Mujeres en CrossFit	Digital

Fuente: Elaboración propia

2.3. Post-producción y edición del producto

La edición del material recopilado durante los meses previos se debió realizar atendiendo a los canales en los que iba a ser difundida:

- ✚ Contenido del suplemento impreso: He debido hacer uso de dos programas básicos entre los que se encuentra, el ya mencionado, *Adobe InDesign* y *Canva*. Paralelamente a la realización de las entrevistas comencé a redactar los diferentes artículos que conformarían el producto, agilizando el trabajo y evitando que quedara información perdida por el camino. A medida que iba completando las piezas se las enviaba a mi tutor para proceder a su corrección, lo que me permitió modificar la maqueta en varias ocasiones para mejorar su estilo.

Si bien es cierto que la idea inicial era emplear el *software Adobe Photoshop* – por haber aprendido a utilizarlo en la carrera -, *Canva* ofrecía las mismas herramientas con la posibilidad de continuar trabajando desde cualquier espacio y dispositivo. Ante este hecho, decidí utilizarlo para la edición del material más visual que sería incorporado en la maqueta (como son la portada y la contraportada, el logo, el sumario y los artículos editoriales). Cabe destacar que estas piezas fueron los rediseños más grandes que sufrió *WOD in Progress* con el objetivo de que fuesen más llamativas, ya que las versiones iniciales eran especialmente *planas*. Otros aspectos menos relevantes que sufrieron ciertas alteraciones fueron las tipografías escogidas, así como el número de columnas o la adecuación de las imágenes y el texto a los márgenes.

- ✚ Contenido del blog: Una vez había recopilado toda la información (4 de mayo) procedí a la creación del espacio digital donde se incluirían los vídeos y los podcasts de los entrevistados. Tras acondicionar la página principal y estructurar cómo iba a presentar el material comencé con la edición de los audios empleando como medio el programa *Audacity*.

A lo largo de todo el proceso de producción y postproducción he hecho uso de la herramienta de Inteligencia Artificial (IA) *Krisp*. Este programa permite la eliminación del ruido que puede originarse durante las videoconferencias - como el eco o las interferencias -, así como emplearse directamente desde la grabadora en el caso de aquellas entrevistas realizadas *in situ*. Si bien es cierto que en un primer momento había

optado por el empleo de la IA denominada *Nvidia*, requería un *software* extremadamente potente e incompatible con el material del que disponía.

Edité el grueso de las entrevistas con cuidado de no alterar las respuestas de los participantes (tratando de mantener su naturalidad y objetivos, eliminé únicamente los espacios en blanco y/o las preguntas realizadas para otros usos como es, por ejemplo, la creación de las *playlists* de Spotify). Finalmente redacté las entradillas y los cierres para incluirlos con la música seleccionada.

Al finalizar la post-producción de las doce entrevistas me centré en la elaboración del mini-reportaje ‘¿Qué es femenino?’ en el que se incluyen las declaraciones de las atletas participantes tanto en audio como en vídeo. Para ello hice uso del programa *Video Maker* que cuenta con todas las herramientas necesarias para la unión y edición de imágenes, así como *Audacity* para la edición del audio. Se ha de mencionar que la creación de las *playlists* en Spotify se realizó de forma conjunta a las entrevistas.

✚ Volcado del contenido: La incorporación del material en el blog fue una tarea relativamente fácil en el caso de los *podcasts* (habiendo creado una cuenta en *Ivoox*, tan solo debí incrustar el enlace y acondicionar la publicación con una pequeña presentación del entrevistado y un enlace a su perfil de Instagram). Sin embargo, encontré una gran dificultad cuando trataba de incluir los vídeos: la versión gratuita de *Wordpress* no me permitía subirlos directamente. La solución viable venía de mano de las redes sociales. Al igual que pude enlazar las cuentas personales de los atletas y profesionales participantes, también podría hacerlo si *WOD in Progress* contase con su propia representación en este medio digital.

Así, creé un perfil (con su consiguiente elaboración de los *posts*) en los que presentar todo el contenido y, especialmente, difundir los vídeos. Esta contrariedad se convirtió en un aspecto realmente positivo puesto que pude añadir un enlace directo al blog, la posibilidad de descargar el PDF del suplemento e interactuar con la comunidad del CrossFit a través de un espacio oficial.

3. Conclusiones

La elaboración del trabajo partía de unas ambiciones personales, pero también del deseo de alcanzar una serie de objetivos de carácter social. *WOD in Progress* es ya un proyecto real, dotado de forma y significado. Así pues, una vez finalizada su elaboración se ha de constatar si la finalidad presentada previamente se ha cumplido o si, en su lugar, las expectativas fijadas se escapaban de mi alcance.

- **Consolidar el tratamiento informativo del CrossFit:** No. Si bien es cierto que *WOD in Progress* se establece como un espacio donde la cobertura de esta disciplina es su eje central, su espectro de acción es muy reducido. Tan reducido que apenas puede llegar a mi círculo más cercano y, en el mejor de los casos, que los propios participantes lo compartan entre su entorno. Para poder hablar de una ‘consolidación’ real se precisa más tiempo y más proyectos que aboguen por ello.
- **Mostrar en qué punto se encuentra el CrossFit en España:** Sí. Atendiendo a que esta metodología abarca múltiples campos, en el presente proyecto se profundiza en la percepción y evolución de atletas, entrenadores, programadores, comunicadores y creadores de contenido. Aun así, la comunidad es muy grande por lo que la visión ha podido verse acotada por la elección de las fuentes.
- **Ofrecer un aire fresco al tratamiento informativo de esta disciplina:** Sí. Hasta ahora ningún espacio destinado a la difusión de información relativa a esta disciplina ha aunado audio, vídeo y prensa tradicional en un mismo proyecto. En una era donde queremos saber más, pero al mismo tiempo nos agobia la sobreinformación, *WOD in Progress* se establece como un medio donde el público decide hasta cuando continuar. Además, rompe con la monotonía que puede suscitar presentar el contenido en un único formato.
- **Representación y desarrollo de mis habilidades técnicas, lingüísticas y sociales:** Sí. Durante todo el proceso (partiendo de la preproducción hasta la edición final del material y su posterior difusión) he debido hacer uso de todas mis capacidades, no solo en cuanto a redacción o composición, sino también sociales. Además, he debido aprender y desarrollar habilidades en nuevos campos – especialmente en el uso de plataformas y *softwares* – favoreciendo mi crecimiento personal.

- **Realización de un gran proyecto:** Sí. Se trata de un suplemento que ha precisado el trabajo y el esfuerzo que no habían alcanzado otras prácticas - de carácter menos relevante - llevadas a cabo durante el Grado en Periodismo: el surgimiento de la idea, su creación y la búsqueda de soluciones durante su desarrollo (en este caso, mediante la búsqueda de tutoriales y/o profesionales que pudieran explicar el funcionamiento de determinados programas para después poder aplicar el aprendizaje en *WOD in Progress*).

- **Descubrir hacia dónde quiero orientar mi futuro laboral:** Sí. Aunque ya existía alguna idea en mi cabeza, la realización del presente trabajo me ha ayudado a confirmar a qué me gustaría dedicarme después. Teniendo en cuenta que siento una gran afición por hablar y escribir sobre esta disciplina, me ha permitido saber a ciencia cierta que su tratamiento informativo se establece como la principal vía que trataré de tomar una vez haya finalizado la carrera.

- **Identificar mis puntos fuertes en las labores periodísticas:** Sí. *WOD in Progress* cuenta con piezas escritas, audios y vídeos. Durante su elaboración he sido consciente de qué aspectos se me dan mejor o con cuáles siento mayor afinidad y comodidad y, por lo tanto, realizo con mayor rapidez. Una lista encabezada por la redacción de artículos (con su consiguiente maquetación, aspecto que no había tratado con profundidad hasta ahora pero que me ha llamado enormemente la atención), seguido muy de cerca por la elaboración de entrevistas en formato *podcast*.

Podemos decir que *WOD in Progress* ha cumplido con las expectativas propuestas a rasgos generales. Más aún si tenemos en cuenta que, gracias a él, he podido ser consciente de cómo funciona la creación de un proyecto desde cero, empleando tan solo los materiales disponibles (a los que se puede tener acceso sin coste) y haciendo frente a las dificultades que surgían a medida que se realizaba. Así pues, se establece como un claro ejemplo de que cualquier idea puede salir hacia delante si realmente se cree en el producto que se está diseñando.

4. Referencias bibliográficas

Alekseyev K., John A., Malek A., Lakdawala M. Verma N., Southall C., Nikolaidis A., Akella S., Erosa S., Islam R., Pérez-Bravo E. y Ross M. (2020). Identifying the Most Common CrossFit Injuries in a Variety of Athletes, *Rehabilitation Process and Outcome*, 9: 1–9. PubMed, <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1179572719897069>

Anabel Á. (2023). *anabelavila.com*, recuperado el 11 marzo de 2023, de <https://anabelavila.com/>

Arroba J.P., Ruiz J., Hinojosa M. y Marín I. (2016). Periodismo transmedia en España. Una oportunidad ante la crisis, en *I Congreso Internacional de Periodismo. Convergencias mediáticas y nueva narrativa latinoamericana*. Dialnet, <https://bit.ly/3Po1iFB>

Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), *Estudio General de Medios*. Extracción de datos desde 2007 hasta 2022, recuperado en marzo de 2023, de <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Consejo Superior de Deportes (2022). *Encuesta de Hábitos Deportivos 2022*, recuperado en marzo de 2023, de <https://bit.ly/3CkT7C0>

Consenso Internacional. (2014). Posicionamiento sobre el entrenamiento de fuerza en jóvenes. Consenso Internacional de 2014, *Archivos de medicina del deporte: revista de la Federación Española de Medicina del Deporte y de la Confederación Iberoamericana de Medicina del Deporte* 31(169), 111-124. Dialnet.

http://archivosdemedicinadeldeporte.com/articulos/upload/rev02_160.pdf

CrossFit. (2023). *About the Games*, recuperado en marzo de 2023, de <https://games.crossfit.com/about-the-games>

CrossFit (2023). *Open Leaderboard 2023*, recuperado en marzo de 2023, de <https://bit.ly/3Cjn3yx>

CrossFit. (2023) *What is CrossFit*, recuperado en marzo de 2023, de <https://www.crossfit.com/what-is-crossfit>

CrossFit. (2023) *Inside the Gym*, recuperado en marzo de 2023, de <https://www.crossfit.com/gyms>

Fuentes-Lorca, A. (2016). La aplicación del CROSSFIT en el ámbito escolar. *Riccafd: Revista Iberoamericana de Ciencias de La Actividad Física y El Deporte*, 5(1), 1–17. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5882251.pdf>

Flores I.M. (2021). *El ideal de belleza internalizado y las presiones sociales en imágenes corporales en jóvenes de 18 a 25 años* (Trabajo de Integración Final, Pontificia Universidad Católica Argentina). <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/15144/1/ideal-belleza-internalizado-presiones.pdf>

Glassman, G. (abril, 2004) Foundations, *The CrossFit Journal*. <https://bit.ly/3X381Gr>

Glassman, G. (febrero, 2003) Seniors and Kids, *The CrossFit Journal*. <https://journal.crossfit.com/article/seniors-and-kids-2>

Glassman, G. (marzo, 2004) What is CrossFit?, *The CrossFit Journal*. <https://journal.crossfit.com/article/what-is-crossfit-2>

Infowod (2023). Portada, recuperado el 11 de marzo de 2023. <https://infowod.com/>

Izquierdo M., Cadore E.L. y Casas Herrero A. (2014). Ejercicio Físico en el Anciano Frágil: Una Manera Eficaz de Prevenir la Dependencia, *Journal Kronos*, 13(1). Dialnet. <https://bit.ly/3NoGbRO>

Medina J.A. (2018). Imagen corporal: realidad, percepción y deseo, y su relación con su evaluación multidimensional y la motivación muscular, *Psychology, Society, & Education*, 10(3), 251-263. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6767111>

Mellado, A., & Chaverri, D. (2020). Incorporación del crossfit en el aula de educación física. *Revista Internacional de Deportes Colectivos*, 42, 32–43. Dialnet.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7385711&orden=0&info=link>

Men's Health (2023). Portada, recuperado el 11 de marzo de 2023.

<https://www.menshealth.com/es/>

Oblicua Medios. (2023). *Publicidad en Revistas*, recuperado en marzo de 2023:

<https://www.oblicua.es/publicidad/publicidad-revistas.htm>

Pastor, F.J. (2007). El entrenamiento de la fuerza en niños y jóvenes. Aplicación al rendimiento deportivo, *Journal of Human and Exercise*, 1(2), 1-9.

<https://www.redalyc.org/pdf/3010/301023486001.pdf>

Peachment, B.T. (2021). Friends and Foes: Exploring How Community and Competition Coexist within the CrossFit Games Open (Trabajo de Fin de Máster, Facultad de Kinesiología y Gestión Recreativa - Universidad de Manitoba). <https://bit.ly/3CnFMJb>

Pérez J. (2011). Óbito y resurrección del análisis DAFO, *Avanzada Científica*, 14(2), 1-11. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3701384>

Podmore, M., Ogle, J.P. (2018). The lived experience of CrossFit as a context for the development of women's body image and appearance management practices. *Fash Text* 5(1). Springer Open. <https://doi.org/10.1186/s40691-017-0116-y>

Ramírez A.A. (2022). *Significados de feminidad en mujeres que practican CrossFit*, (Tesis Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú). <https://bit.ly/3Cp7i9k>

Ruiz M. y Rubio A. (2004). La influencia de los medios de comunicación en las imágenes femeninas. Actitudes, hábitos y comportamientos de las mujeres con respecto a la belleza y el cuerpo, *Clepsydra*, 3, 89-107. <https://bit.ly/3JvJmVN>

Sánchez-Alcaraz, B.J. y Gómez-Mármol, A. (2015) Percepción de esfuerzo, diversión y aprendizaje en alumnos de educación secundaria en las clases de Educación Física durante una

Unidad Didáctica de CrossFit, *SporTK: Revista Euroamericana de Ciencias del Deporte*. Vol.4(1) 63-68. Dialnet.

<https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/46834/1/239841-838181-1-SM.pdf>

Santos, T. y Gonçalves, G. (2019). CrossFit: Injury prevalence and main risk factors, *SciELO Brazil*. <https://www.scielo.br/j/clin/a/4FtbB77jTQtQgPmt4KrBjJy/?format=html>

Bike (2022). *Mundo gravel*. Kiosko y Más. <https://lectura.kioskoymas.com/bike-suplemento-bike/20220606>

Ciclismo a fondo (2023). *Guía temporada 2023*. Kiosko y Más.

<https://lectura.kioskoymas.com/ciclismo-a-fondo-suplemento-ciclismo-a-fondo/20230307>

Oxígeno (2022). *Las mejores travesías del Pirineo con Lurbel*. Kiosko y Más.

<https://lectura.kioskoymas.com/oxigeno-suplemento-oxigeno/20221219>

Trail Run (2018). *Camino de Santiago. Corriendo por etapas*. Kiosko y Más.

<https://lectura.kioskoymas.com/trail-run-suplemento-trail-run/20180427>

Rodríguez, M. M. (2016). El gran reportaje en los suplementos dominicales de los diarios de información general, (Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información). <https://eprints.ucm.es/id/eprint/41644/1/T38540.pdf>

Wiesenthal, B.M; Beck, C.A.; Maloney M.D.; DeHaven K.E. y Giordano B.D. (2014), Injury Rate and Patterns Among CrossFit Athletes, *The Orthopaedic Journal of Sports and Medicine*, 2(4). PubMed. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2325967114531177>

Zona Wod (2023). Portada, recuperado el 11 de marzo de 2023, de

<https://www.zonawod.com/>

5. Anexos y material complementario

Acceso a los perfiles de *WOD in Progress* y contenido en bruto

ANEXO 1. ENLACE AL BLOG

<https://wodinprogressp.wordpress.com>

ANEXO 2. ENLACE INSTAGRAM

<https://www.instagram.com/wodinprogress.esp/>

ANEXO 3. ENLACE IVOOX

<https://go.ivoox.com/sq/2009044>

ANEXO 4. ENLACE SPOTIFY

<https://bit.ly/42vOhww>

ANEXO 4. ENTREVISTA A NATALIA DÍEZ

<https://drive.google.com/drive/folders/1iIFmOKZWcoCaobOekiKAj5Fu2y6iQKJU?usp=sharing>

ANEXO 5. ENTREVISTA A ANTONIO J. AGUIRRE

https://drive.google.com/drive/folders/1g5u7qmgzZbTSXYNiDUotqdGVI8W8kh0?usp=drive_link

ANEXO 6. ENTREVISTA A THE FITTEST CAMERAMEN

https://drive.google.com/drive/folders/192IbyK0KJ4URsuZo4DOiOP5k6JvPPnO?usp=drive_link

ANEXO 7. ENTREVISTA A ALEXANDER ANASAGASTI

https://drive.google.com/drive/folders/1t0LRBhFopI252yjMNb9u5kvZilf_MqJq?usp=drive_link

ANEXO 8. ENTREVISTA A PIPO DEL COUTO

https://drive.google.com/drive/folders/1u3gc6yI-Nn2n6kEPxX1ZWBvw-SMXLaWQ?usp=drive_link

ANEXO 9. ENTREVISTA A MARINA GALLEGO

https://drive.google.com/drive/folders/1qb1eTeY5pXIoM7T4enX6ctJeA3r18C?usp=drive_link

ANEXO 10. ENTREVISTA A DANIEL LOZANO

https://drive.google.com/drive/folders/1VKFXnkpQ5Tk3HmNZZadKluiWKppkeeEE?usp=drive_link

ANEXO 11. ENTREVISTA A XABIER OSA

https://drive.google.com/drive/folders/1Xwfl5Ovfqym5sJNLFyOMglq4KJhisbR?usp=drive_link

ANEXO 12. ENTREVISTA A PELAYO RAMOS

https://drive.google.com/drive/folders/1TH7AOYFn93JBg216pU8u6qlWDS24gnkb?usp=drive_link

ANEXO 13. ENTREVISTA A CARMEN PÉREZ

https://drive.google.com/drive/folders/1OHFK2NB0DnmNIublObcRH_c64wX6u7RJ?usp=drive_link

ANEXO 14. ENTREVISTA A ADRIÁN MORALES

https://drive.google.com/drive/folders/160e3l4a7MQ5upibEg2FZMaaxkOQPTbOd?usp=drive_link

ANEXO 15. ENTREVISTA A ISMENE OYANGUREN

https://drive.google.com/drive/folders/1FEwHg7W45ml4OiqmLoC2As-_RJJd8FMG?usp=drive_link

ANEXO 16. ENTREVISTA A JENNIFER VILORIA E IRENE BARRIOS

https://drive.google.com/drive/folders/1jXJYhDd1VHRiRLuUJGddHf1YmUfRjfa4?usp=drive_link

ANEXO 17. ENTREVISTA A PAULA CABALLERO

https://drive.google.com/drive/folders/1J1AOVY1MoU8qkyZQuyna0RkDiwLT5rX7?usp=drive_link

ANEXO 18. ENTREVISTA A IRENE MIGUEL

https://drive.google.com/drive/folders/1kuOs0XuPmKyyLOt57jqe7YA8B1nO_b8l?usp=drive_link

ANEXO 19. ENTREVISTA A ELISA ROMERO

https://drive.google.com/drive/folders/1S9uqbVUKxnUHQR_gzCL4bh11V1ZHfubK?usp=drive_link

ANEXO 20. ENTREVISTA A SARA ÁLVAREZ

https://drive.google.com/drive/folders/1Yb2BVM3YmgSXdGBikWd5VmxoRswVB9y2?usp=drive_link

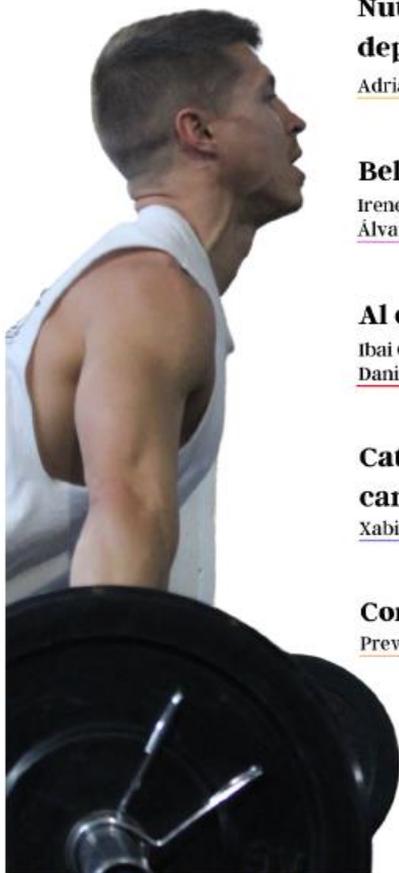
ANEXO 21. ENLACE AL SUPLEMENTO EN VERSIÓN PDF

https://drive.google.com/drive/folders/1wXhp_JRTHWJ7SX85qN4l26_til_-_tiv?usp=sharing

ANEXO 22. REPRODUCCIÓN DEL SUPLEMENTO *WOD IN PROGRESS*



SU MA RIO



Ejecución de una arrancada. / Fotografía WIP.

Origen del CrossFit en España Natalia Díez, Antonio Aguirre y Pipo del Couto	4
Nuevas vías de comunicación Daniel Sánchez, CEO de <i>Infowod</i>	7
Atletas españoles Alexander Anasagasti, Carmen Pérez, Pelayo Ramos e Ismene Oyanguren	9
Nutrición y suplementación deportiva Adrián Morales, Eat8Move y Uperform	13
Belleza femenina Irene Miguel, Irene Barrios, Jennifer Vitoria, Sara Álvarez y Paula Caballero	17
Al otro lado de la pista Ibai Ojeda, Gonzalo Echevarría, Marina Gallego y Daniel Lozano	18
Categoría <i>Adaptive</i>: En busca de cambios Xabier Osa	21
Con la mirada clavada en el futuro Previsiones sobre su evolución	25



De ayer a hoy

A ti, lector, que probablemente te hayas preguntado qué es *WOD in Progress*. Si eres aficionado al CrossFit estoy segura de que su nombre es un término al que estás habituado. Pero, si ha llegado a ti por azar, no es de extrañar que te encuentres casi más perdido que antes de tenerlo en tus manos. En cualquier caso, permíteme presentarte el por qué de este espacio.

¿Es una revista? ¿Un nuevo diario especializado? ¿Un panfleto de propaganda? Como dirían los niños que juegan a buscar un tesoro indicando *caliente* o *frío*, podría decirse que estás en *territorio templado*. Se trata de un trabajo de una única edición sobre el CrossFit (o Cross Training, en el caso de los espacios no afiliados a la marca), tomando como punto de partida el panorama español.

Un esbozo con palabras

Frente a ti está el primer espacio que trata de descubrir cómo ha sido la evolución de esta metodología, rastreando sus inicios y siguiendo sus huellas hasta lo que hoy vemos con nuestros propios ojos. Que intenta conocer hacia dónde se dirige. Que ilustra su camino a través de la experiencia de atletas y profesionales.

Una realidad

¿Qué lo hace especial? Es la constatación directa de una comunidad que se apoya. Si de algo no tenía ninguna duda es que todos estarían dispuestos a ser partícipes. A formar parte.

Descubrid y disfrutad de cómo ha sido, es y será en España.

Sofía Martín

Momento previo al levantamiento de un *snatch*.
Fotografía WIP.

Un *Big Bang* en el mundo del fitness



Atleta durante un WOD. / Fotografía cedida por Natalia Díez.

Su llegada supuso una revolución interna en todo lo conocido hasta entonces. Una partícula minúscula, con apenas unos pocos focos en todo el país, estalló. Se multiplicó y extendió a una velocidad inesperada incluso para los primeros que descubrieron este fenómeno, que aún no sabían que podría llegar a denominarse como tal.

Porque, como quien dice, en un *abrir y cerrar de ojos* el CrossFit apareció en España para reinventar el fitness tradicional, que pedía un cambio de aires desde hacía tiempo. Su origen se remonta a Greg Glassman y la creación del primer box en Santa Cruz (California, Estados Unidos). Una semilla

que no tardó en brotar y dar sus frutos: el interés por esta nueva disciplina no solo había crecido en la ciudad que la vio nacer, sino que se atrevió a cruzar el charco tomando todas las direcciones posibles.

Tic tac, ya ha llegado

En la primera década de los 2000 escuchar el término *CrossFit* ya comenzaba a ser habitual. Aunque sin la fuerza de la que hoy goza, había llegado a hacerse eco en prácticamente todos los rincones. Tal fue su impacto que Antonio J. Aguirre, más conocido como Nono, (1982, Almería) y Natalia Díez (1981, Madrid), dos de las figuras más representativas de la marca en España, lo conocieron fuera. El descubrimiento fue fortuito con

ORIGEN DEL CROSSFIT EN ESPAÑA

Australia y Estados Unidos, respectivamente, como testigos directos de su unión con esta disciplina.

Nuevas ambiciones

El CrossFit también logró dar sus primeros pasos en España. Eso sí, con zancadas más inciertas causadas por la falta de espacios para su desarrollo, la ausencia de un conocimiento generalizado en la sociedad y el rechazo de los fieles seguidores del fitness clásico.

Lejos de achantarse, comenzó a abrir su camino: CrossFit Canarias albergó el primer *Level 1* (Seminario para Entrenadores) en 2010. No más de treinta personas se reunieron con el afán de conocer los principios básicos de esta metodología para su uso particular o la creación de nuevos boxes con los que continuar sembrando sus semillas. Así lo relataba Felipe del Couto (1979, Ourense). Conocido como Pipo, fue uno de los pocos españoles - junto con Nono - presente en el curso.

“Descubrir el CrossFit fue una de estas cosas rocambolescas” (P. del Couto)

Por entonces el número de afiliados y, sobre todo, de fanáticos no llegaba a superar las dos centenas. Aun sabiendo de que era “completamente revolucionario”, según expresaba Pipo, la duda por saber si llegaría a ser algo más cobraba peso.

Natalia, que sabía desde su vuelta



Primer Seminario (Level 1) celebrado en CrossFit Canarias. / Fotografía cedida por Pipo del Couto.

de Estados Unidos que quería dedicarse a ello, vivió en su propia carne esta incertidumbre ante una realidad que no se correspondía con sus deseos. Ahora, trece años más tarde, es inevitable hablar de un *boom*. Del estallido de esa minúscula partícula y su transformación en más de 600 boxes y miles de seguidores.

¿Qué tiene el Crossfit?

Hay quienes dicen que se trata de una disciplina que te engancha. No. No es por la búsqueda de un sufrimiento exhaustivo que te lleva a límites sobrehumanos (aunque, en cierta medida, sigue persistiendo ese mito). Entonces, ¿qué es lo que atrae tanto? Nono tenía la respuesta clara: la reconexión con el cuerpo, con la actividad física, con aquello que se había perdido por el camino y que había sido sustituido por un sedentarismo altamente vinculado al trabajo. “La relación y

WOD IN PROGRESS



Natalia Diez, pionera y miembro de la marca CrossFit en España, impartiendo la técnica de *snatch* durante un seminario. / Fotografía cedida por Natalia Diez.

el uso del cuerpo pasa a un segundo plano”, pero “al final nos hemos dado cuenta de que el ser humano está hecho para eso. Forma parte de nuestra naturaleza”. Es entonces, tal y como aseguraba, cuando aparece como defensa frente al desplazamiento de lo corpóreo.

“Es el mejor ejemplo de lo que es volver a usar el cuerpo” (A. Aguirre)

Esta metodología, de pretensión no solo deportiva sino también nutricional, goza de un pilar “muy poderoso”, afirmaba Natalia. Todo aquel al que se le plantea esta cuestión alude a ello sin pensárselo.

Su comunidad. Pequeña, familiar y completamente cercana, aviva el sentimiento de pertenencia y constituye, consciente e inconscientemente, un

empuje hacia la evolución y el alcance de las metas que nacen de las ambiciones personales. El CrossFit, más allá de la definición oficial establecida por el propio Glassman, podría explicarse según las palabras de Natalia: “Es una especie de oasis, dentro de cada día, en el que lo que hacemos es reforzar nuestra persona y nuestra personalidad”.

¿Hasta dónde va a llegar?

La partícula dejó de ser pequeña. Esa explosión inicial dio paso a un universo que continúa creciendo ininterrumpidamente una década después. Y es aquí, justo en este momento, cuando la teoría de los astrónomos Hubble y Humanson empieza a calar.

¿Nos encontramos ante lo que estos estudiosos denominaban *expansión constante*? Toca esperar porque solo el tiempo será capaz de descifrarlo.

Cuando las noticias empiezan a tener alas

En medio del apogeo afloraba una necesidad que se encontraba latente desde el mismo momento en el que el CrossFit llegó a España: la obtención de respuestas ante las preguntas que suscitaba este nuevo fenómeno.

Ahora apenas basta con teclear su nombre, o el de cualquiera de los movimientos que forman parte de esta disciplina, para encontrar infinidad de páginas que versan sobre ello. Sin embargo, la multitud de pestañas que hoy se abren en el navegador eran prácticamente impensables hace una década.

La información disponible en la

página oficial de CrossFit no bastaba para satisfacer el deseo de descubrir todo lo que abarcaba esta metodología tan innovadora, lo que propició la creación de foros en plataformas sociales, como es Facebook.

A medida que se sumaban seguidores, la falta de espacios que lo tratasen mínimamente se hacía cada vez más evidente.

Los grupos de Facebook actuaban como hilo conductor entre sus aficionados.

Germen en España

En 2015 Daniel Sánchez puso en marcha el primer medio de comu-



Teba Siles y Daniel Sánchez trabajando juntos en una cafetería. La imagen corresponde a 2017, dos años después de la creación de *Infowod*. / Fotografía cedida por Daniel Sánchez.

WOD IN PROGRESS

cación (no oficial de la marca) especializado en la cobertura de esta disciplina. *Infowod*, una ambición personal que pronto cobró forma. Daniel trasladó su idea a Teba Siles, quien no dudó en mostrar su apoyo uniéndose al proyecto (convirtiéndose, por tanto, en socia co-fundadora).

El paulatino incremento de la audiencia era la traducción directa del creciente interés social

Él desde Málaga y ella desde Marbella, trabajaban desde diferentes cafeterías que parecían unirlos pese a la distancia real que los separaba. ¿Cómo? Ya no sólo por los *hashtag* (*#oficinasquemolan*, *#oficinasinfowod*) que utilizaban en sus redes sociales, sino también por el fin compartido: acercar esta metodología a la sociedad española.

Infowod, que nació para dar voz a una realidad que ya se arraigaba con fuerza en España, constituye uno de esos primeros conductores que han promovido la construcción de una red centrada en su tratamiento informativo. Actualmente se puede recurrir a blogs, diarios digitales y espacios de retransmisión en directo.

Abanico informativo ampliado

Pese a que se trata de una disciplina que goza de un gran atractivo, su rentabilidad mediática no ha logrado

alcanzar a la de otros deportes. Las publicaciones de estos espacios, en su mayoría de temática general con tintes de actualidad, demuestran que focalizarse expresamente en ella no se establece como una opción viable (por el momento). Se han visto obligados a desplegar sus raíces hacia otros campos del mundo del fitness, que guardan una íntima relación con la metodología, debido a la carencia social de hábitos en su consumo.

Aun habiendo tenido que abrir sus horizontes, estos espacios continúan caracterizándose y siendo reconocidos por la esencia que desencadenó su creación. El CrossFit se establece como punto de partida y final.

¿Quién está detrás?

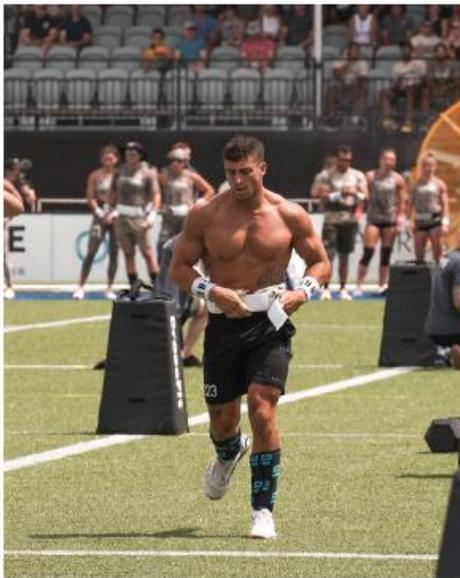
Las noticias sobre el CrossFit viajan cada vez más rápido. En apenas unos segundos tenemos frente a nosotros sus últimas novedades. Presionas en una página y *eh voilà*. Ahí tienes todo. Pero, ¿quién se encarga de que nuestra búsqueda sea tan fácil?

Expertos en comunicación, marketing y diseño han marcado el cauce a seguir para el desarrollo de un nuevo perfil: el comunicador de CrossFit. Esta variante, encuadrada dentro del Periodismo Deportivo, trata de hacerse hueco, de profesionalizarse y establecerse como una posible vía de la que poder vivir.

For time: Llevar el CrossFit a lo más alto

Como un río que rebasa las piedras que se pone en su camino, el CrossFit ha logrado sortear la nube de incertidumbre que lo envolvía. Y, es más, se ha colado por toda grieta que encontraba, calando por completo en una sociedad que ha terminado por convertirlo en parte de ella. Tanto como para que esta metodología lleve por apellido *estilo de vida*.

Hay quienes lo han adoptado como un *hobby* más que les permite disfrutar al mismo tiempo que ejercitarse y desarrollar hábitos saludables. Pero, también, hay quienes se han



Atleta en el campo durante los CrossFit Games 2022. / Fotografía cedida por Alexander Anasagasti.

involucrado tan a fondo que su día a día versa en esta disciplina, produciéndose el salto de *aficionado* a *profesional*. Como entrenador. Como programador. Como atleta. Han centrado sus esfuerzos en un WOD casi más difícil que los propios entrenamientos propuestos: consolidar y desarrollar al máximo el CrossFit en España.

“Hago esto por amor al arte. Porque nos gusta sufrir. Porque tenemos objetivos en mente” (A. Anasagasti)

Haciéndose un hueco

Desde que *CrossFit* dejó de ser un nombre desconocido para los españoles, los atletas encontraron en su camino una bifurcación que algunos de ellos decidieron tomar. Alexander Anasagasti (1991, San Sebastián) ya había estado cultivando el gimnasio y las artes marciales. Ismene Oyanguren (2006, San Sebastián) tenía una larga trayectoria como gimnasta deportiva. Y tanto Pelayo Ramos (1992, Valladolid) como Carmen Pérez (1985, Santander) habían curtido una gran carrera dentro del rugby profesional.

Abandonar su *camino amarillo* para embarcarse de lleno en otra disciplina (nueva, con poco tirón y que

WOD IN PROGRESS

carecía de grandes perspectivas futuras) fue una decisión relativamente fácil de tomar pese a su aparente complejidad. ¿Por qué? Porque desde el primer momento, en un ambiente que se caracterizaba por el rechazo social a la metodología, ellos contaban con un entorno que permanecía a su lado. Que aceptó y apoyó su determinación.

Sacrificios por un bien mayor

Sin duda, se trata de una senda empedrada donde hay que arriesgarse para conseguir lo que tanto se desea. Así lo demostró Carmen, quien tuvo que abandonar su clínica de fisioterapia para dedicarse íntegramente a su preparación para los CrossFit Games.

Ser un atleta de élite “no quiere decir que tengas que estar amargado

y decir que *no* a todos los planes”, consideraba Anasagasti. Pero tener la vista clavada en lo más alto conlleva “mucho tiempo y muchos altibajos que ponen a prueba tu mentalidad”. Aún así, todos han abogado por alcanzar con sus propias manos el objetivo que antes se avistaba tan lejano.

“Dejar una parte de mi trabajo ha sido el mejor cambio. Gano un poco menos de dinero. Pero he ganado en calidad de vida, de entrenamiento, de felicidad” (C. Pérez)

Recogiendo sus frutos

La evolución del CrossFit ha ido dada de la mano del enorme incremento en el nivel de las habilidades,

Una disciplina, varias generaciones

La magia del CrossFit reside en que absolutamente todos tienen cabida. La edad, limitante social (a nivel mental más que físico) ha pasado a ser un número sin importancia. Cualquier persona puede practicarlo. Es una vía - de entretenimiento, de salud, de escape - que no lleva etiquetas.

Aunque las categorías *por edades* no tienen una visibilidad equivalente a aquellos considerados la *élite*, su eco está cobrando potencia. Es una luz que ya no tintinea, sino que se

ha convertido en un foco de interés.

“Se borran todos los problemas. Solo estás en el entrenamiento”

(I. Oyanguren)

Ejecutado por las *nuevas* y *viejas* generaciones, es, sin duda, el medio ideal para combatir ese estigma concebido por la sociedad tradicional que divide el deporte según sea o no sea apropiado para lo que se considera “tu edad”.

los ejercicios y los pesos exigidos. Un *correcaminos* seguido muy de cerca por un *coyote* personificado en los *crossfitteros*. ¿Más dificultad? Pues no han dudado ni un segundo en imponerse más trabajo y perfeccionamiento. Un esfuerzo que se ha traducido en grandes éxitos dentro del panorama nacional. E internacional.

“España ahora mismo está subiendo un montón. Es de los países más emergentes” (P. Ramos)

Las yemas de los dedos están rozando la cima. Han ido dejando su huella durante el ascenso y la cúspide ya no es un sueño inalcanzable. Durante el 2022 Pelayo logró un pase para el French Throwdown, Anasagasti e Ismene participaron en los Games (dentro de las categorías *Teams* y *Teens* 14-15, respectivamente) y Carmen subió al podio del Wodapalooza tras hacerse con el tercer puesto.

Esta tendencia parece no tener freno. La representación española en la edición de los CrossFit Games 2023 se ha disparado: ocho atletas han conseguido su billete para Madison. Se trata de una cifra que, hasta ahora, su comunidad no podía prácticamente imaginar.

¿Vivir por y para el CrossFit?

La percepción general ha cambiado. Su carácter profesional se ha desa-



Atleta de la categoría *Masters* 35-39 realizando un *clean* durante los *Open* 2023. / Fotografía cedida por Carmen Pérez.

rollado, pudiendo decirse que ha ganado peso dentro del mundo deportivo. Sin embargo, es un diamante todavía por pulir. Ser *crossfitter* continúa siendo “un privilegio reservado para unos pocos”, tal y como expresaba Anasagasti.

Aún con dificultades derivadas por la profesionalización poco asentada - siendo una modalidad que permite vivir solo “el día a día”, afirmaba Pelayo -, la fuerza que ejerce sobre ellos es mayor, llevándoles a esforzarse para que el CrossFit español llegue a todos los puntos del globo.



Engranaje en funcionamiento

Es innegable que el nivel del CrossFit en España ha despegado en los últimos años. Las partes que conforman este *cohet*e deportivo encajan a la perfección.

Con base en el interés social, las posibilidades en su desarrollo se han multiplicado a gran velocidad. Más entrenadores, más atletas, más objetivos. Y, también, más programaciones. Estas últimas, que bien podrían considerarse su *gasolina*, establecen los bloques y los ciclos de entrenamiento, lo que permite que todos alcancen sus metas.

Cimientos fijados

Estos proyectos han cobrado gran relevancia dentro del panorama, llegando a ser considerados una de las partes fundamentales en el desarrollo de la disciplina. Sus servicios abarcan la programación de boxes y atletas. Ahora bien, su característica más destacada es que se amoldan a los objetivos de cada usuario. A ellas recurren aquellos que buscan un mayor nivel de exigencia, pudiendo encontrar desde *amateurs* hasta la élite de este deporte.

¿Cuál es el secreto para ser considerada *buena*? Su éxito se asienta sobre dos pilares: contenido y ambiente. Para Alexander Anasagasti, creador de Training Culture, es necesario que sea variada y que trate

de alcanzar el “*crossfitter* balanceado”. Por su parte, Pelayo Ramos, de Machete Program (Cross Training), afirma que “la propia pizarra no es tan importante como el entorno que tengas”, donde los entrenadores y el grupo se establecen como piezas fundamentales.

Nacimiento variopinto

La materialización de una idea en una programación tangible se produjo durante un paseo por el monte y tras la realización de varios entrenamientos particulares después de impartir clases en un box.

Origen diverso, pero con un denominador común: son proyectos personales (alentados por un grupo de amigos igual de fanáticos) que buscaban dar un paso más y compartir aquello que les ayudó a mejorar.



Programación de Cross Training, Machete Program. / Fotografía WIP.



Alto voltaje, lema de la marca de suplementación deportiva UperForm. / Fotografía cedida por Adrián Morales.

Adrián Morales: “Sea cual sea tu objetivo, la nutrición juega un papel fundamental”

Niños, jóvenes y mayores. Principiantes, amateurs y profesionales. Hombres y mujeres. El CrossFit constituye una de las modalidades deportivas con más variedad de usuarios que lo practican, lo que promueve en gran medida el afán por mejorar sus hábitos saludables.

Natalia Díez, miembro de la compañía en España, afirmaba que se trata de una metodología con “pretensiones nutricionales”. Y es que, salud y rendimiento van ligados, entre otros, a un correcto aporte energético. Algo así como tener las *pilas cargadas*. Para Adrián Morales (1988, Murcia) este hecho es innegable. Dedicado desde hace cerca de diez años a los servicios de nutrición deportiva, hace tres decidió especializarse en esta metodología. Un “valor diferencial” que se ha transformado en la creación de Eat&Move (nutrición) y UperForm (suplementación).

¿Ha sido fácil abrirse camino dentro del panorama?

Ha sido una apuesta personal y, evidentemente, si las cosas no hubiesen ido hacia delante, hubiese hecho que cambiase de rumbo. Es un depor-

te que está en expansión y aquí el crecimiento es importante de forma anual. Además, creo que hacemos bien nuestro trabajo, sino no hubiese sido posible. Emprender en España no es fácil, pero es bastante gratificante. Pero que nadie se engañe: ha sido, es y seguirá siendo difícil. Es algo que entendemos que forma parte del proceso.

¿Cuál es el papel que desempeña la nutrición y suplementación dentro del CrossFit?

Es fundamental tener una buena base nutricional antes de empezar a pensar en suplementos. En función de tus objetivos y necesidades tendrá un



Servicios nutricionales y de suplementación: análisis corporal

NUTRICIÓN Y SUPLEMENTACIÓN DEPORTIVA

carácter más enfocado hacia la promoción de la salud o a cubrir esas necesidades específicas de la competición y el entretenimiento.

Rendimiento y salud van de la mano de una nutrición adecuada. La suplementación va a ayudar a entrenar mejor en algunos contextos. Es parte de la ecuación. Pero la ecuación es muy compleja.

“La nutrición forma parte de todo progreso ya no solo a nivel deportivo, sino de marcadores de salud”

¿Vuestros servicios están orientados solo a la competición o también a otros ámbitos?

Eat&Move abarca todo el abanico en el espectro del deportista: la persona



l de la atleta. / Fotografía cedida por Adrián Morales.

que está empezando, el *amateur* y el competitivo. Es cierto que en redes sociales hemos dado mucho protagonismo al atleta de élite. Toda esa parte es muy llamativa a la hora de comunicar en redes sociales, pero más del 50% de nuestros usuarios son deportistas *amateur*.

Uperform también va un poco en ese sentido. Nuestros productos están diseñados para el deportista con una implicación más avanzada, pero poco a poco hemos conseguido abrir el abanico y cubrir muy bien todos los niveles y objetivos.

¿Has notado un incremento en el interés por mejorar a nivel nutricional?

En el interés general, totalmente. La nutrición es una pata fundamental en la promoción de la salud. Y la actividad física; otra. La gente nota beneficios y mejoras mucho más rápidas que cuando solo tienen en cuenta una de las dos.

“Es un proceso educativo. Una inversión que haces en un momento determinado pero que sirve para sentar unas bases”

El CrossFit tiene una comunidad que genera mucha tendencia. Ahora se han puesto de moda programaciones un poco más exigentes. El usuario normal se anima y es más consciente de la importancia que tiene contro-

WOD IN PROGRESS

lar su nutrición. En los últimos años hemos notado que hay más personas dispuestas a contratar servicios de nutrición.

En el caso de la suplementación, ¿se ha ido reduciendo el rechazo a su consumo?

Depende un poco de dónde nos movamos. Antes había mucho recelo y muchas personas que no entendían el papel de la suplementación deportiva. De 2016 a hoy ha cambiado mucho la percepción, pero te diría que sigue existiendo una parte de la población que la ve como algo innecesario.

“Hay más información, transparencia y honestidad en el sector. Y eso repercute en la confianza”

Hay una generación de nutricionistas y divulgadores que están haciendo una labor muy importante para hacer entender que hay determinados productos y determinados contextos que hacen que su uso sea interesante, o pueda tener una justificación.

¿Crees que es esencial practicar CrossFit para dar los servicios?



16



Elena Carratalá, atleta patrocinada por Uperform. / Fotografía cedida por Adrián Morales.

No creo que sea indispensable, pero sí que practicar el deporte, haber sido competidor y conocer los momentos importantes del año hace que tengamos una visión mucho más completa de las necesidades del usuario. Tengo compañeros que hacen un trabajo excelente y nunca han pisado un box.

A mí me ayuda a saber si lo que propongo es realista, qué necesidades hemos identificado para luego buscar soluciones y recomendarlas al resto, qué momentos son importantes y cómo deberíamos intentar llegar a ellos. Conocer el deporte desde dentro te da una ventaja.

“Se pueden obtener grandísimos resultados sin hacer cosas absurdas”. Su filosofía *full tank* y el cuidado de los productos ofertados han hecho que el brócoli y el rayo sean símbolos más que reconocidos dentro del panorama español.

Opinión

Irene Miguel: “La feminidad es una actitud”



Abrazo entre los miembros del equipo al finalizar un WOD durante la competición de Cross Training Pamplona Arena Games. / Fotografía cedida por Sara Álvarez.

CrossFit a través del objetivo



El atleta Nordi Mohand tras finalizar uno de los eventos propuestos en la competición de Cross Training La Rioja Arena Games. / Fotografía WIP.

¿Cómo se ve el CrossFit? es una pregunta simple. Incluso podría llegar a ser calificada de ingenua. “Con los ojos. ¿Con qué si no?”

Si bien es cierto que la vista nos capacita para contemplar a los atletas realizando los movimientos, se puede decir que todo ello cobra un verdadero significado cuando las personas y los ejercicios que se encuentran ante nosotros pasan a formar parte de algo más grande que la mera ejecución. Cuando el WOD se convierte en una historia.

De cero a cien

La progresiva incorporación de este

fenómeno deportivo ha fijado dos grandes protagonistas, que han pasado a ser las caras más conocidas, dentro del panorama nacional. Por un lado (como es obvio) la propia metodología y, por el otro, los atletas que se basan en ella. Sin embargo, con el paso de los años se ha consolidado una nueva figura que nos acerca todo lo que sucede en la pista como si nosotros mismos la pisáramos. Son los fotógrafos, encuadrados dentro de la denominada *creación de contenido*, que se encargan de capturar la esencia del CrossFit.

No hay cuadro sin artista

En 2021 Marina Gallego (1997, Manzanares) comenzó a mostrar in-

AL OTRO LADO DE LA PISTA

terés en este campo. Septiembre de ese mismo año pasó a ser un momento clave en la vida de Daniel Lozano (1992, Madrid) al realizar su primer trabajo en el box de un amigo. Mientras tanto, The Fittest Cameramen surgía en los *Quarterfinals* de 2022 de la mano de Ibai Ojeda (1994, Bilbao) y Gonzalo Echevarría (1996, Bilbao). Sin poder fechar exactamente *cuándo* en el calendario, sus inicios suponen la representación de un nacimiento reciente y un crecimiento explosivo.

“Hace dos años me dicen que ahora me llaman para grabar contenido y hubiera dicho: mentira”

(M. Gallego)

Eventos, boxes y marcas recurren a ellos en busca de expertos capaces



El atleta Inaxio Illarramendi gana el heat en la competición Basque CrossFit Txapelketa. / Fotografía WIP.

de ofrecer a su audiencia, de forma visual y llamativa, su contenido. El papel desempeñado por los creadores de contenido va más allá de la captación y edición de imágenes. Saben que su trabajo se vuelve (aún más) fructífero con el paso del tiempo. Logran “un retorno indirecto”, tal y como afirmaba Daniel.

Reconocimiento en proceso

En la era digital, no estar en redes sociales es sinónimo de no existir. Ceder tiempo, espacio y dinero en profesionales que elaboran contenido atractivo para el público supone invertir en tu (y su) crecimiento. Pese al *poder* que ostentan en sus manos, se trata de una figura que no goza de un reconocimiento expreso. La sociedad no está habituada a su presencia, lo que ha propiciado en más de una ocasión el conflicto con la pretensión de *gratuidad* suscitada por su carácter incipiente.

“La gente no llega a valorar dónde estás, cómo estás y lo que sabes. Son aspectos que todavía están creciendo” (I. Ojeda)

La percepción de “solo es hacer un par de fotos” va siendo desechada ante la correspondencia al esfuerzo que realizan estos trabajadores. Ya lo decía Gonzalo: “Si hay un pequeño cambio de mentalidad en eso, creo que sería fácil que hubiera más de

WOD IN PROGRESS

una persona viviendo de la creación de contenido de CrossFit”.

En España solo unos pocos, como Daniel (Responsable de Marketing dentro de la cadena Wezone CrossFit), pueden dedicarse expresamente a la elaboración de contenido. Esto les lleva a compaginarlo con otros trabajos, obstaculizando su aspiración de ocuparse *full-time* a ello. En su mayoría, los beneficios que obtienen por la cobertura de esta disciplina se destinan al material y equipamiento fotográfico.

“Era una puerta que nos podía llevar a sitios que como atletas no íbamos a llegar” (G. Echevarría)

Sin fronteras

Dedicarse a disciplinas más artísticas, como son la fotografía y la videografía, suele señalarse al tiempo que se afirma que “con eso no vas a llegar a ningún lado”. Sin embargo, te pueden llevar muy lejos. Tan lejos como a Miami, Dubai o Berlín, donde Daniel Lozano y The Fittest Cameramen viajaron para cubrir grandes competiciones con el apoyo de las marcas y los atletas que confiaron en su talento.



20



Ibai Ojeda y Gonzalo Echevarría. / Fotografía cedida por The Fittest Cameramen.

Ideas con nombre propio

El paso de *freelance* a proyectos consolidados supone una muestra de la profesionalización en la creación de contenido. Así, la marca de Ibai y Gonzalo cuenta con alrededor de seis miembros, dependiendo del evento. Del mismo modo, Daniel y Marina han pasado a formar parte del nuevo equipo audiovisual Kaizen Estudio Creativo (del japonés “cambio” y “bueno”) creado en 2023.

Sus conocimientos sobre la metodología les anticipa a los movimientos. Ellos, mejor que nadie, saben cómo y cuándo disparar. Junto a su señal personal, como es Marina y el empleo de música urbana o The Fittest Cameramen con su búsqueda de la canción perfecta, les ha permitido dejar huella y constancia no solo de su esencia, sino también del CrossFit. ¿Cómo? Contando sus historias a través de imágenes en vez de palabras.



Ejecución de un WOD de competición. / Fotografía cedida por Xabier Osa.

Xabier Osa: “Queremos demostrar que también se puede ser un atleta de élite y hacer cosas increíbles”

Tras su regreso a España tenía claro que quería continuar practicando la disciplina que acababa de conocer en Estados Unidos. Pero sus aspiraciones con el Strongman se vieron frenadas por la imposibilidad de realizarlo en el gimnasio de su pueblo.

Como obra directa del destino fue precisamente esto lo que le permitió conocer el CrossFit, esa metodología caracterizada por ser para todos.

Xabier Osa (1992, Deba) volvía a casa sin saber que ahora su mobiliario serían los racks, las barras y las mancuernas. Que ahora *casa* sería también sinónimo de *box*. Reconocido en el ámbito nacional e internacional, ha participado en numerosas ocasiones dentro de la Categoría *Adaptive* en Extremidad Superior. Ahora, bajo el lema “Adaptive is not Scaling” y con el apoyo de miles de atletas, ha alzado su voz para luchar por cambios en su tratamiento y planteamiento. Busca que se les

WOD IN PROGRESS

considere atletas del nivel para el que invierten todo su trabajo y esfuerzo: la élite.

En tus inicios, ¿contabas con los medios, y los conocimientos para la adaptación de los movimientos?

Había cosas que sí, por entrenar Strongman, pero cuando empecé en CrossFit no tenía ni idea. Cada vez que veía un movimiento, para mí nuevo, le *dábamos al coco* entre mi gente y yo. Fue de tener que adaptarnos nosotros las cosas en el momento.

“Un box de CrossFit es comunidad. Y mi comunidad siempre me ha apoyado”

¿Tuviste que hacer frente a prejuicios que afirmaban que no podías dedicarte al CrossFit?

No. Sí que cuando llegué, por ejemplo, por primera vez al gimnasio de Strongman o al box de CrossFit creo que los *coaches* y los dueños pensaban: “Ostras, a ver cómo entreno a este chico”. Pero rápidamente me ven y mi actitud es de tener camino recorrido. Que no va a ser un problema. La verdad es que comentarios negativos no he tenido. Creo que me he rodeado de gente que desde el primer momento ha confiado en mí.

¿Cómo percibes tu evolución?

Empezamos con ilusión, agradecidos



Xabier Osa, organizador de Basque CrossFit Txapelketa, pres

por la oportunidad y dispuestos a enseñar de lo que somos capaces. El segundo año nos pusieron *Semifinals*. Una fase más y, si alguien invierte tiempo en ti, es porque le importas. Fuimos y me dio un poco de rabia porque noté que estábamos haciendo lo que se esperaba de nosotros.

Este año nos han quitado las *Semifinales*. ¿No somos atractivos para el público? ¿Están dando un paso atrás? ¿Qué está pasando? Voy ahí y quiero dar el *show*. Pero las gradas están vacías. Queremos demostrar que da igual cuánto tengas, de dónde vengas, que también puedes ser un atleta de élite y hacer cosas increíbles.

¿Qué consecuencias puede acarrear

CATEGORÍA ADAPTIVE: EN BUSCA DE CAMBIOS



atando el evento Jaizkibel. / Fotografía WIP.

esta sobreprotección?

Si mi entrenamiento dependiera de los CrossFit Games estaría estancadísimo. No estaría entrenando como un atleta de élite. Somos esa referencia para gente que ha nacido diferente o ha tenido un accidente. Estamos frenando a una generación porque les estamos poniendo un límite cuando hay muchísimo más

Cualquier WOD te cansa. Pero que un niño o niña, que ha nacido diferente y tiene problemas en la escuela porque lo insultan, ve a alguien con sus mismas características (haciendo, por ejemplo, muscle up) y se ve reflejado, pues le das vida. Si le ves hacer las cosas que se esperan hay un gran peligro de estar frenando a una

generación

¿Preveías toda la acogida que tuviste?

He hablado con muchos otros atletas que compartían mi opinión. Al final creo que muchos están asustados por qué se les puede decir o porque pueda repercutir en sus resultados. A mí no me da miedo porque me importa más que esta categoría vaya hacia delante. Hay mucho victimismo y me gustó que a la gente le diera qué pensar. Así que, súper contento con la acogida. Pero me gustaría que esto no quede en un *post*, sino seguir empujando. Porque sí podemos.

“Si me aplaudes que sea porque he hecho un buen resultado”

¿Crees que se os da la misma visibilidad que a otras categorías?

No. Y estoy muy cabreado con cómo se usa esta categoría porque se usa para levantar la imagen de la competición. Cuando la gente viene es por: “Qué guay lo que están haciendo”. Y no. Yo entreno para esto. Entreno para competir con gente, como decimos nosotros, normal. Al final no quiero competir en *Adaptive*. Los Games porque son los Games.

Tenemos que entrenar para ganar a gente de dos brazos y dos piernas. He visto que he podido transmitir mejor el mensaje de “se puede” compitiendo en Madrid, en Miami,

WOD IN PROGRESS

en Pamplona, que compitiendo en *Adaptive*. Y me da pena porque debería ser lo contrario.

¿Crees que atletas que tienen alguna discapacidad sienten rechazo a participar por la idea: "No puedo contra un RX"?

Si quieres competir en una categoría te lo tienes que ganar. Organizo una competición en Bilbao y no he puesto *Adaptive*, ni creo que la ponga. Soy un atleta *adaptive*, pero sé que puedo competir con atletas no *adaptive*. Si quieres venir y competir te voy a poner todas facilidades. Pero hay que ganárselo.

“Búscate la vida. Trabaja. Haz cosas increíbles. No te conformes”

He ayudado en otras competiciones con esta categoría y cuando he puesto los estándares he visto que no hay nivel porque la gente no se ve como atleta élite. Aún no creen que puedan llegar a serlo y no entrenan para ello. En mi primera competición en *Adaptive* tenía una *fat-bar* y dije: “No puedo”. El director me dijo: “Me da igual, busca la manera. Si no puedes hacerlo vete a casa y entrena”. Fue



duro, pero es lo que me ha ayudado a llegar hasta aquí.

¿Qué crees que se debería cambiar, y cómo, para ser considerados al mismo nivel?

Deberíamos cambiar nosotros. Veo muchos atletas que quieren dar pena. La gente se queja diciendo que [algunos atletas] no son suficientemente *adaptive*. Es injusto, pero si tienes a gente así en tu categoría y tienes que entrenar para ganarlos te va a hacer mejor. Como dice Edu, mi entrenador, ellos también sangran. No son invencibles. Entrena. Trabaja. Sé mejor. Cúrratelo. Creo que más atletas tendríamos que tirar de esta mentalidad. Si [el atleta] está haciendo lo mismo que los demás, ¿sabes el mensaje, el puntazo, que puede ser para la gente que lo está viendo? Van a admirarle.

“Compitiendo en Adaptive es cuando más discapacitado me he sentido”

“Para mí CrossFit es vida, porque me dio vida. Me ha enseñado que si trabajas, no hay nada imposible”, afirmaba. Pero el sentimiento de frustración florece cuando por temor se imponen limitaciones que sobreprotegen. Su mensaje ha cobrado fuerza. Cada vez más seguidores aguardan expectantes estos cambios porque, como bien decía, “si hablamos todos, ya nos tienen que escuchar”.

¿Rumbo a?



Atleta subiendo la cuerda. / Fotografía cedida por Ana Martínez.

Hablar del CrossFit en España es hablar del surgimiento de un *todo* dentro de la *nada*. Su trayectoria deja al descubierto cuál es el potencial de esta metodología.

Tan rápido como llegó, comenzó a captar la atención de todos. Y, sin vértigo y a ciegas, *todos* se montaron en una atracción que comenzaba a subir cada vez más alto. Mientras su popularidad iba en aumento, también lo hacía la creencia popular que afirmaba, sin tapujos, “ser una moda pasajera”. Pero, nos falta una pieza: ¿Cuánto tiempo se supone que es *pasajero*?

Los datos toman la palabra

De uno a más de 600 boxes. De apenas unas centenas a miles de practicantes. De ser *amateur* a una auténtica disciplina profesional en nuestro país. Esta montaña rusa continúa ascendiendo en un viaje que parece no tener un fin cercano. Ni, desde luego, una bajada tan escarpada como se auguraba en sus inicios.

“En España el nivel ha subido una barbaridad. Vamos por el buen camino” (A. Anasagasti)

Aunque no se puede establecer con certeza su futuro, las evidencias que ha ido dejando a lo largo de los años pronostican que aún queda un fructífero recorrido ya no solo para sus atletas (la cara más visible), sino también para los profesionales (de todos los campos) que han logrado que llegue a donde está hoy.

No hay duda. Así lo afirmaban todos los entrevistados: se puede decir que *hoy* España se sitúa como uno de los países modelo en el crecimiento del CrossFit, en su desarrollo y en su evolución.



Agradecimientos

W*OD in Progress* es un proyecto que llevaba tiempo merodeando por mi cabeza. Mentiría si dijera que no estaba asustada ante la idea de que saliera mal. Cinco meses después de embarcarme en él puedo confirmar que, de nuevo, ha sido la comunidad quien más (me) ha aportado. La predisposición, la cercanía y la comprensión de todos los atletas y profesionales que la conforman han permitido que este trabajo cobrara forma. Y, desde luego, cumpliera con los objetivos que en mi mente se veían más complicados.

Es de bien nacidos ser agradecidos

Gracias a todos los que dijeron 'sí' a participar sin dudarle un segundo. A riesgo de que se me escape alguno, en cuyo caso pido perdón: Natalia Díez, Antonio Aguirre, Pipo del Couto, Carmen Pérez, Ismene Oyanguren, Alexander Anasagasti, Pelayo Ramos, Adrián Morales, Xabier Osa, Daniel Sánchez, Ibai Ojeda, Daniel Lozano, Gonzalo Echevarría, Marina Gallejo, Juan Ramos, Irene Miguel, Paula Caballero, Irene Barrios, Sara Álvarez, Elisa Romero, Jennifer Vitoria, Ana Martínez. A los que quisieron, pero no pudieron. A la comunidad de The Monkey Box y de Machete Program. A Mario Bastardo y Miguel Ruiz. A Carlos Ballesteros. A mis padres y hermanos. A mis amigos. A ti, lector, que has destinado tu tiempo.

Gracias.



Celebración tras levantar un *clean* pesado. / Fotografía cedida por Ismene Oyanguren.



Ejecución de un peso muerto en la competición de Cross Training Revolution Fitness Competition. / Fotografía cedida por Pelayo Ramos.



FOTOGRAFÍA: JUAN RAMOS