

# ESCUELA DE COMUNICACIÓN AMBIENTAL 2025

‘Conversaciones Km0 para conectar  
con la ciudadanía’

4 septiembre 2025



# ÍNDICE

1

La Escuela

2

Inauguración

3

Conversaciones

4

Casos de éxito

5

Actividades prácticas

6

La Escuela en síntesis

# LA ESCUELA

**Ihobe, Sociedad Pública de Gestión Ambiental del Gobierno Vasco, y la Asociación de Periodistas de Información Ambiental-APIA impulsan la Escuela de Comunicación Ambiental que en su séptima edición ha tenido como tema central 'Conversaciones Kmo para conectar con la ciudadanía'.**

Un año más la Escuela de Comunicación Ambiental ha reunido a especialistas en materia de comunicación y medio ambiente y se consolida como foro de referencia para debatir cómo trasladar la crisis climática y ambiental a la ciudadanía con información veraz y rigurosa. El encuentro celebrado el 11 de septiembre de 2025 en el Palacio Miramar de Donostia/San Sebastián en el marco de los Cursos de Verano de la Universidad del País Vasco (EHU), ha tenido como tema central 'Conversaciones Kmo para conectar con la ciudadanía'.

En esta séptima edición, las personas participantes han tenido la oportunidad de abordar la relación entre nuestros hábitos de consumo y el impacto ambiental que generan. Una jornada en la que se ha debatido sobre el impacto de la nueva normativa europea contra el greenwashing o la importancia de fomentar un consumo crítico, y se han explorado experiencias que conectan con la ciudadanía desde la cercanía y la emoción.

La sesión se ha completado con dos experiencias prácticas: una visita al Basque Culinary Center para la conocer de primera mano su estrategia de sostenibilidad dirigida a las personas que han asistido de forma presencial; y un taller práctico sobre etiquetas ecológicas para quienes lo han hecho por vía telemática.



# INAUGURACIÓN | Palacio Miramar 11/09/2025

En la apertura institucional, Idoia Otaegui Aizpurua (EHU), Alexander Boto Bastegieta (Ihobe-Gobierno Vasco), y María García de la Fuente (APIA) coincidieron en subrayar el papel fundamental de la comunicación para acercar cuestiones como la crisis climática, la pérdida de biodiversidad, la economía circular o la conservación del patrimonio natural a la ciudadanía.



**Idoia Otaegui Aizpurua**

Directora académica de la Fundación Cursos de Verano de la EHU

“ *Los hábitos individuales multiplicados a escala social se convierten en palancas de transformación colectiva, y necesitamos relatos que hagan visibles el vínculo entre lo cotidiano y lo global.* ”



**Alexander Boto Bastegieta**

Director general de Ihobe-Gobierno Vasco

“ *Nuestros hábitos están ligados al impacto ambiental y necesitamos que la ciudadanía disponga de información veraz y rigurosa para tomar decisiones responsables.* ”



**María García de la Fuente**

Presidenta de APIA

“ *El periodismo tiene la responsabilidad de hacer presente el medio ambiente en la vida diaria de la ciudadanía.* ”

# CONVERSACIONES

## ***Cómo afecta a la ciudadanía la nueva normativa sobre greenwashing***

La primera conversación de la jornada se centró en el impacto de la nueva normativa europea contra el greenwashing, con la intervención de José María Fernández Alcalá, director de Economía Circular de Ihobe, moderada por la presidenta y decana de la Asociación y el Colegio Vasco de Periodistas, Amaia Goikoetxea Marques.

Durante su conversación analizaron la nueva directiva en esta materia aprobada en 2024 y que está previsto que esté vigente en 2026. Esta nueva regulación busca empoderar a los consumidores y mejorar la transparencia al prohibir prácticas comerciales engañosas relacionadas con las características medioambientales y sociales de productos y servicios.





**José María Fernández Alcalá**

Director de Economía Circular de Ihobe-Gobierno Vasco

---

Ahora mismo somos conscientes de que la comunicación en temas vinculados con la sostenibilidad de los productos y los servicios que adquirimos no está funcionando correctamente y las personas consumidoras nos sentimos confundidas con muchas informaciones que tenemos. Todo parece ser verde, ecológico o circular, y eso genera un efecto pernicioso. La nueva directiva europea reforzará los sistemas de ecoetiquetado oficiales y de esta manera empoderará a los consumidores para la transición ecológica.

El reto ahora es convertir la preocupación ciudadana por el medio ambiente en hábitos reales de consumo sostenible, sin que la sostenibilidad suponga necesariamente un sobrecoste. Tenemos que hacer las cosas fáciles y asequibles. No podemos permitir que la sostenibilidad sea solo para quien pueda pagarla. El periodismo y la comunicación ambiental tienen el papel crucial de trasladar información rigurosa de manera comprensible y didáctica y sin alarmismos.



***La nueva directiva europea reforzará los sistemas de ecoetiquetado oficiales y de esta manera empoderará a los consumidores para la transición ecológica.***

# CONVERSACIONES

## ***Consumo como herramienta de comunicación ambiental***

La siguiente conversación, centrada en la relación entre consumo y la comunicación ambiental, contó con la participación de la periodista Laura Villadiego Gutiérrez, cofundadora del proyecto Carro de Combate, un colectivo dedicado al periodismo independiente que investiga el origen de los productos que consumimos. Villadiego estuvo acompañada de Jon Egaña, jefe de Informativos de Cadena SER Euskadi.





**Laura Villadiego Gutiérrez**

Cofundadora de Carro de Combate

---

El consumo es, en sí mismo, una herramienta política y una de las formas más poderosas de lanzar mensajes sobre el sistema económico y social que queremos. La industria se ha apropiado de ese relato para trasladar toda la responsabilidad a las personas consumidoras, en lugar de asumirlas desde la producción.

Desde Carro de Combate hemos pasado de hablar de “consumo responsable” a “consumo crítico”. No quiero que la gente se sienta culpable, quiero que se cabree. Lo importante es conocer qué hay detrás de lo que consumimos: procesos de producción, impactos sociales y medioambientales. La primera opción siempre tiene que ser consumir menos. Pretender mantener el mismo volumen de consumo actual, aunque sea con estándares sostenibles, es imposible. El planeta no tiene esa capacidad de carga.



***No quiero que la gente se sienta culpable, quiero que se cabree. Ya no hay que hablar de consumo responsable, sino de consumo crítico.***

# CASOS DE ÉXITO

Finalmente, la periodista Begoña Beristain García condujo un espacio dedicado a mostrar cómo proyectos concretos de comunicación ambiental pueden conectar con la ciudadanía desde la emoción y la cercanía.

Para ello contó con la participación de Javier Rico Nieto, periodista y educador ambiental creador del proyecto 'A ver aves', una iniciativa que acerca la observación de aves a escolares y personas adultas en entornos urbanos cotidianos; y con César-Javier Palacios Palomar, periodista y escritor, que compartió su experiencia con 'Cata de Paisajes', un proyecto que invita degustar el entorno natural con los cinco sentidos.



# CASOS DE ÉXITO



**Javier Rico Nieto**  
Creador de 'A ver aves'

---

***'A ver aves', otra forma de comunicar sobre biodiversidad y hábitos sostenibles***

Nuestra propuesta, que nació en 2012, demuestra que la biodiversidad también está presente en los parques y jardines cercanos, y descubrirla en primera persona despierta curiosidad y compromiso ambiental. La clave está en que niñas y niños vivan la naturaleza como un libro abierto que pueden tocar, escuchar y sentir. La educación no puede quedarse en actos puntuales, debe ser transversal y cotidiana.

“ ***La clave está en que niñas y niños vivan la naturaleza como un libro abierto que pueden tocar, escuchar y sentir.*** ”



**César-Javier Palacios Palomar**  
Creador de 'Cata de paisajes'

---

***'Cata de paisajes', un recorrido por la naturaleza través de la gastronomía***

'Cata de Paisajes' invita a degustar el entorno natural con los cinco sentidos, del mismo modo que se degusta un vino. Hay que comunicar desde la emoción y recuperar la conexión con el mundo rural y local. Nos estamos convirtiendo en una sociedad de consumidores, nos falta tiempo y curiosidad. Catar el paisaje es una forma de reencontrarnos con lo que hemos olvidado.

“ ***Hay que comunicar desde la emoción y recuperar la conexión con el mundo rural y local.*** ”

# ACTIVIDADES PRÁCTICAS

## *Visita al Basque Culinary Center*

La Escuela se cerró con una doble convocatoria por la tarde. Por un lado, las personas que participaron en el curso de manera presencial tuvieron la oportunidad de visitar el Basque Culinary Center para comprobar de primera mano la estrategia de sostenibilidad que sigue la institución dedicada a la formación e investigación de la gastronomía y la alimentación.



## *Taller sobre etiquetas ecológicas*



### **Gorane Ibarra González**

Responsable de Etiqueta Ecológica Europea de Ihobe-Gobierno Vasco

Al mismo tiempo, las personas que seguían la jornada de manera telemática asistieron a una sesión práctica sobre etiquetas ecológicas. Gorane Ibarra González, responsable de Etiqueta Ecológica Europea de Ihobe, explicó en este taller el tipo de etiquetas y marcadores ambientales que existen en el mercado, y ofreció herramientas para distinguir qué sellos ofrecen información veraz y rigurosa y ayudan a la ciudadanía a la hora de tomar decisiones de consumo responsables.

# LA ESCUELA EN SÍNTESIS



**Luis Guijarro García - APIA**

- ¿Cómo comunicamos los grandes retos que tenemos por delante? Necesitamos que los relatos sean visibles para pasar de lo cotidiano a lo global.
- La Escuela se ha convertido en un éxito de colaboración entre Ihobe y APIA, de manera que se está consiguiendo un empoderamiento de la ciudadanía ante la emergencia climática.
- La ciudadanía está preocupada por los efectos ambientales que tienen los productos que consumen.
- La nueva normativa contra el greenwashing busca proteger a las personas consumidoras de prácticas engañosas.
- Debemos implicarnos en todas las decisiones de consumo que tomemos.
- Las personas consumidoras están empoderadas y serán las vigilantes del mercado.
- Ya no hay que hablar de consumo responsable, sino de consumo crítico. Debemos consumir menos.
- Es fundamental trabajar las emociones en la comunicación.

“La VII Escuela de Comunicación Ambiental ha reafirmado la necesidad de construir relatos rigurosos, cercanos y emocionantes que conviertan a la ciudadanía en protagonista de la transición ecológica.”



# ORGANIZA



UDA IKASTAROAK  
CURSOS DE VERANO  
SUMMER COURSES



EUSKO JAURLARITZA  
GOBIERNO VASCO