



DE ESPALDAS A LA CÁMARA

IDO Y SU GÓMEZ IRRUMPIERON COMO 'SISTERS AND THE CITY' Y HOY TIENEN 65.000 SEGUIDORES EN 'INSTAGRAM' // P30-31

Ido y Su Gómez, en el paseo de Salamanca, de espaldas a la cámara. Foto: Ruben Plaza

Donostia

SE INAUGURA LA ESCULTURA A MATXAIN EN AIETE

DESTACÓ EN EL DEPORTE Y EL BERTSOLARISMO // P33



Buruntzaldea

URNIETA RECUPERA SU MEMORIA HISTÓRICA

ARANZADI INAUGURA UNA OFICINA EN ETXEBERRI // P34-35

Goierri

BIENVENIDA A DIEZ LENGUAS MINORITARIAS

BEASAIN RECIBE A DIEZ COMUNIDADES INDÍGENAS // P37

UrolaGaraia

SE ACUERDAN DE SANTA BARBARA AUNQUE NO TRUENE

EL ENCLAVE URRETXUARRA ES MUY QUERIDO // P39

Donostia

Son dos, inseparables, complementarias y entusiastas. Ido y Su Gómez irrumpieron como 'Sisters and the City' hace siete años y botaron de alegría con su primer 'like'. Hoy tienen 65.000 seguidores en las redes y adoran Instagram.

Un reportaje de Arantxa Lopetegi  Fotografía Ruben Plaza

De espaldas a la cámara y mirando de frente a Donostia

Salen de espaldas en la fotografías pero miran al futuro con su carpeta de ideas llena a rebosar. Aunque no enseñen sus rostros (dicen que no es lo importante), sí ofrecen "una visión propia" de Donostia y, a través de sus guías y otros soportes, también de excursiones y visitas a otros municipios y ciudades del entorno.

Si algo caracteriza a esta inseparable pareja de hermanas es el entusiasmo. Ido y Su Gómez, ya mundialmente conocidas como *Sisters and the City*, comenzaron con su blog hace siete años, ofreciendo sugerencias "a las personas que venían de fuera para que conocieran la ciudad como un local". Pero, como aseguran que muchas veces les ha ocurrido, una cosa les llevó a la otra, y se dieron cuenta de que muchas de las personas que les seguían era gentes nacidas en Donostia y que vivían fuera o que habían pasado sus veranos en la ciudad o sus alrededores.

Y se adaptaron y siguieron, siguieron y no pararon. Aunque no se olvidan "del primer like" que se ganaron. Iban mirando como subían en número y no se lo acababan de creer. Y sumaron seguidores hasta llegar a los 65.000 actuales.

"Se nos van ocurriendo cosas desde que nos levantamos", afirman. Y así debe de ser, porque además de con todo tipo de soporte digital –que dominan de tal modo que dan clases sobre el uso de Instagram en comercios y negocios– también se han animado con su propia línea de *merchandising*. "A la gente le gusta llevarse recuerdos de la ciudad que visita y vimos que faltaban cosas bonitas". Dicho y hecho, los dibujos de Su pasaron a ser protagonistas en bolsas, tazas o llaveros que han llegado hasta Japón, desde donde un seguidor les hizo un pedido.

Inicialmente, empezaron con cosas "con poco riesgo económico" ya que no tenían inversores detrás y se jugaban su propio dinero. Primero Ido y, algo más tarde, Su dejaron sus trabajos anteriores, "que nos gustaban mucho y en los que estábamos reconocidas", y se dedicaron a hacer lo que les gusta pero que, aclaran, supone "un trabajo ingente".

La comunidad que les sigue, aseguran, "se sienten sisters", forman una gran familia aunque a la suya propia también la sienten cerca. Su hermano, dicen, les aconseja: "Es el sensato y nosotras las locas". Su

madre, en un inicio, se echó las manos a la cabeza porque no entendía cómo dejaban su trabajo por una aventura que le resultaba extraña. Hoy en día ha aprendido a manejarse con las nuevas tecnologías y sigue a sus hijas. Y de su padre, Pedro Gómez, precursor "de la nueva cocina vasca", han tomando ejemplo de creatividad.

Siguen con la misma ilusión con la que empezaron y con la que vieron cómo subía el número de sus seguidores. Se pisan la palabra, y recuerdan anécdotas como cuando ya consiguieron la acreditación para el Festival de Cine de Donostia: "Es lo más".

Habían estado subiendo *post* varios años hasta que uno de ellos les sorprendió e impactó. Se preguntaban de quién era el vestido de Maribel Verdú y el propio diseñador les respondió para decirles que era suyo.

Y es que ya foto a foto, texto a texto, habían ido haciéndose un hueco importante en la ciudad y en las redes. Con su estilo propio, "como somos, para lo bueno y para lo malo". "No hemos tenido detrás un plan de negocio pero sí hemos trabajado mucho", subrayan.

Al principio acudían a eventos e inauguraciones casi como favor, pero según crecía su popularidad

Pagan en los sitios que van pero tienen claro también que tienen que cobrar por lo que hacen y que no acuden a cambio "de una croqueta"

Están a tope, tienen que decir no a posibles clientes por eso se plantean seguir creciendo y formar un equipo de comunicación

tuvieron que plantearse cambiar de forma de funcionar. "Llegábamos y nos poníamos a sacar a fotos, a trabajar como locas mientras los demás lo pasaban bien" y, "sin haber hecho nunca de comerciales", gracias a su esfuerzo les fueron llamando de diferentes sitios para que hablaran de su negocio o actividad.

Tienen una filosofía de trabajo clara: pagan sus cuentas donde van y nunca hablan mal del sitio "porque puede haber mil razones para tener un día malo". Luego, en privado, comentan los fallos a los responsables y, en ocasiones, se niegan a trabajar para ellos, aunque siempre están abiertas a dar nuevas oportunidades.

Eso sí, su trabajo tiene un precio, porque además de acudir, contar con su toque de humor especial y mirar las imágenes, posteriormente controlan el número de ocasiones en el que se ha visualizado la publicación, tiempos etc. e informan de ello a quien les haya contratado. Lo tienen muy claro: "La croqueta me la pago yo, pero vosotros nos pagáis por nuestro trabajo".

No resultó sencillo poner precio a lo que hacían. "No teníamos ni idea de lo que teníamos que cobrar", aseguran. Con el mecanismo prueba y error han ido aprendiendo. Cuentan que les han ido dando pistas, como



Su e Ido Gómez, apoyadas en la barandilla del paseo de Salamanca, siempre de espaldas a la cámara. En primer plano, la 'sister guía'.

la administradora de un cliente que, sin querer, les envió un mail en el que decía al jefe algo así como: "Contrátales, que tienen mucha repercusión y son baratas". Respondieron avisando del error y dando las gracias por la información. Evidentemente, subieron las tarifas.

Además, no incluyen publicidad en sus trabajos porque no quieren y no es su estilo. "Podríamos hacerlo pero es que a nosotras también nos molesta entrar en una página y que te interrumpa continuamente la publicidad".

IMPROVISANDO Les salen las cosas "porque somos dos" y cuando una no tiene buen día lo tiene la otra. "No pensamos nunca lo que vamos a hacer ese día, nos levantamos contentas y se nos van ocurriendo las ideas", añaden.

"No nos da la vida para llegar a todo", dicen estas dos hermanas con la agenda llena, tanto que a veces tienen que decir no, algo que, apostillan, "no nos gusta nada". Pero, añaden, "igual al año siguiente lo hacemos".

Por ello, siempre mirando al futuro con ganas, se están planteando constituirse como una agencia de comunicación y ampliar su equipo para llegar a más sitios y acometer nuevos proyectos y, quizá, poder encontrar un "hueco para tomar algo con mi madre, que se queja". Pero

será difícil, "porque comenzamos con una cosa y estamos pensando la siguiente". Tienen ahora dos cuentas, la que les hizo conocidas, @sistersandthecity, y otra de sugerencias de establecimientos a los que acudir a la que han bautizado como @sansebastiansisterstyle.

De quienes les siguen hablan maravillas, sobre todo de aquellas personas que están con ellas desde hace

siete años. "Contestamos a todo el mundo, es parte de nuestro trabajo. Nos escriben para preguntarnos muchas cosas pero, sobre todo, lo que nos dan es mucho cariño". Han llegado a hacer "quedadas" con gente que vive fuera y visitaba la ciudad y, a buen seguro, les seguirán ocurriendo ideas para sorprender con su estilo desenfadado, tendrán nuevas *sisterideas*. ●



Bolsa de 'Sisters and the City' colgada en un comercio donostiarrarra.

Propuestas para disfrutar como en casa

Llevan editadas ya dos 'Sisters Guías' que, afirman con humor, están "basadas en hechos reales"

DONOSTIA – Ir a un lugar y sentirse como en casa, poder llegar a conocer distintos barrios, plantearse excursiones... Todo lo que le apetece al turista o visitante lo recogen Su e Ido, como siempre a su modo, en la *Sisters Guías*, que ya va por su segundo número aunque, afirman, "habrá una tercera, una cuarta, una quinta o las que haga falta". Tanto, que no descartan guías para Bizkaia, Araba o Navarra. De la primera vendieron 2.900 de los 3.000 ejemplares editados y se quedaron con 100, por si acaso. De la segunda, en dos meses, ya se han vendido 1.500.

Lo pone claro en la portada, "basada en hechos reales", y es que, aseguran "nos hemos comido todo, nos hemos bebido todo y nos hemos andado todo de lo que hablamos", eso sí, "sin sufrimientos". Desde Iparralde, zona que "adoran", a Bilbao o La Rioja, sus excursiones son para todos.

Sus llamativas bicis, una azul y otra amarilla, son protagonistas de muchas de sus fotos, son el "alter ego" de estas incansables mujeres que, sin dar la cara en las imágenes, son ya reconocidas, les guste o no, en su *city* y más allá. – A.L.

Estudian una queja contra el Eguzki por no acoger socias

El Ayuntamiento analiza si la situación del club deportivo, con 600 socios varones, cumple la ley

DONOSTIA – El Ayuntamiento de Donostia está analizando la queja de un ciudadano, que se ha dirigido al ente municipal para criticar que el club deportivo Eguzki, que hace uso de instalaciones de propiedad pública, impide *de facto* que las mujeres sean socias a pesar de la incorporación de féminas. El departamento de Igualdad del Consistorio está analizado si la queja presentada puede ser resuelta por instancias municipales o debe dirigirse a otras instituciones públicas implicadas en el asunto.

El clásico club deportivo donostiarrarra, fundado en 1925, tiene su sede en uno de los edificios del Baleario de La Perla, perteneciente a Costas del Estado, aunque cedido en concesión a la Diputación. La entidad es una asociación privada sin ánimo de lucro, cuyo objeto es el fomento de la actividad física y deportiva, especialmente de la pelota, el piragüismo, el voleibol y el montañismo, según señalan sus estatutos.

Aunque inicialmente nació como una asociación deportiva solo abierta a los varones, las normativas vigentes en la actualidad no permiten que los espacios de titularidad pública puedan marginar a las personas en razón de su sexo, lo que de hecho obligó a modificar los estatutos de la entidad para

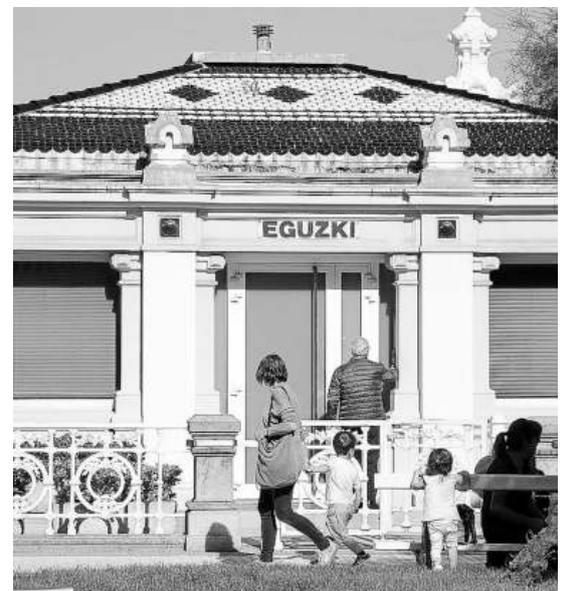
incluir la palabra socias, además de la de socios.

Sin embargo, según la protesta que analiza el Consistorio, este cambio de redacción no ha implicado la llegada de mujeres a la entidad, a pesar de que teóricamente pueden acceder al club. La realidad sigue siendo masculina cinco años después del cambio de estatutos y entre los 600 socios de la entidad no han entrado mujeres.

Según los estatutos en vigor, los hijos e hijas de los socios tienen preferencia a la hora de ingresar en el club y no son pocas las mujeres que querrían poder disfrutar de la práctica del deporte en un enclave privilegiado, a la orilla del mar.

DUCHAS La queja llegada al Ayuntamiento indica, además, que el club no tiene que dar explicaciones de los motivos por los que no se acepta a un nuevo socio o socia, aunque presente los dos avales requeridos, con lo que los posibles rechazos de peticiones femeninas no encuentran cauce para reconducirse.

Además, el club deportivo Eguzki carece de duchas y vestuarios para mujeres, según la protesta que investiga el área de Igualdad, lo que suma una dificultad más a que las féminas puedan formar parte del colectivo de socios. – N.G.



Un hombre accede al club Eguzki, en La Concha. Foto: Gorka Estrada

