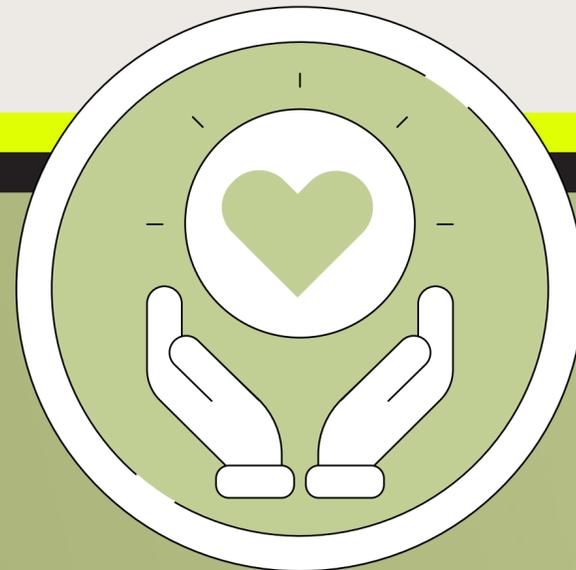
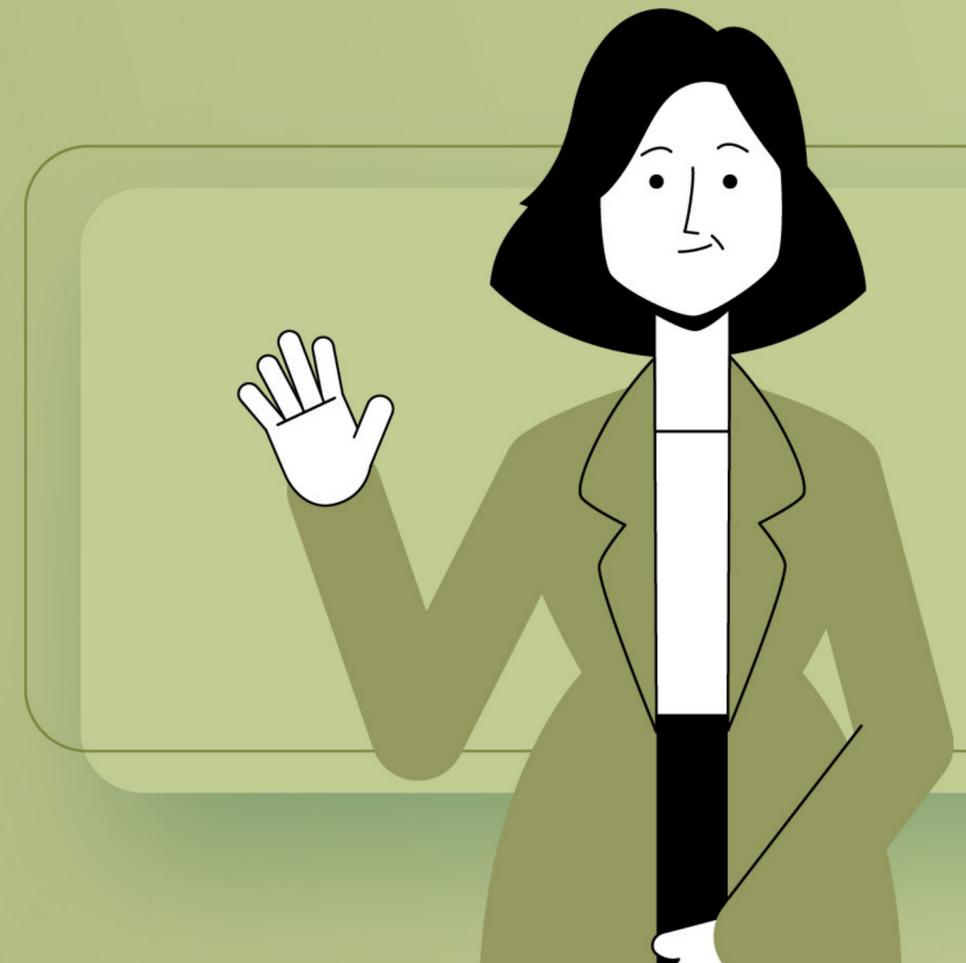


Las 8 Españas ante el cambio climático

# Retrato robot y recomendaciones de comunicación



Moderado  
**optimista**



# Moderado optimista



Humildad



Religión



Protección

Un grupo ligeramente envejecido, con niveles de educación e ingresos medios. **Personas religiosas y humanistas**, valoran las tradiciones, pero adoptan una postura tolerante y abierta a la modernidad. Económicamente liberales, abogan por bajar impuestos y creen en la meritocracia como vía al éxito. Culturalmente centrados, defienden el sistema y las instituciones, muestran interés en la política aunque no participan activamente.

En cuanto al cambio climático, su religiosidad y humanismo les impulsan a **proteger la naturaleza**. Tienen disposición a cambiar sus hábitos y creen en combinar la lucha contra el cambio climático con el desarrollo económico. Consideran importante escuchar a agricultores y ganaderos como actores clave para abordar esta problemática.

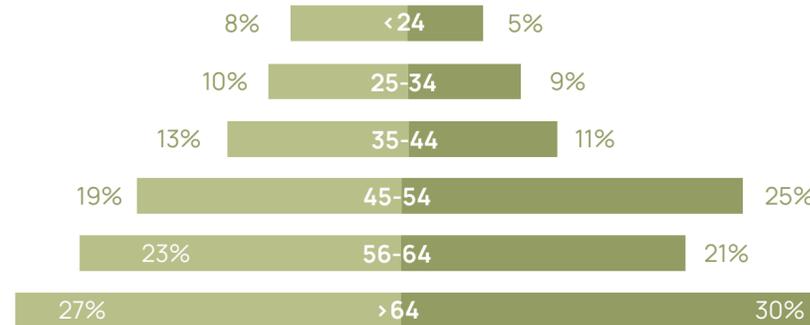


## Perfil demográfico

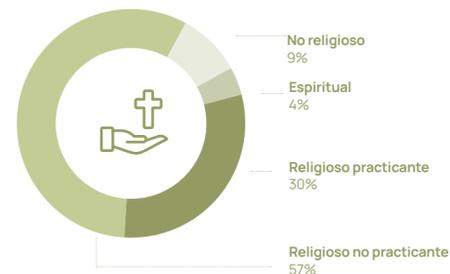
### Género



### Edad



### Religión



Dios

Respeto

Civismo



“Tú puedes ir por la vida juzgando todo lo que tropiezas... o puedes mirar a las personas con las que te cruzas y a la que ves que pega un tropiezo te acercas a consolarla y ves su agradecimiento en la cara. Eso son expresiones de amor. Yo no soy ninguna hermana de la caridad... soy el más defectuoso de todas las personas que conozco... pero a mí me gustaría alcanzar un ideal en que cuando yo vea, mire o piense de alguien, lo haga con amor. El eje de mi vida siempre ha sido que cuando yo me vaya digáis: ¡Era una buena persona!”.

### Mensajeros y medios de referencia

Comunidad científica



Ganadería y agricultura



Antena 3



Onda Cero



## Moderado optimista

### Creencias y percepciones

#### Autoposicionamiento político



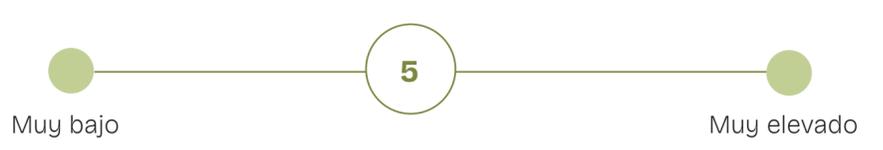
#### Ideología



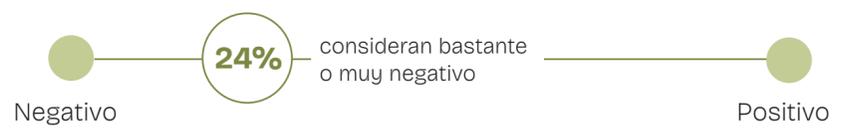
#### Desafección política



#### Nivel de confianza en activistas del clima



#### Percepción de impacto de las políticas climáticas



### Postura climática



**8,05** Importancia y preocupación por el cambio climático.



**11 %** son parte activa o donan a acciones ambientales y ecologistas.

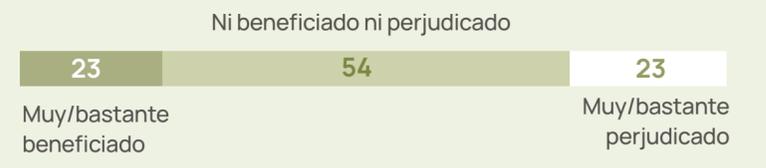
Ven la naturaleza como una creación divina que **debe ser respetada y cuidada**, relacionando su religiosidad con el cuidado ambiental. Reconocen la existencia del cambio climático, mayormente atribuyéndolo a la acción humana, aunque un 19% lo considera resultado de fenómenos naturales.

Aunque no es su principal preocupación, creen firmemente en **tomar medidas para evitar problemas futuros**. Piensan que la acción climática puede ser compatible con el crecimiento económico, pero pueden llegar a priorizar la protección ambiental si es necesario.

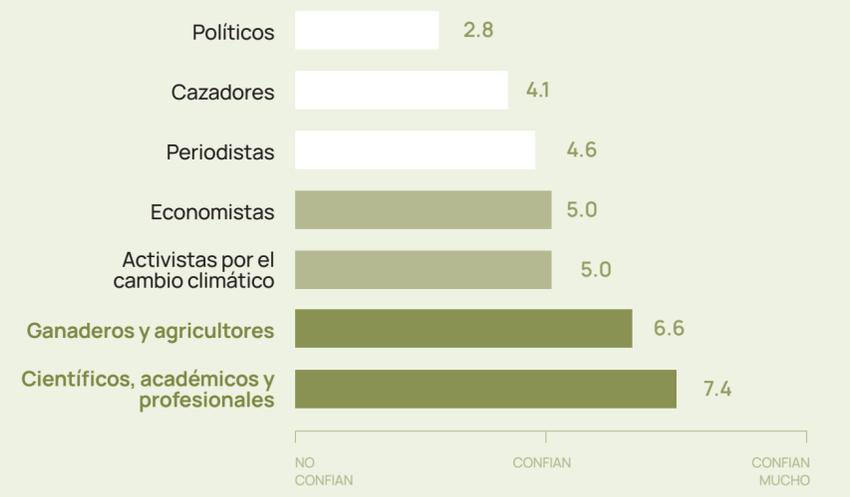


**“El ser supremo Dios, (...) ha creado estas maravillas, y las deberíamos respetar.”**

#### ¿Perciben beneficios en las políticas contra el cambio climático?



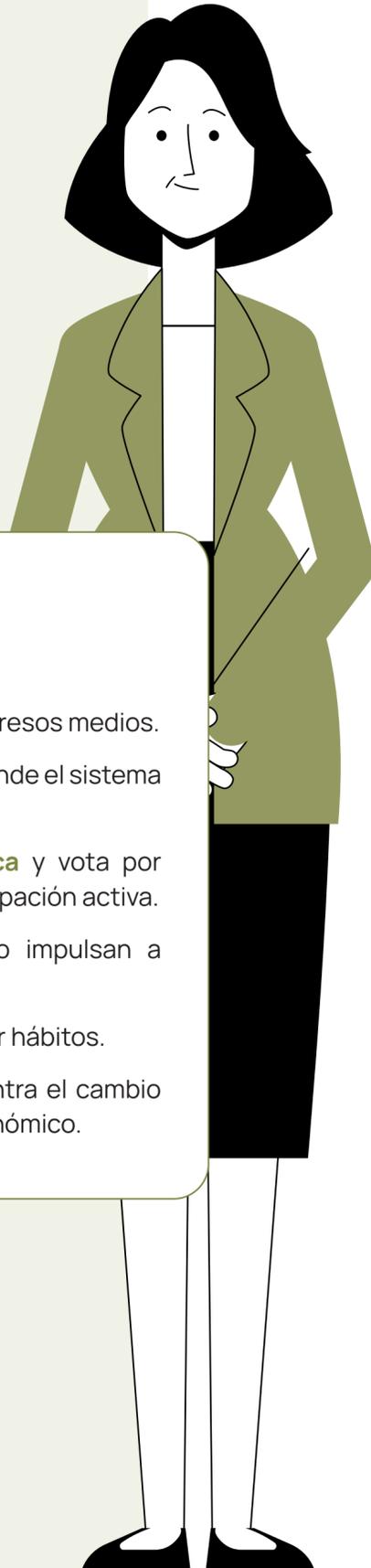
#### ¿En quién confía más sobre el cambio climático?



#### Consideración de la compatibilidad entre acción climática y crecimiento económico



## Moderado optimista



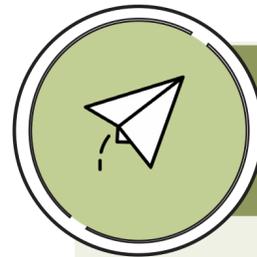
### Datos clave del segmento:

- Grupo ligeramente envejecido.
- Con niveles de educación e ingresos medios.
- Económicamente **liberal**, defiende el sistema y las instituciones.
- Muestra **interés en la política** y vota por deber cívico, aunque sin participación activa.
- Su **religiosidad** y humanismo impulsan a proteger la naturaleza.
- Tiene **disposición** para cambiar hábitos.
- Cree en combinar la lucha contra el cambio climático con el desarrollo económico.

## ► Recomendaciones de comunicación

### Los objetivos son:

- Reforzar su sentimiento de colaboración para **avanzar en comunidad** y preservar tanto el entorno y como el estilo de vida.
- Promover la **inteligencia colectiva**, empoderar a través de la comunidad y fortalecer la acción comunitaria.



## MENSAJES CLAVE

Cuidar la naturaleza es un ejercicio de **civismo** y de **responsabilidad**. Respeta, cuida y protege tu entorno por ti y por quienes lo disfrutarán en un futuro.

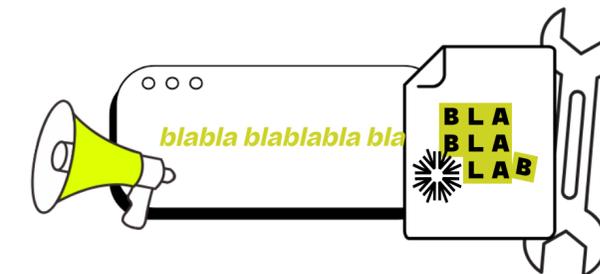
La transición ecológica también es una oportunidad para descubrir otras formas de **prosperidad**, como la autonomía que ofrecen las energías renovables o el confort de adecuar de forma eficiente tu hogar.

**Consume con calidad:** lo bueno dura y te sirve más y mejor. Además, cuida el planeta.

## ► Recomendaciones de comunicación



### Moderado optimista



#### Ideas de actividades

**Entrevistas con especialistas** en salud y bienestar sobre altas temperaturas, episodios de contaminación... en televisión y radio.

Serie de encuentros/vídeos con **consejos prácticos** para evitar el desperdicio alimentario o ideas para reducir el consumo. Primar la calidad frente a la cantidad y apelar al consumo responsable.

Charlas con ejemplos de grandes apuestas energéticas más limpias en cualquier parte del mundo que han **mejorado el entorno y la vida de las personas.**



#### Formatos prioritarios

- **Reportajes** sobre las ventajas de que España tenga autonomía energética y no dependa de terceros países con mención a cómo puedes contribuir desde tu hogar.
- **Consejos/decálogo** sobre cómo actuar en casos de episodios de calor extremo.
- Videos para redes sociales y whatsapp con **testimonio** de personas que han puesto paneles solares en su hogar, son más autónomos energéticamente y además ahorran.



#### Canales de comunicación

- Televisión generalista: La 1, Antena 3, Telecinco, La 2 y autonómicas.
- Radio generalista: Onda Cero, canales autonómicos
- Prensa generalista: ABC, El Mundo y periódicos locales
- Redes sociales: Facebook
- Podcast: A solas con
- Whatsapp; píldoras fáciles de compartir



#### Prescriptores

- Susanna Griso
- Ana Rosa Quintana
- Lorenzo Milá
- Carlos Alsina
- Jacob Petrus
- Isabel Moreno
- Roberto Brasero
- Luis Garicano
- El Papa Francisco
- Confían en perfiles científicos, con especial atención a la salud, personas agricultoras y ganaderas, periodistas y economistas.

Más información sobre este segmento

Ver todos los segmentos

Ir a la web

