



UVIC

UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL
DE CATALUNYA

FACULTAD DE EMPRESA Y COMUNICACIÓN
GRADO EN PERIODISMO

SIMON MORRISON Y EL *CROSSFIT*

PROYECTO TRANSMEDIA DE PERIODISMO SOBRE INICIACIÓN DEL
CROSSFIT

TRABAJO DE FINAL DE GRADO

AUTOR: SAMUEL ESCRIBANO MUÑOZ

TUTOR: HÉCTOR NAVARRO GÜERE

MAYO, 2020

A todos aquellos que me han apoyado. A mi familia, por estar siempre ahí. A Héctor, por saberme guiar en este proyecto.

Resumen

Este Trabajo de Final de Grado (TFG) consiste en la elaboración y desarrollo de un Proyecto Transmedia en periodismo enfocado a la divulgación de la práctica deportiva *Crossfit*, sus ventajas, mitos, etc. Consta de dos partes diferenciadas, la primera quiere recoger de manera teórica los conceptos transmedia, *cross-media* y demás términos relacionados con esta corriente, además de albergar los pensamientos de diferentes autores sobre un deporte de moda y que presenta ciertas novedades respecto a los ejercicios convencionales. La segunda consiste en el desarrollo del Proyecto Transmedia (blog, Instagram i Facebook) sobre el *Crossfit*. Este TFG busca ser eficiente desde el punto de vista narrativo, periodístico y rentable.

Palabras clave

Proyecto Transmedia, Periodismo, Cross-media, Narración, Crossfit.

Abstract

This thesis consists in the elaboration and development of a Journalism Transmedia Project focused on the dissemination of the Crossfit sports' practice, its advantages, myths, etc. It consists of two different parts, the first one wants to collect in a theoretical way the concepts of transmedia, cross-media and other terms related to this trend, in addition to housing the thoughts of different authors about a fashionable sport and that presents certain novelties regarding conventional exercises. The second part is the development of the Transmedia Project (blog, Instagram and Facebook) about Crossfit. This thesis seeks to be efficient from a narrative, journalistic and profitable point of view.

Key Words

Transmedia project, Journalism, Cross-media, Storytelling, Crossfit.

Índice

Resumen / <i>Abstract</i>	3
Palabras clave / <i>Key words</i>	3
Introducción	5
Objetivos de la investigación	6
Metodología	7
Primera parte	8
Marco teórico	8
1.1. <i>Crossfit</i> : ¿qué es y en qué consiste?	8
1.1.1. Ventajas e inconvenientes de practicar <i>Crossfit</i>	12
1.2. ¿Qué dice la prensa sobre el <i>Crossfit</i> ?	18
1.3. Transmedia: concepto y definición	20
1.3.1. La experiencia Transmedia	23
Segunda parte	28
Simon Morrison y el <i>Crossfit</i> . Proyecto Transmedia de periodismo sobre iniciación del <i>Crossfit</i>	28
2.1. Narrativa	29
2.2. Experiencia	30
2.3. Audiencia	31
2.4. Medios y plataformas	33
2.5. Modelo de negocio	38
2.6. Ejecución	39
2.6.1. Calendario de ejecución de las fases y contenidos	40
2.6.2. Presupuesto	41
A modo de conclusión	42
Referencias	43
Anexos	45
Anexo I: Cuadro resumen de lecturas <i>Crossfit</i>	45
Anexo II: Cuadro resumen de prensa <i>Crossfit</i>	59
Anexo III: Cuadro resumen de lecturas Transmedia	69
Anexo IV: Presupuesto	85
IV.1. Presupuesto ordenador MacBook Air (Apple)	85
IV.2. Presupuesto Smartphone iPhone 11 Pro (Apple)	86
IV.3. Presupuesto espacio co-working	87
IV.4. Presupuesto alquiler de servidor y dominio web	88
IV.5. Presupuesto banco de imágenes (iStockPhoto)	89

Índice de figuras

Figura 1. Eslabones de un Proyecto Transmedia	28
Figura 2. Plataformas y medios donde se desarrollará el proyecto	33
Figura 3. Captura de pantalla blog	35
Figura 4. Captura de pantalla perfil Instagram	36
Figura 5. Captura de pantalla perfil Facebook	37
Figura 6. Esquema de la ejecución de un Proyecto Transmedia	39
Figura 7. Fases, medios y contenidos	40
Figura 8. Presupuesto	41

Introducción

Este proyecto surge de la necesidad de encontrar un lugar de referencia sobre el *Crossfit* que tuve en su momento cuando me inicié en este mundo deportivo. Es un deporte fascinante, muy interesante y divertido que la mayoría de la gente desconoce y no tiene la oportunidad de descubrir. Supone innovar en el entrenamiento de gimnasio, pero también acaba siendo un modo de vida diferente que te exige que mejores día a día.

El presente Trabajo de Final de Grado (TFG) se compone de dos partes muy diferenciadas. La primera, más teórica, consistente en la documentación con textos y obras de diferentes autores y teóricos que servirán para contextualizar. Aquí se trata qué es un Proyecto Transmedia, las diferentes corrientes y cómo se ve aplicado en el periodismo; también en esta parte se han recogido textos dirigidos a explicar qué es el *Crossfit*, cuál es su esencia y cómo practicarlo.

La segunda parte del TFG, la más práctica, corresponde al desarrollo del Proyecto Transmedia a través de un blog y en perfiles de redes sociales sobre la práctica del *Crossfit* de un inglés recién llegado a Madrid.

El objetivo principal que persigue el presente TFG es, por una parte, dar a conocer la corriente transmedia, cómo se aplica al periodismo de hoy, qué ventajas presenta y cómo desarrollar un proyecto original con contenidos periodísticos, pero adecuado a una audiencia específica. Asimismo, también busca dar a conocer un deporte como es el *Crossfit* y servir como guía para los usuarios que se inician en este mundo.

En definitiva, este proyecto ha supuesto utilizar nuevas técnicas periodísticas y ampliar conocimientos en un mundo que se encuentra siempre cambiante y adaptándose a las necesidades de los usuarios. Ha sido, pues, una excusa para seguir descubriendo nuevas facetas del periodismo que no conocía.

Objetivos de la investigación

A continuación, se detallan los objetivos generales y específicos, respectivamente, que se buscan alcanzar en el desarrollo de este Trabajo de Final de Grado.

1. Definir y describir el proyecto transmedia adaptado al periodismo

- a) Investigar y analizar qué es el periodismo transmedia y cómo se aplica en la actualidad en la transmisión de información. Aportes de los proyectos transmedia al periodismo y cómo modifica el trabajo del periodista.
- b) Contextualizar y recoger el recorrido que ha tenido el periodismo transmedia y cómo se ha ido adaptando a las diferentes etapas del periodismo.
- c) Analizar la eficacia que aportan este tipo de proyectos al mundo de la información: el *feedback* de la audiencia, nuevas formas de transmitir la información, facilidad de comprensión por parte del receptor, etc.

2. Investigar documentalmente el tema seleccionado: *Crossfit*

- a) Contextualizar el proyecto: información, búsqueda y definición del *Crossfit*, prácticas, acogida, evolución e historia, etc.
- b) Analizar y estudiar las dinámicas, beneficios y la cultura del *Crossfit* que esta actividad genera en sus seguidores.
- c) Investigar lo que se mueve alrededor de la práctica de este deporte.

3. Diseñar un proyecto transmedia en periodismo.

- a) Creación de un proyecto digital con contenido elaborado multiplataforma.
- b) Elaboración de contenido que será utilizado en el proyecto.
- c) Puesta en marcha del proyecto.
- d) Analizar la interacción con la audiencia, el *feedback*.

Metodología

El presente Trabajo de Final de Grado (TFG) emplea una metodología basada en la investigación documental de opiniones e información de primer nivel buscando y recogiendo fuentes bibliográficas y hemerográficas.

La investigación documental, para Baena (1985) es una técnica consistente en la selección y compilación de información a través de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos. Por su parte, De la Garza (1988) precisa que dicha técnica se caracteriza por el uso predominante de registros gráficos y sonoros como fuentes de información, registros en forma manuscrita e impresos.

Cualquier investigación documental se basa en documentos para emprender el análisis. Esta metodología, que puede ser muy diversas según las fuentes que se consulten (desde bibliográficas, hemerográficas a audiovisuales) son explotadas a través de técnicas de localización, extracción y fijación de datos, para construir un mapa conceptual y documental de la información extraída (Máxima, 2018).

Estas fuentes o materiales se entienden como duraderas que recojan la información de su época y permitan acceder a ella en cualquier momento. Así, una investigación puede consultar libros o textos antiguos o recientes, programas de televisión grabados e incluso periódicos del siglo pasado (Máxima, 2018). Dentro de esta primera parte documental también se ha incluido la descripción y análisis de una muestra de las noticias, artículos, notas de prensa y demás informaciones publicadas en prensa durante el periodo concerniente desde el 1 de enero de 2015 al 1 de enero de 2020. Este

subapartado se ha realizado elaborando una base de datos con 179 artículos a través de la plataforma *My News Online*, la cual recoge las publicaciones, tanto digitales como impresas, de los diferentes medios de comunicación, en este caso en toda la demarcación nacional española. Para realizar dicho análisis se ha dividido la muestra en diferentes categorías, tales como publicación, tipo de medio, ámbito, edición, sección, fecha, título y palabras clave. La base de datos construida se puede consultar en el Anexo II.

El segundo apartado del TFG es el trabajo de campo que consiste en la puesta en práctica de un Proyecto Transmedia aplicado al periodismo (PTp). En este caso, se ha elegido la elaboración de un proyecto relacionado con el *Crossfit*, por lo que en dicho apartado se incorporarán los contenidos y las piezas creadas en el más estricto sentido periodístico.

El término transmedia fue concebido por Henry Jenkins para referirse a experiencias de medios integradas e interrelacionadas que ocurren en una diversidad de medios en las que se requiere una actitud proactiva de la audiencia para interactuar con la experiencia y comprometerse e involucrarse más directamente (Davidson, 2010). En este sentido, Pratten (2015) diseña un total de seis eslabones que intervienen en los Proyectos Transmedia. Los cuales son la narrativa, la experiencia, la audiencia, las plataformas o medios, el modelo de negocio y la ejecución, en los cuales se profundizará en el marco teórico.

PRIMERA PARTE

Marco Teórico

A continuación, se recogen las opiniones y teorías de diferentes autores sobre qué es el *Crossfit*, qué incluye, cómo se practica, sus beneficios y perjuicios. Se trata de una breve selección que tiene por objetivo contextualizar y obtener una idea general del tema que estamos tratando. En ningún caso se trata de un análisis en profundidad del inmenso mundo con muchas aristas de dicho tema.

1.1. *Crossfit*: ¿qué es y en qué consiste?

El *Crossfit* está de moda, cada vez más usuarios lo practican. Cada vez más gimnasios ofrecen planes y programas de entrenamiento (conocido en inglés como *Wod's*) inspirados en este tipo de deporte. Pero ¿qué es realmente? Para consultar las citas originales de los autores, ver Anexo I.

Según la web oficial de *Crossfit*, técnicamente, el término *Crossfit* es una marca registrada para referirse a un tipo de Entrenamiento Funcional de Alta Intensidad (*High Intensity Interval Training*, HIIT), propiedad del exgimnasta estadounidense Greg Glassman (*Crossfit Inc.*), considerado el fundador de esta disciplina en el año 2000, pero se podría decir que sus raíces se plantaron años antes en los 90, cuando su fundador era adolescente (Salvatierra, 2014: 5).

Siguiendo esta base, diferentes autores definen este deporte, analizan sus ventajas y sus perjuicios, etc. Según Salvatierra:

Crossfit no es un programa de fitness especializado, sino un intento por optimizar la competencia física en cada uno de los diez dominios reconocidos del *fitness* como son la resistencia cardiovascular y respiratoria, la fuerza, la flexibilidad, la potencia, la velocidad, la fortaleza, la coordinación, la agilidad, el equilibrio y la precisión (Salvatierra, 2014: 8).

El método de entrenamiento desarrollado desde el principio del proceso de rehabilitación que aplicando y utilizando conceptos de anatomía funcional permiten desarrollar un programa de ejercicios los cuales imitan gestos y movimientos de nuestro cuerpo que de acuerdo con las necesidades específicas de cada persona proporcionarán un impacto positivo en las actividades diarias y deportivas (Salvatierra, 2014: 5).

El entrenamiento se basa en poner de manera rápida en forma a las personas mediante ejercicios funcionales, como levantar o arrastrar pesos, con movimientos que se pueden encontrar en la vida cotidiana. En términos generales consiste en utilizar todos los elementos de tu alrededor para “simular” ejercicios que realizarías en tu vida diaria. Pero su principal objetivo es su efectividad. Al contrario que otros deportes que los resultados estéticos y beneficios tardan en llegar, con *Crossfit* en dos meses los resultados son ya muy patentes (Salvatierra, 2014: 10).

Los autores Weisenthal, Beck, Maloney, DeHaven y Giordano (2014: 4) también explican en qué consiste:

Crossfit is a blend of multiple synchronistic exercises, such as gymnastics, power lifting, Olympic lifting, and endurance activities. These movements are often performed at a high intensity with little recovery time between exercises.

Agregan los autores antes mencionados que:

Crossfit is a conditioning program that has gained widespread attention for its focus on successive ballistic motions that build strength and endurance. It is characterized by workouts that use a wide variety of exercises, ranging from running and rowing to Olympic lifting, power lifting and gymnastic movements. These exercises are often combined into high-intensity workouts that are performed in rapid, successive repetition, with limited or no recovery time. It has been adopted in both military and civilian populations with widespread anecdotal reports of impressive fitness gains (Weisenthal, Beck, Maloney, DeHaven y Giordano, 2014: 1).

Por su parte, Juan Francisco Delgado (2017) analiza los beneficios de este ejercicio, no sin antes explicar en qué consiste:

El *Crossfit* es una modalidad deportiva que consiste en la realización de diferentes movimientos funcionales a

alta intensidad durante periodos de tiempo no muy largos. Las actividades que engloba el *Crossfit* en su práctica se basan en ejercicios de pesas, *burpees*, correr, remo..., pero sobre todo se centra en levantamiento de pesas. Para obtener beneficios de la práctica de *Crossfit* lo más importante es la intensidad con la que se realiza el ejercicio.

Gorka Salvatierra, contextualizando el *Crossfit*, explica en qué consiste el Entrenamiento de Alta Intensidad:

El entrenamiento de alta intensidad o HIIT es un método de entrenamiento de fuerza enfocado principalmente en la calidad de las repeticiones, y un concepto básico en todo lo referente al mundo del culturismo, la hipertrofia muscular: el fallo muscular momentáneo.

Según este método solo se necesita de una serie de un solo ejercicio en la que se debe llegar hasta el fallo muscular para que el cuerpo hipertrofe, es decir para que el cuerpo crezca, puesto que se basa en que es la intensidad con la que se realiza el ejercicio el factor principal para estimular el crecimiento y aumentar la fuerza (Salvatierra, 2014: 7).

Asimismo, Michael Smith, Allan J. Sommer, Brooke E. Starkoff y Steven T. Devor teorizan sobre ello:

HIIT is practical for many individuals due to the minimal time commitment required when compared to traditional continuous endurance training.

A relatively new variation of HIIT has recently become popular and incorporates high-intensity resistance training using varied, multiple-joint movements. This high-intensity power training (HIPT) may also offer improvement of aerobic fitness with minimal time commitment compared with traditional aerobic training. HIPT has recently become popular worldwide; however, proponents have made many unsubstantiated claims (Smith, Sommer, Starkoff y Devor, 2013: 3159).

Pero ¿en qué se diferencian el HIIT y el entrenamiento de gimnasio? Salvatierra recoge lo siguiente:

A diferencia de los ejercicios realizados en los gimnasios que entrenan un músculo o grupos musculares específicos realizando movimientos en un solo plano por ejercicio, el entrenamiento funcional permite realizar movimientos a distintos planos imitando gestos deportivos y realizando progresiones funcionales que se adaptarán a las demandas de cada deporte o actividad. Para ello se utilizarán diferentes implementos como bandas elásticas, balones medicinales, cuerdas, barras, mancuernas, balancines de equilibrio y, adicionalmente, la utilización del propio peso corporal (Salvatierra, 2014: 5).

Salvatierra define cuales son los movimientos funcionales esenciales en el *Crossfit*:

Aquellos en los cuales intervienen múltiples movimientos corporales en conjunto, es decir, varios grupos musculares se unen para llevar a cabo una acción de forma natural, efectiva y eficiente. Pero el aspecto más importante de los movimientos funcionales es su capacidad de mover grandes cargas en largas distancias y hacerlo de forma rápida (Salvatierra, 2014: 8).

Siguiendo en este mismo sentido y valorando los diferentes ejercicios y movimientos en los que se basa esta disciplina, el autor recoge:

Entrenar en la ejecución de movimientos de gimnasia olímpica desde rudimentarios a avanzados, alcanzando gran capacidad para controlar el cuerpo, tanto dinámica como estáticamente, maximizando la relación de fuerza/peso y flexibilidad. También se concentra en el levantamiento de pesas olímpico, ya que este deporte demuestra una excepcional habilidad para desarrollar alta potencia, control de objetos externos y dominio de patrones críticos del trabajo motriz en los deportistas. Finalmente, promueve y ayuda a los deportistas a explorar múltiples deportes como forma de expresarse y de aplicar su aptitud física (Salvatierra, 2014: 8).

Además, Michael Smith, Allan J. Sommer, Brooke E. Starkoff y Steven T. Devor recogen en su obra, a nivel más técnico, los efectos que produce la práctica de este deporte en el cuerpo humano:

In conclusion, we can infer from our data that a Crossfitbased HIPT training program can yield meaningful improvements of maximal aerobic capacity and body composition in men and women of all levels of fitness. The improvement of maximal oxygen consumption expressed as a function of body mass was significantly correlated to increased absolute oxygen consumption, indicating that HIPT can improve aerobic fitness independent of any concurrent weight loss. Although improvements in aerobic fitness are similar to those previously found in HIIT programs, the current HIPT program has demonstrated an increase of maximal oxygen consumption, even in subjects with well-above average VO₂max. This increase in VO₂max has not previously been documented in response to an HIIT program, indicating that HIPT may be a posible strategy for the improvement of aerobic fitness in athletes who are considered to be well-above average (Smith, et al., 2013: 3172).

Aunque todo lo expuesto anteriormente define y explica el *Crossfit* a nivel deportivo, esta disciplina va más allá y genera un ambiente de compañerismo y competitividad sana que hacen que este deporte sea único.

Por ello, Gorka Salvatierra recoge los cuatro pilares básicos del método *Crossfit*:

(...) (el) método de *Crossfit* que establece una jerarquía de esfuerzo concentración que se ordena de la siguiente forma:

- 1- Nutrición: es el fundamento para lograr mejores tiempos, cargar más peso y cambiar la composición del peso corporal. Es decir, para tener menos peso graso y mayor peso muscular. Estar más delgado y tonificado.
- 2- Gimnasia: establece la capacidad funcional para el control del cuerpo y el rango de movimiento.
- 3- Levantamiento de pesas y lanzamientos: desarrolla la habilidad de controlar objetos externos y producir potencia.
- 4- Deportes: aplica a la aptitud física en la atmósfera competitiva, con movimientos más aleatorios y con dominio de habilidades (Salvatierra, 2014: 10).

El mayor atractivo de esta disciplina es el compañerismo, el ambiente generado en los *boxes* y el *post-entreno*. Así explican Salvatierra y Delgado este fenómeno:

Un gran atractivo del *Crossfit* es que a pesar de suponer desafíos individuales es un deporte para vivirlo con más compañeros. Esto lo hace más divertido y mantiene la motivación de quien lo practica, ya que siempre es más sencillo entrenar en compañía. En los *boxes* se suele crear un ambiente de sana competitividad al hacer públicos los resultados de cada participante. Y, en segundo lugar, porque existen multitud de ejercicios que pueden realizarse por parejas o grupos. (Salvatierra, 2014: 16).

Practicar deportes colectivos en el gimnasio fomenta las relaciones sociales y genera cooperativismo. El hecho de conocer a nuevas personas puede significar un plus en la realización del ejercicio, y supone una fuente de apoyo y motivación (Delgado, 2017).

Uno de los principales problemas de los aficionados al deporte es el tiempo que implica el practicarlos, en este sentido Gorka Salvatierra analiza la menor cantidad de horas que hay que dedicar al *Crossfit* respecto a otros deportes:

No necesita mucho tiempo al día para practicarlos. Sus sesiones o *Wod's* de trabajo raramente superan los tres cuartos de hora. En gimnasios o clubes deportivos de todo el mundo se realizan largas sesiones aeróbicas, sobre la bicicleta estática, el tapiz o similares. En *Crossfit*, en cambio, se trabaja exclusivamente con sesiones cardiovasculares más cortas y de alta intensidad. El trabajo de *cardio* de alta intensidad o

anaeróbico se distingue por su elevada capacidad para aumentar drásticamente la potencia, la velocidad, la fuerza y la masa muscular. El acondicionamiento anaeróbico permite ejercer grandes fuerzas en un breve lapso (Salvatierra, 2014: 16).

Finalmente, en cuanto al modelo de negocio, Gorka Salvatierra explica su funcionamiento y los bajos costes que suponen para alguien que quiera montar un *box*:

La estructura de costes de *Crossfit* como marca es muy baja comparada con la de los modelos tradicionales de cadenas de gimnasios. Ya que *Crossfit* no se encarga de los costes de adquisición y mantenimiento de los *boxes*, son los *coach* certificados los que asumen el coste. También al no necesitar máquinas e instalaciones como piscinas o Spa que suponen una cuantiosa inversión. Por lo tanto, el coste para estas personas es muy asumible con lo que es sencillo expandirse de forma más fácil que con una cadena de gimnasios tradicionales (Salvatierra, 2014: 30).

1.1.1. Ventajas e inconvenientes de practicar *Crossfit*

Son varios los autores que analizan y valoran los efectos positivos que tiene practicar *Crossfit* y los motivos que hacen que cada vez más deportistas opten por este tipo de entrenamiento. Gorka Salvatierra resume en cuatro pilares básicos estos motivos:

Promueve un método distinto y eficaz que basa su atractivo en una serie de ventajas respecto al fitness como un método que se engloba en cuatro grandes aspectos que hacen de este método o deporte incomparable con el resto de los métodos fitness: No hay rutinas fijas, es un deporte social, necesita poco tiempo, (y) puede ser gratis (Salvatierra, 2014: 15).

Asimismo, Delgado aporta su visión sobre las ventajas que ofrece esta disciplina sobre otras y los beneficios que produce en nuestro cuerpo:

El alto ritmo de trabajo y la intensidad con la que se realiza esta actividad facilita la pérdida de calorías en períodos cortos de tiempo. Además, debido al aceleramiento del metabolismo producido por el *Crossfit*, tu cuerpo seguirá quemando calorías las horas posteriores al entrenamiento. Trabajar buscando la frecuencia cardíaca máxima debido a la intensidad del *Crossfit* hace que aumente tu resistencia cardiovascular. Pese a que las clases de *Crossfit* no sobrepasan la hora de entrenamiento, los ejercicios que la componen favorecen la mejora de la resistencia. La práctica deportiva habitual genera un hábito saludable para el organismo (Delgado, 2017).

También lo hace Juan Francisco López, quien se centra en las mejoras que el *Crossfit* aporta a nuestro organismo y cómo nos hace estar mejor preparados físicamente:

- Mejora del consumo de oxígeno máximo y, en consecuencia, de la capacidad aeróbica.

- Reducción del peso, el índice de masa corporal y el porcentaje de grasa tanto en mujeres como en hombres.

- Aumento de masa magra (libre de grasa) sobre todo el género femenino (López, 2015).

Los investigadores Michael Smith, Allan J. Sommer, Brooke E. Starkoff y Steven T. Devor analizan los beneficios que produce esta disciplina, después de realizar un estudio que recoge datos sobre varios atletas después de realizar *Crossfit* durante diez semanas:

A 10-week Crossfit-based HIPT program significantly improves the maximal aerobic capacity and body composition in individuals of all fitness levels and genders. The improvement of the relative VO2max was strongly mediated by improvement of absolute oxygen consumption in women, and by improvement of absolute oxygen consumption and decreased body fat in men. Although the HIIT has previously been shown to improve body composition and VO2max in healthy adults, this is the first investigation showing that similar benefits can be obtained using a Crossfitbased HIPT program (Smith et al., 2013: 3171).

Por su parte, Carlos González también agrupa los cuatro grandes bloques de beneficios y mejoras que conlleva practicar *Crossfit*:

1- Trabajo del sistema cardiorrespiratorio. Crecimiento de las cavidades del corazón y una hipertrofia de sus paredes, con esto conseguimos que en cada latido se mueva más sangre, ya que el corazón puede bombear más sangre en cada latido y que la sangre circule con más fuerza. Con esto podemos notar que nuestras pulsaciones en reposo han disminuido y cuando empezamos la práctica deportiva se elevan más rápidamente.

2- Resistencia a la fatiga muscular. No solo conseguimos resistencia a la fatiga fisiológica, sino que también a la fatiga muscular. Al trabajar a nivel muscular de forma repetida y con descansos breves o nulos conseguimos que nuestros músculos se acostumbren a trabajos de alta intensidad mantenidos en el tiempo, teniendo en cuenta que cuanto mayor sea la intensidad menor será el tiempo en que podremos mantener el esfuerzo.

3- Hipertrofia muscular. Para las personas que les pueda interesar, con el *Crossfit* conseguimos una leve hipertrofia sarcoplásmica y una hipertrofia sarcomérica moderada de forma que tendremos una hipertrofia bastante rocosa al contener muchas miofibrillas por fibra muscular.

4- Quemagrasa. Al realizar este tipo de entreno conseguiremos que después de entrenar el cuerpo este quemando más calorías en forma de grasa, hasta 72 horas después (González, 2020).

Finalmente, Weisenthal, B. M., Beck, C. A., Maloney, M. D., DeHaven, K. E., y Giordano, B. D. explican de la siguiente manera cómo esta disciplina ha mejorado el estado físico de los soldados del ejército estadounidense, destacando cuáles capacidades han sido mejoradas y sus efectos:

A recent study found that participation in Crossfit improved metabolic capacity and resulted in improvements in fitness based on maximal oxygen uptake (VO2 max) and body composition. These improvements were noted among subjects of both sexes and across all levels of fitness. A study conducted by the US Army found that implementation of Crossfit among soldiers led to significant improvements in soldiers' physical fitness. A consensus paper by the Consortium for Health and Military Performance and the American College of Sports Medicine acknowledged the beneficial effects of extreme conditioning programs while addressing concerns over the possible injury rate and rhabdomyolysis (Weisenthal et al., 2014: 2).

Sin embargo, no todo son beneficios. También hay problemas que hay que tener en cuenta al realizar este deporte y que deben estar presentes en cualquier deportista que quiera practicar *Crossfit*. Entre ellos destacan el enorme esfuerzo físico que deben realizar los atletas y lo que esto produce en el cuerpo humano, así lo recoge Gorka Salvatierra:

Entre los problemas que encontramos al realizar esta actividad, los más destacados son: Enorme fatiga, gran

estrés oxidativo, menor resistencia para esfuerzos físicos posteriores, mayor percepción de esfuerzo progresiva, las variantes con componentes competitivos fuerza, en gran parte de los practicantes del cometer abusos y excesos, obviando los principios de la progresión de la carga para el entrenamiento, (y) ejecución de las técnicas con menor grado de seguridad, probablemente derivado de la elevada intensidad que requiere el esfuerzo de la práctica (Salvatierra, 2014: 17).

Carlos González va más allá y argumenta que muchos de los ejercicios son altamente lesivos y que si los realizamos sin control nos pueden llevar al sobreentrenamiento y, posteriormente, a la lesión:

1- Lesiones. Algunos de los ejercicios que se proponen pueden llegar a ser altamente lesivos para nuestras articulaciones e incluso para los tendones.

2- Material especial. No en todos los gimnasios están adaptados para un trabajo de *Crossfit*.

3- Asistentes no especializados. En muchos centros no se suele practicar la forma de realizar los ejercicios básicos de levantamiento de peso como puede ser el *clean & jerk*, y cuando son realizados de forma incorrecta pueden ser altamente lesivos para la columna vertebral.

4- Sobreentrenamiento. Si no vigilamos las cargas de trabajo, o quien nos dirige no las tiene en cuenta, es fácil caer en sobreentrenamiento: esto es, que hemos sobrepasado el límite de carga de ejercicio que nuestro organismo puede asimilar. Si notamos jaquecas, pérdida del apetito o insomnio os recomiendo tomaros una semana de reposo total para reponer fuerzas y evitar así lesiones o problemas de salud.

5- Desgaste y peligro de romperse. Al llevar el cuerpo al límite, en los últimos minutos de entrenamiento nuestra coordinación intramuscular e intermuscular estará mermada, esto nos lleva a una mala ejecución de los movimientos y ejercicios, por tanto, un peligro para nuestra espalda, músculos y articulaciones (González, 2020).

Debido a este gran esfuerzo físico realizado al desarrollar los ejercicios de un entrenamiento *Crossfit*, diferentes autores consideran las lesiones como el principal riesgo que corren los atletas al practicar esta disciplina. Así lo plasma Gorka Salvatierra y también lo achaca a la poca experiencia y falta de técnica que tienen algunos de los deportistas:

En ocasiones en los *boxes* se pueden encontrar personas que no saben realizar técnicamente los ejercicios a realizar en el *Wod*, especialmente aquellos relacionados con levantamientos olímpicos, cargadas, etc. Además, al realizarlos a alta intensidad se puede generar en una persona que busca mejorar su salud el

efecto totalmente contrario si no se tiene en cuenta las individualidades de cada una de las personas que se incorporan a esta especialidad deportiva (Salvatierra, 2014: 18).

Realizar *Crossfit* bajo unas pautas de control y planificación no conlleva a mayor riesgo de lesión que en cualquier otra modalidad deportiva siempre y cuando se individualice en cada usuario (Salvatierra, 2014: 19).

Javier Felipe López también valora las lesiones como uno de los principales riesgos que corren los usuarios del *Crossfit* y lo hace tras realizar un estudio donde encuesta a más de cien deportistas:

Hay una clara tendencia hacia la lesión. De las 132 personas encuestadas el 73,5% (97 personas) afirmaron que se habían lesionado alguna vez practicando *Crossfit*, sumando más de 180 lesiones entre todos los sujetos. De ellos el 7% necesitó intervención quirúrgica para su dolencia. Las zonas más afectadas fueron los hombros y la columna. Por ello, debemos practicar *Crossfit* con seguridad ante todo (López, 2015).

Michael Smith, Allan J. Sommer, Brooke E. Starkoff y Steven T. Devor coinciden, también, en su estudio sobre la tendencia a la lesión que tienen los programas de Entrenamiento de Alta Intensidad (HIIT):

A unique concern with any high-intensity training program such as HIPT or other similar programs is the

risk of overuse injury. Despite a deliberate periodization and supervisión of our *Crossfit*-based training program by certified fitness professionals, a notable percentage of our subjects (16%) did not complete the training program and return for follow-up testing. Although peer-reviewed evidence of injury rates per taining to high-intensity training programs is sparse, there are emerging reports of increased rates of musculoskeletal and metabolic injury in these programs. This may call into question the risk-benefit ratio for such extreme training programs, as the relatively small aerobic fitness and body composition improvements observed among individuals who are already considered to be “above average” and “well-above average” may not be worth the risk of injury and lost training time. Further work in this area is needed to explore how to best realice improvements to health without increasing risk above background levels associated with participation in any non–high intensity based fitness regimen. (Smith et al., 2013: 3171).

Finalmente, Weisenthal, B. M., Beck, C. A., Maloney, M. D., DeHaven, K. E., y Giordano, B. D. recogen cuáles son las principales lesiones producidas al practicar *Crossfit*, haciendo principal hincapié en las producidas en los hombros, la parte baja de la espalda y la rodilla, achacándolo a la repetitividad y a la alta intensidad de los ejercicios:

Crossfit workouts often include a wide variety of exercises. Across all exercises, the injury rates were

significantly different across body parts. The most common injured parts were the shoulder, low back, and knee. As such, some reports have predicted a high injury rate among *Crossfit* participants because of repetitive use of technical exercises at a high intensity (Weisenthal et al., 2014: 4).

Asimismo, los mismos autores afirman que las lesiones en esta disciplina están a la par con otros deportes. También analiza cómo se producen estas lesiones y que en muchas ocasiones se deben a lesiones previas:

Injury rates in *Crossfit* are comparable with established injury rates for other recreational or competitive athletes, with an injury profile resembling that of gymnasts, Olympic weight lifters, and power lifters. The increasing involvement of *Crossfit* trainers in coaching participants corresponds to a decreasing injury rate. The shoulder and lower back areas were the most commonly injured body regions and most frequently were injured during gymnastic and power lifting movements. Most injuries in *Crossfit* are of an acute nature, without history of previous injury or symptoms in that same body area. In summary, we identified a preliminary injury rate in *Crossfit*, characteristics of a gym that correlate with injury rates, the most common location injuries, and trends among *Crossfit* participants that correlate with injury rates (Weisenthal et al., 2014: 6).

1.2. ¿Qué dice la prensa sobre el *Crossfit*?

Para conocer más sobre el *Crossfit*, se ha optado por conocer todo lo que se publicado en la prensa en España en los últimos cinco años. Para ello se ha creado una base de datos¹ donde se recogen los artículos, reportajes, notas de prensa, entrevistas y textos publicados en prensa, tanto de forma digital como de forma impresa. Para ello se ha hecho una búsqueda por palabras clave con el fin de analizar las publicaciones de la prensa sobre esta temática. Las palabras claves utilizadas fueron *Crossfit*, vida sana, deporte, gimnasio, ejercicio, entrenamiento de alta intensidad, *HIIT* y entrenamiento funcional.

Así, se ha decidido reducir la muestra a las publicaciones a las realizadas en España y acotar la temporalidad de dichos artículos del período comprendido entre el 1 de enero de 2015 y el 1 de enero de 2020. Finalmente, pues, las piezas recogidas constituyen un total de 179 artículos de 57 medios diferentes.

Utilizando estas categorías de análisis, se ha podido describir cuáles son los medios donde aparecen más noticias relacionadas con el *Crossfit*. Como se puede comprobar en el Anexo II, el diario *As* recoge un total de 34 piezas sobre dicho tema en el periodo de cinco años analizado. Se trata de un medio de publicación nacional, de carácter deportivo y propiedad del grupo PRISA. No es de extrañar, pues que un diario deportivo publique noticias sobre este incipiente deporte.

Siguiendo el orden en función del total de piezas publicadas, en segundo lugar, encontramos el diario *El Mundo*, con un total de 26 noticias publicadas. Se trata, a diferencia del primer diario, de un periódico de tirada nacional, pero de carácter generalista y propiedad de Unidad Editorial. Muy de cerca, en tercer lugar, le sigue el diario *ABC*, con 24 publicaciones sobre el tema. Se trata también de un medio generalista de tirada nacional, propiedad del Grupo Vocento. Siguiendo con el análisis de esta categoría, cabe destacar los diarios *Gaceta de Salamanca*, *Diario Marca*, *Las Provincias*, *Diario Sport* y *Diario El País*, los cuales recogen entre siete y cinco noticias relacionadas con el *Crossfit* y las demás palabras clave seleccionadas.

Haciendo referencia al tipo de medio donde se publican los artículos analizados, podemos comprobar que la inmensa mayoría de los textos se han publicado en un medio de carácter generalista. En segundo lugar y de forma muy alejada encontramos los medios de tipo deportivo. En tercer lugar, los suplementos de medios generalistas y seguido muy de cerca por las revistas, que acaba ocupando el cuarto puesto. Cabe destacar, también, la publicación de ciertos artículos en medios de carácter económico, donde se trata mayormente el modelo de negocio y el ámbito empresarial del *Crossfit*.

Para analizar el ámbito de publicación de los diferentes artículos, se ha optado por dividir los textos en tres marcos: nacional, autonómico y provincial. Según el análisis, se ha constatado que el mayor ámbito

¹ Para la creación de la base de datos se ha optado por la plataforma *MyNews Online*. Igualmente, cabe señalar que somos conscientes que el análisis que se hace a continuación no es tan riguroso, pero sirve para contextualizar el problema de estudio en cuestión.

de publicación es, con diferencia, el nacional, seguido, de forma muy alejada por el provincial y, en tercer lugar, el autonómico.

En cuanto a la edición, la mayoría de las piezas se encuentran publicadas en una edición digital a diferencia de las publicadas en medios impresos. Cabe decir que en muchas ocasiones se trata de la versión web de un medio con publicación impresa y que recoge sólo de manera online estos artículos y no los publica en su edición en papel.

Después de analizar la selección de noticias, se puede constatar que la mayoría de las piezas aparecen en la sección de “deportes”, como cabía esperar al tratarse de una temática eminentemente deportiva. En segundo lugar, se sitúa la sección de “actualidad”, haciendo de esta manera hincapié en que se trata de un tema de moda y que está de rigurosa actualidad. En tercer lugar, encontramos un empate entre las secciones de “sociedad”, “salud” y “miscelánea”. De forma residual, encontramos las secciones de “opiniones”, “cultura” y “economía”, que también recogen un reducido número de artículos sobre el *Crossfit*.

Finalmente, la última categoría que se ha analizado son las palabras claves. Dichas palabras han sido extraídas del título, subtítulo y el contenido de los artículos seleccionados. Tras comprobar estos términos, se constata que hay gran variedad de términos que destacan y que se hacen comunes en muchos de los artículos analizados, entre los que destacan “HIIT”, “entrenamiento”, “Crossfit”, “intensidad”, “intervalos”, “funcionalidad” y “compañerismo”. Además, se ha podido observar que también

aparecen, pero en menor número otros conceptos como “entrenamiento militar”, “lesiones” y “alimentación”.

Igualmente, para examinar de primera mano las informaciones analizadas, se puede consultar el Anexo II.

1.3. Transmedia: concepto y definición

A continuación, se citan algunos de los autores y teóricos más relevantes que han recogido y argumentado sobre el concepto *Transmedia* y los demás términos relacionados con el proyecto que nos ocupa. Se trata, pues, de una breve selección de autores y citas, las cuales han sido elegidas pensando en el TFG que se está elaborando y teniendo en cuenta la repercusión de dichos autores y obras en la teorización de los Proyectos Transmedia.

Según Carlos Scolari el término *transmedia* se relaciona con un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación. Es, al fin y al cabo, una extensión o diversificación del relato en diversos medios y plataformas, en el que cada medio hace lo que mejor sabe hacer y a la vez da lugar a las audiencias (Scolari, 2013).

En este mismo sentido, Robert Pratten coincide con el autor, pero añadiendo la participación clave de la audiencia:

Telling a story across multiple platforms, preferably allowing audience participation, such that each successive platform heightens the audience's enjoyment. Transmedia storytelling is a design philosophy that creates synergy between the content and a focus on an emotional, participatory experience for the audience (Pratten, 2015: 2).

En su momento, el autor Henry Jenkins fue el primero en teorizar sobre el concepto *Transmedia Storytelling*: “represents a process

where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience” (Jenkins, 2003).

Además, otros autores han explicado su visión sobre los Proyectos Transmedia, como es el caso de Mindy McAdams:

The use of multi-platform components is a basic criterion of transmedia storytelling. A story contained wholly on a website does not meet this criterion, even though it might include videos, text, and interactive graphics. Thus we can and should differentiate transmedia from multimedia storytelling. Three main factors are involved in transmedia journalism: multiple media platforms, content expansion, and audience engagement”. Most authors agree on the importance of both the second and third factors, making it clear that simply telling the story across platforms is not enough to make it qualify as transmedia (McAdams, 2016: 2).

Asimismo, lo hacía también Davidson (2010):

Transmedia is a term coined by Henry Jenkins and it's very similar to cross-media. In fact, they could correctly be considered synonyms. In both cases, they are referring to inter-related and integrated media experiences that occur amongst a variety of media. The main difference would be one of emphasis on interactivity. Cross-media communications require a pro-active role by the audience to interact with the

experience and get more directly engaged and involved. In general though, cross-media and transmedia are fairly inter-changeable (Davidson, 2010: 6).

Siguiendo el hilo de lo teorizado por Pratten al conceder a la audiencia un papel fundamental, otros autores también han hecho hincapié en la función que tiene ésta en el desarrollo de un proyecto transmedia. Henry Jenkins argumenta que un proyecto transmedia acaba siendo como un juego en el que participa el lector o receptor:

A transmedia text does not simply disperse information: it provides a set of roles and goals which readers can assume as they enact aspects of the story through their everyday life. We might see this performative dimension at play with the release of action figures which encourage children to construct their own stories about the fictional characters or costumes and role playing games which invite us to immerse ourselves in the world of the fiction (Jenkins, 2003).

Igualmente, Guardiola explica el rol que asume la audiencia al participar en un proyecto transmedia:

El rol de la audiencia en la narrativa transmedia es bastante activo. Con lo cual debemos incitarles y motivarles a que participen. Esto es importantísimo para que se sientan parte de la creación de esa historia o historias hijas. De hecho, hay que darles su propio espacio para que interactúen y puedan aportar comentarios e ideas. Es la mejor forma para que desde

la organización y creación de la historia madre, mejore y se expanda más (Guardiola, 2019).

Además, José Manuel Corona (2016) otorga a estas audiencias la capacidad de modificar y alterar la narrativa: “hay participación de las audiencias, las cuales pueden intervenir, modificar o resignificar por lo menos alguna porción de los contenidos propuestos por el productor seminal reelaborándolos, redistribuyéndolos y agregando elementos novedosos a la narrativa” (Corona, 2016: 44).

Finalmente, en este mismo sentido Davidson ejemplificaba la importancia del papel de la audiencia sobre todo en los Proyectos Transmedia que incluyan representaciones en directo:

Audiences are so important to live performance. They have a huge impact on the performers and the energy created by the interplay between the performers and the audience can make for an electric experience with a good crowd, or can make for a dissatisfying event with a bad crowd. In the best cases, a great performance with a great crowd can make for an experience in which we had to be there in order to understand how great it was and it makes for an experience we won't soon forget. American Idol gets the audience involved with auditions and voting, and the American Idol Experience at Disney's Hollywood Studios in Walt Disney World also lets people get directly involved (Davidson, 2010: 97).

Así, con relación a la audiencia surge el *consumidor*, que también ejerce un rol activo en el proceso de expansión del Proyecto Transmedia, Carlos Scolari afirma que:

El perfil del consumidor, devenido en prosumidor (productor y consumidor). Consumidor activo que participa de estas narrativas transmedia, que produce extensiones y las hace circular por las redes: parodias, recapitulaciones, finales alternativos, falsos avances, *mashups* y adaptaciones son algunas de esas producciones realizadas por seguidores muy motivados (Scolari, 2013: 249).

Para Henry Jenkins, los consumidores son cazadores de información: “Consumers become hunters and gatherers moving back across the various narratives trying to stitch together a coherent picture from the dispersed information” (Jenkins, 2003). Para Guardiola, sin embargo, los consumidores o usuarios colaboran en la construcción del relato: “No de la historia madre, si no de las historias hijas. Es decir, es un trabajo de co-creación total y absoluto y con garantías de repercusión. Y lógicamente, esto genera una experiencia de inmersión en la historia por parte de cada uno de los usuarios” (Guardiola, 2019).

Otro de los elementos claves que surge a partir de las definiciones de estos autores es el concepto Plataforma y la importancia que tiene escoger cuál utilizar. Por eso Carlos Scolari destaca la necesidad de utilizar cada medio, aunque el contenido fluya por distintas plataformas al aprovechar la especificidad de cada medio se debe

asegurar una visión única y sin fracturas del mundo narrativo (Scolari, 2013: 342).

Mientras que Pratten asegura que no hay un único medio que satisfaga nuestras necesidades como consumidores:

We tell stories across multiple platforms because no single media satisfies our curiosity and no single platform our lifestyle. We are surrounded by an unprecedented ocean of content, products and leisure opportunities. The people to whom we wish to tell our stories have the technology to navigate the ocean and can choose to sail on by or stop and listen (Pratten, 2015: 4).

Henry Jenkins (2003) suscribe que cada plataforma contribuye de distinto modo al proyecto global: “Ideally, each médium makes it own unique contribution to the unfolding of the story. Each individual episode must be accesible on its own terms even as it makes a unique contribution to the narrative system as a whole” (Jenkins, 2003).

Asimismo, Guardiola (2019) exige la obligación de contar con al menos tres medios diferentes:

Para crear una historia transmedia, o *transmedia storytelling*, se necesitan por lo menos tres medios diferentes. Estos son los que dotan al proyecto de más variedad y creatividad. Y con ello, la posibilidad de que se propague y difunda más, y a más plataformas. El

relato que contemos debe ser nuevo, original y específico para cada plataforma y, en consecuencia, para cada público objetivo.

Cada medio tiene sus propias características. Esto, aunque parece sentido común, y lo es, muchas veces nos olvidamos de ello. Además, hay que saber identificar qué funciona en cada uno de esos medios y plataformas. La razón es clara. Cada plataforma debe ofrecer a los usuarios nuevos elementos de la historia. Y no solo eso, sino que debe mejorar la acción o bien introducir nuevos personajes o giros en la historia para que no caiga en el aburrimiento. Debemos enfocar esos contenidos originales de nuestro *transmedia storytelling* a la audiencia de cada plataforma (Guardiola, 2019).

1.3.1. La experiencia Transmedia

Scolari (2013) define la experiencia que produce un Proyecto Transmedia en la audiencia como algo que trate de “entusiasmar a los consumidores y que los lleve a colaborar, por lo que resulta fundamental diseñar cuidadosamente las extensiones mediáticas y aprovechar las características específicas de cada medio” (Scolari, 2013: 342).

Siguiendo este hilo, de nuevo, Pratten (2015) relaciona la experiencia con la participación de la audiencia:

Telling stories across multiple platforms allows content that's right-sized, right-timed and right-placed to form a larger, more profitable, cohesive and rewarding experience. Only with transmedia storytelling can we place the audience at the center of what we do (Pratten, 2015: 4).

Además, McAdams (2016) incluye en la relación también el papel de una pieza central alrededor de la cual se forme el proyecto y la experiencia:

Whether all of the components of a transmedia Project can stand alone or not varies from Project to project; it also depends upon the component. Some projects may have more dependent components that fail to make sense unless one has viewed or experienced the central piece, such as a film or live performance (McAdams, 2016: 3).

Finalmente, Davidson (2010) introduce los videojuegos y el universo *gaming* como nueva plataforma que mejorará la experiencia del proyecto:

Interactive media is a catchall term for any type of media that enables a diversity of opportunities to interact with a mediated experience. So, video games and the web could both be considered interactive media, but each is distinct enough to merit focused attention on the unique properties found in video games, and on the web (Davidson, 2010: 84).

Es entonces, a través de todo esto, que surge lo que los autores definen como *Universo Narrativo* y que Scolari (2013) recoge de la siguiente forma:

Es posible satisfacer a los fanáticos que quieren conocer todo el universo narrativo y al mismo tiempo contener a los que solo se conforman con recorrer una parte e imaginar el resto. Sin embargo, un mundo narrativo debe contener espacios vacíos para que puedan expandirse transmedialmente o completados por los usuarios, y acrecentar la experiencia narrativa colaborativa. El desafío entonces consiste en desarrollar una experiencia transmedia rica que entusiasme a los consumidores y los lleve a colaborar en la expansión del relato. Para ello, resulta fundamental diseñar cuidadosamente las extensiones mediáticas y aprovechar las características específicas de cada medio (Scolari, 2013: 343).

Siguiendo esta corriente, el teórico Henry Jenkins ya habló en 2003 sobre la creación de este Universo Narrativo:

Most often, transmedia stories are based not on individual characters or specific plots but rather complex fictional worlds which can sustain multiple interrelated characters and their stories. This process of world-building encourages an encyclopedic impulse in both readers and writers. We are drawn to master what can be known about a world which always expands beyond our grasp. This is a very different pleasure than

we associate with the closure found in most classically constructed narratives, where we expect to leave the theatre knowing everything that is required to make sense of a particular story (Jenkins, 2013).

Los demás autores también hablan en sus artículos y obras sobre la trascendencia de la creación de un Universo Narrativo:

El contenido muestra una visión única dentro del mundo narrativo. La premisa sería: Una historia, un mundo, muchas plataformas. Vinculado con el primer principio, es decir, el contenido es creado por uno o varios usuarios, en toda narrativa transmedia o *transmedia storytelling* somos dueños de una visión. Dicha visión es compartida y difundida a través de diversos medios. El papel protagonista del coordinador de esas ideas para convertirlas en una historia factible es esencial para unificar esa visión en el mismo mundo narrativo (Guardiola, 2019).

Una narrativa es transmedia cuando existe en ella expansión y participación. Según si la expansión narrativa es planeada se considera estratégica, o si se expande como resultado de los inputs del entorno, (naturales en la época caracterizada por la mediatización) se asume como táctica (Corona, 2016: 35).

Transmedia projects may incorporate online games and other interactive components. Transmedia storytelling

may include live performances and “geolocated games such as scavenger hunts” as well as printed books or pamphlets, online databases, and on-site audio tours (McAdams, 2016: 2).

Por todo esto, Carlos Scolari (2013) propone la creación de una *Biblia Transmedia*, que recoja y unifique los detalles del proyecto. Se trata de “(...) un documento básico descriptivo que guíe la producción y la planificación del proyecto para evitar la dispersión narrativa o la aparición de ramificaciones que destruyan la coherencia del mundo ficcional” (Scolari, 2013: 346).

El mismo autor también defiende la importancia de las Redes Sociales:

Las comunidades de fans, que se criaron en torno de productos predigitales de la industria cultural como los films, cómics o las series de TV, encuentran en internet un nuevo lugar y de esto deben dar cuenta los productores, al desarrollar estrategias de contención, plataformas y espacios para dar a conocer las producciones generadas por los usuarios (Scolari, 2013: 249).

Es a través de estas redes, por ejemplo, donde los usuarios pueden dar su opinión y ayudar a mejorar el proyecto a través de lo que se conoce como el *feedback* o retroalimentación:

It's vitally important for the commercial success of a project that the marketing communications and

customer feedback mechanisms are built into the storytelling and experience design because the audience avoids and mistrusts advertising. By adopting this entertainment-marketing duality, the audience will advocate on your behalf and share content because it meets their personal and social needs, not because you have bribed them with promised rewards (Pratten, 2015: 5).

Por lo que es vital una participación de la audiencia, como ya han argumentado diversos autores con anterioridad. De hecho, el propio Pratten (2015) dice que es vital apoyar y animar a la audiencia a participar.

Corona (2016) explica que dicha participación es una herramienta clave: “Los receptores y las audiencias de la era digital cuentan con mayores herramientas para apropiarse, cuestionar, discutir o negociar los mensajes expuestos por los medios” (Corona, 2016: 33).

Como también reconoce el propio Davidson (2010):

Cross-media experiences are participatory. They engage us to get us more actively involved in the media experiences and we are rewarded with more awareness and ownership. We become more a part of the cross-media communications and have more stake in what happens and we may even have some influence on what happens (Davidson, 2010: 7).

Con todo esto y para lograr un rol activo de la audiencia resulta esencial conocerla y animarla a participar. Pratten (2015) defiende que para ello es necesario “(...) crear curiosidad y suspense”.

Jenkins (2003), por otro lado, explica que es difícil encontrar el equilibrio entre crear una historia con sentido y dotarla de elementos que llamen la atención y mejoren la experiencia de la audiencia:

Transmedia producers have found it difficult to achieve the delicate balance between creating stories which make sense to first time viewers and building in elements which enhance the experience of people Reading across multiple media (Jenkins, 2003).

Finalmente, Davidson (2010) recuerda que los Proyectos Transmedia están concebidos para entretener, por lo que es esencial llamar la atención de la audiencia:

Cross-media campaigns are often meant to entertain. Ideally, all communication strives to engage as well as entertain. We are given a world and a story in which we enjoy and if we're really interested and want even more, we can go out and find it across all the media employed. Fans are given all they want and more as they can dig into the media as much, or as little, as they like. In the end, we get to enjoy the entertainment across all the media with which we care to engage (Davidson, 2010: 118).

Durante el desarrollo de este Marco Teórico han surgido diferentes conceptos, pero antes de concluir con él, es vital diferenciar entre lo que es un proyecto *Transmedia* y lo que se conoce como *Crossmedia*.

Corona (2016) explica que las diferencias son sutiles pero muy importantes: “crossmedia se refiere a una repetición del mismo mensaje, adaptada para distintos medios, mientras narrativa transmedia consiste en producir mensajes distintos para diferentes medios” (Corona, 2016: 38).

En el mismo sentido que lo hace Davidson (2010), coincidiendo ambos autores en dicha diferenciación:

Cross-media refers to integrated experiences across multiple media, including the Internet, video and film, broadcast and cable TV, mobile devices, DVD, print, and radio. The new media aspect of the “cross-media experience” typically involves some level of audience interactivity. In other words, it's an experience (often a story of sorts) that we “read” by watching movies, dipping into a novel, playing a game, riding a ride, etc. (Davidson, 2010: 4).

Ligando los Proyectos Transmedia al mundo del periodismo, Mindy McAdams (2016) recoge lo siguiente:

Many journalism organizations have routinely produced stories for multiple platforms, but strategies for story expansion and audience engagement have rarely accompanied those efforts. The transmediapractices of

producing components that deliberately tell only part of a story, and combining these in a larger, disperse network of related components, offer a strategy by which journalism stories might reach more people and have greater impact (McAdams, 2016: 3).

Robert Pratten (2015) es el teórico quien diseña un total de seis eslabones que intervienen en los Proyectos Transmedia. Por un lado, encontramos lo que el autor llama la narrativa, consistente en la historia, lo que se pretende contar, cómo se va a contar, si va a tratarse de una ficción o será real, etc.

El segundo de los eslabones es la Experiencia, aquello que el público va a experimentar y vivir. En este elemento de la cadena de los Proyectos Transmedia, Pratten incluye también el tipo de participación que el creador del proyecto busca en su audiencia, el uso de los medios que se va a dar, si dicho proyecto va a trascender de las plataformas de comunicación al mundo real, etc. Evidentemente, como cualquier proyecto que busca comunicar está presente la audiencia, que constituye el tercer eslabón. En este sentido, Pratten explica que para desarrollar un proyecto eficaz es necesario crear un perfil sociodemográfico que recoja cómo es el usuario potencial al que se dirige dicho proyecto, qué les motiva, qué busca la audiencia en este proyecto, etc.

El cuarto eslabón son las plataformas o medios que se van a utilizar. En este caso, cada medio tiene un tipo de consumidor y potencial diferente, por lo que cada plataforma se utilizará con un fin determinado.

En cualquier tipo de proyecto es muy importante la perspectiva a largo plazo, por lo que es imprescindible que la elaboración de éste cuente con un modelo de negocio fiable que garantice que es rentable, convirtiéndose éste en el quinto eslabón.

Finalmente, el último de los eslabones que Pratten establece es la ejecución. Siendo ésta en definitiva la puesta en marcha del proyecto, pensando en la producción de contenidos, consolidación de la audiencia, así como en establecer diferentes estrategias que favorezcan que el proyecto sea un éxito.

Del mismo modo que en los apartados anteriores, para consultar de primera mano las informaciones y las citas de los autores, se puede observar el Anexo III.

SEGUNDA PARTE

Simon Morrison y el *Crossfit*. Proyecto Transmedia de periodismo sobre iniciación del *Crossfit*

Siguiendo la teoría de Pratten (2015), los eslabones de un Proyecto Transmedia se pueden apreciar en la figura 1 y, a continuación, se desarrollan aplicados al proyecto que estamos desarrollando.



Figura 1. Eslabones de un Proyecto Transmedia. Fuente: Pratten (2015).

2.1. Narrativa

En el proyecto que nos ocupa vamos a desarrollar este apartado partiendo de qué queremos contar. Vamos a explicar qué es el *Crossfit*, cómo practicarlo, dónde, qué debe saber antes de entrenar y los mejores consejos para tener en cuenta, en definitiva, se va a buscar dar las nociones básicas que debe conocer todo usuario novato de este deporte. Esto se va a desarrollar en una plataforma central web (en este caso va a consistir en un blog), pero que se va a extender a otras plataformas/medios, lo que se explica más en profundidad en el apartado de medios y plataformas.

Éste pretende ser un centro de referencia para todos aquellos deportistas novatos que quieran iniciarse en la disciplina del *Crossfit*, por lo que en ella se van a recoger de forma clara y estructurada todos los ítems arriba mencionados.

Para que esto llegue mejor a nuestra Audiencia, se va a crear un relato ficcional, el cual va a estar basado en hechos reales, donde un usuario de este deporte, de nombre Simon, explica en primera persona todos los conceptos relacionados con el *Crossfit* a través de su experiencia.

Este personaje va a partir de una reciente llegada a la ciudad de Madrid, venido de Inglaterra. Lleva tres años practicando *Crossfit* en su país de origen y tras mudarse a la capital española, está buscando un sitio para practicar dicho deporte. A raíz de este punto de partida, se va a elaborar una historia donde Simon irá explicando su día a día entrenando y donde irá conociendo a diferentes deportistas, que a

su vez irán aportando sus visiones y sus experiencias al desarrollo de este período.

La intención inicial es que Simon, en este relato, empiece practicando *Crossfit* de forma individual y que a medida que transcurren los sucesos, vaya modificándose y empiecen a intervenir amigos. Finalmente, se va a recrear una relación de pareja entre Simon y Daniela, una chica madrileña que practica *Crossfit* desde hace dos años.

El objetivo de que Simon acabe emparejado es tratar, de forma indirecta, una corriente de este deporte que lleva a las parejas a practicarlo conjuntamente, explicando a través de las diferentes plataformas los ejercicios, rutinas y entrenamientos que se pueden desarrollar en los *Partner Wods*, concepto utilizado en la jerga del *Crossfit* para referirse a esta corriente de entrenamientos en pareja.

2.2. Experiencia

Se trata de un relato ficcional basado en experiencias reales donde el personaje principal, Simon, va a narrar en primera persona sus vivencias en el *Crossfit* y todo lo que experimenta en ese mundo, con el objetivo de dar a conocer a los usuarios más noveles el abecé de este deporte, los consejos esenciales y qué debe saber antes de iniciarse en esta disciplina. También se elaborarán contenidos enfocados a explicar cuáles son los beneficios y las contraindicaciones de este deporte, así como donde practicarlo, qué elementos son esenciales para entrenar en un *box*, desde donde partir y cómo desarrollar un buen entrenamiento sin lesionarse (qué precauciones tomar). Por ello, se pretende que sea una experiencia entretenida y divertida, a la vez que informativa y formativa, que el usuario se entretenga leyendo y participando en este proyecto, pero que al mismo tiempo aprenda y se informe sobre el *Crossfit*. Además, se va a incitar al lector a participar en retos y *challenges*, buscando que den su opinión y narren su experiencia en la práctica del deporte, lo que se va a utilizar para construir en sí el relato de Simon. Es decir, para el desarrollo de este proyecto se va a narrar la historia de Simon, donde se van a dar las nociones y los conceptos básicos, pero también se van a utilizar las experiencias de los usuarios para completar este relato y formar un contenido más consistente. Por ello se van a emplear diferentes plataformas/medios que favorezcan la participación de los lectores, como las Redes Sociales y diferentes formatos (vídeos, imágenes, podcast, etc.) propios y creados por terceros. Con todo ello, se busca que la audiencia se anime a practicar los diferentes entrenamientos y retos que se van a proponer a través de las diferentes plataformas y que compartan sus

resultados en ellas. De esta forma, se va a fomentar la práctica de deporte y a la vez se va a generar un canal de retroalimentación para que los usuarios puedan aportar y explicar sus opiniones y experiencias, cosa que acabará complementando el relato y el contenido de este proyecto que nos ocupa. En definitiva, este proyecto busca que el usuario viva una experiencia realista, que sea participe de ella y que la retroalimente. Que pueda formarse e informarse, pero que a la vez lo haga de una forma lúdica, divertida y entretenida, todo ello utilizando diferentes plataformas que en la actualidad están a la orden del día y al alcance de todos.

2.3. Audiencia

Para Pratten, el tercer de los eslabones de los Proyectos Transmedia es la Audiencia. En este sentido, básicamente consiste en delimitar nuestro público objetivo: quiénes son, cómo piensan, qué buscan, qué necesitan, etc. Para desarrollar correctamente un proyecto hay que conocer previamente a los usuarios a los que nos dirigimos, saber sus gustos, sus hábitos, costumbres e intereses.

Como se ha mencionado anteriormente, el proyecto ha sido diseñado con el objetivo de que los *crossfitters* novatos se informen y tengan conocimientos previos del deporte antes de practicarlo. Por ello, es necesario elaborar los perfiles sociodemográficos de los lectores potenciales.

En general, se trata de un varón o mujer, solteros, jóvenes, con trabajo, buen dominio de las tecnologías, vida activa y gusto por practicar deporte. Siguiendo el modelo de Personaje X que propone Alan Cooper (2001), nuestros personajes son:

Simon Morrison, de 27 años, natural de Londres (Reino Unido). Es un apasionado por los deportes, lleva practicándolos desde pequeño. Practica *Crossfit* desde hace 5 años. Estudió empresariales y ahora trabaja para Amazon en su filial española como gestor de ventas. También es un amante de las tecnologías y de Apple (posee un iPhone de última generación, un iPad y un MacBook). Acaba de llegar a Madrid y ya está instalado.

En casa tiene acceso a fibra óptica de alta velocidad en su casa, televisión por satélite e IPTV. Le gustan mucho las series y las

películas, pero suele verlas a través de plataformas de contenido online tipo Movistar+, Netflix y HBO, por lo que no suele ir al cine. No acostumbra a leer novelas, pero si se da el caso, lo hace a través de su lector de libro digital. Tiene cuenta *premium* de Spotify, le gusta escuchar música sobre todo cuando va a trabajar en transporte público y cuando hace deporte. También le gusta salir a tomar algo por las terrazas de Madrid con sus amigos, pero no le van las discotecas.

Al levantarse cada mañana enciende el teléfono móvil y consulta sus redes sociales (Twitter, Instagram y Whatsapp), son las plataformas que más utiliza para informarse de lo que sucede en el mundo. Tras desayunar se va al trabajo y lo hace en metro, momento en que aprovecha para poner música y seguir leyendo las redes sociales. Mientras trabaja suele ponerse música o la radio. Al regresar a su casa, de nuevo enciende Spotify y escucha música. Tras comer suele salir a practicar deporte y entrenar. Tras cenar enciende la televisión y se ve algún capítulo de una serie o una película mientras habla con sus amigos por Whatsapp.

Por otro lado, como ya se ha comentado, la intención es que este personaje principal conozca otros deportistas y acabe emparejado con una de ellas, con el objetivo de poder desarrollar contenido relacionado con los *Partner Wods*, por lo que el perfil de nuestra audiencia variará, apareciendo la pareja de Simon, quien es:

Daniela Méndez, de 25 años. Practica *Crossfit* desde los 23. Natural de Madrid, estudió Publicidad y Relaciones Públicas y trabaja en una agencia de publicidad. Le gusta practicar deporte, pero es una pasión que le llegó hace pocos años. Le gustan las tecnologías, pero no es

muy “friki” de ellas, tiene iPhone y MacBook. También tiene cuenta premium en Spotify, le apasiona la música, la escucha a todas horas.

Comparte piso con una amiga de la facultad, tienen fibra óptica de alta velocidad, televisión, Netflix y HBO pero no IPTV. Desayuna mientras revisa sus redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram y Whatsapp), son las plataformas que utiliza para informarse. Va a trabajar andando mientras escucha música, tras salir y comer aprovecha para hacer deporte. Después de cenar se relaja en el sofá mientras ve algún programa de televisión o un capítulo de una serie con su compañera de piso y chatea con sus amigos por Whatsapp. Le apasiona pasar el rato con sus amigos y salir a las terrazas de La Latina, de Madrid, los domingos por la tarde.

Se trata, evidentemente, de unos perfiles iniciales y que muy posiblemente se continúen expandiendo y sigan variando a medida que se van elaborando contenidos y que la audiencia va interaccionando con el proyecto.

Definitivamente, nuestro público va a ser muy variado y cambiante durante el desarrollo del proyecto. Se les va a pedir que participen e interactúen a través de las diferentes plataformas con el personaje principal ficticio para que éste pueda implementar dicho *feedback* en el relato original, consiguiendo generar y modificar los contenidos según las influencias y las experiencias de nuestra audiencia. Para lograr todo ello, se van a proponer retos y se va a invitar a nuestro público a participar, incentivándoles mediante obsequios o premios.

2.4. Medios y plataformas

El cuarto de los eslabones según Pratten (2015) son los medios y las plataformas donde tiene lugar la experiencia, los cuales cada uno aportan su función al global de la experiencia. En cuanto al que nos ocupa, como se ha comentado, se van a utilizar diferentes plataformas siguiendo el esquema que se presenta a continuación:

Blog	Redes Sociales (Facebook e Instagram)	App
------	--	-----

Figura 2. Plataformas y medios donde se desarrollará el proyecto.
Fuente: elaboración propia.

Utilizando el recurso web (blog) se va a elaborar una guía básica que recoja el abecé del *Crossfit*, dónde practicarlo, consejos antes de introducirse en este mundo, qué debe saber un usuario novel, etc. Este recurso se va a elaborar partiendo de la experiencia de Simon, el personaje principal de este proyecto. A través de sus vivencias se irán explicando los diferentes ítems antes comentados. Será el propio Simon el que elaborará en primera persona los contenidos y los posteará en el blog de forma semanal. También será nuestro personaje principal el que decida sobre los temas que se tratarán y el tipo de contenido que se utilizará (fotografías, vídeos, infografías...). Además, se utilizará dicho blog para fijar los “retos” y “objetivos” que se propondrán a nuestra audiencia.

A raíz de este recurso primario se van a ir utilizando otras plataformas para expandir la experiencia y facilitar la interacción con

los usuarios. En este caso, las Redes Sociales, concretamente Twitter, Instagram y Facebook. A través de ellas se dará publicidad y se incentivará la participación a los retos que se propongan en el blog, los cuales los usuarios deberán completar para ganar. Utilizando los resultados de éstos, se elaborará una clasificación que será compartida por dichas redes sociales y publicada en el blog principal.

Además, utilizando el propio blog se elaborarán diferentes rutinas de entrenamiento y *Wood's* que estarán disponibles a los usuarios que se registren y se suscriban. Estos mismos recursos serán subidos a una app para teléfonos móviles (inicialmente para iOS y posteriormente también para Android) para facilitar que la audiencia acceda a ellos y comparta sus resultados. Cabe decir que dicha app forma parte de una tercera fase que no se desarrollará en el presente y que, posteriormente, cuando el proyecto ya tenga cierto rodaje, se diseñará y elaborará.

Los perfiles de cada medio y plataformas iniciales, comentadas anteriormente, son:

[Blog](https://simonmorrisoncrossfit.wordpress.com): simonmorrisoncrossfit.wordpress.com

[Instagram](https://www.instagram.com/simonmorrisoncrossfit): [simonmorrisoncrossfit](https://www.instagram.com/simonmorrisoncrossfit)

[Facebook](https://www.facebook.com/simon.morrison.37819): [simon.morrison.37819](https://www.facebook.com/simon.morrison.37819)

Dentro de dichas plataformas se combinarán diferentes recursos como fotografías, vídeos, textos y multimedia para hacer de este Proyecto Transmedia una experiencia completa. Los contenidos creados para las diferentes plataformas se pueden consultar en el subapartado “2.6. Ejecución”.

Asimismo, cabe destacar que estos contenidos no serán únicamente de elaboración propia, esta experiencia transmedia también se enriquecerá con el enlace a contenidos de otros perfiles y plataformas ajenos a este proyecto, como publicaciones de expertos, atletas profesionales, etc. El principal objetivo de esto no es otro que ampliar los recursos y aprovechar al máximo la gran calidad de muchas de las informaciones que internet ofrece.

En todo caso, para motivar a nuestra audiencia (*call to action*) se van a desarrollar tres fases: detonación, remisión y reconquista. La primera consistirá en motivar la participación de la audiencia ofreciendo los contenidos de manera gratuita e incentivando la implicación de los usuarios a través de los retos. En la segunda fase, la de remisión, se va a ofrecer toda la información para que la audiencia participe utilizando las diversas plataformas antes expuestas. Finalmente, en la fase de reconquista, se va a premiar la participación de la audiencia a través de los resultados recogidos en las Redes Sociales y en el blog, obsequiándoles con diferentes gratificaciones y proponiendo la elaboración de la app.

A continuación, se pueden observar las capturas de pantalla de las diferentes plataformas que van a ser utilizadas:



Figura 3. Captura de pantalla blog. Fuente: elaboración propia.

Instagram

Busca



simonmorrisoncrossfit

Editar perfil



4 publicaciones

0 seguidores

6 seguidos

Simon Morrison

PUBLICACIONES

IGTV

GUARDADAS

ETIQUETADAS

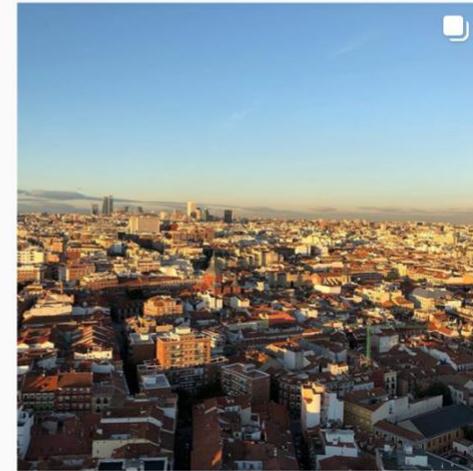
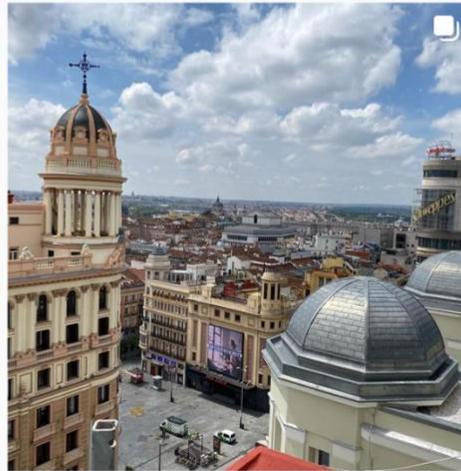


Figura 4. Captura de pantalla perfil Instagram. Fuente: elaboración propia.

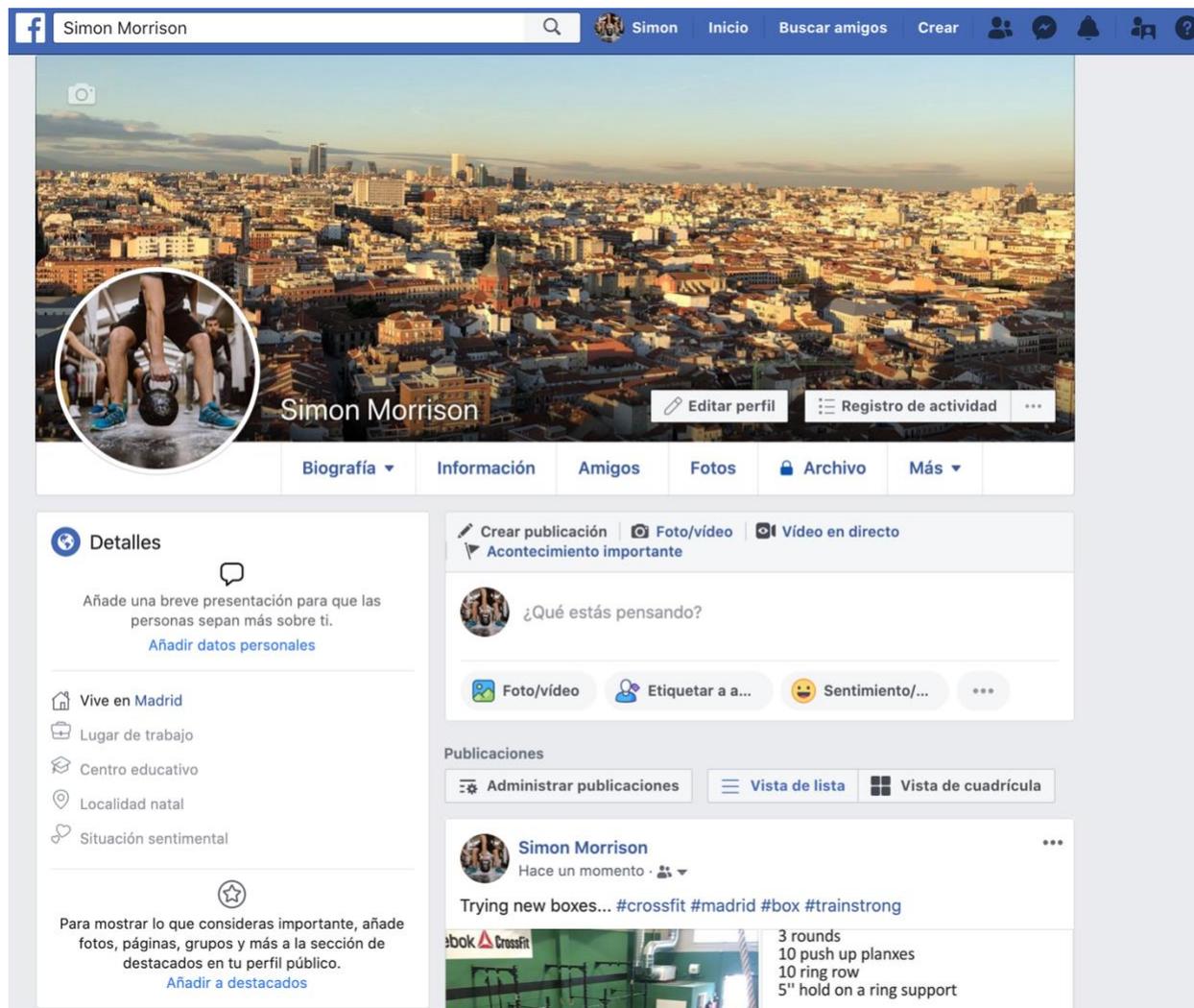


Figura 5. Captura de pantalla perfil Facebook. Fuente: elaboración propia.

2.5. Modelo de negocio

Este es el quinto de los eslabones del Proyecto Transmedia que propone Pratten (2015). Aquí se ha optado por dar acceso inicial completo a todos los contenidos y recursos de forma gratuita. Posteriormente, para poder acceder a una parte del contenido más específico se habrá que pagar (habiéndose suscrito y registrado al blog), lo que se conoce como *freemium*.

Del mismo modo el acceso a las redes sociales será completamente abierto, algo que permitirá llamar la atención de los usuarios en una primera instancia y facilitar el intercambio de información y contenidos a lo largo de toda la experiencia. Una vez suscritos a la plataforma principal (blog), se abrirá la posibilidad a los usuarios a descargar una app de pago (tercera fase) que acabará completando la experiencia transmedia que propone este proyecto.

Para generar ingresos destinados a sufragar los gastos durante todo el desarrollo del proyecto, se recurrirá a la publicidad convencional en las diferentes plataformas y medios utilizados (*banners* en el blog, anuncios en los vídeos, etc.).

También se contempla también que el modelo de negocio del proyecto incluya el patrocinio de marcas relacionadas con el deporte y el *Crossfit* (*product placement branded*), ya sea que dichas marcas sufraguen los gastos producidos o que aporten productos que serán utilizados como premios a los retos que se propondrán a la audiencia (*cobranding*).

La intención es que, finalmente, sea completamente gratuito en la fase una y dos. La fase tres que consiste en la creación de una app sí será de pago para la audiencia, pero no se contempla su desarrollo por ahora.

2.6. Ejecución

El último de los eslabones que propone Pratten (2015) en la ejecución del proyecto que estamos desarrollando vamos a seguir el esquema recogido en la figura 6.

Producir contenido <i>low cost</i>	Difusión	Construir audiencia	Conseguir fondos Patrocinio e integración de marca	¿Es la audiencia suficientemente grande?	¿Seguir expandiendo?
		Colaborar con la audiencia	Preventa a la audiencia Producir más medios		

Figura 6. Esquema de la ejecución de un Proyecto Transmedia.
Fuente: Scolari (2013).

Como se puede observar en la primera de las casillas de la figura anterior, el primer paso de la ejecución va a ser producir el contenido que se publicará reduciendo al máximo los costes de producción. Seguidamente se difundirá a través de la plataforma seleccionada (blog) y dándole apoyo a través de las redes sociales. Con esto llegaremos al tercer paso, construir una audiencia, colaborando con ella e interactuando para consolidarla.

Una vez afianzados nuestros usuarios, será el momento de conseguir financiación, lo que se hará siguiendo los pasos descritos en el apartado “2.5. Modelo de Negocio”. Tras esto, cabrá preguntarse si queremos seguir expandiendo el proyecto y, por consiguiente, nuestra audiencia, o si hemos llegado al punto que se pretendía

llegar y no se va a ir más allá, y así contemplar finalmente la creación de la app.

Como ya se ha recogido en los anteriores apartados, este proyecto empezará siendo gratuito, ofreciendo todos los contenidos a través de un blog principal y sus redes sociales y, posteriormente se limitará el acceso a ciertos recursos mediante suscripción y registro, de tal forma que para poder vivir la experiencia completa el usuario deba abonar una mensualidad, lo que le permitirá acceder a la totalidad de los recursos y participar en los retos y *challenges* que se ofrecerán, como ya se ha recogido en el apartado “2.4. medios y plataformas”, en el blog y en las redes sociales.

Tras esto, y cuando tengamos una audiencia consolidada, se buscará la financiación y el patrocinio de marcas para sufragar los gastos generados y poder obtener beneficios, valorando en ese momento la creación de una app para seguir ampliando la experiencia.

2.6.1. Calendario de ejecución de las fases y contenidos

Fase	Medio/Plataforma	Contenido	Fecha de publicación	Descripción
1	Blog	Post de "llegando a Madrid"	07/05/2020, hora: 19:00h	Fotos: lugares emblemáticos de Madrid. Texto: breve post explicando el viaje y la llegada a Madrid. Hashtags: #Madrid #Spain #JustArrived
	Blog	Post "¿Dónde practicar <i>Crossfit</i> ? En búsqueda de un <i>box</i> "	14/05/2020, hora: 19:00h	Fotos de diferentes <i>boxes</i> . Texto explicando cuál es mejor y por qué. Hashtags: #crossfit #madrid #box #trainstrong
	Blog	Post "Tipos de <i>Wod's</i> "	21/05/2020, hora: 19:00h	Fotos: <i>box</i> e infografía entrenamiento. Texto: explicativo de los <i>Wod's</i> . Hashtags: #crossfit #madrid #box #trainstrong
	Blog	Post " <i>Wod</i> en pareja"	28/05/2020, hora: 19:00h	Fotos: <i>box</i> , deportistas e infografía entrenamiento. Texto: explicativo de los <i>Wod's</i> . Hashtags: #crossfit #madrid #box #trainstrong #partnerwod
2	Instagram	"Recién llegado a Madrid"	06/05/2020, hora: 21:00h	Fotos: lugares de Madrid. Texto: frase sencilla relacionada con la llegada. Hashtags: #madrid #spain#JustArrived
	Facebook	"Planes en Madrid"	09/05/2020, hora: 21:00h	Fotos: lugares de Madrid y <i>boxes</i> . Texto: qué hacer en Madrid. Hashtags: #spain #madrid #whattodo
	Instagram	"Descubriendo <i>boxes</i> en Madrid"	13/05/2020, hora: 21:00h	Fotos de diferentes <i>boxes</i> . Texto explicando cuál es mejor y por qué. Hashtags: #crossfit #madrid #box #trainstrong
	Facebook	"Los mejores <i>boxes</i> para practicar <i>Crossfit</i> en Madrid"	16/05/2020, hora: 21:00h	Fotos de diferentes <i>boxes</i> . Texto explicando cuál es mejor y por qué. Hashtags: #crossfit #madrid #box #trainstrong
	Instagram	"Entrenando en Madrid"	20/05/2020, hora: 21:00h	Fotos: <i>box</i> e infografía entrenamiento. Texto: explicativo de los <i>Wod's</i> . Hashtags: #crossfit #madrid #box #trainstrong
	Facebook	"Así se hace <i>Crossfit</i> en Madrid"	23/05/2020, hora: 21:00h	Fotos: <i>box</i> e infografía entrenamiento. Texto: explicativo de los <i>Wod's</i> . Hashtags: #crossfit #madrid #box #trainstrong
	Instagram	"Entrenando en pareja"	27/05/2020, hora: 21:00h	Fotos: <i>box</i> , deportistas e infografía entrenamiento. Texto: explicativo de los <i>Wod's</i> . Hashtags: #crossfit #madrid #box #trainstrong #partnerwod
	Facebook	" <i>Partner Wod's</i> "	30/05/2020, hora: 21:00h	Fotos: <i>box</i> , deportistas e infografía entrenamiento. Texto: explicativo de los <i>Wod's</i> . Hashtags: #crossfit #madrid #box #trainstrong #partnerwod
3	App	Retos y <i>challenges</i>	Este contenido se desarrollará en una fase no incluida en este proyecto inicial	Vídeo ilustrativo del reto e infografía con los ejercicios a realizar

Figura 7. Fases, medios y contenidos. Fuente: creación propia.

Cabe destacar el equipo de trabajo que será necesario. Inicialmente, debido a que se busca reducir al máximo los costes de producción, se constituirá de una única persona, la cual ejercerá a la vez los cargos de productor, gestor de comunidades (*community manager*),

director, guionista y director de marketing. Con la expansión se considerará la posibilidad que los cargos se deleguen en otras personas y se contraten trabajadores para seguir ampliando la experiencia, lo que se recoge en detalle en la figura 8, "Presupuesto".

2.6.2. Presupuesto

	Coste unidad (€)	Meses	Subtotal (€)
Personal			
Community manager y redactor (media jornada)	750	3	2250
Becario (dietas)	70	3	210
Equipamiento			
Ordenador (MacBook Air)	1199	-	1199
Smartphone (iPhone 11 Pro). Utilizado para postear, hacer fotografías, interactuar con la comunidad, etc.	1159	-	1159
Espacio <i>coworking</i> (oficina). Incluye: internet, mesa, fotocopiadora, sala de reuniones, aire acondicionado, secretaría, café de cortesía y acceso 24/7	300	3	900
Alquiler de servidor y dominio web (anual). Incluye dominio, 13GB de espacio de almacenamiento, temas <i>premium</i> (diseño), integración en Google Analytics, opciones avanzadas para RRSS y monetización web	8	12	96
Banco de imágenes <i>iStock</i> (10 fotografías al mes)	85	3	255
TOTAL PROYECTO PARA 3 MESES			6.069,00

Figura 8. Presupuesto. Fuente: elaboración propia.

El coste total del Proyecto Transmedia de Simon Morrison previsto para tres meses es de 6.069 €.

Cabe especificar que en el apartado Anexos se recogen las facturas proforma de los diferentes equipos y equipamientos recogidos en este presupuesto.

A modo de conclusión

Tras la elaboración de este Trabajo Final de Grado y el desarrollo del proyecto transmedia, cabe remarcar dos aspectos que han surgido durante el mismo. Por una parte, la novedad que suponen el estilo transmedia y el poco conocimiento que hay generalizado sobre los proyectos transmedia, ha dificultado la recopilación y selección de información al respecto.

Sin embargo, más allá de lo que pueda parecer, la mayoría de los proyectos y trabajos que se realizan actualmente en el periodismo están muy enfocados al uso de distintas plataformas y de la interrelación de los contenidos que se recogen en ellas. Es decir, aunque, sin quererlo, el periodismo está evolucionando hacia esta tendencia porque así lo demandan los usuarios, que ya no se conforman con leer una noticia en la prensa, ahora quieren acceder a más información: sí existe un vídeo, una fotografía o un podcast que ver después de leer la pieza, mejor. Los lectores buscan cuanta más información mejor, y más si está se puede consumir de forma fácil y sencilla.

Por otro lado, el *Crossfit* es un deporte que está últimamente en boca de todos, sin embargo, no muchos usuarios conocen bien la disciplina. Realizando este proyecto se ha podido constatar que más que un deporte constituye una forma de vida que hace que sus usuarios más adeptos transformen muchas de sus costumbres cotidianas y las adapten a la práctica de este deporte.

En cuanto a los objetivos planteados inicialmente, antes de desarrollar el presente TFG, podemos decir que se han cumplido en su práctica totalidad.

El primero de los objetivos recogía que este proyecto buscaba definir y describir el concepto Transmedia aplicado al periodismo, investigando, analizando y destacando los aportes que produce a la transmisión de información, así como descubrir la eficacia de este tipo de experiencias respecto a una audiencia. Tras concluir este proyecto, hemos de constatar que sí se ha conseguido dicho objetivo.

Por otro lado, la segunda meta propuesta en el inicio del presente versaba sobre la investigación acerca de un deporte que es prácticamente nuevo, el *Crossfit*. En dicho objetivo se planteaba estudiar los beneficios, los perjuicios, las dinámicas y la cultura que se mueve alrededor de la práctica de este deporte. Objetivo que también se ha conseguido.

Finalmente, el último de los objetivos propuestos giraba sobre la puesta en marcha del proyecto, cosa que también se ha conseguido. Sin embargo, uno de los puntos que recogía esta meta era poder analizar la interacción con la audiencia, algo que no se ha podido desarrollar por falta de tiempo ya que este proyecto ha estado activo durante un tiempo muy reducido.

Referencias

Albiol, Belén (2016). Narrativa Transmedia. *Narrativa Transmedia Interactiva*. Recuperado el 10 de enero de 2020, de <http://narrativatransmediainteractiva.blogspot.com/2016/10/ocho-elementos-de-jeff-gomez.html>

Baeza, Guillermina (1985). *Metodología de la Investigación*. México: Grupo Editorial Patria.

Cooper, Alan (2001). *Presos de la tecnología*. México: Prentice Hall

Corona Rodríguez, J. M. (2016): *¿Cuándo es transmedia? discusiones sobre lo transmedia (I) de las narrativas*, Icono 14, volumen (14), pp. 30-48.

Coworking Spain (2020). *Enjoyworking*. Recuperado el 28 de marzo de 2020, de <https://coworkingspain.es/espacios/coworking/madrid/enjoyworking>

Davidson, Drew (2010). *Cross-media communications: and introduction to the art of creating integrated media experiences*. Pittsburgh: ETC Press. Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de <http://repository.cmu.edu/etcpres/6>

De la Garza Toledo, Enrique (1998). *Hacia una Metodología de la reconstrucción. Fundamentos, Crítica y Alternativas a la Metodología y Técnicas de Investigación*. México: Porrúa-UNAM.

Delgado, Juanfran (2017). Siete beneficios que hacen al CrossFit un deporte perfecto. *GuiaFitness*. Recuperado el 5 de febrero de 2020, de <https://guiafitness.com/7-beneficios-que-hacen-al-crossfit-un-deporte-perfecto.html>

González, C. (2020). *Crossfit: 5 ventajas y 5 inconvenientes de este tipo de entrenamiento* [en línea]. *Psicología y mente*. Consultado el 8 de febrero de 2020, de <https://psicologiymente.com/deporte/crossfit-5-ventajas-inconvenientes>

Guardiola, E. (2019) Transmedia Storytelling. Los 8 principios según Jeff Gómez [en línea]. *Serendipia*. Recuperado el 2 de enero de 2020, de <https://www.eliaguardiola.com/transmedia-storytelling-los-8-principios-segun-jeff-gomez.html>

Güiza, Fer (2013). *Investigación Documental*. Slideshare. Disponible en: <https://es.slideshare.net/FerGiza/investigacin-documental-16405056>

iStockPhoto (2020). Getty Images. Recuperado el 28 de marzo de 2020, de <https://www.istockphoto.com/es/planes-y-precios>

IV- Investigación científica (2019.) *¿Qué es la investigación documental? Definición y objetivos*. Investigación científica. Disponible en: <https://investigacioncientifica.org/que-es-la-investigacion-documental-definicion-y-objetivos/>

Jenkins, Henry (2003). Transmedia storytelling. *MIT Technology Review*. Recuperado el 10 de noviembre de 2019, de <https://www.technologyreview.com/Biotech/13%20052/?a=f>

López, Javier Felipe (2015). ¿Qué dice la ciencia sobre el CrossFit? [en línea]. *Sportadictos*. Recuperado el 5 de febrero de 2020, de <https://sportadictos.com/2015/03/crossfit>

Máxima Uriarte, Julia. (2018). *Investigación Documental*. Características. Disponible en: <https://www.caracteristicas.co/investigacion-documental/>

McAdams, Mindy (2014). *(Re)defining multimedia journalism: New storytelling forms inspire us*. Medium. Recuperado el 10 de enero de 2020, de <https://medium.com/thoughts-on-journalism/re-defining-multimedia-journalism-1f4966df37bc>

Pratten, R. (2015). Getting Started in Transmedia Storytelling. A Practical Guide for Beginners. Create Space. Conducttr. Disponible en: <http://www.tstoryteller.com/getting-started-in-transmedia-storytelling>

Salvatierra, Gorka (2014). *Estudio del nuevo fenómeno deportivo Crossfit*. León: Universidad de León.

Scolari, Carlos (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto

Scolari, Carlos (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication* (3), pp.586-606. Recuperado el 20 de enero de 2020 de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477/336>

Smith, Michael M.; Sommer, Allan J.; Starkoff, Brooke E.; Devor, Steven T. (2013). *Crossfit-Based High-Intensity Power Training Improves Maximal Aerobic Fitness and Body Composition*. *Health and Exercise Science* 27 (11), 3159-3172.

Weisenthal, B. M., Beck, C. A., Maloney, M. D., DeHaven, K. E., & Giordano, B. D. (2014). *Injury Rate and Patterns Among CrossFit Athletes*. *Orthopaedic Journal of Sports Medicine*, 2 (4). Consultado el 8 de febrero de 2020, de <https://doi.org/10.1177/2325967114531177>

Anexos

Anexo I: Cuadro resumen de lecturas *Crossfit*

	Salvatierra, Gorka (2014). Estudio del nuevo fenómeno deportivo Crossfit. León: Universidad de León.	Delgado, Juanfran (2017). Siete beneficios que hacen al CrossFit un deporte perfecto [en línea]. CrossFitness. Recuperado el 5 de febrero de 2020, de https://guiafitness.com/7-beneficios-que-hacen-al-crossfit-un-deporte-perfecto.html	López, Javier Felipe (2015). ¿Qué dice la ciencia sobre el CrossFit? [en línea]. Sportadictos. Recuperado el 5 de febrero de 2020, de https://sportadictos.com/2015/03/crossfit	Smith, Michael M.; Sommer, Allan J.; Starkoff, Brooke E.; Devor, Steven T. (2013). Crossfit-Based High-Intensity Power Training Improves Maximal Aerobic Fitness and Body Composition. Health and Exercise Science 27 (11), 3159-3172.	González, C. (2020). Crossfit: 5 ventajas y 5 inconvenientes de este tipo de entrenamiento [en línea]. Psicología y mente. Consultado el 8 de febrero de 2020, de https://psicologiaymente.com/deporte/crossfit-5-ventajas-inconvenientes	Weisenthal, B. M., Beck, C. A., Maloney, M. D., DeHaven, K. E., & Giordano, B. D. (2014). Injury Rate and Patterns Among CrossFit Athletes. Orthopaedic Journal of Sports Medicine, 2 (4). Consultado el 8 de febrero de 2020, de https://doi.org/10.1177/22
Crossfit (entrenamiento funcional)	El método de entrenamiento desarrollado desde el principio del proceso de rehabilitación que aplicando y utilizando conceptos de anatomía funcional permiten desarrollar un programa de ejercicios los cuales imitan gestos y movimientos de nuestro cuerpo que de acuerdo a las necesidades específicas de cada persona proporcionarán un impacto positivo en las actividades diarias y deportivas. (5) CrossFit no es un programa de fitness especializado, sino un intento por optimizar la competencia física en cada uno de los diez dominios reconocidos del fitness	El crossfit es una modalidad deportiva que consiste en la realización de diferentes movimientos funcionales a alta intensidad durante periodos de tiempo no muy largos. Las actividades que engloba el crossfit en su práctica se basan en ejercicios de pesas, burpees, correr, remo..., pero sobre todo se centra en levantamiento de pesas. Para obtener beneficios de la práctica de crossfit lo más importante es la intensidad con la que se realiza el ejercicio.				CrossFit is a conditioning program that has gained widespread attention for its focus on successive ballistic motions that build strength and endurance. It is characterized by workouts that use a wide variety of exercises, ranging from running and rowing to Olympic lifting, power lifting and gymnastic movements. These exercises are often combined into high-intensity workouts that are performed in rapid, successive repetition, with limited or no recovery time. It has been adopted in both military and civilian populations with widespread anecdotal reports of impressive fitness gains. (1)

<p>Entrenamiento funcional vs. entrenamiento de gimnasio</p>	<p>A diferencia de los ejercicios realizados en los gimnasios que entrenan un músculo o grupos musculares específicos realizando movimientos en un solo plano por ejercicio, el entrenamiento funcional permite realizar movimientos multiplanares imitando gestos deportivos y realizando progresiones funcionales que se adaptarán a las demandas de cada deporte o actividad. Para ello se utilizarán diferentes implementos como bandas elásticas, balones medicinales, cuerdas, barras, mancuernas, balancines de equilibrio y, adicionalmente, la utilización del propio peso corporal. (5)</p>					
--	---	--	--	--	--	--

<p>Entrenamiento de alta intensidad o HIIT</p>	<p>El entrenamiento de alta intensidad o HIIT es un método de entrenamiento de fuerza enfocado principalmente en la calidad de las repeticiones, y un concepto básico en todo lo referente al mundo del culturismo, la hipertrofia muscular: el fallo muscular momentáneo. Según este método solo se necesita de una serie de un solo ejercicio en la que se debe llegar hasta el fallo muscular para que el cuerpo hipertrofié, es decir para que el cuerpo crezca, puesto que se basa en que es la intensidad con la que se realiza el ejercicio el factor principal para estimular el crecimiento y aumentar la fuerza. (7)</p>			<p>HIIT is practical for many individuals due to the minimal time commitment required when compared to traditional continuous endurance training. A relatively new variation of HIIT has recently become popular and incorporates high-intensity resistance training using varied, multiple-joint movements. This high-intensity power training (HIPT) may also offer improvement of aerobic fitness with minimal time commitment compared with traditional aerobic training. HIPT has recently become popular worldwide; however, proponents have made many unsubstantiated</p>		
<p>Crossfit Inc., marca registrada (definición)</p>	<p>Es el deporte del fitness y es caracterizado por ser un sistema de acondicionamiento físico basado en movimientos funcionales, creatividad y variedad de ejercicios, alta intensidad y corta duración. (8)</p>					

<p>Movimientos funcionales</p>	<p>Aquellos en los cuales intervienen múltiples movimientos corporales en conjunto, es decir, varios grupos musculares se unen para llevar a cabo una acción de forma natural, efectiva y eficiente. Pero el aspecto más importante de los movimientos funcionales es su capacidad de mover grandes cargas en largas distancias y hacerlo de forma rápida. (8)</p>					
------------------------------------	--	--	--	--	--	--

Fundamentos	<p>Entrenar en la ejecución de movimientos de gimnasia olímpica desde rudimentarios a avanzados, alcanzando gran capacidad para controlar el cuerpo, tanto dinámica como estáticamente, maximizando la relación de fuerza/peso y flexibilidad. También se concentra en el levantamiento de pesas olímpico, ya que este deporte demuestra una excepcional habilidad para desarrollar alta potencia, control de objetos externos y dominio de patrones críticos del trabajo motriz en los deportistas. Finalmente, promueve y ayuda a los deportistas a explorar múltiples deportes como</p>			<p>In conclusion, we can infer from our data that a crossfitbased HIPT training program can yield meaningful improvements of maximal aerobic capacity and body composition in men and women of all levels of fitness. The improvement of maximal oxygen consumption expressed as a function of body mass was significantly correlated to increased absolute oxygen consumption, indicating that HIPT can improve aerobic fitness independent of any concurrent weight loss. Although improvements in aerobic fitness are similar to those previously found in HIIT programs, the</p>		
Origen	<p>Según la web oficial de CrossFit, técnicamente, CrossFit como una empresa nació en el año 2000, pero se podría decir que sus raíces se plantaron años antes, cuando su fundador el ex gimnasta Greg Glassman en los años 90 era adolescente. (9)</p>					

El método CrossFit
(cuatro pilares)

CrossFit, Inc., promueve un método de CrossFit que establece una jerarquía de esfuerzo concentración que se ordena de la siguiente forma:

- 1- Nutrición: es el fundamento para lograr mejores tiempo, cargar más peso y cambiar la composición del peso corporal. Es decir, para tener menos peso graso y mayor peso muscular. Estar más delgado y tonificado.
- 2- Gimnasia: establece la capacidad funcional para el control del cuerpo y el rango de movimiento.
- 3- Levantamiento de pesas y lanzamientos: desarrolla la habilidad de controlar objetos externos y producir potencia.
- 4- Deportes: aplica a la

<p>El entrenamiento</p>	<p>El entrenamiento se basa en poner de manera rápida en forma a las personas mediante ejercicios funcionales, como levantar o arrastrar pesos, con movimientos que se pueden encontrar en la vida cotidiana. En términos generales consiste en utilizar todos los elementos de tu alrededor para “simular” ejercicios que realizarías en ti vida diaria. Pero su principal objetivo es su efectividad. Al contrario que otros deportes que los resultados estéticos y beneficios tardan en llegar, con CrossFit en 2 meses los resultados son ya muy patentes. (10)</p>					<p>CrossFit is a blend of multiple synchronistic exercises, such as gymnastics, power lifting, Olympic lifting, and endurance activities. These movements are often performed at a high intensity with little recovery time between exercises. (4)</p>
-------------------------	--	--	--	--	--	--

<p>Ventajas que promueve el CrossFit frente otros métodos fitness</p>	<p>Promueve un método distinto y eficaz que basa su atractivo en una serie de ventajas respecto al fitness como un método que se engloba en 4 grandes aspectos que hacen de este método o deporte incomparable con el resto de métodos fitness:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☑ No hay rutinas fijas. ☑ Es un deporte social. ☑ Necesita poco tiempo. ☑ Puede ser gratis. La rutina es el principal enemigo. Variedad de estímulos. (15) 	<p>El alto ritmo de trabajo y la intensidad con la que se realiza esta actividad facilita la pérdida de calorías en períodos cortos de tiempo. Además, debido al aceleramiento del metabolismo producido por el crossfit, tu cuerpo seguirá quemando calorías las horas posteriores al entrenamiento. Trabajar buscando la frecuencia cardíaca máxima debido a la intensidad del crossfit hace que aumente tu resistencia cardiovascular. Pese a que las clases de crossfit no sobrepasan la hora de entrenamiento, los ejercicios que la componen favorecen la mejora de la resistencia. La práctica deportiva habitual genera un hábito</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mejora del consumo de oxígeno máximo (VO2máx) y, en consecuencia, de la capacidad aeróbica. - Reducción del peso, el índice de masa corporal y el porcentaje de grasa tanto en mujeres como en hombres. - Aumento de masa magra (libre de grasa) sobre todo el género femenino. 	<p>A 10-week crossfit-based HIPT program significantly improves the maximal aerobic capacity and body composition in individuals of all fitness levels and genders. The improvement of the relative VO2max was strongly mediated by improvement of absolute oxygen consumption in women, and by improvement of absolute oxygen consumption and decreased body fat in men. Although the HIIT has previously been shown to improve body composition (13) and VO2max (14) in healthy adults, this is the first investigation showing that similar benefits can be obtained using a crossfitbased HIPT program. (3171)</p>	<p>1- Trabajo del sistema cardiorespiratorio. Crecimiento de las cavidades del corazón y una hipertrofia de sus paredes, con esto conseguimos que en cada latido se mueva mas sangre, ya que el corazón puede bombear mas sangre en cada latido y que la sangre circule con más fuerza. Con esto podemos notar que nuestras pulsaciones en reposo han disminuido y cuando empezamos la practica deportiva se elevan mas rápidamente.</p> <p>2-Resistencia a la fatiga muscular. No solo conseguimos resistencia a la fatiga fisiológica, sino que también a la fatiga muscular. Al trabajar a nivel muscular de forma</p>	<p>A recent study found that participation in CrossFit improved metabolic capacity and resulted in improvements in fitness based on maximal oxygen uptake (VO2 max) and body composition. These improvements were noted among subjects of both sexes and across all levels of fitness. A study conducted by the US Army found that implementation of CrossFit among soldiers led to significant improvements in soldiers' physical fitness. A consensus paper by the Consortium for Health and Military Performance and the American College of Sports Medicine acknowledged the beneficial effects of</p>
---	---	---	---	--	---	--

<p>El box (compañerismo)</p>	<p>La segunda gran ventaja de CrossFit es que a pesar de suponer desafíos individuales es un deporte para vivirlo con más compañeros. Esto lo hace más divertido y mantiene la motivación de quien lo practica, ya que siempre es más sencillo entrenar en compañía.</p> <p>En los box se suelen crear un ambiente de sana competitividad al hacer públicos los resultados de cada participante. Y en segundo lugar, porque existen multitud de ejercicios que pueden realizarse por parejas o grupos. (16)</p>	<p>Practicar deportes colectivos en el gimnasio fomenta las relaciones sociales y genera cooperativismo. El hecho de conocer a nuevas personas puede significar un plus en la realización del ejercicio, y supone una fuente de apoyo y motivación.</p>			
------------------------------	---	---	--	--	--

El tiempo	<p>No necesita mucho tiempo al día para practicarlo. Sus sesiones o Wod's de trabajo raramente superan los tres cuartos de hora. En gimnasios o clubes deportivos de todo el mundo se realizan largas sesiones aeróbicas, sobre la bicicleta estática, el tapiz o similares. En CrossFit, en cambio, se trabaja exclusivamente con sesiones cardiovasculares más cortas y de alta intensidad. El trabajo de cardio de alta intensidad o anaeróbico se distingue por su elevada capacidad para aumentar drásticamente la potencia, la velocidad, la fuerza y la masa muscular. El acondicionamiento anaeróbico permite ejercer grandes fuerzas en</p>				
-----------	--	--	--	--	--

<p>Problemas al practicar Crossfit y demás entrenamientos de alta intensidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> ☒ Enorme fatiga. ☒ Gran estrés oxidativo. ☒ Menor resistencia para esfuerzos físicos posteriores. ☒ Mayor percepción de esfuerzo progresiva. ☒ Las variantes con componentes competitivos fuerza, en gran parte de los practicantes del cometer abusos y excesos, obviando los principios de la progresión de la carga para el entrenamiento. ☒ Ejecución de las técnicas con menor grado de seguridad, probablemente derivado de la elevada intensidad que requiere el esfuerzo de la práctica. (17) 				<p>1- Lesiones. Algunos de los ejercicios que se proponen pueden llegar a ser altamente lesivos para nuestras articulaciones e incluso para los tendones.</p> <p>2- Material especial. No en todos los gimnasios están adaptados para un trabajo de crossfit, depende la ciudad nos costará encontrar un gimnasio que nos permita entrenar esta modalidad.</p> <p>3- Asistentes no especializados. En muchos centros no se suele practicar la forma de realizar los ejercicios básicos de levantamiento de peso como puede ser el clean & jerk, y cuando son realizados de forma incorrecta pueden ser altamente lesivos para la columna vertebral.</p>	
--	--	--	--	--	---	--

<p>Lesiones</p>	<p>en ocasiones en los box se pueden encontrar personas que no saben realizar técnicamente los ejercicios a realizar en el Wod, especialmente aquellos relacionados con levantamientos olímpicos, cargadas, etc. Además al realizarlos a alta intensidad se puede generar en una persona que busca mejorar su salud el efecto totalmente contrario si no se tiene en cuenta las individualidades de cada una de las personas que se incorporan a esta especialidad deportiva. (18) Realizar CrossFit bajo unas pautas de control y planificación no conlleva a mayor riesgo de lesión que en cualquier otra</p>		<p>Clara tendencia hacia la lesión. De las 132 personas encuestadas el 73,5% (97) afirmaron que se habían lesionado alguna vez practicando CrossFit, sumando más de 180 lesiones entre todos los sujetos. De ellos el 7% necesitó intervención quirúrgica para su dolencia. Las zonas más afectadas fueron los hombros y la columna. Por ello, debemos practicar CrossFit con seguridad ante todo.</p>	<p>A unique concern with any high-intensity training program such as HIPT or other similar programs is the risk of overuse injury. Despite a deliberate periodization and supervision of our Crossfit-based training program by certified fitness professionals, a notable percentage of our subjects (16%) did not complete the training program and return for follow-up testing. Although peer-reviewed evidence of injury rates pertaining to high-intensity training programs is sparse, there are emerging reports of increased rates of musculoskeletal and metabolic injury in these programs (1). This may call</p>		<p>CrossFit workouts often include a wide variety of exercises. Across all exercises, the injury rates were significantly different across body parts. The most common injured parts were the shoulder, low back, and knee. As such, some reports have predicted a high injury rate among CrossFit participants because of repetitive use of technical exercises at a high intensity. (4) Injury rates in CrossFit are comparable with established injury rates for other recreational or competitive athletes, with an injury profile resembling that of gymnasts, Olympic weight lifters, and power lifters.</p>
-----------------	---	--	--	--	--	--

El negocio	<p>La estructura de costes de CrossFit como marca es muy baja comparada con la de los modelos tradicionales de cadenas de gimnasios. Ya que CrossFit no se encarga de los costes de adquisición y mantenimiento de los box, son los coach certificados los que asumen el coste. También al no necesitar máquinas e instalaciones como piscinas o Spa que suponen una cuantiosa inversión. Por lo tanto el coste para estas personas es muy asumible con lo que es sencillo expandirse de forma más fácil que con una cadena de gimnasios tradicionales. (30)</p>					
------------	--	--	--	--	--	--

Anexo II: Cuadro resumen de prensa *Crossfit*

Publicación	Tipo de medio	Ambito	Edición	Sección	Fecha	Título	Palabras clave	Palabras clave	Palabras clave	SUMA
as.com	Deportivo	Nacional	Digital	deportes	26/12/2019	El HIIT es más efectivo si se realiza a intervalos de 60	HIIT	efectivo	intervalos	1
abc.es	Generalista	nacional	Digital	Salud	24/12/2019	Así tienes que practicar el entrenamiento a intervalos para	entrenamiento	efectivo	intervalos	1
lagacetadesalamanca.es	Generalista	Provincial	Digital	actualidad	24/12/2019	Así debe ser tu entrenamiento de alta intensidad para	entrenamiento	efectivo	intensidad	1
elpais.com	generalista	Nacional	Digital	Deportes	30/11/2019	Entrenamiento respiratorio: cómo ser más fuerte y correr	entrenamiento completo,	respiratorio		1
abc.es	deportivo	nacional	Digital	Opiniones	27/11/2019	Por qué no debes tener miedo al CrossFit	crossfit	miedo		1
as.com	deportivo	nacional	Digital	deportes	25/11/2019	Ejercicios para aumentar masa muscular en 8 semanas	ejercicios	masa muscular		1
La Nueva España	generalista	nacional	impresa	MISCELANEA	23/11/2019	La idea es que un atleta de élite y un ama de casa, por	entrenamiento	crossfit	intensidad	1
La Nueva España	generalista	nacional	impresa	MISCELANEA	23/11/2019	El crossfit está de moda: en Asturias se han abierto siete	entrenamiento	crossfit	competición	1
Las Provincias	generalista	Provincial	impresa	MISCELANEA	20/11/2019	Un sistema prehistórico para estar en forma	entrenamiento	paleotraining	funcionalidad	1
nortecastilla.es	generalista	Autonómico	Digital	salud	19/11/2019	Crossfit Morado: entrenamiento funcional para todos los atletas	entrenamiento	crossfit	funcionalidad	1
Diari de Tarragona	generalista	Provincial	impresa	SOCIEDAD	19/11/2019	Este especialista y crossfitter desmitifica este deporte y	compañerismo	crossfit	lesiones	1
EUROPA PRESS	Generalista	nacional	digital	AGENCIA	14/11/2019	ANDALUCÍA.-Granada.- Expertos destacan el deporte,	entrenamiento	alimentación	rendimiento	1
huffingtonpost.es	Generalista	nacional	Digital	Opiniones	14/11/2019	El CrossFit es bueno para la salud, pero debe practicarse	crossfit	salud	profesionales	1
marca.com	Deportivo	nacional	Digital	Deportes	08/11/2019	Claves para conseguir un estilo de vida y alimentación	estilo de vida	alimentación	salud	1
Expansión	Económico	nacional	impresa	ECONOMIA	02/11/2019	impulsado por el boom que ha experimentado la industria del	entrenamiento	alimentación	rendimiento	1
sport.es	Deportivo	nacional	Digital	Deportes	29/10/2019	Todo lo que necesitas para hacer crossfit en tu garaje	crossfit	en casa		1
abc.es	Generalista	nacional	Digital	Salud	28/10/2019	Entrenamiento de cardio o entrenamiento de fuerza, ¿qué	entrenamiento	cardio	fuerza	1
huffingtonpost.es	Generalista	nacional	Digital	Opiniones	15/10/2019	¿Es seguro hacer ejercicio de alta intensidad durante el	HIIT	embarazo	intensidad	1
nortecastilla.es	Generalista	provincial	Digital	SOCIEDAD	09/10/2019	El entrenamiento más completo que se adapta a todos los	entrenamiento	completo		1
El Mundo	Suplemento	nacional	impresa	salud	28/09/2019	EN EL GIMNASIO	entrenamiento	disciplina	intensidad	1

El Mundo	deportivo	nacional	impresa	DEPORTES	28/09/2019	Entrenamiento HIIT: la gran apuesta	entrenamiento	fuerza	intensidad	1
El Correo	Generalista	Autonómico	impresa	deportes	27/09/2019	CROSSFIT GASTEIZ, LA MEJOR OPCIÓN PARA PONERSE EN	entrenamiento	crossfit	rutinas	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	deportes	11/09/2019	El método XT29: una nueva forma de entrenar en alta			intensidad	1
marca.com	Deportivo	nacional	Digital	cultura	08/09/2019	El método de entrenamiento con el que Chris Hemsworth se	entrenamiento	método	en forma	1
elmundo.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	28/08/2019	Les Mills, así es el entrenamiento más divertido	entrenamiento	diversión		1
El País	Generalista	nacional	impresa	deportes	26/08/2019	Una religión llamada 'crossfit'	entrenamiento	crossfit	funcionalidad	1
Telva	Revista	Nacional	impresa	SOCIEDAD	20/08/2019	Entrenar como un marine	entrenamiento	experiencia	intensidad	1
sport.es	Deportivo	nacional	Digital	Deportes	11/08/2019	Entrenamiento funcional: Qué es, beneficios y rutina con	entrenamiento	beneficios	funcionalidad	1
EUROPA PRESS	Generalista	nacional	digital	AGENCIA	25/07/2019	LA RIOJA.-Las Norias habilita un nuevo espacio para cross	entrenamiento	intensidad	funcionalidad	1
abc.es	Generalista	nacional	Digital	Salud	25/07/2019	El entrenamiento más rápido para tonificar tu cuerpo	entrenamiento	tonificar		1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	deportes	25/07/2019	3 ejercicios en 30 minutos: el entrenamiento perfecto en	entrenamiento	ejercicios		1
elpais.com	Generalista	nacional	Digital	Deportes	24/07/2019	Un adolescente sin brazos supera un salto de 'crossfit' y	crossfit	adolescente		1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	deportes	04/07/2019	Entrenar la fuerza en mayores aumenta su masa muscular y	entrenamiento	fuerza	funcionalidad	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	deportes	24/06/2019	Entrenamiento HIIT y la cerveza, ¿una relación sana?	entrenamiento	hiit	cerveza	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	deportes	23/06/2019	Estas actividades cotidianas también son ejercicio físico y te	actividades cotidianas	ejercicios	quemar calorías	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	deportes	23/06/2019	El HIIT, mejor con música para personas menos motivadas o	hiit	música	motivación	1
EUROPA PRESS	Generalista	nacional	digital	SOCIEDAD	21/06/2019	La música alegre facilita el entrenamiento duro y mejora el	entrenamiento	descanso	intensidad	1
lagacetadesalamanca.es	Generalista	provincial	Digital	actualidad	21/06/2019	El truco infalible para que hacer ejercicio sea más fácil	truco	ejercicios	fácil	1
EUROPA PRESS	Generalista	nacional	digital	SOCIEDAD	20/06/2019	Un programa de entrenamiento de alta intensidad de 10	entrenamiento	intensidad	cerveza	1
abc.es	Generalista	Nacional	Digital	SOCIEDAD	05/06/2019	Fartlek, el método para entrenar en bicicleta que ayuda	entrenamiento	fartlek	bicicleta	1
as.com	Deportivo	Nacional	Digital	deportes	28/05/2019	El entrenamiento de intervalos de alta intensidad mejora la	entrenamiento	intervalos	intensidad	1

estrelladigital.es	Generalista	Nacional	Digital	salud	23/05/2019	La franquicia Cross Funcional 30' inaugura un nuevo	estblecimiento	crossfit	funcionalidad	1
El Diario Vasco	Generalista	Autonómico	impresa	DEPORTES	11/05/2019	Un crossfitero donostiarra que hace historia	entrenamiento	crossfit games	competición	1
elmundo.es	Generalista	Nacional	Digital	actualidad	06/05/2019	Cuatro disciplinas efectivas y divertidas para adelgazar de	disciplina	efectivo	salud	1
abc.es	Generalista	Nacional	Digital	SOCIEDAD	27/04/2019	El entrenamiento interválico, el truco para adelgazar más rápido	entrenamiento	intensidad	adelgazar	1
as.com	Deportivo	Nacional	Digital	deportes	15/04/2019	El entrenamiento de intervalos de alta intensidad (HIIT) causa	hiit	lesiones		1
as.com	Deportivo	Nacional	Digital	deportes	08/04/2019	HIIT y CrossFit, deportes también para diabéticos	hiit	deporte	diabéticos	1
marca.com	Deportivo	Nacional	Digital	Deportes	05/04/2019	Ejercicio de alta intensidad regula el metabolismo en	ejercicios	intensidad	diabéticos	1
estrelladigital.es	Generalista	Nacional	Digital	salud	05/04/2019	Diabetes y deporte de alta intensidad: claves de Cigna para	riesgos	intensidad	diabéticos	1
elmundo.es	Generalista	Nacional	Digital	actualidad	04/04/2019	Consigue de una vez por todas afinar tus piernas con estas	piernas	rutinas		1
elmundo.es	Generalista	Nacional	Digital	actualidad	26/03/2019	Los 10 mejores gimnasios de Madrid para ponerse en forma	gimnasios	Madrid	en forma	1
HOY Diario de Extremadura	Generalista	Autonómico	impresa	MISCELANEA	25/03/2019	LAS VENTAJAS DEL HIIT PARA PERDER GRASA EN SESIONES	hiit	intervalos	intensidad	1
lavozdigital.es	Generalista	Nacional	Digital	SOCIEDAD	02/03/2019	Reebok Sports Club y las técnicas que revelan una nueva	reebok	técnicas	deporte	1
La Vanguardia	Generalista	nacional	impresa	SOCIEDAD	26/02/2019	Las claves que han puesto de moda el HIIT	hiit	intervalos	intensidad	1
marca.com	Deportivo	nacional	Digital	Deportes	28/02/2019	El ejercicio de alta intensidad aporta beneficios para la salud	hiit	salud	intensidad	1
La Vanguardia	Generalista	nacional	impresa	SOCIEDAD	26/02/2019	Si el gimnasio no es lo tuyo, prueba con	hiit	hiipa	intensidad	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	Deportes	21/02/2019	¿Es el HIIPA el nuevo HIIT? Descubre el entrenamiento que	hiit	hiipa	tendencia	1
abc.es	Generalista	nacional	Digital	Salud	21/02/2019	HIIPA: la nueva tendencia de ejercicio hecha para todos	hiit	ejercicios	tendencia	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	Deportes	18/02/2019	Los beneficios de saltar a la comba que no recordabas	comba	beneficios		1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	Deportes	17/02/2019	El entrenamiento de intervalos de alta intensidad (HIIT), más	hiit	intervalos	intensidad	1
Gaceta de Salamanca	Generalista	provincial	impresa	MISCELANEA	09/02/2019	En forma con un mes de clases de Crossfit	crossfit	intensidad	funcionalidad	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	Deportes	27/01/2019	Qué es el método Tabata y cómo preparar un	entrenamiento	método	tabata	1

abc.es	Generalista	nacional	Digital	salud	16/01/2019	Crosspilates, un entrenamiento que promete el éxito	entrenamiento	crosspilates		1
elmundo.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	15/01/2019	Alta intensidad o cinta elástica, algunas de las tendencias	intensidad	cinta elástica	tendencia	1
El Mundo	suplemento	nacional	impresa	SALUD	12/01/2019	Entrenamiento	hiit	intensidad	quemar calorías	1
Woman Madame Figaro	Revista	nacional	impresa	SOCIEDAD	20/12/2018	¿eres hiit o liit?	hiit	intensidad	estado de ánimo	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	DEPORTES	28/11/2018	El entrenamiento de resistencia ayuda a envejecer mejor que el	entrenamiento	resistencia	fuerza	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	DEPORTES	25/11/2018	Las 10 tendencias fitness que irrumpirán con fuerza en tu vida		fitness	tendencia	1
elmundo.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	15/11/2018	Táбата y 'fitboxing', los entrenamientos perfectos para	entrenamientos	fitboxing	tabata	1
Las Provincias	Generalista	provincial	impresa	MISCELANEA	14/10/2018	El HIT se basa en la repetición de los ejercicios a una	hiit	beneficios	intensidad	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	DEPORTES	10/10/2018	Distribución energética según las cargas de entrenamiento	entrenamiento	energía		1
diariodelaltoaragon.es	Generalista	provincial	Digital	actualidad	04/10/2018	El entrenamiento de alta intensidad, a debate	entrenamiento	intensidad		1
finanzas.com	económico	nacional	Digital	ECONOMIA	04/10/2018	Descubriendo los beneficios del entrenamiento funcional con la	entrenamiento	beneficios	funcionalidad	1
El Mundo	suplemento	nacional	impresa	cultura	09/09/2018	Entrenamiento de alta intensidad	crossfit	intensidad	lesiones	1
BuenaVida	Revista	nacional	impresa	SOCIEDAD	08/09/2018	El entrenamiento de alta intensidad (HIIT) es la solución:	hiit	intervalos	intensidad	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	deportes	30/08/2018	4 ejercicios de CrossFit para hacer sin ir al gimnasio	crossfit	ejercicios	sin gimnasio	1
Diario de León	Generalista	Autonómico	impresa	MISCELANEA	22/07/2018	«La práctica del HIIT ofrece resultados en poco tiempo y	hiit	intensidad	quemar calorías	1
Gaceta de Salamanca	Generalista	provincial	impresa	MISCELANEA	21/07/2018	En forma con un mes de clases de Crossfit	crossfit	resistencia	funcionalidad	1
estrelladigital.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	27/06/2018	Entrenamiento HIIT con el Training Point, un elemento del	hiit	training wall	training point	1
hoy.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	25/06/2018	¿Preparado para decirle adiós al michelín? Llega el HIIT	hiit			1
abc.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	23/06/2018	HIIT, la tendencia fitness más demandada en 2018 a nivel	hiit	fitness	tendencia	1
abc.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	21/06/2018	12 ejercicios en 7 minutos: el exigente entrenamiento que no	entrenamiento	ejercicios		1
abc.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	05/06/2018	¿Qué es el entrenamiento de baja intensidad y por qué ha	hiit	intensidad	entrenamiento	1

elmundo.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	04/06/2018	STRONG by Zumba, descubrimos las claves del	hiit	adictivo	entrenamiento	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	salud	23/05/2018	Los errores más comunes que cometemos al hacer cardio	errores	cardio		1
La Voz de Almería	Generalista	provincial	impresión	MISCELANEA	21/05/2018	Entrenamiento familiar y funcional para ponerse en	niños	intensidad	funcionalidad	1
Ideal	Generalista	provincial	impresión	MISCELANEA	28/04/2018	HIIT, el revolucionario y rápido método para adelgazar que	hiit	intensidad	método	1
abc.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	26/04/2018	¿Cómo sobrevivir a tu primera OCR?	ocr	sobrevivir		1
ideal.es	Generalista	nacional	Digital	Salud	21/04/2018	HIIT, el revolucionario y rápido método para adelgazar que	hiit	método	adelgazar	1
laverdad.es	Generalista	nacional	Digital	cultura	26/04/2018	Este ejercicio de 3 minutos equivale a media hora de	ejercicios	gimnasio		1
El Correo	Generalista	Autonómico	impresión	MISCELANEA	16/04/2018	Un vasco, en la cumbre del crossfit	crossfit games	intensidad	competición	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	DEPORTES	16/04/2018	¿Cuántos entrenamientos tipo HIIT debería hacer por semana?	hiit	semana		1
Noticias de Gipuzkoa	Generalista	provincial	impresión	MISCELANEA	15/04/2018	Una sesión larga de entrenamiento mía es de cinco	crossfit	open	competición	1
diariovasco.com	Generalista	Autonómico	Digital	Deportes	12/04/2018	Un donostiarra, en la cumbre del crossfit	crossfit			1
elmundo.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	09/04/2018	Plancha y 'burpees', el mejor entrenamiento HIIT sin salir de	hiit	en casa	burpees	1
Las Provincias	suplemento	provincial	impresión	actualidad	21/03/2018	Crossfit, el deporte más en forma del mundo	crossfit	disciplina	wod	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	deportes	18/03/2018	El entrenamiento de fuerza como método anti	entrenamiento	método	fuerza	1
Sur	Generalista	provincial	impresión	MISCELANEA	06/03/2018	Entrenamientos específicos para preparar todo tipo de	entrenamiento	gimnasio	oposiciones	1
Sur	Generalista	provincial	impresión	MISCELANEA	25/02/2018	DEL CROSSFIT AL TACFIT, NUEVAS TENDENCIAS DE	hiit	crossfit	tendencia	1
elmundo.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	18/02/2018	Qué, cómo y cuándo tienes que comer si eres adicta al HIIT	hiit	adictivo		1
elmundo.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	12/02/2018	El nuevo entrenamiento HIIT se llama Strong by Zumba	hiit	entrenamiento	zumba	1
elmundo.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	05/02/2018	Rutina 'HIIT' de 10 minutos para quemar calorías y tonificar al	hiit	rutinas	quemar calorías	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	Deportes	30/01/2018	Las lesiones más comunes de CrossFit y cómo evitarlas	lesiones	crossfit		1
El Economista	económico	nacional	impresión	eCONOMIA	27/01/2018	LA FIEBRE DE LOS GIMNASIOS	gimnasio	deporte		1

as.com	Deportivo	nacional	Digital	Deportes	25/01/2018	¿Es CrossFit tan lesivo como dicen?	crossfit	lesiones		1
Las Provincias	suplemento	provincial	impresa	SOCIEDAD	24/01/2018	La revolución del método de entrenamiento HIIT	hiit	método	revolucionario	1
abc.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	24/01/2018	Las tendencias fit para el 2018		fitness	tendencia	1
Diari de Tarragona	Generalista	provincial	impresa	SOCIEDAD	21/01/2018	El American College of Sports Medicine publica las	hiit	salud	intensidad	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	Deportes	18/01/2018	Los beneficios de la práctica del deporte de alta intensidad	deporte	beneficios	intensidad	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	Deportes	11/01/2018	Descubre en qué consiste CrossFit: el entrenamiento de	crossfit	entrenamiento	tendencia	1
marca.com	Deportivo	nacional	Digital	salud	05/01/2018	Armand Monleón, al Dakar a golpe de CrossFit	crossfit			1
El Progreso	Generalista	nacional	impresa	MISCELANEA	18/11/2017	Entrenamiento en suspensión	entrenamiento militar	beneficios	fuerza	1
abc.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	28/10/2017	Las dos caras del crossfit	crossfit			1
ABC	Generalista	nacional	impresa	MISCELANEA	14/10/2017	¿Qué es el entrenamiento y por qué probarlo?	hiit	intervalos	intensidad	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	salud	11/10/2017	Claves para conseguir una práctica deportiva con menos	deporte	riesgo		1
El Norte de Castilla	Generalista	provincial	impresa	SOCIEDAD	02/10/2017	Tres centros de 'crossFit' han abierto en el último año en la	crossfit	resistencia	fuerza	1
abc.es	Generalista	nacional	Digital	salud	29/09/2017	Entrenamiento Tábata: quema calorías en tiempo récord		tabata	quemar calorías	1
Ideal	Generalista	provincial	impresa	DEPORTES	19/09/2017	El crossfit, un virus con presencia en Almería	crossfit	intervalos	competición	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	Deportes	02/09/2017	20 minutos de HITT serán suficientes para cuidar tu salud	hiit	salud		1
elperiodico.com	Generalista	nacional	Digital	actualidad	29/08/2017	Crossfit: dale caña al cuerpo	crossfit	cuerpo		1
La Voz de Galicia	Generalista	Autonómico	impresa	MISCELANEA	26/08/2017	Los cuatro pilares	hiit	entrenamiento	esfuerzo	1
La Voz de Galicia	Generalista	Autonómico	impresa	SOCIEDAD	13/08/2017	La alternativa de moda al gimnasio	entrenamiento militar	crossfit	tendencia	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	salud	04/08/2017	El ejercicio más completo de CrossFit: así se hace el Thruster	crossfit	ejercicios	completos	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	salud	01/08/2017	CrossFit en el agua, completo y muy intenso entrenamiento	crossfit	agua	intensidad	1
Gaceta de Salamanca	Generalista	provincial	impresa	MISCELANEA	15/07/2017	En forma con un mes de clases de Crossfit	crossfit	intensidad	funcionalidad	1

farodevigo.es	Generalista	Autonómico	Digital	Deportes	30/06/2017	Ponte en forma con el 'Crossfit'	crossfit		en forma	1
elmundo.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	26/06/2017	HIIT, el entrenamiento milagro para quemar más calorías en	hiit	entrenamiento	quemar calorías	1
estrelladigital.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	25/06/2017	Cuatro entrenamientos de alta intensidad que recomienda	deporte	riesgop		1
El Progreso	Revista	nacional	impresa	MISCELANEA	24/06/2017	Ejercicios de alta intensidad	hiit	intensidad	tabata	1
El Mundo	suplemento	nacional	impresa	opiniones	20/06/2017	Cuando el peso mide el entrenamiento	entrenamiento	intensidad	fuerza	1
abc.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	19/06/2017	HIIT, menos de 30 minutos para quemar grasa	hiit		quemar calorías	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	Deportes	12/06/2017	Lo que no te cuentan cuando te apuntas a Crossfit	crossfit	beneficios	riesgos	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	salud	06/06/2017	¿Qué es el HIIT? ¿Es mejor que el cardio de toda la vida?	hiit	cardio		1
Gente	suplemento	provincial	impresa	MISCELANEA	19/05/2017	La imparable fiebre por el Crossfit	crossfit	intensidad	funcionalidad	1
Gente	suplemento	nacional	impresa	MISCELANEA	19/05/2017	La fiebre por el Crossfit no conoce límites	crossfit	intensidad	funcionalidad	1
abc.es	Generalista	nacional	Digital	salud	18/05/2017	Crossfit o el entrenamiento de moda	crossfit	entrenamiento	tendencia	1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	salud	14/05/2017	10 rutinas de crossfit perfectas para comprobar tu nivel	crossfit	rutinas	nivel	1
Cuore	Revista	nacional	impresa	SOCIEDAD	10/05/2017	'Crossfit'	crossfit	deporte	funcionalidad	1
El Comercio	Generalista	provincial	impresa	MISCELANEA	07/05/2017	Pasión por el 'crossfit' en El Berrón	crossfit	intensidad	funcionalidad	1
elmundo.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	14/04/2017	El 'crossfit' también es para ellas	crossfit	mujeres		1
abc.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	14/04/2017	La revolución del «slow training»		slow training	revolucionario	1
ABC	Generalista	nacional	impresa	SALUD	08/04/2017	SLOW TRAINING	salud	slow training	revolucionario	1
abc.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	04/04/2017	Crossfit o el triunfo del entrenamiento militar	entrenamiento militar	crossfit		1
elpais.com	Generalista	nacional	Digital	Deportes	30/03/2017	Este ejercicio quita años de encima	ejercicios	rejuvenecer		1
as.com	Deportivo	nacional	Digital	Deportes	27/03/2017	CrossFit: conoce sus ventajas, riesgos y límites	crossfit	beneficios	riesgos	1
El Progreso	Generalista	nacional	impresa	MISCELANEA	11/03/2017	Entrenar como un soldado	entrenamiento militar	intensidad	tendencia	1

El Mundo	Deportivo	nacional	impresa	DEPORTES	09/02/2017	Lossecretosdelmétodo HIITdeentrenamiento	hiit	intensidad	método	1
ideal.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	09/02/2017	El Crossfit: La última moda en deportes de alta intensidad	crossfit	intensidad	tendencia	1
abc.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	05/02/2017	Cosas que hacer en el gimnasio para no aburrirse	gimnasio	aburrirse		1
Mujer Hoy	Revista	nacional	impresa	SOCIEDAD	28/01/2017	Los (falsos) mitos del fitness	gimnasio	fitness	mitos	1
Gaceta de Salamanca	Generalista	provincial	impresa	MISCELANEA	02/01/2017	En forma con un mes de clases de Crossfit	crossfit	intensidad	funcionalidad	1
Diario Medico	suplemento	nacional	impresa	SALUD	31/10/2016	El deporte de alta intensidad se 'graba' en el corazón	intensidad	beneficios	salud	1
elmundo.es	Generalista	nacional	Digital	salud	17/10/2016	El Crossfit sí es de chicas.	crossfit	mujeres		1
Diario de Noticias	Generalista	nacional	impresa	SOCIEDAD	10/09/2016	Los crossfitters preparan el nuevo curso	crossfit	intensidad	funcionalidad	1
BuenaVida	Revista	nacional	impresa	SOCIEDAD	10/09/2016	Qué hace el 'crossfit' para tener tantos fans	crossfit	calzado	zapatillas	1
diariosur.es	Generalista	provincial	Digital	Salud	29/08/2016	'Crossfit', cuando el cuerpo es la mejor máquina del gimnasio	crossfit	cuerpo	gimnasio	1
El Periódico de Extremadura	Generalista	Autonómico	impresa	MISCELANEA	12/06/2016	De las fuerzas de seguridad a los gimnasios	crossfit	FFCCS	funcionalidad	1
elpais.com	Generalista	nacional	Digital	salud	10/04/2016	Toda la verdad sobre el 'crossfit' y sus ocho ejercicios milagrosos	crossfit	ejercicios	milagrosos	1
lasprovincias.es	Generalista	nacional	Digital	opiniones	06/03/2016	Por qué el CrossFit es el deporte (casi) perfecto	crossfit	deporte		1
El Mundo	suplemento	nacional	impresa	cultura	24/01/2016	¿CROSSFIT? TIENES QUE PROBARLO	crossfit	adictivo	exigente	1
elmundo.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	26/01/2016	Doloroso, agónico... ¡Tienes que probarlo!	doloroso	agónico		1
Diario de Pontevedra	Generalista	provincial	impresa	DEPORTES	09/01/2016	«Cualquiera puede practicar crossfit, es un entrenamiento	crossfit	disciplina	box	1
marca.com	Deportivo	nacional	Digital	Deportes	07/12/2015	Estados Unidos, campeón mundial de CrossFit	crossfit	campeón		1
ABC	Generalista	nacional	impresa	DEPORTES	06/12/2015	Madrid, capital mundial del CrossFit por un día	crossfit	intensidad	funcionalidad	1
abc.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	06/12/2015	¿Qué es el CrossFit?	crossfit			1
ICON	Revista	nacional	impresa	SOCIEDAD	31/10/2015	MÉRITOS DEL CROSSFIT 10 Esta actividad deportiva se basa	crossfit	resistencia	fuerza	1
Sport	Deportivo	nacional	impresa	DEPORTES	31/10/2015	Lo último es el HIIT,	hiit	intervalos	intensidad	1

hoy.es	Generalista	nacional	Digital	Sociedad	14/10/2015	Crossfit, un invento americano para estar en forma	crossfit		en forma	1
lasprovincias.es	Generalista	nacional	Digital	opiniones	04/10/2015	El método HIIT o cómo acabar con la grasa	hiit		quemar calorías	1
Diario de Noticias de Alava	Generalista	provincial	impresa	miSCELANEA	12/09/2015	Entrenamiento de alta intensidad	entrenamiento	intensidad	preparación	1
sport.es	Deportivo	nacional	Digital	DEPORTES	14/09/2015	Entrenamiento hiit	hiit	entrenamiento		1
sport.es	Deportivo	nacional	Digital	DEPORTES	12/07/2015	Ejercicios del Método Tabata, baja peso y reduce grasa en t ...	ejercicios	método	tabata	1
elmundo.es	Generalista	nacional	Digital	actualidad	17/06/2015	'Crossfit' o hacer ejercicio dentro de un 'box'	crossfit	ejercicios	box	1
Gaceta de Salamanca	Generalista	provincial	impresa	SOCIEDAD	20/04/2015	Crossfit, el deporte de moda de cara al verano	crossfit	intensidad	funcionalidad	1
El Correo Gallego	Generalista	Autonómico	impresa	SOCIEDAD	12/04/2015	El entrenamiento que usan los Marines de Estados Unidos llega	entrenamiento	intensidad	funcionalidad	1
elmundo.es	Generalista	nacional	digital	Actualidad	08/04/2015	Llega a España el método para ponerse en forma de las		método	en forma	1
elperiodicoextremadura.com	Generalista	Autonómico	Digital	SOCIEDAD	21/02/2015	Arranca un programa de entrenamiento funcional	entrenamiento	programa	funcionalidad	1
El Mundo	Generalista	Provincial	impresa	SOCIEDAD	01/02/2015	Alimentarse para practicar el deporte de moda, CrossFit	crossfit	militares	tendencia	1
elmundo.es	Generalista	Nacional	Digital	salud	01/02/2015	CrossFit, el deporte que prepara como el ejército	crossfit	militares	deporte	1

Anexo III: Cuadro resumen de lecturas Transmedia

	Scolari, Carlos (2013). Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto	Pratten, Robert (2015). Getting Started in Transmedia Storytelling. A Practical Guide for Beginners. Create Space. Disponible en: http://www.tstoryteller.com/getting-started-in-	Jenkins, Henry (2003). Transmedia storytelling. Technology Review [en línea]. Recuperado el 20 de diciembre de 2019, de http://www.technologyreview.com/Biotech/13052/?a=f	Guardiola, E. (2019) Transmedia Storytelling. Los 8 principios según Jeff Gómez [en línea]. Serendipia. Recuperado el 2 de enero de 2020, de https://www.eliaguardiola.com/transmedia-	Corona Rodríguez, J. M. (2016): ¿Cuándo es transmedia?: discusiones sobre lo transmedia (I) de las narrativas, Icono 14, volumen (14), pp. 30-48.	McAdams, Mindy. (2016). Transmedia Storytelling. Florida: University of Florida	Davidson, D. et al. (2010). "Cross-Media Communications: an Introduction to the Art of Creating Integrated Media Experiences". ETC Press.
Transmedia	Tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación. Extensión o diversificación del relato en diversos medios y plataformas, en el que cada medio hace lo que mejor sabe hacer y a la vez da lugar a las audiencias. (342)	Telling a story across multiple platforms, preferably allowing audience participation, such that each successive platform heightens the audience' enjoyment. Transmedia storytelling is a design philosophy that creates synrgy between the content and a focus on an emotional, participatory experience for the audience. (2 y 3)	Transmedia storytelling represents a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience.		El concepto de narrativas transmedia que designa un tipo de relato que posee propiedades aparentemente novedosas, que se pueden observar en el ecosistema de medios actual. (33)	The use of multi-platform components is a basic criterion of transmedia storytelling. A story contained wholly in any one site does not meet this criterion, even though it might include videos, text, and interactive graphics. Thus we can and should differentiate transmedia from multimedia storytelling. Three main factors are involved in transmedia journalism: multiple media platforms, content expansion, and audience engagement". Most authors agree on the importance of both the second and third factors. (6)	Transmedia is a term coined by Henry Jenkins and it's very similar to cross-media. In fact, they could correctly be considered synonyms. In both cases, they are referring to inter-related and integrated media experiences that occur amongst a variety of media. The main difference would be one of emphasis on interactivity. Cross-media communications require a pro-active role by the audience to interact with the experience and get more directly engaged and involved. In general though, cross-media and transmedia are fairly interchangeable. (6)

<p>Audiencia</p>	<p>Frente a una alta fragmentación y segmentación de las audiencias, son las narrativas transmedia las que pueden reconstruir las audiencias, pero ya no a partir de un medio en particular sino alrededor de un relato. (249)</p>		<p>A transmedia text does not simply disperse information: it provides a set of roles and goals which readers can assume as they enact aspects of the story through their everyday life. We might see this performative dimension at play with the release of action figures which encourage children to construct their own stories about the fictional characters or costumes and role playing games which invite us to immerse</p>	<p>El rol de la audiencia en la narrativa transmedia es bastante activo. Con lo cual debemos incitarles y motivarles a que participen. Esto es importantísimo para que se sientan parte de la creación de esa historia o historias hijas. De hecho, hay que darles su propio espacio para que interactúen y puedan aportar comentarios e ideas. Es la mejor forma para que desde la organización y creación de la historia</p>	<p>Hay participación de las audiencias, las cuales pueden intervenir, modificar o resignificar por lo menos alguna porción de los contenidos propuestos por el productor seminal reelaborándolos, redistribuyéndolos y agregando elementos novedosos a la narrativa. (44)</p>	<p>Fans both expand the storyworld and improve it, often by holding the creators accountable. There can be ameliorative elements to this participation, as when fans compete or status by trying to predict the outcome of an ongoing plot thread or figure out hidden motivations of the characters. (2)</p>	<p>Audiences are so important to live performance. They have a huge impact on the performers and the energy created by the interplay between the performers and the audience can make for an electric experience with a good crowd, or can make for a dissatisfying event with a bad crowd. In the best cases, a great performance with a great crowd can make for an experience in which we had to there in order to understand how great it</p>
<p>Consumidor</p>	<p>Los consumidores asumen un rol activo en ese proceso de expansión. (342)</p>	<p>Taking the audience on an emotional journey that goes from moment-to-moment (2)</p>	<p>Consumers become hunters and gatherers moving back across the various narratives trying to stitch together a coherent picture from the dispersed information.</p>	<p>Los usuarios colaboran en la construcción del relato. No de la historia madre, sino de las historias hijas. Es decir, es un trabajo de co-creación total y absoluto y con garantías de repercusión. Y lógicamente, esto genera una experiencia de inmersión en la historia por parte de cada uno de los</p>			

<p>Plataformas</p>	<p>Aunque el contenido fluya por distintas plataformas al aprovechar la especificidad de cada medio se debe asegurar una visión única y sin fracturas del mundo narrativo. (342)</p>	<p>We tell stories across multiple platforms because no single media satisfies our curiosity and no single platform our lifestyle. We are surrounded by an unprecedent ocean of content, products and leisure opportunities. The people to whom we wish to tell our stories have the technology to navigate the ocean and can choose to sail on by or stop and listen. (4)</p>	<p>Ideally, each medium makes it own unique contribution to the unfolding of the story. Each individual episode must be accessible on its own terms even as it makes a unique contribution to the narrative system as a whole.</p>	<p>Para crear una historia transmedia, o transmedia stoytelling, se necesitan por lo menos tres medios diferentes. Estos son los que dotan al proyecto de más variedad y creatividad. Y con ello, la posibilidad de que se propague y difunda más, y a más plataformas. El relato que contemos debe ser nuevo, original y específico para cada plataforma. y en consecuencia, para cada público objetivo. Cada medio tiene sus propias características. Esto, aunque parece sentido común, y lo es, muchas veces nos olvidamos de ello. Y además, hay que saber identificar qué funciona en cada uno de esos medios y plataformas. La razón es</p>	<p>Implica que fragmentos diferentes de una misma narrativa se cuenten a través de dos o más medios, formatos o textualidades. (35)</p>		
--------------------	--	--	--	--	---	--	--

<p>Universo narrativo</p>	<p>Es posible satisfacer a los fanáticos que quieren conocer todo el universo narrativo y al mismo tiempo contener a los que solo se conforman con recorrer una parte e imaginar el resto. Sin embargo, un mundo narrativo debe contener espacios vacíos para que puedan expandirse transmedialmente o completados por los usuarios, y acrecentar la experiencia narrativa colaborativa. El desafío entonces consiste en desarrollar una experiencia transmedia rica que entusiasme a los consumidores y los lleve a colaborar en la expansión del relato. Para ello, resulta fundamental diseñar cuidadosamente las</p>		<p>Most often, transmedia stories are based not on individual characters or specific plots but rather complex fictional worlds which can sustain multiple interrelated characters and their stories. This process of world-building encourages an encyclopedic impulse in both readers and writers. We are drawn to master what can be known about a world which always expands beyond our grasp. This is a very different pleasure than we associate with the closure found in most classically constructed narratives, where we expect to leave the theatre knowing everything that is required to make sense of a particular story.</p>	<p>El contenido muestra una visión única dentro del mundo narrativo. La premisa sería: Una historia, un mundo, muchas plataformas. Vinculado con el primer principio, es decir, el contenido es creado por uno o varios usuarios, en toda narrativa transmedia o transmedia story+G6</p>	<p>Los relatos y narrativas que están a disposición de las audiencias pueden ser considerados transmediales (o no) según la función que cumplan en cierto momento. En otras palabras diríamos que tal producto comunicativo u obra audiovisual puede ser considerada transmedia, según el momento o fase de desarrollo (y por añadidura, de significación) en la que se encuentre. (34) Una narrativa es transmedia cuando existe en ella expansión y participación. Según si la expansión narrativa es planeada se considerada estratégica, o si se expande como resultado de los inputs del entorno, (naturales en la época caracterizada por la</p>	<p>Transmedia projects may incorporate online game and other interactive components. Transmedia storytelling may include live performances and "geolocated games such as scavenger hunts" as well as printed books or pamphlets, online databases, and on-site audio tours. (2)</p>	
<p>Experiencia</p>	<p>Que entusiasme a los consumidores y que los lleve a colaborar, por lo que resulta fundamental diseñar cuidadosamente las extensiones mediáticas y aprovechar las características específicas de cada medio. (342)</p>	<p>Telling stories across multiple platforms allows content that's right-sized, right-timed and right-placed to form a larger, more profitable, cohesive and rewarding experience. Only with transmedia storytelling can we place the audience at the center of what we do. (4)</p>	<p>Transmedia storytelling expands what can be known about a particular fictional world while dispersing that information, insuring that no one consumer knows everything and insure that they must talk about the series with others</p>			<p>Whether all of the components of a transmedia project can stand alone or not varies from project to project; it also depends upon the component. Some projects may have more dependent components that fail to make sense unless one is viewed or experienced the.</p>	<p>Interactive media is a catchall term for any type of media that enables a diversity of opportunities to interact with a mediated experience. So, video games and the web could both be considered interactive media, but each is distinct enough to merit focused attention on the unique properties found in video games, and on the</p>

<p>Periodismo</p>	<p>"Newsgaming": producciones lúdicas inspiradas en viñetas políticas. (350)</p>					<p>Many journalism organizations have routinely produced stories for multiple platforms, but strategies for story expansion and audience engagement have rarely accompanied those efforts. The transmedia practices of producing components that deliberately tell only part of a story, and combining these in a larger, dispersed network of related components offer</p>	
<p>Consumo</p>	<p>Perfil del consumidor, devenido en prosumidor (productor y consumidor). Consumidor activo que participa de estas narrativas transmedia, que produce extensiones y las hace circular por las redes: parodias, recapitulaciones, finales alternativos, falsos avances, mashups y adaptaciones son algunas de esas producciones realizadas por seguidores muy motivados. ()</p>		<p>A media conglomerate has an incentive to spread its brand or expand its franchises across as many different media platforms as possible. Consider, for example, the comic books published in advance of the release of such films as Batman Begins and Superman Returns by DC (owned by Warner Brothers, the studio that released these films). These comics provided back-story which enhanced the viewer's experience of the film even as they also help to publicize the forthcoming release (thus</p>				

Redes sociales	Las comunidades de fans, que se criaron en torno de productos predigitales de la industria cultural como los films, cómics o las series de TV, encuentran en internet un nuevo lugar y de esto deben dar cuenta los productores, al desarrollar estrategias de contención, plataformas y espacios para dar a conocer las producciones						
Biblia transmedia	Documento básico descriptivo que guíe la producción y la planificación del proyecto para evitar la dispersión narrativa o la aparición de ramificaciones que destruyan la coherencia del						
Feedback		It's vitally important for the commercial success of a project that the marketing communications and customer feedback mechanisms are built into the storytelling and experience design because the audience avoids and mistrusts advertising. By adopting this entertainment-marketing duality, the audience will advocate on your behalf and share content because it meets their personal and social needs, not because					

Contenido	Una propuesta transmedia debe presentar un mundo narrativo lo suficientemente complejo como para que el consumidor pueda explorarlo. (343)		Transmedia storytelling practices may expand the potential market for a property by creating different points of entry for different audience segments. Similarly, the strategy may work to draw viewers who are comfortable in a particular medium to experiment with alternative media				
Participación		Audience involvement needs to be encouraged and supported. (62)			Los receptores y las audiencias de la era digital cuentan con mayores herramientas para apropiarse, cuestionar, discutir o negociar los mensajes expuestos por los		Cross-media experiences are participatory. They engage us to get us more actively involved in the media experiences and we are rewarded with more awareness and ownership.
Definir la participación		Focusing on your goals and the premise, this stage involves brainstorming different opportunities for audience participation. There's another dimension to the audience participation beyond which role they play, it's their relationship to and					

Connectado		El viaje de la audiencia a través de los diferentes puntos de la historia está pensado para crear una experiencia integrada única según cada usuario					Connectivity refers to being able to get online and have a high speed, broadband connection that enables media to be experienced with a fair degree of ease and success. So, with good connectivity, we are able to play the games, or access the websites and all of their multimedia content. Without it, we aren't able to take full advantage of the internet and miss out on the pro-active ability to get more involved in the cross-media communications. (7)
Spreadability		Motivation and ease with which content can be circulated by fans through social media. (7)					
Drillability		Extent to which fans explore the storyworld by digging deeper to discover hidden gems. (7)					
Continuity		Consistency of the storyworld across the many embodiments of it, as a fan discovers more content, does it all make sense. There are no inconsistencies. (7)					
Multiplicity		Alternative retellings or parallel universes in which the same stories get retold in a different setting. The reward for fans is a fresh perspective on the familiar but creators need to clearly communicate that this is a retelling and stay					

Immersion		Ability to wrap the fictional storyworld around the fan such as in a theme park or real world experience. (8)					
Extractability		Ability for the fan to wrap the real world around the fictional storyworld (merchandising...). (8)					
Worldbuilding		Availability of content that may not directly contribute to the forward narrative but it nevertheless expands our understanding of the world. (8)					
Seriality		How a longer narrative is broken into episodes/chapters and distributed across multiple platforms. (8)					
Subjectivity		The range of points of view from different characters. (9)					
Performance		Ability or extent to which fans contribute to the storyworld by creating fan fiction or mashups of a video or role-playing in the storyworld. (9)					
Storytelling cube (into audience participation)		There's no right or wrong position to the inside this cube: it's up to you to decide based on experience, preference and resources. At one extreme you might have an entirely fictional world, tightly controlled by the author with no audience interaction and at the other you could have an experience based around real-world places and events in which the audience is free to completely change how the					
Redacción para diferentes formatos		(24)					

Narrativa espacial		A story can be thought of as one implementation of the world of the story among many potential implementations. An author might take a single narrative space (one story) and develop it into additional narrative spaces (new stories). (35)					
Planificación		The process works like this: define what it's you're trying to achieve, develop your ideas further and create a skeleton, a framework of the experience, design the experience in detail and document how each aspect will be implemented,					
Audience journey		We need to consider how a person will become known to the system controlling the experience and what happens to their data after the experience ends. If the experience is replayable, we need to know what are the starting conditions and what conditions or parameters must be reset					

Phases of the audience journey		Setup: all the actions that take place before the audience can register (actions required to reset the experience back to the starting state if it were a repeatable experience). Registration: actions required to make the audience known to the experience (emailing...). Activation: the experience calls the audience to action. Play: the main body of the experience. Wrap: actions required to					
Entender la audiencia		Your audience are the ones for whom your message is relevant and resonates. (75)					
Identificar la audiencia		The objective isn't to make an exhaustive list of audience characteristics but to prompt you to make better decisions. (75)					
Factores socioeconomicos		Age, gender, income, occupation, places where they live, price, time sensitivity, brands they like, wear, drive, social goals... (76)					
Media consumption		Blogs, magazines, newspapers, books they read, authors they like; tv shows and movies they watch; directors they like...; music they listen. (76)					
Technology		Type of cellphone they use; internet speed; social networks they use. (76)					
Customer segments		Gamers, students, road warriors, silver surfers, bad moms with kids. (76)					

Engagement		Focusing on something to the exclusion of all else and this can apply just as well to reading a book or looking at painting as it can be clicking around a web					
Engage		Create curiosity and suspense. (77)	Transmedia producers have found it difficult to achieve the delicate balance between creating stories which make sense to first time viewers and building in elements which enhance the experience of people reading across multiple media.				Cross-media campaigns are often meant to entertain. Ideally, all communication strives to engage as well as entertain. We are given a world and a story in which we enjoy and if we're really interested and want even more, we can go out and find it across all the media employed. Fans are given all they want and more as they can dig into the media as much, or as little, as they like. In the end, we get to enjoy the entertainment across all the media with which we care to engage. (118)
Motivation		A person's motivation to engage or continue engaging over time can be thought of in terms of extrinsic motivations and intrinsic motivations. (82)					
The audience's character		Allow the audience to play as their imaginary self rather than as who they really are. Even if they play with their real Facebook or Twitter account, allow them to put some distance between themselves and the role they're playing. You might also consider whether the audience should participate in the first person or third person					

Pacing		In an interactive, portmanteau-type transmedia story, the author tries to give the audience a good degree of freedom to explore and investigate at their own volition while still aiming to create a satisfying dramatic storyline. Multi-linear stories thrilling can be tricky. A central problem of these experiences, assuming that a linear version of the story					
Location-based storytelling		Encompasses a wide range of experiences. For example: pokemon. (123)					
The Internet of Things (IoT)		For storytellers, intelligent objects offer a new platform that mixes the physical world with the digital. In my own work we've been considering how objects might tell their own stories and how they might help people connect					
Content strategy		When audiences connect well to your content, they go through three stages of engagement: discovery, experience and exploration. (137)					
Listening and participation		Although content in this participation stage may be available before the experience, its goal is to aid exploration. (142)					
Platforms		Combination of media plus technology. Almost any technology, medium and place can be used to convey your story but think about your audience again					

Contraction, expansion and navigation		The biggest threat to transmedia projects is audience reluctance. The effort of jumping between platforms is something that really needs close examination. When problems occur it's usually because there's a conflict between what the producer or writer would like the audience to do and what the audience is prepared to do. (144)					
Crowdsourcing and collaboration		Although audience collaboration may not be a prerequisite for a transmedia project, the benefits of encouraging collaboration outweigh the problems. The benefits relate to the fact that we now work in an overcrowded, competitive and often free content marketplace. (167)					
Transmedia business model		Audience-pays financing (184), sponsored financing (185), crowdfunding (191)					
Connection		No website should be an island. (203)					

<p>Crossmedia vs. Transmedia</p>					<p>Las diferencias son sutiles pero muy importantes, crossmedia se refiere a una repetición del mismo mensaje, adaptada para distintos medios, mientras narrativa transmedia consiste en producir mensajes distintos para diferentes medios. (38)</p>		<p>cross-media refers to integrated experiences across multiple media, including the Internet, video and film, broadcast and cable TV, mobile devices, DVD, print, and radio. The new media aspect of the “cross-media experience” typically involves some level of audience interactivity. In other words, it’s an experience (often a story of sorts) that we “read” by watching movies, dipping into a novel, playing a game, riding a ride, etc. (4)</p>
----------------------------------	--	--	--	--	---	--	--

Anexo IV: Presupuesto

IV.1. Presupuesto ordenador MacBook Air (Apple)

MacBook Air Descripción macOS Especificaciones

Añadir una renovación
Cambia tu ordenador válido por un descuento para un Mac nuevo. O recíclalo gratis.**
[Comenzar](#)



[Ver galería](#)

¿No te decides? [Estamos aquí para ayudarte.](#)

Personaliza tu MacBook Air - Gris espacial

- Pantalla Retina con True Tone
- Intel Core i3 de doble núcleo a 1,1 GHz de décima generación (hasta 3,2 GHz con Turbo Boost)
- 8 GB de memoria LPDDR4X a 3.733 MHz
- 256 GB de almacenamiento SSD
- Intel Iris Plus Graphics
- Magic Keyboard retroiluminado - Español
- Touch ID
- Trackpad Force Touch
- Dos puertos Thunderbolt 3

Procesador

¿Qué procesador te conviene?

Intel Core i3 de doble núcleo a 1,1 GHz de décima generación (hasta 3,2 GHz con Turbo Boost)	
Intel Core i5 de cuatro núcleos a 1,1 GHz de décima generación (hasta 3,5 GHz con Turbo Boost)	+ 50,00 €

1.199,00 € [Añadir a la bolsa](#) 

Oferta de financiación sin intereses.

Recogida: La opción de recogida en el Apple Store no está disponible ahora mismo.

Disponible para envío: 5 - 7 días laborables
Envío gratuito
[Fechas de entrega](#)

IV.2. Presupuesto Smartphone iPhone 11 Pro (Apple)

iPhone 11 Pro

Descripción Especificaciones



Entrega rápida y gratuita



Devoluciones gratuitas



¿Alguna duda sobre los pagos mensuales?
[Habla por chat con un especialista en el pago del iPhone](#)

Elige la capacidad.

64 GB²

Desde 48,29 € /mes
o 1.159,00 €**

256 GB²

Desde 55,38 € /mes
o 1.329,00 €**

512 GB²

Desde 64,96 € /mes
o 1.559,00 €**

¿Cómo quieres pagar?

[Cómo funcionan los pagos mensuales](#)

Pagos mensuales

48,29 € al mes
durante 24 meses al
0 % TAE**

- Pagos mensuales con financiación al 0 % TAE. Envía tu solicitud a Cetelem.

Al contado

1.159,00 €

IV.3. Presupuesto espacio *co-working*

SERVICIOS



ACCESO 24X7



AIRE ACONDICIONADO



ALARMA



CAFÉ DE CORTESÍA



ESCÁNER



FOTOCOPIADORA



IMPRESORA



INTERNET + WIFI



PRUEBA GRATUITA



SALA DE REUNIONES



SECRETARÍA

TARIFAS DE OFICINAS DE ENJOYWORKING

	Capacidad	Estancia mínima	Acceso	Precio	
MESA DESPACHO PRIVADO 	3 pax		24/7	300,00 €/mes (+IVA)	SOLICITAR INFORMACIÓN

IV.4. Presupuesto alquiler de servidor y dominio web

**Premium**
€8
al mes, facturado anualmente

POPULAR

Ideal para trabajadores autónomos:
Crea una página web única con herramientas de diseño avanzadas, edición de CSS, mucho espacio para audio y video, integración con Google Analytics y la posibilidad de monetizar tu web con anuncios.

Mejorar

- ✓ Un Dominio Gratuito Durante el Primer Año ⓘ
- ✓ Funciones Básicas de Jetpack ⓘ
- ✓ Ayuda por Correo Electrónico y Chat en Vivo ⓘ
- ✓ Temas Premium **Ilimitados** ⓘ
- ✓ Personalización de Diseño **Avanzada** ⓘ
- ✓ **13 GB** de Espacio de Almacenamiento ⓘ
- ✓ Elimina los Anuncios de WordPress.com ⓘ
- ✓ Integración con Google Analytics ⓘ
- ✓ Opciones Avanzadas para Redes Sociales ⓘ
- ✓ Pagos Simples ⓘ
- ✓ Monetización Web ⓘ
- ✓ Soporte de VideoPress ⓘ

Mejorar

IV.5. Presupuesto banco de imágenes (iStockPhoto)

Fotos Ilustraciones Vídeos Audio

iStock
by Getty Images

Precios | Boards ▾ | Iniciar sesión | Registrarse

Encuentra fotos de stock y vectores increíbles...

Imágenes ▾

Buscar por imagen

Ahorra con planes flexibles que se adaptan a todos los presupuestos

Créditos

Obtén cualquier archivo bajo demanda

<input checked="" type="radio"/> 3 créditos	24 € 8 € /crédito
<input type="radio"/> 6 créditos	45 € 7,50 € /crédito
<input type="radio"/> 12 créditos	85 € 7,08 € /crédito
<input type="radio"/> 24 créditos	160 € 6,67 € /crédito
<input type="radio"/> 36 créditos	235 € 6,53 € /crédito
<input type="radio"/> 60 créditos	380 € 6,33 € /crédito

[Ver todos los créditos ▾](#)

Comprar 3 créditos

Suscripciones de imágenes

Obtén nuestros precios más bajos en imágenes

IMÁGENES AL MES

10 25 50 750

Acceso a todas las imágenes

<input type="radio"/> 1 año	70€ al mes
<input checked="" type="radio"/> 1 mes	85€

Solo imágenes de Essentials

<input type="radio"/> 1 año	29€ al mes
<input type="radio"/> 1 mes	35€

Suscríbete

Transfiere las descargas no utilizadas*