



LA PRESENCIA DE LAS DEPORTISTAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: “LUCHANDO POR ASCENDER A PRIMERA”



¿Qué se puede hacer para lograr un tratamiento más igualitario en los medios?



FICHA TÉCNICA

- Nombre: Asociación **ARASKI AES**
(Arabako Emakumeen Saskibaloia)
- Año de fundación: **2010**
- N° Equipos 16/17: **24**
 - Todos femeninos: 7 a 33 años
 - LIGA FEMENINA (Máxima categoría)
- COMPOSICIÓN:
 - Jugadoras: 255 (alavesas)
 - Técnicas/os: 30 (70% mujeres)
 - Directiva: 8 (5 mujeres / 3 hombres)

EJES DE ACTUACIÓN

- GENERAR REFERENTES
- FORMACIÓN Y PROMOCION DE LA BASE
- VISIBILIDAD, RECONOCIMIENTO E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
 - **Desarrollo del Departamento de Comunicación ARASKI**



TICS DE SITUACIÓN

LOS CLUBES / LAS DEPORTISTAS

- Centrados en lo deportivo y económico
- La comunicación es secundaria
- Escasos recursos económicos para comunicación y marketing profesional
- Excesivo altruismo en general y dificultades para encontrar perfiles de comunicación en sus estructuras
- Desconocimiento de qué y cómo actuar
- Hartazgo del “no nos sacan” y “no nos hacen caso”
- **¿Queremos CAMBIO? Denuncia sí / Acción también**

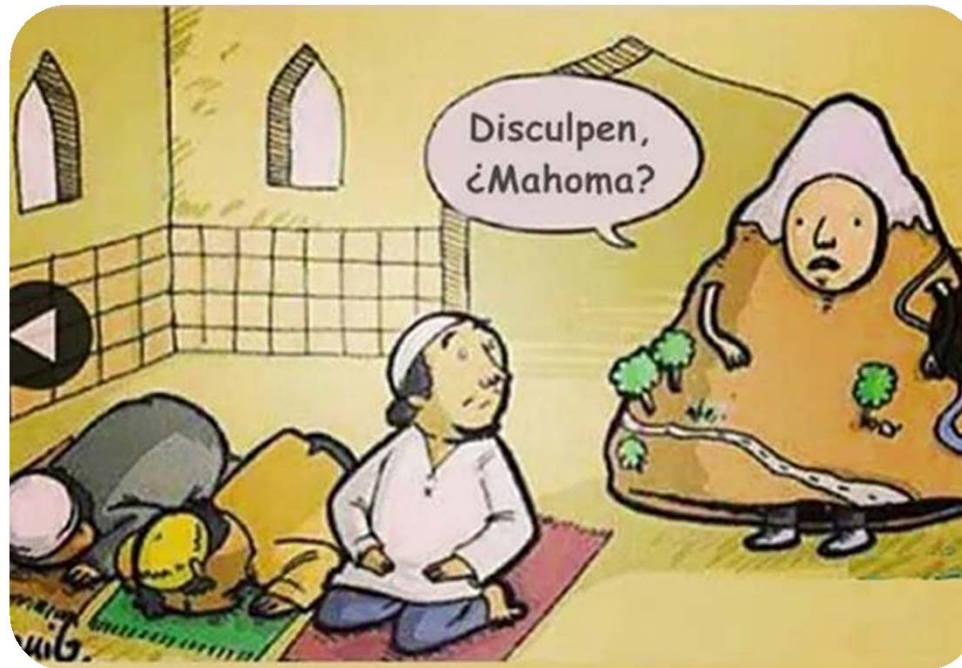
LOS MEDIOS

- Centrados en deporte profesional
- Escasos recursos económicos para coberturas del “otro deporte”
- Recursos humanos limitados y situaciones laborales precarias. Hombres y mujeres orquesta.
- Redacciones deportivas “masculinas”, con poco interés y continuistas con la Info tradicional
- En ocasiones, no sintonía entre periodistas y directivos de MMCC
- En algunos casos por convicción y en otros muchos por obligación: **ESTAN CAMBIANDO, pero QUEREMOS MÁS**



MÉTODO ARASKI (sin descubrir la pólvora)

“SI NO LO CUENTAS, NO EXISTE”



Planteamiento:

- Apostamos porque **los medios de comunicación conozcan la actividad**, los objetivos, los logros, las experiencias **de las mujeres en el ámbito del baloncesto**
- La creación del **Departamento de Comunicación de Araski ha sido un salto de calidad**, que se conozca y reconozca nuestra labor y los medios de comunicación nos dan cobertura, y nos respetan
- Las cosas no cambian de la noche a la mañana y esta es una **labor de zapa y lluvia fina**, creatividad, y de darles a las y los periodistas el **trabajo “casi hecho”**. Al menos, hasta que cambien las cosas.



Objetivos:

- **Búsqueda de visibilidad y repercusión mediática** de las mujeres deportistas y de los proyectos que ellas lideran y participan para la **sensibilización sobre su situación** de desigualdad y le facilite el acceso y reconocimiento deportivo y social.
- Esa visibilidad permitirá la **creación de referentes alcanzables**. Estos referentes suponen un aliciente vital para **combatir el abandono** y **fomentar la práctica** deportiva.
- Más repercusión traerá mayores apoyos y esto permitirá unas **condiciones de mayor igualdad** con respecto a los hombres.

Paso 1: Recursos Humanos

- Mejor profesionales, y si no es posible ahora proyecta destinar recursos a medio plazo y mientras busca en el entorno:
 - Alguien que escriba decente, no sólo por las faltas sino sintaxis/gramática. Que le guste contar cosas.
 - Alguien que sepa algo de diseño gráfico / imagen
 - Alguien/es que sean cabezas visibles, conozcan el proyecto y puedan hablar en público

Paso 2: Canales de comunicación

- TU WEB
- TUS REDES (Twitter, Facebook, Instagram, Youtube)
- EL STREAMING (Emisión TV en directo por internet)
- TUS EVENTOS DE C&M (RP, MEDIADAY, PRESENTACIONES, CAMPAÑAS...)
- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



¿CÓMO ME RELACIONO CON LOS MEDIOS?

- CONSIGUE LOS CONTACTOS Y CONÓCE A LAS PERSONAS.
 - Haz una lista de los medios a los que consideráis que pueden interesar vuestra actividad.
 - Consigue los correos electrónicos de los departamentos o periodistas que puedan difundir tu Info
 - Clasificalos por grupos dentro de tu cuenta de correo
 - Ámbito: Nacional / Autonómico / Local
 - Medios: Prensa tradicional / Radio / TV / Medios digitales
 - Otros. Ejemplo: Liga Femenina. Por disciplinas.
 - Aprovecha las llamadas y conoce en la medida que puedas personalmente a los responsables de los medios.
- Busca ACUERDOS de intercambio
- La importancia de la DISPONIBILIDAD casi absoluta.
- ANTICIPATE, AVISA de cualquier evento/cambio.
- NO FALLES. Para poder exigir hay que cumplir siempre.
- Facilita la Info a TODOS IGUAL, mail a todos a la vez.
- RECUERDA: Los periodistas cuentan historias y necesitan datos, facilítaselo.



Paso 3: PROCESO DE TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN (1)

- IDENTIFICAR. ¿Qué y cuándo hay noticia?
- CLASIFICAR. ¿Cómo son esas noticias?
 - Importancia Interna/Externa.
 - Temporalidad. Atemporalidad / Inmediatez
- PLANIFICAR SU DIFUSIÓN. ¿Cuándo y cómo lo vamos a contar?
 - ¿Cómo?
 - Elige los canales en función del interés interno/externo
 - Planifícala pensando en el medio y en el receptor.
 - ¿Cuándo?
 - Valora si debe ser inmediata, hay un plazo corto pero variable o es atemporal
 - Analiza el día y hora. A tener en cuenta:
 - Horarios de informativos de radio y redacciones
 - Días de más tirada de prensa
 - Otros eventos/noticias deportivas
 - Horas de máximo consumo en tu web y RRSS
 - Busca el equilibrio en el número y frecuencia de las comunicaciones. Ni cinco noticias en una, ni una cada media hora. Todo depende de la importancia del contenido desde el punto de vista del canal que vaya a difundirlo (propio / externo)

Paso 3: PROCESO DE TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN (2)

- EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA DIFUSIÓN
 - Redacción. La Nota de Prensa.
 - Crea los modelos. [Noticia](#), Crónica, Previa, [Convocatoria](#)
 - Titular. Claro, corto, impacto
 - Subtítulo. Resalta otra Info importante o que complete el título, no lo repitas
 - Empieza la noticia por lo más importante y explica de dónde viene y a dónde va en lo que a la noticia se refiere.
 - Incluye declaraciones y datos técnicos.
 - Piensa en quien lee y da ciertas explicaciones, aunque te parezcan evidentes.
 - Menciona a las deportistas en titulares y textos y hazlo con nombre y apellido, y si no, con apellido.
 - Evita tratarlas como “pequeñas” niñas, chavalas, crías... son JUGADORAS, ATLETAS, CICLISTAS, BOXEADORAS...
 - Imagen y sonido. Siempre que puedas acompaña noticias y envíos con fotos, audios y vídeos. (Cuidadín con los derechos de autor).



Paso 3: PROCESO DE TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN (3)

- LOS EVENTOS MEDIÁTICOS. Ruedas de Prensa / Media Day / Presentaciones.
 - ¿Nosotras? Y ¿Por qué no? Todas tenéis algo que contar.
 - Piensa qué y cuándo y hazlo atractivo para los medios.
 - Importancia de la comunicación interna
 - Invitaciones a representantes institucionales, patrocinadores y medios. CON TIEMPO!
 - Cuida el timing y programa del evento. ¡Arriba en detallismo!
 - Busca sinergias con otras entidades/disciplinas



Paso 3: PROCESO DE TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN (4)

- LAS CAMPAÑAS. Creatividad con pocos recursos.
 - CAMPAÑA SENSIBILIZACIÓN MMCC
 - - “ARASKI PONE LA PASTA” – “PASTA X NOTICIA”
 - CAMPAÑA DE ABONADOS 2016/17
 - - Idatzi Historia Gurekin:
 - <https://youtu.be/ELvIfAmXeXo>
 - VIDEO PROMOCIÓN WEB “DXTFEM.COM”
 - <https://goo.gl/L3YPQ4>

Noticias

ARASKI ENTREGA LA PASTA A CAMBIO DE ATENCIÓN

22/02/2012 - Dulce reivindicación por el reconocimiento del trabajo realizado



Actividades. Jugadoras, directivas, aficionadas, padres... dan la pasta. Los medios de comunicación reciben una caja de pastas, en pleno juego de palabras, con las que Araski quiere poner la pasta a cambio de atención, reconocimiento y recogida de su trabajo por parte de los profesionales de la comunicación.

personalmente por quienes semana a semana trabajan por llegar a más. Ellos son los que nos ayudan a crecer en este mundo tan competitivo, periódicos o revistas.

Nuestro deseo es hacemos notar, decir "estamos aquí". Que el deporte femenino sea reconocido como se merece porque no somos menos. Trabajamos igual aunque para conseguir la mitad tengamos que esforzarnos el doble. Jugamos igual

Paso 3: PROCESO DE TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN (5)

- MEMORIA DE IMPACTO MEDIÁTICO. Archiva y analiza los datos.
 - MMCC: Dossier de prensa y relación de intervenciones/entrevistas
 - CONSIGUE LOS RECORTES Y CLASIFICALOS
 - CONSIGUE LOS AUDIOS Y VIDEOS
 - REALIZA CADA “X” TIEMPO DOS RECOPIACIONES EN UN DOC PDF:
 - Completo
 - Relevantes
 - Saca conclusiones:
 - Nº de Apariciones en prensa. De ellas cuántas son noticia principal, secundaria o breve y si va con foto o no; o cuánto ha durado. HAZ GRAFICAS.
 - WEB – GOOGLE ANALYTICS
 - RRSS – SEGUIDORES, INTERACCIONES, ALCANCES, REPRODUCCIONES
 - STREAMING – CONEXIONES / IPS UNICAS
- EJEMPLO DE MEMORIA: TEMPORADA 15/16
- ESOS ANALISIS PERIODICOS ¡¡¡SON EN SÍ NOTICIA!!!**



ARASKI AES
IMPACTO MEDIÁTICO

INFORME MAYO 2016

Araski AES, hace un gran esfuerzo por la Visibilidad de sus actividades, coordinado por el Departamento de Comunicación que engloba todas las acciones de difusión de las actividades, acontecimientos, noticias, proyectos, campañas, etc.

Un trabajo diario de seguimiento y creación de contenidos para todos los medios de difusión a nuestro alcance.

Además, con la colaboración de la productora audiovisual BAICAST, se han retransmitido en directo todos los encuentros de Liga Femenina 2 en Vitoria-Gasteiz con unos resultados de audiencias muy satisfactorios y recibiendo las felicitaciones de instituciones, clubes, federaciones y MMCC por la calidad de la emisión.

+ DE 700 NOTICIAS EN PRENSA, RADIO, TV Y MEDIOS DIGITALES

+ DE 30 MMCC LOCALES Y NACIONALES

RETRANSMISIONES TV DE PARTIDOS POR INTERNET

- 65 PAISES
- 24.496 CONEXIONES
- 16.537 IP'S UNICAS

WEB TEMP 15/16:

- 127.048 PÁG. VISTAS
- 59.534 SESIONES
- 15.069 USUARIOS/AS

TWITTER: 1733
FACEBOOK: 1.669
WIKIPEDIA

ARASKI AES
www.araski.com



CLAVES PARA REFLEXIONAR

- La comunicación no es un gasto, es una INVERSIÓN
- CONVINCE Y EXIGE A LOS TUYOS. Deportistas, técnicos y directiva, ES COSA DE TODOS
- CUIDA LA IMAGEN. Indumentaria, “decorado”, tus patrocinadores
- No seas cortoplacista, recuerda... “lluvia fina”
- Con los medios:
 - Denuncia y reivindicación: SÍ / Resignación y victimismo: NO
 - FIDELIZA con Info constante y de calidad
 - Palos y zanahorias, públicos y privados
 - Por encima de todo, SÉ PERSEVERANTE.



DEPORTES

Alavés. Se juega el pase a 1/16 de Copa ante el Leganés. Pág. 40-41

CD Vitoria. Cierra con éxito el torneo por su 70º aniversario. Pág. 42



La periodista Olga Jiménez en la encargada junto a Mikel Urriarte de comentar los partidos del equipo. El sábado contó con dos colaboradores de lujo: Andie Norriss y Santi Abad.

LOS PARTIDOS DEL ARASKI DAN LA VUELTA AL MUNDO

STREAMING LAS RETRANSMISIONES A TRAVÉS DE INTERNET AHONDAN EN LA VISIBILIDAD DEL DEPORTE FEMENINO Y PERMITEN AL CLUB OBTENER RECURSOS ECONÓMICOS A TRAVÉS DE LA PUBLICIDAD

de Andrés Góñi
y Ana Chavarrí

VITORIA. De algo le servía que se fuera a Lina López, pianista todo el día rodeada de cámaras, estudios de televisión y conexiones con fibra óptica y 4G para preparar hace ya un tiempo una locura, otra más, que redundase en beneficio de su pasión por el Araski, que no lleva titulado en su piel pero que siente como algo demasiado profundo en el alma. Por eso hace ya un par de años que tiró de agenda y entró en contacto con sus colegas de Biscua, una productora alavés especializada en retransmisiones vía streaming.

que no?". Después de un tiempo de análisis, contexto y posibilidades, el 14 de noviembre de 2014, coincidiendo con el día vaso en L'E2, Araski realizó la primera retransmisión por streaming de un partido de Liga, si que seguirían otros cinco más en la temporada siguiente. Como quien a que los aspectos resultaran sorprendentes, la directiva ha decidido este año volver a impulsar esta iniciativa no sólo como plataforma comercial con la que poder captar nuevos clientes sino como vehículo de comunicación para difundir los objetivos de visibilidad de las mujeres alavés, que es uno de los caballos de batalla de la junta directiva.

La tiranía del smartphone es imparable: 235 personas vieron el choque del sábado en 'Mendi' a través de un móvil o una tablet

La primera salida al aire de la actual temporada se produjo el pasado sábado en la cancha de Mendi, ante el Club Deportivo Alavés, y de nuevo fueron las cámaras y el soporte técnico de Biscua quienes dieron fe de la derrota en la deportiva porque en la vinculación a internet, el séptimo partido de la era streaming del Araski volvió a ser un éxito. Iñaki Esteban, socio de la productora, analiza en cada encuentro los mismos cuatro parámetros para calibrar el nivel de interés del producto que toque retransmitir. Así, siempre se analizan, y no por este orden, las conexiones concurrentes, la segmentación por dispositivos, las direcciones IP únicas y las visualizaciones por paises, que suelen afluir datos cuando menos curiosos. Sin ir más lejos, el partido ante el Club Deportivo Alavés fue visto por 162 personas en España, que entra dentro de los parámetros normales, pero es que otros 50 hicieron lo propio desde Argentina.



EL RÉCORD

1.500 VISUALIZACIONES. Hasta la fecha, el récord de impactos de Biscua con Araski no está en la transmisión de un partido sino en el último vídeo promocional del equipo, el día que contra el Club Deportivo Alavés, que registró 1.500 visualizaciones en el mundo, una cifra muy buena", aseguran en la productora.

16.000

CONEXIONES TUVO EL MARATÓN

El mayor impacto que una retransmisión a través de streaming ha tenido en Vitoria correspondió a la maratón Martín Fil, que registró 1.500 usuarios únicos y obtuvo un pico máximo de 16.000 conexiones.



Para la retransmisión del partido se utilizaron dos cámaras con operador y otra más en formato Go Pro, situada encima de la cancha.



Con la del sábado son ya siete las veces que un partido del Araski ha sido retransmitido a través de streaming.

¿QUÉN VIO EL PARTIDO?

■ **Geolocalización.** La plataforma utilizada por la productora Biscua para medir el impacto de las retransmisiones vía streaming se llama Félix y es similar a Google Analytics que mide el SEO de una página web. Entre sus interesantes lecturas destaca el apéndice 'Destinos', que indica los países donde ha sido recibida la retransmisión. En el caso del sábado fueron estos:

- Argentina	50
- Brasil	1
- Alemania	1
- Pakistán	2
- España	952
- Dinamarca	4
- Estados Unidos	561
- Francia	4
- Reino Unido	1
- Hong Kong	1
- Italia	2
- Holanda	2
- Portugal	1

"El impacto de la retransmisión del partido del sábado es muy alto y esto va a ir cada vez a más"

"El funcionamiento en términos publicitarios resulta similar a la de la televisión tradicional"

■ **MARKETING.** Socio de la productora Biscua

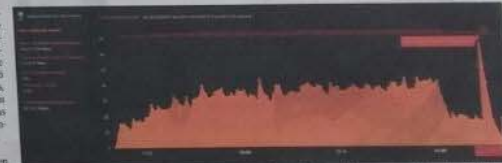
"Con estas acciones perseguimos el objetivo de dar visibilidad a la mujer deportista"

LINA LÓPEZ
Productora del Araski

En los Estados Unidos, 2 en Pakistán, 1 en Hong Kong, Alemania o Brasil, y 4 en Dinamarca. Destaca, perfecta en una filosofía sin fronteras como la del streaming, como margen de explotación es en estos momentos muy bajo dentro del campo amateur. Por eso como quiera que en Araski los deportes en este nicho hace ya un tiempo que se pasearon en marcha, las perspectivas de crecimiento son muy halagüeñas. Otro de los datos que ofrece la plataforma Félix son las conexiones totales y los visitantes únicos totales. En ambos casos, según las

cifras registradas el sábado, la directiva del club puede estar más que satisfecha, ya que a lo largo del partido tuvo 1.194 conexiones o "punches", es decir, número de veces que se accedió a la emisión, siendo el pico máximo de audiencia a las 21.17 horas, en los segundos finales del partido. En ese preciso instante, casi 70 personas repartidas por el mundo estaban viendo en directo el partido del Araski.

REPORTE DE INTERÉS. También en este mismo parámetro objetivo, 298 usuarios únicos totales. "Lo que en términos generales representa una cifra muy alta y muy buena", analiza Esteban. El tercer elemento de análisis se centra en el número de direcciones IP únicas y el cuarto en los dispositivos elegidos por los internautas para visualizar el partido. El ordenador de mesa continúa siendo el gadget más utilizado (954 personas así lo hicieron).



En el siguiente parámetro se observa el pico más alto de seguimiento de la retransmisión, a las 21.17 horas.

en el segundo de los smartphones - Apple y Android, principalmente -, que fueron seleccionados por 235 personas para seguir en directo las andanzas de las chicas de Mendi Urreaga. Comportamiento y perfil indican que promocionar el partido o evento a retransmitir fundamentalmente a

través de Facebook y Twitter. "Nosotros sabemos colgar la vispera del partido un vídeo promocional del equipo, y es el último que hacemos logotipo, que fuera visualizado más de 1.500 veces en todo el mundo. ¿A qué marca no le puede interesar que retransmita?", concluyen desde Biscua. ■

Liga Femenina

CARRERA GIDDE, POR DIABRA

Como que la pivot jamaicana llevará en su camiseta el nombre de la jamaicana. Sin tiempo en club no pudo cambiarse.

12

PIVOT DE VANESSA GUIDE EN SU ESTRENO

La pivot jamaicana llegó ayer a mediada de Vitoria y horas después debutó con su nuevo equipo. Lo hizo además con goles y demostrando que en court se acople será buena.



Vanessa Gidde, recién llegada de Nueva York, debutó ayer con Araski jugando un notable partido.

EL ARASKI AVANZA ANTE UN RIVAL DIRECTO

SUPERIORIDAD LAS VITORIANAS DOBLEGAN AL CAMPUS PROMETE DE FORMA JUSTA EN EL NOTABLE DEBUT DE VANESSA GUIDDE

Lacturale Araski 72
C.D. Promete 58

LACTURALE ARASKI: Silva (13), Turrero (11), Etxebarria (11), Lardizabal (11) y Roldán (10). **C.D. PROMETE:** Aguirre (10), Alzola (10), Gidde (10), Vitoria (10) y Mendiola (10).

CAMPUS PROMETE: Turrero (10), Peña (10), Aguirre (10), Mendiola (10), Gidde (10), Silva (10), Etxebarria (10), Roldán (10) y Mendiola (10).

Además: Turrero (10) y Zubieta (10). **Puntuación:** 15-10, 20-10, 20-10 y 20-10. **Reservistas:** Mendiola (10) y Roldán (10).

Mikel Uriarte
(8) Jona Chavarrí

VITORIA - Nueva Victoria de Lacturale Araski, y van dos, en la Liga Femenina. En este caso ante su rival directo como el Campus Pro-

mete al que había por 72-58, pero al que ya le aventaja en dos victorias en la clasificación. Todo ello en el debut de Vanessa Guide, que con escasa sala bota de estancia en Vitoria vistió la camiseta verde por primera vez demostrando su clase. Con calidad y peso en el equipo, la última incorporación del cuadro vitoriano aporta puntos, rebotes e intensidad en los quince minutos que estuvo sobre el parqué.

Se fortalezca interior le vino francamente bien a un Lacturale Araski que gana efectivos en la pintura poco a poco. Ayer viendo lo que el cuadro riojano tenía resultó más determinante que nunca su potencia. Faltó el balón sin complejos, lanzó cuando creyó que debía hacerlo e intimidó a sus pares hasta hacerse dueño de la zona en

varios lances. El 18-14 fue un reflejo de ello. Una canasta suya debajo del aro después de capturar tres rebotes ofensivos de firma cancinera. Fue el inicio de un tramo de partido en el que las de Mado Uriarte se desmenuzaron. Dos triples seguidos de Libeira empezaron a marcar el camino y con un parcial de 7-0 cosechó el segundo cuarto para situar el luminoso en un 39-24 para las locales.

Continuó Lacturale Araski por el mismo camino tras el receso lo que le otorgó una renta de dieciséis puntos (48-32). Pero entraron los piras en las jugadoras locales y las pérdidas dieron lugar a sendos triples de Espada y Romeo que dejaron a Promete a diez puntos de ventaja en el marcador.

Así que a las vitorianas les tocó remontarse al inicio del último cuarto y Arrate Aguirre convirtió un triple sobre la bocina en la primera jugada. Espoleó a sus compañeras y con cinco puntos seguidos de Roldán el cuadro alacés volvió a colocarse con dieciséis puntos de ventaja. Pero las riojanas no se rindieron y con un par de 10-7 volvieron al encuentro. Ahí apareció el carácter de Libeira y la calidad de la norteamericana para sellar la segunda victoria de la temporada. ■



Mado Uriarte.

"Gidde va a generar mucho al resto"

MADO URIARTE RECONOCE EL TRABAJO DE LA PIVOT EN LA VICTORIA LOGRADA POR EL EQUIPO

VITORIA - Mado Uriarte valoraba muy positivamente la victoria de ayer, no solo por el resultado en sí, sino por los condicionantes que le rodeaban. Apenas contó con Tula y Laura Pardo todavía no se ha estrenado. "Tras el encuentro controlado y por errores de querer robar balones les hemos dado tiros muy fáciles. Hay que aprender esas cosas para que sean más fáciles los encuentros". Uriarte celebra una amplia sonrisa cuando se le pregunta por el último fichaje del equipo. "Es una jugadora increíble. No solo ya lo que nos va a dar a nivel de puntos, sino lo que va a generar para el resto, porque los rivales se van a tener que cerrar sobre ella y así me va muy bien. Son dos victorias de margen ante un rival directo con lo que eso supone tres jornadas disputadas. Es poner tierra de por medio con rivales que están abajo para luego a lo largo de la temporada estar más tranquilos. Tenemos un margen de mejora impresionante".

"Es poner tierra de por medio con rivales que están abajo para después estar más tranquilos"

MADO URIARTE
Entrenadora del Araski



Las jóvenes gimnastas del Bñi Aurera realizaron una exhibición en el descanso.



Los más felices también disfrutaron del triunfo del Araski.

EMPUJE DESDE LA GRADA

El Lacturale Araski conquistó en la tarde de ayer su segunda victoria de la temporada y buena parte de ello se debió al gran apoyo que recibió desde las gradas de Mendizabala. Las chicas de Mado Uriarte vinieron a disfrutar de un gran ambiente y correspondieron a la afición con una alegría.



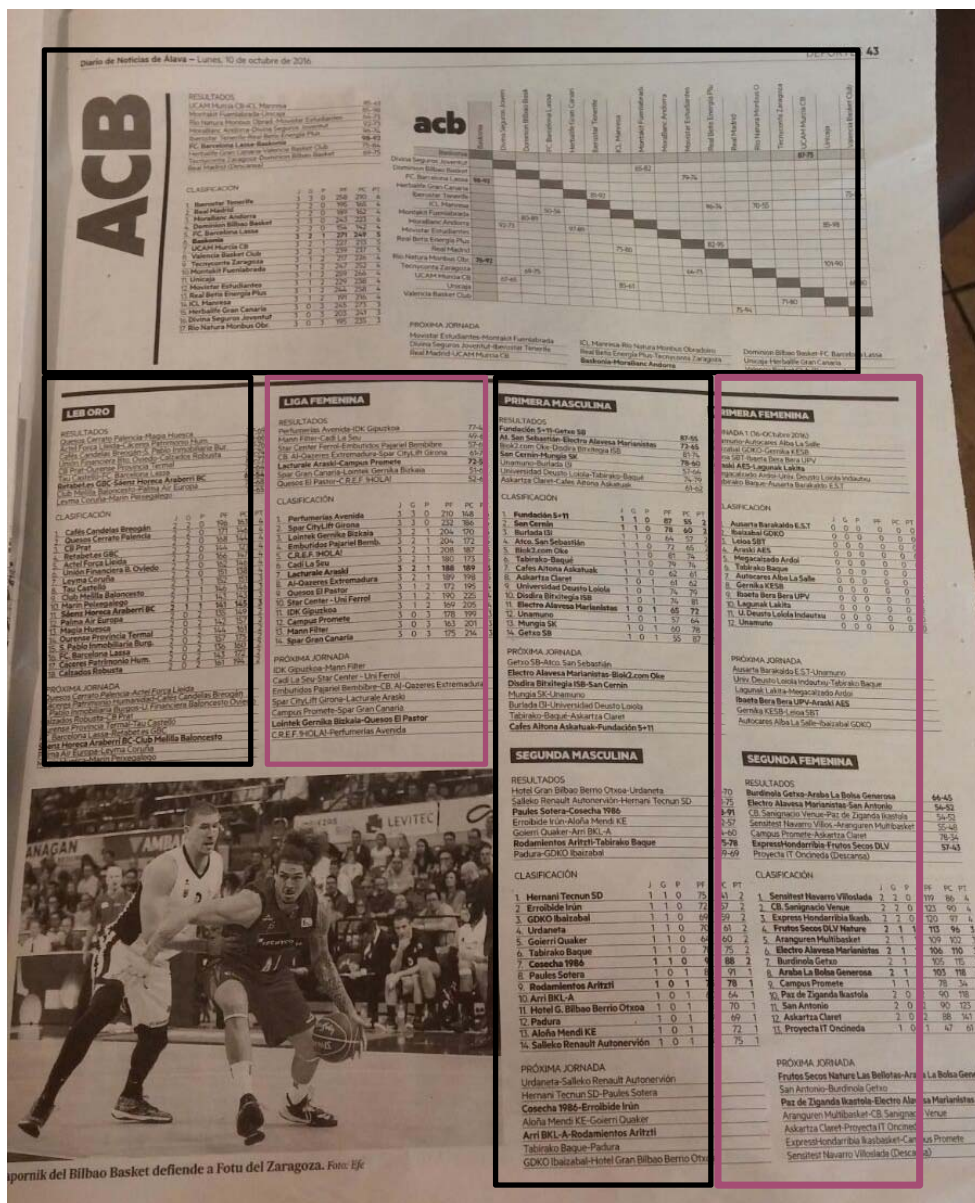
Los que mejor tocaron la trumpea de todo el pabellón.



Por si era poco el viento, también hubo percusión en la grada.



Bufoandas al viento y que se oigan bien esos gritos de ánimo a las chicas de Mado Uriarte. Con esta afición, merita victoria ya estaba conseguida. Foto: Jona Chavarrí (mendiola)



LO QUE
NO
SE HA
CONSEGUIDO
(ENTRE TRAS COSAS...)

**¿No hay repercusión
mediática porque no
interesa, o no interesa
porque nadie se
entera?**



Asociación de mujeres y
Agrupación Deportiva de Baloncesto
ARASKI
Arabako Emakumeen Saskibaloia



Eskerrik asko!

Livia López. 1/12/2016