

Las 8 Españas ante el cambio climático

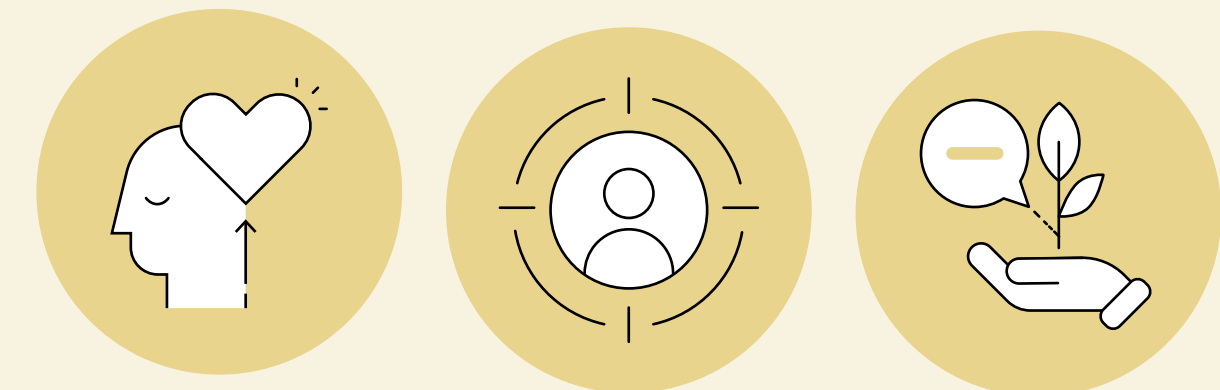
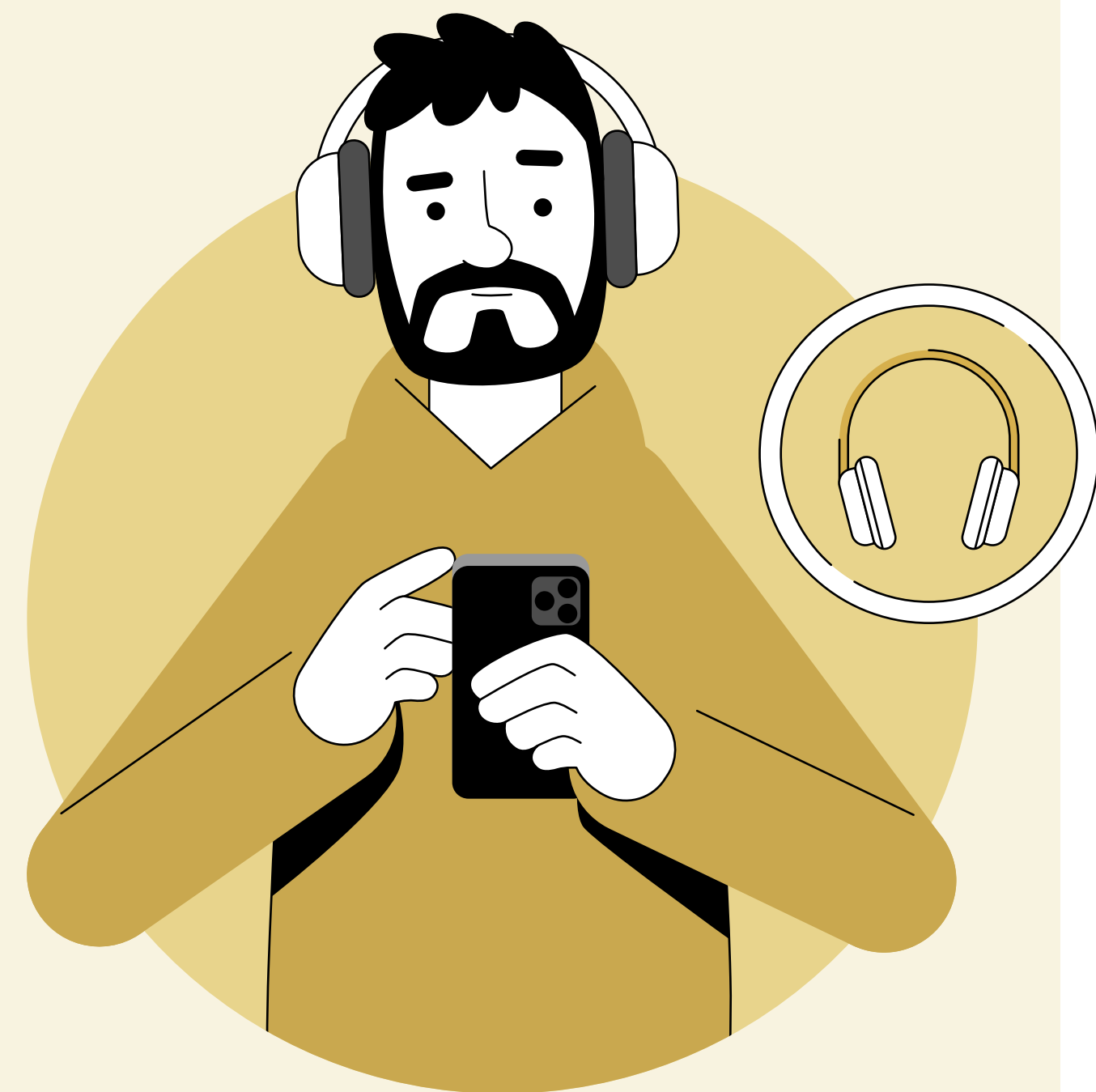
Retrato robot y recomendaciones de comunicación



Apolítico
desconectado



Apolítico desconectado



“Vive y deja vivir”

Individualidad

Resignación

Más joven que la media. Valoran su autonomía y se sienten **abrumados por el exceso de información y desinformación política**, lo que los lleva a replegarse al ámbito personal y familiar. Adoptan una **postura apolítica**: si la sociedad ignora sus demandas económicas—como trabajo, inflación y vivienda—ellos optan por ignorar a la sociedad.

En cuanto al cambio climático, son de las personas con **menor preocupación**: creen que no les afectará a ellos ni a sus hijos. Desconfían de la clase política y del Estado y consideran que el tema se utiliza para sus propios intereses. Aunque muestran cierto pesimismo, muestran disposición a cambiar hábitos, pero no creen que deban liderar el cambio si la política no actúa.

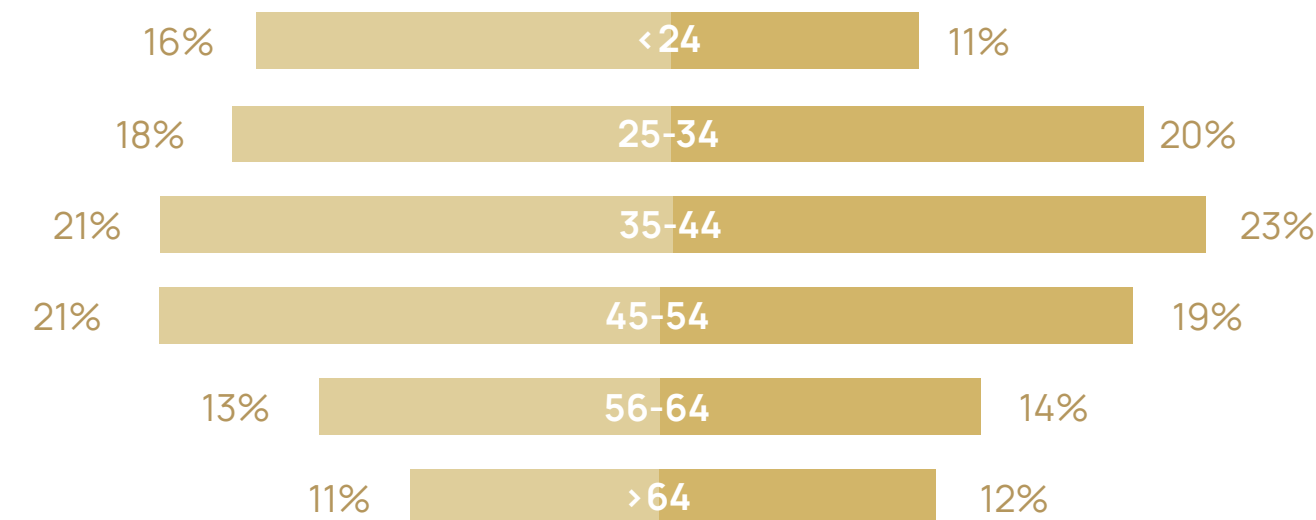


Perfil demográfico

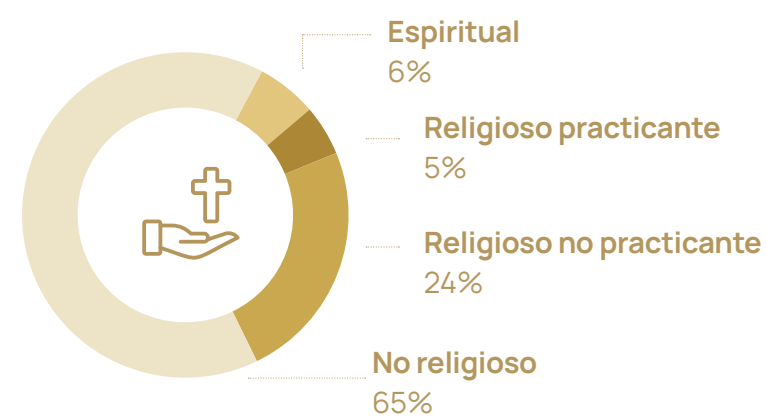
Género



Edad



Religión



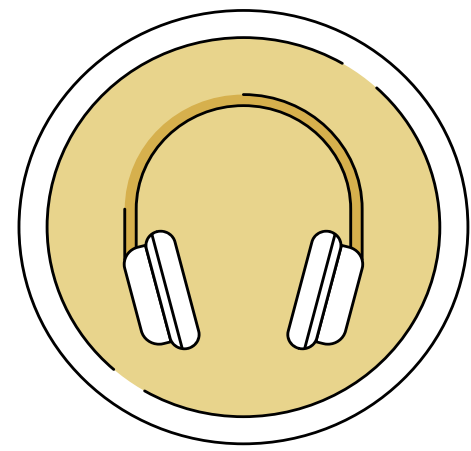
- Hedonismo
- Desafección
- Abrumación

“

A mi me parece que ahora cada vez se tiene más información, cada vez se tiene menos criterio para saber qué es y qué no es verdad, entonces se pierde el interés por saber qué es lo que estás leyendo”.

Mensajeros y medios de referencia

- Ganadería y agricultura
- Comunidad científica
- TikTok
- Instagram Reels



Apolítico desconectado

Creencias y percepciones

Autoposicionamiento político



Ideología



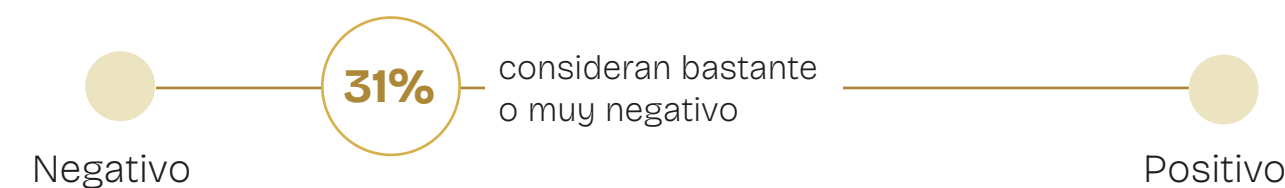
Desafección política



Nivel de confianza en activistas del clima



Percepción de impacto de las políticas climáticas



Postura climática



6,13 Importancia y preocupación por el cambio climático.



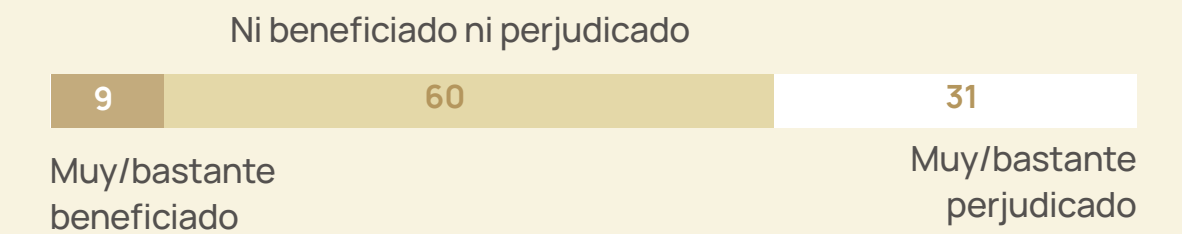
15 % son parte activa o donan a acciones ambientales y ecologistas.

Muestran **poco interés y opiniones ambiguas sobre el cambio climático**. Aunque la mayoría acepta su existencia y origen humano, alrededor de un cuarto lo atribuye a procesos naturales. Ven el tema como algo ajeno a su realidad inmediata y no creen que ni ellos ni sus descendientes sufrirán sus peores consecuencias.

Supreocupación es una de las más bajas entre los segmentos, y **priorizan problemas económicos inmediatos** como la inflación, el desempleo y la corrupción sobre cuestiones ambientales. Aunque no se oponen a la acción climática, su predisposición a cambiar hábitos es mínima.

“No estoy en contra de todas las medidas, pero sí estoy en contra de la gran mayoría, porque (...) lo del cambio climático se ha convertido en un discurso político, muchas veces electoralista, que lo que hacen es exagerar siempre las cosas”.

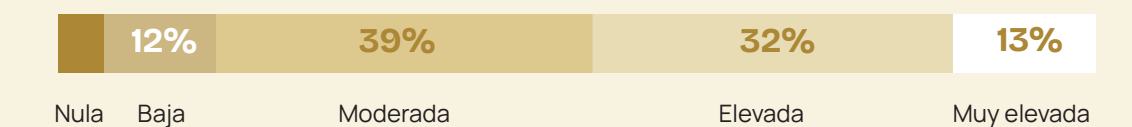
¿Perciben beneficios en las políticas contra el cambio climático?



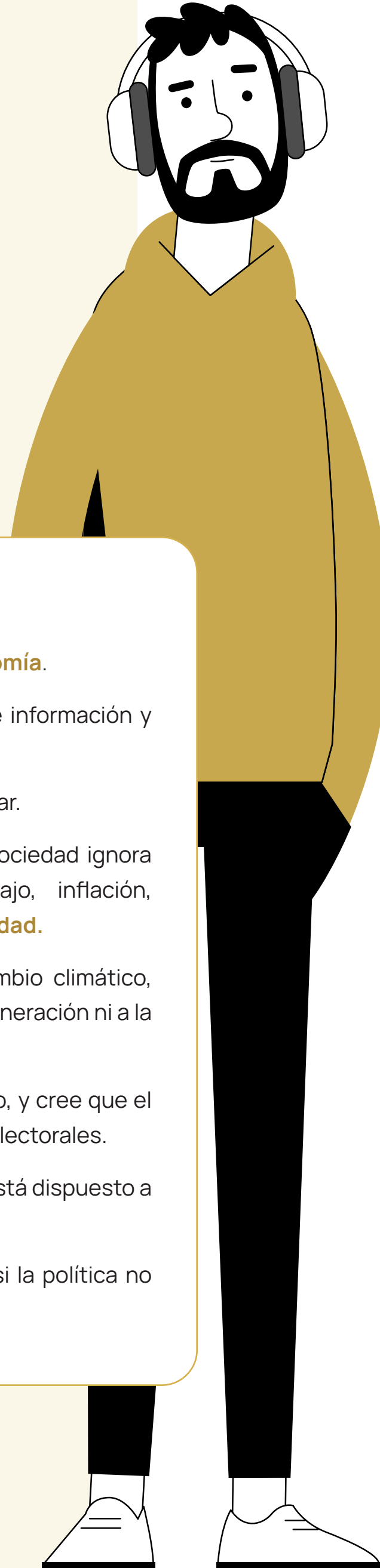
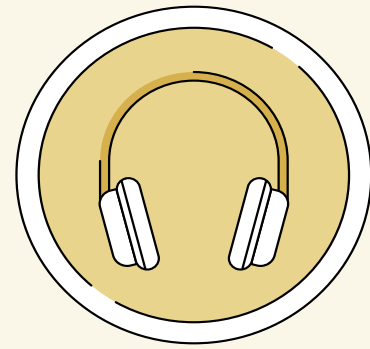
¿En quién confía más sobre el cambio climático?



Consideración de la compatibilidad entre acción climática y crecimiento económico



Apolítico desconectado



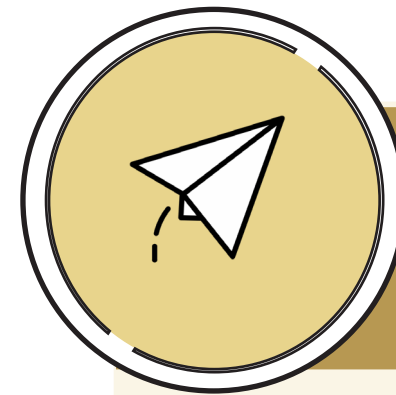
Datos clave del segmento:

- Segmento joven que valora su **autonomía**.
- Siente **abrumación** por el exceso de información y desinformación política.
- Se repliega al ámbito personal y familiar.
- Adopta una postura apolítica: si la sociedad ignora sus demandas económicas (trabajo, inflación, vivienda), **opta por ignorar a la sociedad**.
- **Muy poca preocupación** por el cambio climático, creyendo que no le afectará a esta generación ni a la siguiente.
- **Desconfía** de los políticos y el Estado, y cree que el cambio climático se utiliza con fines electorales.
- Muestra cierto **pesimismo**, aunque está dispuesto a cambiar hábitos.
- No cree que deba liderar el cambio si la política no actúa.

► Recomendaciones de comunicación

Los objetivos son:

- **Hacer sencillo lo complejo** para acercar la dimensión y urgencia de las medidas contra el cambio climático a un segmento joven e indiferente.
- No aturdir con datos, apelar a la empatía y utilizar la **creatividad** para llamar la atención.



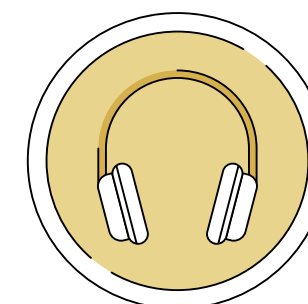
MENSAJES CLAVE

El calor es invisible, **tu factura del aire acondicionado no.**

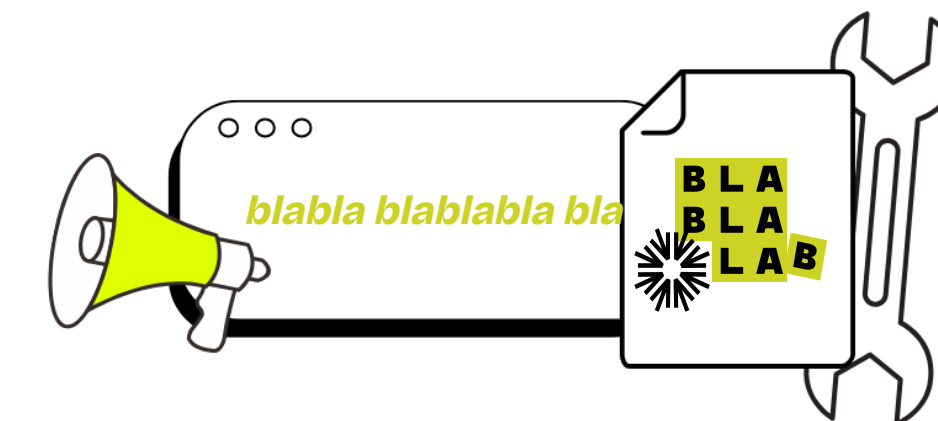
Compra de cercanía y temporada.
Tu entorno te lo agradecerá, y tu bolsillo también.

Las **mascotas peludas** sufren las olas de calor extremo en verano. Los efectos del cambio climático también les afectan.

► Recomendaciones de comunicación



Apolítico desconectado



Ideas de actividades

En verano, lanza una campaña de divulgación en Instagram o Tik Tok para **proteger una zona concreta** de playa de la contaminación por plásticos.

Organiza una **exposición de arte** para visibilizar otras visiones sobre aspectos concretos del cambio climático. Invita a artistas, diseñadores o músicos a mostrar su visión y apelar a la acción con otro enfoque.

Junta a diferentes influencers de cocina para crear recetas y recomendaciones de **consumo responsable**.



Formatos prioritarios

- **Videos cortos** (20-30") o imágenes para difundir en redes sociales y sensibilizar sobre el impacto en el litoral de un día de playa (el antes y el después).
- **Streaming en directo** en instagram con un prescriptor cómico que hable de buenas prácticas desde el humor
- Tira de cómic o **ilustración** de influencer con **humor**.



Canales de comunicación

- No consume televisión generalista
- RTVE Play
- Plataformas de música en Streaming
- Prensa local generalista por Google
- Redes sociales: Instagram Reels, Tik Tok
- Whatsapp y Telegram



Prescriptores

- Mercrominah
- Javi Royo
- p8ladas
- Futurlife21
- deliciousmartha
- El Comidista
- Ibai Llanos
- Inés Hernand
- Andrea Compton
- Rewritingearth
- Marina Rivers
- Enrique Alex
- Mario Marzo
- La pija y la quinqui
- Marta Riumbau
- Nuria Casas
- Viajarcontumascota
- igna.ferriol
- ajsaniagua



Más información sobre este segmento

Ver todos los segmentos

Ir a la web