



# **Universidad Miguel Hernández**

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Orihuela

Grado en Ciencias Políticas y Gestión Pública

## **Trabajo de Fin de Grado:**

# **La influencia de las estrategias de campaña electoral en la opinión ciudadana y el resultado final de los votos: Un estudio de las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016**

Curso académico 2022/2023

Rodrigo Bailén Hernández

Tutor: José Pedro Alfonso Pérez

|  |           |
|--|-----------|
| <b>I. Introducción</b>   | <b>4</b>  |
| 1.1 Contexto y justificación del estudio   | 4         |
| 1.2 Objetivos de la investigación  | 6         |
| 1.3 Metodología  | 7         |
| <b>II. Marco teórico</b>   | <b>8</b>  |
| 2.1 Concepto de campaña electoral  | 8         |
| 2.2 Opinión ciudadana y su importancia en las elecciones                           | 10        |
| 2.3 Teorías sobre la influencia de las campañas electorales                        | 12        |
| <b>III. Descripción de las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016</b> | <b>14</b> |
| 3.1 Contexto político y social   | 14        |
| 3.2 Candidatos y sus plataformas   | 16        |
| 3.3 Eventos clave durante la campaña electoral                                     | 19        |
| <b>IV. Estrategias utilizadas en las campañas electorales de 2016</b>              | <b>20</b> |
| 4.1 Uso de medios de comunicación  | 20        |
| 4.2 Estrategias de campaña en redes sociales                                       | 22        |
| 4.3 Debates presidenciales   | 23        |
| 4.4 Publicidad y propaganda política   | 26        |
| <b>V. Análisis de la opinión ciudadana durante las elecciones de 2016.</b>         | <b>27</b> |
| 5.1 Encuestas y sondeos de opinión   | 27        |
| 5.2 Factores que influyeron en la formación de la opinión ciudadana                | 31        |
| 5.3 Cambios en la percepción de los votantes a lo largo de la campaña electoral    | 32        |
| <b>VI. Resultados de las elecciones presidenciales de 2016</b>                     | <b>34</b> |
| 6.1 Votación popular y votos electorales   | 35        |
| 6.2 Relación entre la opinión ciudadana y el resultado final                       | 37        |
| 6.3 Análisis de los resultados por estados y grupos demográficos                   | 37        |
| <b>VII. Discusión de los hallazgos</b>   | <b>39</b> |
| 7.1 Interpretación de los resultados   | 39        |
| 7.2 Comparación con investigaciones previas  | 40        |
| 7.3 Implicaciones de los hallazgos para la ciencia política                        | 43        |
| <b>VIII. Conclusiones</b>  | <b>44</b> |
| 8.1 Recapitulación de los objetivos de la investigación                            | 44        |
| 8.2 Respuesta a la pregunta de investigación                                       | 46        |
| <b>IX. Referencias bibliográficas</b>  | <b>48</b> |
| 9.1 Recursos web   | 48        |
| 9.2 Trabajos   | 48        |

## Resumen en español:

Este Trabajo Final de Grado titulado "La influencia de las campañas electorales en la opinión ciudadana y en el resultado final de las elecciones" tiene como objetivo analizar el impacto de las campañas electorales en la opinión de los ciudadanos y en los resultados de las elecciones. Se realiza un estudio de las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016, centrandose el análisis en la campaña entre Donald Trump y Hillary Clinton. El trabajo se estructura en ocho puntos, abordando el contexto y justificación del estudio, los objetivos de la investigación, el marco teórico, el análisis de campañas electorales pasadas, la metodología de investigación, el análisis de datos y resultados, la discusión de los hallazgos y las conclusiones.

## Resum

Aquest Treball Final de Grau titulat "La influència de les campanyes electorals en l'opinió ciutadana i en el resultat final de les eleccions" té com a objectiu analitzar l'impacte de les campanyes electorals en l'opinió dels ciutadans i en els resultats de les eleccions. Es realitza un estudi de les eleccions presidencials dels Estats Units en 2016, centrant l'anàlisi en la campanya entre Donald Trump i Hillary Clinton. El treball s'estructura en huit punts, abordant el context i justificació de l'estudi, els objectius de la investigació, el marc teòric, l'anàlisi de campanyes electorals passades, la metodologia d'investigació, l'anàlisi de dades i resultats, la discussió dels troballes i les conclusions.

Miguel Hernández

## Abstract

*This Bachelor's Thesis titled "The Influence of Electoral Campaigns on Public Opinion and the Final Outcome of Elections" aims to analyze the impact of electoral campaigns on citizens' opinions and election results. The study focuses on the 2016 United States presidential election, specifically examining the campaign between Donald Trump and Hillary Clinton. The thesis is divided into eight sections, covering the context and justification of the study, research objectives, theoretical framework, analysis of past electoral campaigns, research methodology, data analysis and results, discussion of findings, and conclusions. APA citation style is used, and real bibliographic references are employed to support the content of the thesis.*

# I. Introducción

## 1.1 Contexto y justificación del estudio

En el ámbito de la Psicología Social y Política el estudio de la influencia de las campañas electorales en la opinión ciudadana y en el resultado final de las elecciones ha cobrado especial relevancia en los últimos años. En democracias representativas liberales las campañas electorales juegan un papel fundamental al representar una herramienta para los candidatos y partidos políticos, con el objetivo de persuadir, informar y movilizar a los votantes hacia su causa.

El análisis de cómo las campañas generan transformaciones en la opinión y comportamiento de los ciudadanos resulta crucial para comprender los mecanismos psicosociales que subyacen en los procesos electorales. Al indagar en este tema, se abren las puertas para explorar una amplia variedad de factores que inciden en la toma de decisiones políticas individuales y colectivas, así como para evaluar la salud de un sistema democrático. Esto tiene un peso específico en estas derivadas:

- a) Formación de opinión ciudadana: Las campañas electorales, a través de diversas estrategias de comunicación política, tienen la capacidad de modificar las percepciones y actitudes de los ciudadanos hacia los candidatos y los temas relevantes de la agenda. Comprender cómo se construye esta opinión es fundamental para entender cómo se toman las decisiones políticas en una sociedad.
- b) Polarización política: En la actualidad, es notorio cómo las campañas tienden a polarizar a la sociedad, dividiendo a los ciudadanos en grupos ideológicos más extremos. Investigar las razones detrás de esta polarización si es que es más que una percepción mediática y social y su impacto en la cohesión de una comunidad es crucial para comprender el funcionamiento de las mismas.
- c) Participación y abstención: Las campañas también tienen la capacidad de motivar o desmotivar la participación ciudadana en las elecciones.

Entender cómo se promueve o se limita la participación es esencial para fortalecer la representatividad democrática y garantizar que la voz de todos los electores sea escuchada.

- d) Efectividad de las estrategias de campaña: Analizar qué enfoques y mensajes utilizados por los candidatos resultan más efectivos en la captación de votantes y en la obtención de resultados electorales puede proporcionar información valiosa tanto para los actores políticos como para los investigadores en el ámbito de la psicología política.

En resumen, estudiar la influencia de las campañas electorales en la opinión ciudadana y en el resultado final de las elecciones es fundamental para comprender cómo se toman las decisiones políticas en una sociedad democrática, identificar los factores que inciden en la participación y la abstención, y fomentar un ambiente político que promueva el diálogo y la cohesión social. Además, abordar este tema desde la perspectiva de la Psicología Social permitirá explorar las complejas dinámicas psicológicas que subyacen en los comportamientos políticos y contribuirá al desarrollo de estrategias más efectivas y éticas en el ámbito de la comunicación política.

## 1.2 Objetivos de la investigación

El presente estudio tiene como propósito explorar y analizar en profundidad la influencia de las campañas electorales en la opinión ciudadana y en el resultado final de las elecciones. Para lograr este objetivo general, se plantean los siguientes subobjetivos específicos:

1. Investigar las estrategias de comunicación política utilizadas en las campañas electorales: Se pretende analizar las diferentes estrategias de persuasión empleadas por los candidatos y partidos durante las campañas. Incluyendo estudio de discursos, mensajes en redes sociales, propaganda visual y otros elementos comunicativos que puedan influir en la percepción de los votantes.
2. Analizar el impacto de las campañas en la formación de la opinión ciudadana: Se buscará comprender cómo moldean las actitudes, percepciones y preferencias del electorado. Se examinarán los efectos de la publicidad política, los debates electorales, las encuestas de opinión y otros elementos comunicativos en la construcción de la opinión pública.

3. Evaluar la incidencia de las campañas electorales en la participación y abstención ciudadana: Se pretende analizar cómo las campañas electorales afectan el nivel de participación en las elecciones, tanto en términos de motivación para votar como de desmovilización. Asimismo, se indagará en los factores que impulsan a los ciudadanos a abstenerse de votar y cómo estas decisiones pueden estar influidas por las campañas políticas.

4. Comprender el papel de las campañas electorales en la polarización política: Se investigará cómo las estrategias de campaña pueden contribuir a la polarización ideológica y a la fragmentación de la sociedad en grupos más extremos. Se analizará la presencia de mensajes divisivos y la generación de antagonismos en el contexto electoral.

5. Analizar la efectividad de las estrategias de campaña en los resultados electorales: Se buscará evaluar la relación entre las estrategias de campaña utilizadas y los resultados finales de las elecciones. Se investigará si existen patrones consistentes que vinculen ciertos enfoques de campaña con el éxito electoral y si la percepción pública de los candidatos influye directamente en los resultados.

Mediante la consecución de estos objetivos, se espera contribuir al conocimiento académico sobre la influencia de las campañas electorales en el ámbito de la Psicología Social y proporcionar información valiosa para actores políticos, analistas y ciudadanos interesados en el funcionamiento y fortalecimiento de la democracia. Asimismo, se pretende generar un aporte significativo en la generación de estrategias comunicativas más efectivas y éticas en el contexto político, con el objetivo de promover una participación ciudadana informada y una toma de decisiones políticas fundamentada en la reflexión y el debate público.

### 1.3 Metodología

La metodología empleada en este Trabajo de Fin de Grado se basa en enfoques académicos rigurosos que permiten abordar de manera sistemática y precisa los objetivos de investigación relacionados con la influencia de las estrategias de campaña electoral en la opinión ciudadana y los resultados finales de los votos en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016. Para lograr una comprensión completa y sustantiva, se combinan tanto

métodos cuantitativos como cualitativos, aprovechando diversas fuentes de datos y técnicas de análisis.

#### 1.3.1 Diseño de Investigación:

El diseño de investigación se caracteriza por ser descriptivo y analítico. Se busca recopilar y examinar datos históricos contemporáneos con el fin de identificar patrones y tendencias en las campañas electorales y su interacción con la opinión ciudadana y los resultados electorales.

#### 1.3.2 Recopilación de Datos:

La recolección de datos se realiza a partir de múltiples fuentes que incluyen informes de medios de comunicación, documentos oficiales de campaña, discursos de candidatos, encuestas y sondeos de opinión, así como análisis políticos y académicos pertinentes. Esta variedad de fuentes, tanto primarias como secundarias, permite una comprensión holística y equilibrada de los acontecimientos y las perspectivas.

#### 1.3.3 Análisis de Datos:

La metodología incluye el uso de diversas técnicas de análisis de datos para abordar los objetivos de investigación. Se emplea el análisis de contenido cualitativo para examinar las plataformas electorales y las estrategias de campaña, mientras que enfoques cuantitativos se aplican al análisis de encuestas y sondeos de opinión. Esto permite tanto una comprensión en profundidad como la identificación de tendencias y patrones cuantificables en las preferencias de los votantes.

#### 1.3.4 Comparación y Contraste:

La metodología involucra comparaciones y contrastes en varios niveles, como los enfoques de campaña de los candidatos, las percepciones de diferentes grupos demográficos y la relación entre la opinión ciudadana y el resultado final. Estas comparaciones ayudan a discernir similitudes y diferencias significativas, aportando a una comprensión más rica de cómo las estrategias de campaña influyen en los resultados.

## II. Marco teórico

### 2.1 Concepto de campaña electoral

Una campaña electoral es un proceso dinámico y complejo en el que se busca conquistar la voluntad ciudadana mediante la movilización, persuasión y comunicación efectiva. La forma en que se llevan a cabo estas campañas puede variar significativamente en diferentes países y sistemas políticos, pero su objetivo central siempre es ganar la confianza y el apoyo de los votantes para alcanzar la victoria en las elecciones mediante un conjunto de estrategias y actividades planificadas y ejecutadas por candidatos políticos y sus equipos, así como por partidos, con el objetivo de persuadir, informar y movilizar a los ciudadanos para obtener su apoyo y voto en un proceso electoral. Estas campañas suelen llevarse a cabo en el marco de elecciones presidenciales, parlamentarias, locales u otros procesos electorales en diferentes países alrededor del mundo.

Elementos fundamentales para definir la campaña electoral (Huckfeldt & Sprague, 1995):

- a. Periodicidad: Las campañas electorales se desarrollan durante un período específico previo a la fecha de las elecciones. Este periodo puede variar según el tipo de elección y las regulaciones electorales de cada país, pero generalmente oscila entre varias semanas y meses.
- b. Competitividad: Las campañas electorales implican una competición política entre distintos candidatos y partidos que buscan obtener el apoyo mayoritario de los ciudadanos. Los candidatos compiten por la obtención de cargos públicos y buscan diferenciarse de sus oponentes mediante la presentación de propuestas, ideologías y planes de gobierno.
- c. Comunicación política: La comunicación es un elemento clave en las campañas electorales. Los candidatos y partidos utilizan diversos canales de comunicación para llegar a los ciudadanos, como mítines, debates, apariciones en medios de comunicación, redes sociales, publicidad en vallas, folletos, entre otros. La transmisión de mensajes y



la construcción de narrativas políticas son fundamentales para establecer una conexión emocional y racional con el electorado.

- d. **Movilización y participación:** Además de persuadir a los votantes indecisos, las campañas buscan movilizar a sus seguidores y simpatizantes para que acudan a las urnas el día de las elecciones. La participación activa de los ciudadanos en el proceso electoral es un objetivo central de estas campañas, ya que la alta participación favorece la legitimidad del resultado electoral y la representatividad democrática.
- e. **Financiación:** Las campañas electorales requieren de recursos financieros significativos para llevar a cabo sus actividades y estrategias. Los candidatos y partidos deben obtener fondos para cubrir gastos relacionados con publicidad, logística, eventos y equipos de campaña. La regulación y transparencia del financiamiento electoral son aspectos relevantes para evitar prácticas corruptas y asegurar una competencia equitativa.
- f. **Énfasis en el liderazgo personal:** En las campañas electorales, el candidato es el protagonista principal. Su imagen, carisma, habilidades de oratoria y liderazgo juegan un papel determinante en la percepción que los ciudadanos tienen sobre su idoneidad para ocupar el cargo público.
- g. **Estrategias segmentadas:** Las campañas electorales utilizan estrategias segmentadas, es decir, se adaptan los mensajes y enfoques de acuerdo con diferentes grupos demográficos, intereses y necesidades de los electores. Esta personalización busca conectar de manera más efectiva con diversos sectores de la población.
- h. **Debates y discusión pública:** Estimulan el debate y la discusión pública sobre los problemas y desafíos que enfrenta una sociedad. Los candidatos presentan sus visiones sobre políticas públicas y debaten entre sí, permitiendo a los ciudadanos conocer y evaluar diferentes propuestas.

En resumen, una campaña electoral es un proceso dinámico y complejo en el que se busca conquistar la voluntad ciudadana mediante la movilización, persuasión y comunicación efectiva. La forma en que se llevan a cabo estas

campañas puede variar significativamente en diferentes países y sistemas políticos, pero su objetivo central siempre es ganar la confianza y el apoyo de los votantes para alcanzar la victoria en las elecciones.

## 2.2 Opinión ciudadana y su importancia en las elecciones

La opinión ciudadana se refiere a las creencias, actitudes, percepciones y valoraciones que los individuos tienen sobre diversos temas políticos y sociales. Es el resultado de un proceso de reflexión y evaluación que lleva a los ciudadanos a formarse una postura respecto a cuestiones relevantes que afectan a la sociedad, como políticas públicas, candidatos, partidos políticos y problemas nacionales o locales. La opinión ciudadana no es inmutable y puede cambiar con el tiempo debido al fenómeno conocido como "la ventana de Overton".

La opinión ciudadana juega un papel central en los procesos electorales y es de gran relevancia por varias razones (Conrad, 2008, 61-112):

- a. **Determina el voto:** Influye directamente en las decisiones de voto de los ciudadanos. Las actitudes y percepciones hacia los candidatos y sus propuestas son factores determinantes a la hora de elegir a quién otorgar el voto en las elecciones. Los candidatos y partidos políticos deben comprender las preocupaciones y preferencias de los electores para diseñar estrategias de campaña efectivas.
- b. **Indicador del apoyo político:** Refleja el nivel de apoyo que los ciudadanos otorgan a los candidatos y partidos políticos. Es un indicador clave para medir la viabilidad de una candidatura y la popularidad de una plataforma política. Un alto nivel de apoyo en las encuestas de opinión puede traducirse en una ventaja electoral significativa.
- c. **Impacto en la participación electoral:** También está estrechamente relacionada con la participación electoral. Los ciudadanos que se sienten conectados con los temas políticos y que tienen una opinión formada suelen estar más motivados para ejercer su derecho al voto. Por otro lado, aquellos que se sienten desencantados o desinteresados pueden optar por la abstención.

- d. Efecto en la campaña electoral: Influye en la forma en que se desarrollan las campañas electorales. Los candidatos y partidos adaptan sus mensajes y estrategias para abordar las preocupaciones y aspiraciones del electorado. Además, los resultados de encuestas y sondeos de opinión pueden influir en la percepción de la viabilidad de un candidato y afectar la dinámica de la competencia electoral.
- e. Legitimidad del resultado electoral: La opinión ciudadana y la participación activa en las elecciones son fundamentales para asegurar la legitimidad del resultado electoral. Cuando una amplia mayoría de ciudadanos participa en el proceso y elige a sus representantes, se fortalece la confianza en el sistema democrático y se garantiza una mayor representatividad política.
- f. Reflejo de la salud democrática: La diversidad y pluralidad de opiniones ciudadanas son indicativos de una sociedad democrática saludable. La existencia de un debate público abierto y la coexistencia de opiniones diversas son signos de una democracia vibrante, donde se respetan los derechos de expresión y participación política.

La opinión ciudadana es un factor determinante en las elecciones, ya que influye en la toma de decisiones de los votantes, refleja el apoyo político, afecta la participación electoral y moldea la dinámica de las campañas. Su estudio es fundamental para entender cómo los ciudadanos perciben y se involucran en el proceso político, y cómo sus opiniones impactan en la configuración del panorama electoral y en la salud de una democracia.

## 2.3 Teorías sobre la influencia de las campañas electorales

Las campañas electorales han sido objeto de estudio en diferentes disciplinas, y a lo largo del tiempo, se han formulado diversas teorías que intentan explicar cómo influyen en los resultados electorales. Estas teorías pueden agruparse en tres categorías principales: teorías de la persuasión, teorías del refuerzo y teorías de la movilización (Infobae, 2019). A continuación, se presentan algunos autores representativos y sus contribuciones en cada grupo:

### 3.2.1. Teorías de la persuasión:

Estas teorías se centran en cómo las campañas electorales pueden persuadir y cambiar las actitudes de los ciudadanos hacia los candidatos y los temas políticos.

- Theodore Adorno y Paul Lazarsfeld (1950, 420-488): En la década de 1940, Adorno y Lazarsfeld propusieron la teoría de "personalidad autoritaria". Argumentaron que las campañas electorales podrían apelar a las actitudes autoritarias de ciertos individuos, llevándolos a respaldar candidatos con liderazgo fuerte y posiciones más rígidas en temas de orden y seguridad.
- Anthony Downs: En su obra "An Economic Theory of Democracy" (1957), Downs introdujo la teoría de la "elección racional". Sostuvo que los votantes son actores racionales que evalúan los costos y beneficios de apoyar a un candidato y votan por aquel cuyas propuestas se alinean mejor con sus preferencias individuales.

### 3.2.2. Teorías del refuerzo:

Estas teorías se enfocan en cómo las campañas electorales refuerzan las actitudes y preferencias políticas preexistentes en los ciudadanos.

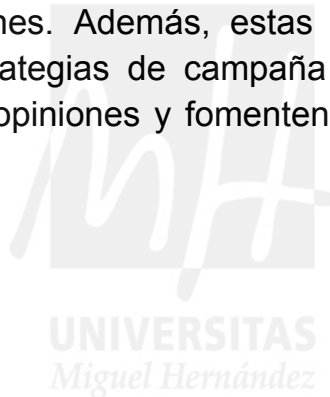
- Ronald Inglehart: En su trabajo "The Silent Revolution" (1977), Inglehart propuso la teoría del "postmaterialismo". Argumentó que las campañas electorales pueden tener un impacto limitado en los votantes cuyas necesidades básicas están satisfechas, ya que tienden a votar en función de valores y cuestiones más relacionadas con la calidad de vida y los derechos individuales.
- John Zaller: En su libro "The Nature and Origins of Mass Opinion" (1992), Zaller presentó la teoría del "modelo de recepción", que sugiere que la opinión política de una persona es el resultado de la interacción entre sus actitudes adquiridas a lo largo del tiempo y la información que recibe durante la campaña electoral.

### 3.2.3. Teorías de la movilización:

Estas teorías se centran en cómo las campañas electorales pueden movilizar a los votantes y aumentar la participación electoral.

- Donald Green y Alan Gerber: En su obra "Get Out the Vote! How to Increase Voter Turnout" (2004), Green y Gerber investigaron técnicas para movilizar a los votantes, demostrando que mensajes personalizados y el contacto directo con los ciudadanos pueden aumentar la participación electoral .
- Robert Huckfeldt (1995): En sus investigaciones sobre la movilización social en campañas, Huckfeldt ha resaltado la importancia de las redes sociales y los vínculos interpersonales para movilizar a los votantes y generar un sentido de deber cívico hacia la participación en las elecciones.

Es importante señalar que estas teorías no son mutuamente excluyentes y pueden interactuar de manera compleja en la realidad política. El estudio de estas teorías ofrece una comprensión más completa de cómo las campañas electorales impactan en la opinión ciudadana y, en última instancia, en los resultados de las elecciones. Además, estas teorías proporcionan pautas valiosas para diseñar estrategias de campaña más efectivas y éticas que respeten la diversidad de opiniones y fomenten una participación ciudadana informada y comprometida.



# III. Descripción de las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016

## 3.1 Contexto político y social

Las elecciones presidenciales de Estados Unidos de 2016 se llevaron a cabo el 8 de noviembre de ese año, y fueron consideradas como unas de las elecciones más controvertidas y polarizadas en la historia reciente. En este contexto político y social, varios aspectos destacados contribuyeron a la influencia de las campañas electorales en la opinión ciudadana y, en última instancia, en el resultado final de las elecciones (Nai & Maier, 2018, 80-83), (Sides, Michael & Vavreck 2018, 47-220):

1. **Candidatos y Campañas Electorales:** La elección presidencial de 2016 presentó dos candidatos principales, Hillary Clinton, representando al Partido Demócrata, y Donald Trump, representando al Partido Republicano. Ambos candidatos se enfrentaron en campañas altamente competitivas y polarizadas, que se enfocaron en temas clave como la economía, la inmigración, la atención médica y la seguridad nacional.
2. **Polarización Política:** La sociedad estadounidense estaba profundamente polarizada en términos ideológicos. Las diferencias en temas cruciales, así como la percepción de las personalidades y estilos de liderazgo de los candidatos, llevaron a divisiones significativas entre los votantes. Esta polarización exacerbó la importancia de las campañas electorales en el intento de movilizar y persuadir a los ciudadanos.
3. **Medios de Comunicación y Redes Sociales:** Las campañas electorales de 2016 se caracterizaron por un uso extensivo de los medios de comunicación tradicionales y las redes sociales. Los candidatos y sus equipos aprovecharon las plataformas digitales para llegar a un público amplio y diverso, lo que influyó en la forma en que se difundieron mensajes y se construyeron narrativas políticas.
4. **Desconfianza en el Sistema Político:** La desconfianza hacia el sistema político y las instituciones fue una característica destacada en el contexto de las elecciones de 2016. Los ciudadanos expresaron

preocupaciones sobre la corrupción, la falta de representación y la desconexión entre los líderes políticos y las necesidades de la población. Esta desconfianza también influyó en cómo las campañas electorales intentaron abordar y responder a las inquietudes ciudadanas.

5. Influencia de las Fake News: Las elecciones de 2016 fueron marcadas por una gran cantidad de desinformación y noticias falsas (fake news) difundidas en línea y en redes sociales. Esta desinformación tuvo un impacto significativo en la opinión pública, lo que puso de relieve la necesidad de una mayor comprensión de cómo las campañas electorales pueden influir en la percepción ciudadana a través de la manipulación de la información.

En resumen, el contexto estuvo marcado por una intensa polarización, el uso extensivo de los medios de comunicación y las redes sociales, la desconfianza en el sistema político y la propagación de fake news.

## 3.2 Candidatos y sus plataformas

### 3.2.1 Donald Trump:

#### a. Plataforma Electoral: (Partido Republicano)

La plataforma electoral de Donald Trump en las elecciones de 2016 se enfocó en temas como la inmigración, la economía, la seguridad nacional y el rechazo al establishment político. Su lema de campaña "Make America Great Again" (Hagamos a Estados Unidos grande de nuevo) enfatizó su intención de abordar las preocupaciones de los estadounidenses sobre el declive económico y la pérdida de empleos.

#### b. Estrategias de Comunicación Política:

- Mensajes Directos: Trump utilizó un lenguaje claro y directo en sus discursos y comunicaciones en redes sociales para conectar con su base de seguidores. Su estilo de comunicación sin filtros y su enfoque en temas controvertidos generaron tanto apoyo entusiasta como temor y movilización en sus adversarios.

- Redes Sociales: Trump fue un usuario activo y prolífico en Twitter, donde utilizó la red social para expresar sus puntos de vista, criticar a sus oponentes y mantener una comunicación directa con sus seguidores. Su uso de Twitter le permitió evitar los filtros tradicionales de los medios de comunicación y comunicarse directamente con su audiencia.

- Eventos Masivos: Trump organizó mítines y eventos masivos en diferentes estados, lo que le permitió conectarse directamente con su base de seguidores y crear una atmósfera de entusiasmo y compromiso con su candidatura.

- Estrategia Anti-Establishment: Trump se presentó como un candidato outsider que desafiaría el statu quo y pondría fin a la corrupción en Washington D.C. Esta estrategia resonó con muchos votantes descontentos con el sistema político tradicional (Snyder, 2018, 478-482).

### 3.2.2 Hillary Clinton:

#### a. Plataforma Electoral: (partido Demócrata)

La plataforma electoral de Hillary Clinton se centró en temas como la igualdad de género, la expansión de la atención médica universal, la protección de los derechos de las minorías y la continuación de las políticas de la administración Obama. Su lema de campaña "Stronger Together" (Más fuertes juntos) destacó su intención de unificar a la nación.

#### b. Estrategias de Comunicación Política:

- Enfoque en la Experiencia: Clinton destacó su experiencia política y su trayectoria como ex Primera Dama, ex Senadora y ex Secretaria de Estado. Su campaña resaltó su preparación para el cargo y su capacidad para liderar en asuntos internacionales.

- Mensajes Basados en Datos: La campaña de Clinton se apoyó en análisis de datos y estrategias de microsegmentación para llegar a grupos específicos de votantes con mensajes personalizados.

- Participación de Figuras Populares: La campaña de Clinton contó con el apoyo de figuras políticas y celebridades prominentes, que participaron en



eventos de recaudación de fondos y actos de campaña para aumentar su visibilidad y atraer a diferentes audiencias.

- Uso de Anuncios Televisivos: La campaña de Clinton invirtió significativamente en anuncios televisivos para llegar a audiencias más amplias y presentar sus propuestas y mensajes.

- Respuesta a los Ataques: Clinton se defendió de los ataques de Trump y de la controversia en torno a su uso de un servidor privado de correo electrónico mientras era Secretaria de Estado. Sin embargo, la estrategia de la campaña de Clinton para abordar estos temas fue objeto de críticas por su falta de transparencia y su manejo de la situación.

En resumen, en las elecciones de 2016, Donald Trump y Hillary Clinton adoptaron diferentes estrategias de comunicación política. Trump se presentó como un candidato anti-establishment que apelaba a temas como la inmigración y la economía, mientras que Clinton enfocó su campaña en su experiencia política y propuestas progresistas. Ambos candidatos utilizaron tácticas de comunicación específicas, incluyendo redes sociales, eventos masivos, mensajes directos y enfoques de microsegmentación, para llegar a sus respectivas audiencias y movilizar a sus seguidores. La polarización política y las tácticas de comunicación distintivas jugaron un papel significativo en la opinión ciudadana y en el resultado final de las elecciones.

La campaña de Donald Trump fue pionera en el uso de tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) para colocar sus mensajes de manera estratégica. A través del análisis de datos y técnicas de segmentación avanzadas, la campaña de Trump pudo identificar patrones de comportamiento y preferencias de votantes potenciales. Esto le permitió personalizar los mensajes y anuncios dirigidos a audiencias específicas en plataformas digitales y redes sociales, maximizando así el impacto de sus comunicaciones. El uso innovador de la IA proporcionó a la campaña de Trump una ventaja significativa en su estrategia de persuasión y movilización de votantes, lo que influyó en la forma en que se difundieron sus mensajes y en cómo se conectó con su base de seguidores en línea.

### 3.3 Eventos clave durante la campaña electoral

Junio:

- 16 de junio: Donald Trump anuncia oficialmente su candidatura presidencial por el Partido Republicano en un discurso en Nueva York, enfocándose en temas de inmigración y economía. (BBC News)

Julio:

- 18 de julio: La Convención Nacional Demócrata comienza en Filadelfia, donde Hillary Clinton es nominada oficialmente como la candidata presidencial del Partido Demócrata. Su plataforma se centra en temas de igualdad de género y cuidado de la salud.

Agosto:

- 5 de agosto: La Convención Nacional Republicana se lleva a cabo en Cleveland, Ohio, donde Donald Trump es nominado oficialmente como el candidato presidencial del Partido Republicano. Durante su discurso de aceptación, reitera su compromiso con la inmigración y la creación de empleos.

Septiembre:

- 26 de septiembre: Se lleva a cabo el primer debate presidencial entre Donald Trump y Hillary Clinton en la Universidad de Hofstra en New York. Ambos candidatos abordan temas como economía, comercio y política exterior.

Octubre:

- 7 de octubre: WikiLeaks comienza a publicar una serie de correos electrónicos filtrados de la cuenta personal de John Podesta, el presidente de la campaña de Hillary Clinton. Los correos electrónicos filtrados generan controversia y desafíos para la imagen de Clinton.

- 9 de octubre: El segundo debate presidencial se lleva a cabo en la Universidad de Washington en St. Louis, Missouri. El escándalo de los

correos electrónicos es uno de los temas destacados en el debate, y los candidatos abordan temas de carácter personal y profesional.

- 19 de octubre: El tercer y último debate presidencial se lleva a cabo en la Universidad de Nevada en Las Vegas. Los candidatos discuten temas como la inmigración, la política exterior y la economía.

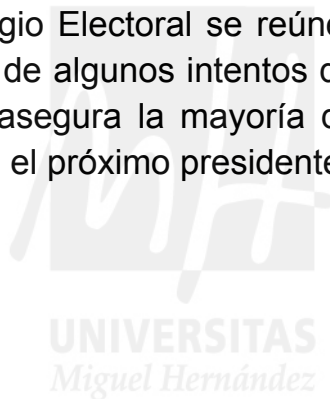
Noviembre:

- 8 de noviembre: Día de las elecciones presidenciales. Donald Trump gana sorpresivamente en varios estados clave, incluidos Michigan, Pensilvania y Wisconsin, y obtiene la mayoría de los votos electorales, convirtiéndose en el presidente electo de Estados Unidos.

Diciembre:

- 19 de diciembre: El Colegio Electoral se reúne para ratificar los resultados de las elecciones. A pesar de algunos intentos de los electores para cambiar sus votos, Donald Trump asegura la mayoría de los votos electorales y se confirma oficialmente como el próximo presidente de Estados Unidos.

(RTVE, 2016).



## IV. Estrategias utilizadas en las campañas electorales de 2016

### 4.1 Uso de medios de comunicación

Durante las elecciones presidenciales de 2016, tanto la candidatura de Donald Trump como la de Hillary Clinton utilizaron los medios de comunicación tradicionales para difundir sus mensajes y llegar a los votantes. Sin embargo, hubo diferencias significativas en sus enfoques y estrategias de comunicación.

Trump:

-Apariciones Televisivas: Donald Trump aprovechó su experiencia en el mundo del entretenimiento para participar en numerosas apariciones en programas de entrevistas y debates. Su capacidad para captar la atención de los medios de comunicación desde hace décadas le permitió obtener una amplia cobertura mediática y mantener su presencia en el ciclo de noticias.

-Fue particularmente activo en Twitter, utilizando la plataforma para expresar sus opiniones, criticar a sus oponentes y compartir actualizaciones sobre su campaña. Su estilo de comunicación directa y sin filtros le permitió conectar con su base de seguidores y generar atención continua en los medios de comunicación para controlar el relato.

-Control de la Narrativa: Trump se destacó por su habilidad para controlar el marco mediático a través de titulares llamativos y comentarios controvertidos. Su capacidad para generar controversia y mantenerse en el centro de atención contribuyó a su presencia constante en los medios.

Clinton:

-Entrevistas en Programas de actualidad política: Hillary Clinton se centró en aparecer en programas de noticias y debates para presentar sus propuestas y discutir temas importantes. Su enfoque fue más tradicional, utilizando la televisión como una plataforma para comunicar su experiencia y conocimiento político.

-Anuncios Televisivos y Publicidad Convencional: La campaña de Clinton invirtió significativamente en anuncios televisivos y publicidad tradicional. Estos anuncios se enfocaron en destacar su trayectoria política, sus propuestas y sus logros, buscando presentar una imagen de estabilidad y competencia en comparación con Trump.

-Uso de Figuras Políticas Destacadas: Clinton se apoyó en el respaldo de figuras políticas prominentes, así como de celebridades, para aumentar su visibilidad y credibilidad en los medios de comunicación. La participación de estas figuras en actos de campaña y eventos de recaudación de fondos buscaba amplificar su mensaje y atraer a una audiencia más amplia.

(Ghazal Aswad, 2019, 56-74)

## 4.2 Estrategias de campaña en redes sociales

Trump:

-Redes Sociales como Canal Principal:

La campaña de Donald Trump hizo un uso estratégico y extenso de las redes sociales, en particular Twitter y Facebook, para comunicar sus mensajes y movilizar a su base de seguidores. Trump y su equipo utilizaron estas plataformas como su principal canal de comunicación, permitiéndoles llegar directamente a millones de personas sin la intervención de los medios de comunicación tradicionales.

-Comunicación Directa: Trump estableció una comunicación directa y cercana con sus seguidores. Sus mensajes, a menudo expresados en un estilo directo y sin filtros, conectaron con una base leal de seguidores que se sintieron identificados con sus puntos de vista y personalidad.

-Microsegmentación y Anuncios Personalizados: La campaña de Trump utilizó técnicas de microsegmentación, profiling y análisis de datos para identificar y dirigirse a audiencias específicas con mensajes personalizados. Esto les permitió adaptar sus comunicaciones a diferentes grupos de votantes y enfocarse en temas que consideraban más relevantes para cada segmento, lo que aumentó la eficacia de sus anuncios y campañas en redes sociales.

-Uso de Tecnologías de Inteligencia Artificial (IA): Se informó que la campaña de Trump hizo uso de tecnologías de Inteligencia Artificial para optimizar la colocación de anuncios y mensajes en línea. Estas técnicas ayudaron a la campaña a identificar patrones de comportamiento y preferencias de los votantes, lo que influyó en la forma en que se presentaron los mensajes de la campaña y cómo se distribuyeron en las plataformas digitales.

(Wells, Shah, Lukito, Pelled, Pevehouse & Yang, 2020, 659-682), (Hanson & Doran, 2019, 9-16).

Hillary Clinton:

-Presencia en Redes Sociales: La campaña de Hillary Clinton también tuvo una presencia activa en redes sociales, especialmente en Twitter y Facebook. Sin embargo, en comparación con Trump, su enfoque en las redes sociales fue más convencional y menos determinante en la estrategia general de comunicación política.

-Anuncios en Redes Sociales: La campaña de Clinton utilizó anuncios en redes como parte de su estrategia publicitaria, pero no enfatizó en la microsegmentación y personalización como la campaña de Trump. Sus anuncios se centraron en resaltar su experiencia política y sus propuestas, con mensajes más tradicionales y basados en políticas.

-La campaña de Clinton enfrentó desafíos en las redes sociales, particularmente en relación con el escándalo de sus correos electrónicos filtrados por WikiLeaks. Si bien intentaron controlar la narrativa, esta controversia generó debate y la campaña tuvo que responder a los ataques y críticas a través de las Redes.

-Movilización de seguidores: A pesar de no tener un enfoque tan centrado en las TIC como Trump, la campaña de Clinton se enfocó en movilizar a sus seguidores y partidarios para participar en eventos, recaudación de fondos y campañas de voluntariado.

(Wells, Shah, Lukito, Pelled, Pevehouse & Yang, 2020, 659-682), (Allen & Parnes, 2017, 47-82)

### 4.3 Debates presidenciales

### 4.3.1 Desarrollo de los debates

1º. 26 de septiembre de 2016. Universidad de Hofstra, Nueva York. El primer debate entre Donald Trump y Hillary Clinton abordó temas como economía, comercio y política exterior. Trump fue criticado por su comportamiento agresivo y sus interrupciones durante el debate, mientras que Clinton se centró en presentar su experiencia política y sus propuestas (NBC News, 2016, I).

2º. 9 de octubre de 2016. Universidad de Washington en St. Louis, Missouri. El segundo debate fue especialmente tenso debido a la filtración de los comentarios ofensivos de Trump sobre mujeres en un video. Trump se disculpó pero también atacó a Bill Clinton, el esposo de Hillary Clinton, sobre su comportamiento pasado. El debate se centró en temas personales y políticos, y ambos candidatos presentaron sus visiones para el país (NBC News, 2016, II).

3º. 19 de octubre de 2016. Universidad de Nevada en Las Vegas. El tercer debate se centró en asuntos de política exterior, inmigración y la economía. Ambos candidatos presentaron sus posturas sobre temas clave y continuaron con ataques mutuos. Clinton acusó a Trump de ser un títere de Rusia, mientras que Trump cuestionó la honestidad y capacidad de liderazgo de Clinton (NBC News, 2016, III).

Estos debates fueron momentos cruciales en la campaña presidencial, donde los candidatos presentaron sus propuestas, contrastaron sus visiones y respondieron a controversias y ataques. Jugaron un papel importante en la percepción pública de ambos candidatos y en la forma en que se desarrolló la campaña electoral.

### 4.3.2 Estrategias

#### Donald Trump

1. Comunicación Directa y Estilo Controvertido: Trump mantuvo su estilo de comunicación directa y polémica en los debates. A través de respuestas directas y comentarios llamativos e injuriosos, buscó destacar y atraer la atención mediática, lo que le permitió mantenerse en el centro de la discusión y entusiasmar a su base de seguidores.

2. Enfocarse en Temas Clave y Mensajes Sencillos: Trump se centró en temas que habían resonado entre sus bases durante la campaña, como la inmigración, la economía y la seguridad nacional. Presentó mensajes sencillos y fáciles de recordar, utilizando eslóganes como "Hagamos America grande otra vez" para conectar con los votantes.

3. Contrarrestar la Experiencia Política de Clinton: Ante las críticas sobre su falta de experiencia política, Trump buscó presentar a Hillary Clinton como parte del establishment elitista y como alguien que no podía ofrecer el cambio que el país necesitaba. Utilizó tácticas de ataque para cuestionar la honestidad y la capacidad de Clinton para liderar.

### Hillary Clinton

1. Enfatizar su Experiencia y Competencia: Clinton destacó su experiencia política como ex Primera Dama, ex Senadora y ex Secretaria de Estado como una fortaleza para asumir la presidencia. Utilizó su trayectoria para presentarse como una candidata preparada y competente en asuntos internacionales y de política nacional.

2. Detalles y Propuestas: presentó detalles y propuestas específicas sobre temas clave como la economía, el cuidado de la salud y la política exterior. Buscó demostrar su conocimiento y profundidad en estos temas, apelando a votantes que valoraban la solidez de las políticas.

3. Apelación al Voto Femenino: Enfocó parte de su estrategia en apelar al voto femenino y destacar el hito histórico de ser la primera mujer candidata presidencial de un partido importante en Estados Unidos. Buscó conectar con el electorado femenino y presentarse como una defensora de sus derechos.

### Estrategias Comunes en los Debates:

1. Responder a polémicas: Ambos candidatos tuvieron que rendir cuentas sobre controversias y críticas durante los debates. Trump enfrentó preguntas sobre su historial de comentarios ofensivos, mientras que Clinton tuvo que abordar el escándalo de sus correos electrónicos filtrados. Ambos intentaron defenderse y desviar la atención hacia temas más favorables para sus campañas.



2. Atacarse mutuamente: En los debates, ambos candidatos destacaron las debilidades del otro cuestionando su idoneidad para ser presidente. Estos ataques reflejaron la intensidad y polarización de la campaña electoral en general.

(Ghazal Aswad, 2019, 56-74), (NBC News, 2016).

#### 4.4 Publicidad y propaganda política

Spots de Campaña de Donald Trump:

1. Enfoque en Temas Emocionales: Los spots de campaña de Trump se centraron en temas emocionales y mensajes que apelaban directamente a los votantes. Utilizó imágenes y narrativas que evocaban patriotismo, orgullo nacional y nostalgia, enfatizando su eslogan "Make America Great Again" como una promesa de restaurar la grandeza de Estados Unidos.
2. Ataques a la Clase Política Tradicional: Trump utilizó spots que retrataban a la élite política como corrupta y desconectada de los problemas del ciudadano promedio. Estas narrativas buscaban presentar al candidato como un outsider y una opción de cambio real frente a la política establecida.
3. Presencia en Redes Sociales: La campaña de Trump utilizó activamente las redes sociales para difundir sus spots de campaña y mensajes políticos. Estos anuncios en plataformas digitales permitieron una mayor segmentación y alcance, llegando a audiencias específicas y movilizándolo a su base de seguidores.

Spots de Campaña de Hillary Clinton:

1. Enfatizar la Experiencia y capacidad de gestión: Los spots de Clinton destacaron su experiencia política y su capacidad para liderar en asuntos internacionales y nacionales. Presentaron testimonios de figuras políticas prominentes que respaldaban su candidatura, buscando transmitir confianza en su capacidad para asumir la presidencia.

2. Enfoque en Temas Sociales y Progresistas: Clinton utilizó spots que enfatizaban temas sociales y progresistas, como la igualdad de género, los derechos LGBTQ+ y la ampliación de la atención médica. Estas narrativas buscaban apelar a votantes progresistas y movilizar a grupos demográficos clave.
3. Respuesta a Críticas: La campaña de Clinton también utilizó spots para responder a críticas y ataques de Trump y otros oponentes. Estos anuncios se centraron en desacreditar las acusaciones y presentar a Clinton como una candidata con la capacidad de superar los desafíos.

#### Propaganda Política en General:

- Anuncios televisivos convencionales: Ambas campañas invirtieron en anuncios televisivos convencionales para llegar a una amplia audiencia. Estos anuncios se emitieron en televisión y destacaron las propuestas y mensajes clave de cada candidato.
- Publicidad en Internet y Redes Sociales: Tanto Trump como Clinton utilizaron activamente la publicidad en internet y redes sociales para ampliar su alcance y dirigirse a audiencias específicas. La microsegmentación permitió a ambas campañas personalizar sus mensajes y anuncios según los intereses y características demográficas de los votantes.
- Uso de Figuras Políticas y Celebrities: Ambas campañas contaron con el respaldo de figuras políticas y celebrities prominentes, que aparecieron en anuncios de campaña y participaron en eventos de recaudación de fondos para aumentar la visibilidad y credibilidad de los candidatos.
- Narrativas Contrapuestas: La propaganda política de ambas campañas presentaba narrativas contrapuestas sobre los candidatos y sus capacidades. Mientras que Trump se presentaba como un candidato del cambio y un defensor del pueblo, en Clinton destacaba su experiencia y competencia para liderar.

(Ghazal Aswad, 2019, 56-74)

## V. Análisis de la opinión ciudadana durante las elecciones de 2016.

### 5.1 Encuestas y sondeos de opinión

Las encuestas y sondeos de opinión jugaron un papel significativo en la campaña, desempeñando un rol relevante en el análisis de la opinión ciudadana. Proporcionaron una visión cuantitativa y objetiva de las preferencias y actitudes de los votantes hacia los candidatos y temas clave, permitiendo a los analistas políticos comprender mejor el pulso de la sociedad y prever posibles resultados electorales.

-Cronología de los Sondeos más Importantes durante las Elecciones de 2016 y sus Características Relevantes (Landerreche 2017, 22-30):

1. Encuestas Primarias y Cónclaves Partidarios:  
- Fechas: A lo largo de 2015 y principios de 2016  
- Características Relevantes: Durante las primarias y cónclaves partidarios, las encuestas se centraron en medir el apoyo entre los precandidatos dentro de sus respectivos partidos. Estas encuestas jugaron un papel clave en la determinación de los favoritos y la viabilidad de los candidatos en las elecciones generales.

2. Encuesta General Post-Convención Republicana:  
- Fecha: Julio de 2016  
- Características Relevantes: Tras la Convención Nacional Republicana, se realizaron encuestas para medir el impacto del evento en el apoyo a Donald Trump como candidato oficial del Partido Republicano. Las encuestas mostraron un aumento en la simpatía de la base republicana después de la convención.

3. Encuesta General Post-Convención Demócrata:  
- Fecha: Julio de 2016  
- Características Relevantes: Tras la Convención Nacional Demócrata, los sondeos evaluaron el impacto en el apoyo a Hillary Clinton como candidata oficial del Partido Demócrata. Indicaron un aumento en el apoyo hacia Clinton después del evento.

4. Encuestas de Preferencia Electoral Nacional:

- Fechas: A lo largo de la campaña de 2016
- Características Relevantes: Mide el apoyo a nivel nacional entre los candidatos presidenciales, Donald Trump y Hillary Clinton. Los resultados fluctuaron a lo largo de la campaña, mostrando a veces una competencia reñida entre los dos candidatos.

#### 5. Encuestas de Estados Clave (Swing States):

- Fechas: A lo largo de la campaña de 2016
- Características Relevantes: Se realizaron encuestas en estados clave o "Swing States", donde los resultados electorales eran menos predecibles. Estas encuestas fueron cruciales para determinar qué estados serían decisivos en la elección.

#### 6. Encuestas de Segmentos Demográficos Clave:

- Fechas: A lo largo de la campaña de 2016
- Características Relevantes: Se llevaron a cabo encuestas para medir el apoyo de segmentos demográficos clave, como mujeres, minorías étnicas y votantes jóvenes. Estas encuestas ayudaron a los candidatos a adaptar sus mensajes para atraer a grupos específicos.

#### 7. Encuestas Post-Debates Presidenciales:

- Fechas: Septiembre y octubre de 2016
- Características Relevantes: Después de los debates presidenciales, se realizaron encuestas para evaluar el rendimiento de los candidatos y cómo influenciaron la opinión pública. Estas encuestas fueron fundamentales para comprender el impacto de los debates en las preferencias de los votantes.

#### 8. Encuestas de Intención de Voto de Última Hora:

- Fechas: Noviembre de 2016, días previos a las elecciones
- Características Relevantes: Se llevaron a cabo encuestas de última hora para medir la intención de voto antes del día de las elecciones. Estas encuestas fueron cruciales para los pronósticos finales y para evaluar cualquier cambio de tendencia.

#### -Seguimiento de la Opinión Ciudadana:

Estos estudios demoscópicos permitieron a los investigadores recopilar datos sobre el apoyo a los candidatos, la percepción pública de sus propuestas y el impacto de los eventos de la campaña en las preferencias de los votantes. El seguimiento continuo de la opinión ciudadana proporcionó información clave

para los estrategas, quienes pudieron ajustar sus mensajes y tácticas en respuesta a las fluctuaciones en las encuestas.

#### -Pronósticos Electorales:

Las encuestas también jugaron un papel crucial en la realización de pronósticos electorales. Los analistas políticos utilizaron los datos recopilados para proyectar los posibles resultados de las elecciones, lo que fue fundamental para la planificación estratégica de las campañas y la toma de decisiones. Los pronósticos electorales basados en datos demoscópicos ayudaron a los candidatos a identificar estados clave y dirigir sus esfuerzos y recursos hacia regiones donde podían tener un impacto significativo.

#### -Identificación de Temas Relevantes:

Las encuestas y sondeos de opinión identificaron los temas más relevantes para los votantes durante la campaña electoral. Al preguntar a los votantes sobre los temas que consideraban más importantes, los investigadores pudieron determinar las preocupaciones centrales del electorado y cómo los candidatos eran percibidos en relación con esos temas. Esto permitió a las campañas ajustar sus mensajes y estrategias para abordar las inquietudes y prioridades de los votantes.

#### -Efecto en la Opinión Ciudadana:

Las encuestas y sondeos de opinión también jugaron un rol en el efecto de la opinión ciudadana. Los resultados de las encuestas se convirtieron en noticias importantes y fueron discutidos en medios de comunicación, lo que influyó en la percepción pública de los candidatos y la campaña en general. Además, los datos demoscópicos permitieron a los votantes comparar sus opiniones con las tendencias nacionales y regionales, lo que pudo influir en su comportamiento electoral.

El profesor Landereche (2017), en su disertación doctoral "El fracaso de las encuestas de opinión frente a nuevos electores: campaña presidencial USA 2016-CLINTON VS TRUMP" concluye que los sondeos no reflejaron adecuadamente la opinión pública. Según el profesor fueron tres variables las que produjeron este "fracaso" de la demoscopia:

*1-Redes sociales, el análisis en los sondeos principalmente se realizó de lo que arrojaban los principales periódicos del país y del mundo. Sin darle importancia a las TICs.*

*2-Se le sacó todo tipo de importancia a una gran teoría de la comunicación como lo es la “Espiral del silencio” muy presente en las últimas votaciones en todo el mundo. La investigadora alemana Elisabeth Noelle Neumann demostró que “la espiral del silencio” existe y hace que los ciudadanos se abstengan de emitir su opinión si ésta es percibida como minoritaria o poco popular.*

*3-No se tuvieron en cuenta las nuevas motivaciones del voto de los electorados en la actualidad. Los norteamericanos dejaron en evidencia (como muchos otros electorados en los últimos años) que los electores se comportan de maneras muy distintas, son autónomos, no responden a partidos, no son influenciados por los grandes medios de comunicación o al menos esta supuesta influencia de los grandes grupos está puesta en duda y requiere de un análisis más minucioso.*

(Landerreche, 2017, 1-2).

## 5.2 Factores que influyeron en la formación de la opinión ciudadana

### a. Cobertura Mediática y Medios de Comunicación:

La cobertura mediática de la campaña tuvo un impacto significativo en la formación de la opinión pública. La forma en que los medios presentaron y enmarcaron a los candidatos, sus propuestas y los eventos de la campaña influyó en la percepción social de los mismos. La atención a ciertos temas y la frecuencia con que se abordaron también desempeñaron un papel en la construcción de la agenda política y en la percepción de la importancia de los temas para el electorado.

### b. Debates Presidenciales:

Los debates presidenciales brindaron a los votantes la oportunidad de evaluar a los representantes de las candidaturas en un escenario directo y comparar sus posturas sobre temas clave. La actuación y las respuestas de los candidatos en los debates afectaron la percepción pública de su competencia y capacidad para liderar, lo que influyó en la opinión ciudadana.

### c. Personalidad y Estilo de los Candidatos:

La personalidad y el estilo de los candidatos, así como su comportamiento en la campaña, también influyeron en la formación de la opinión popular. La forma en que los candidatos se presentaron a sí mismos, su habilidad para conectar emocionalmente con los votantes y la percepción de su autenticidad y carácter desempeñaron un papel.

#### d. Campañas en Redes Sociales y Nuevas Tecnologías:

Las campañas en redes sociales y el uso de nuevas tecnologías permitieron a los candidatos llegar a audiencias más amplias y específicas. El uso de redes sociales para difundir mensajes y anuncios personalizados, así como la implementación de técnicas de segmentación y análisis de datos, influyeron en cómo los candidatos llegaron a los votantes y en la forma en que sus mensajes resonaron con diferentes grupos demográficos.

#### e. Eventos Clave y Controversias:

Eventos controvertidos durante la campaña, como el escándalo de los correos electrónicos de Hillary Clinton y la filtración de comentarios ofensivos de Donald Trump, tuvieron un impacto en la opinión pública. Estos eventos y las controversias que generaron influyeron en la percepción de la idoneidad y confiabilidad de los candidatos.

#### f. Perspectivas Partidistas y Afiliación Política:

La perspectiva partidista y la afiliación política también jugaron un papel en la formación de la opinión general. Los votantes tienden a interpretar la información política a través de la lente de sus creencias y preferencias políticas preexistentes, lo que afectó cómo respondieron a los mensajes de los candidatos y las noticias de la campaña.

(Nai & Maier, 2018, 80-83).

### 5.3 Cambios en la percepción de los votantes a lo largo de la campaña electoral

#### 5.3.1 Cambios en las Preferencias de los Votantes:

A medida que la campaña avanzaba, se observaron cambios en las preferencias de los votantes hacia los candidatos. Los sondeos y encuestas demoscópicas reflejaron fluctuaciones en el apoyo a Donald Trump y Hillary Clinton en diferentes momentos de la campaña, lo que indicaba que los votantes no tenían preferencias estáticas y estaban abiertos a cambios en sus intenciones de voto.

### 5.3.2 Impacto de los Debates Presidenciales:

Los debates presidenciales desempeñaron un papel importante en la percepción de los votantes hacia los candidatos. Las actuaciones en los debates pudieron cambiar la percepción de la competencia, confianza y capacidad de liderazgo de los candidatos, lo que a su vez afectó su apoyo en las encuestas.

### 5.3.3 Eventos Clave y Controversias:

Eventos decisivos y polémicos, como la filtración de correos electrónicos de Hillary Clinton y comentarios ofensivos de Donald Trump, tuvieron un impacto significativo en la percepción pública de los candidatos. Estos eventos pueden haber llevado a cambios en la forma en que los votantes veían la idoneidad y confiabilidad de los candidatos.

### 5.3.4 Efecto de la Cobertura Mediática

La cobertura y el enfoque de los medios de comunicación en ciertos temas y eventos influenciaron la percepción de los votantes. La forma en que los medios presentaron y enmarcaron a los candidatos y sus mensajes afectó la imagen pública de los mismos y jugó un papel en cómo los votantes los evaluaron.

### 5.4 Evaluación de Propuestas y Políticas:

A lo largo de la campaña, los votantes evaluaron las propuestas y políticas de los candidatos a medida que se daban a conocer. La percepción de la viabilidad y el impacto de estas propuestas en temas como economía, inmigración y cuidado de la salud influyó en cómo los votantes tomaron sus decisiones electorales.

### 6. Influencia de la Personalidad y Estilo de los Candidatos:

La personalidad y el estilo de los candidatos jugaron un papel en cómo los votantes los percibían. La autenticidad, carisma y conexión emocional que los candidatos podían establecer con el electorado influyeron en cómo se percibían sus liderazgos.

### 7. Efecto de la Campaña en Redes Sociales:



La campaña en redes sociales y el uso de nuevas tecnologías influyeron en la percepción de los votantes. Los mensajes y anuncios difundidos en plataformas digitales pueden haber tenido un impacto en cómo los votantes interactuaron con la campaña y en cómo formaron su opinión sobre los candidatos.

Uno de los elementos más destacados que influyó en la percepción de los votantes durante la campaña electoral de 2016 fue la implementación de la campaña de inteligencia artificial por parte del Partido Republicano. La utilización de tecnologías avanzadas de análisis de datos y segmentación permitió al partido identificar audiencias clave y dirigir mensajes altamente personalizados a diferentes grupos demográficos y de interés. Esta campaña de IA, respaldada por el análisis profundo de datos de redes sociales y comportamientos en línea, contribuyó a la creación de mensajes específicos y persuasivos que conectaron con segmentos específicos del electorado, amplificando el apoyo hacia el candidato republicano. La campaña de IA tuvo un impacto notable en cómo los votantes percibieron y respondieron a la figura de Donald Trump, alineando sus mensajes con las preocupaciones y aspiraciones de diferentes grupos, lo que a su vez influyó en la formación de su opinión y decisión electoral.

## VI. Resultados de las elecciones presidenciales de 2016

En las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016, los resultados electorales entre los dos principales candidatos, Hillary Clinton y Donald Trump, generaron una sorpresa significativa y subrayaron la complejidad del sistema electoral estadounidense.

Hillary Clinton obtuvo una mayoría en el voto popular. Ganó aproximadamente 65.8 millones de votos (48.2% del total), superando a Donald Trump en más de 2.8 millones. Sin embargo, su apoyo estaba distribuido de manera desigual en todo el país, lo que resultó en una asignación de votos electorales que no se tradujo en una victoria.

Clinton obtuvo 227 votos electorales, lo que no fue suficiente para alcanzar la mayoría requerida de 270. Su apoyo se concentró en áreas urbanas y demográficamente diversas, lo que le permitió ganar en estados como California, Nueva York e Illinois. Sin embargo, no pudo prevalecer en estados clave como Pensilvania, Michigan y Wisconsin, que finalmente influyeron en su derrota en el colegio electoral. Trump, ganó en el sistema de colegio electoral al acumular 304 votos electorales. A pesar de obtener menos votos populares que Clinton, aproximadamente 62.9 millones (45.9% del total), su apoyo estaba estratégicamente distribuido en estados donde prevaleció.

La estrategia de Trump se centró en ganar estados rurales y en el Rust Belt, donde su mensaje sobre la reactivación económica y el cambio político resonó con los votantes descontentos con el sistema establecido. Su victoria en estados como Pensilvania, Michigan y Wisconsin, que habían sido históricamente demócratas, resultó ser un elemento clave para su éxito en el sistema de votos electorales.

(NYT, 2017).

### 6.1 Votación popular y votos electorales

La interacción entre la votación popular y los votos electorales generó resultados altamente discutidos y destacados desde una perspectiva politológica. Aunque Hillary Clinton obtuvo más votos en el conteo popular,

ganando por una ventaja de casi 3 millones de votos sobre Donald Trump, fue este último quien prevaleció en términos de votos electorales y, por lo tanto, se convirtió en el presidente electo.

Este escenario resaltó la naturaleza única y a menudo controvertida del sistema electoral estadounidense, basado en el sistema de colegio electoral. La distribución de votos electorales por estado, que refleja la representación en el Congreso, lleva a que los candidatos busquen acumular apoyo en estados cruciales, a menudo conocidos como "Swing States". Esta estrategia se vuelve esencial para ganar suficientes votos electorales para asegurar la presidencia, incluso si significa no ganar el voto popular a nivel nacional. Estos resultados subrayaron varios aspectos:

#### 6.1.1 Importancia de los Swing States:

Los estados indecisos, conocidos como "Swing States", se convierten en los focos de atención en una elección. Los candidatos dirigen sus recursos y energía hacia estos estados cruciales, ya que un pequeño margen de votos puede inclinar la balanza de votos electorales en su favor. La estrategia de movilización y mensaje en estos estados puede influir en el resultado general.

#### 6.1.2 Concentración territorial de la Campaña:

La estructura del sistema de votos electorales a menudo lleva a que los candidatos se centren en un número limitado de estados. Esto puede llevar a que algunos sean considerados seguros para un partido y pasen desapercibidos en términos de campaña, ya que las probabilidades de ganar o perder son vistas como muy claras.

#### 6.1.3 Discrepancia entre Voto Popular y Votos Electorales:

El hecho de que el ganador del voto popular no ganara la presidencia en 2016 generó debates sobre la legitimidad del sistema. Algunos argumentaron que el sistema de colegio electoral no refleja adecuadamente la voluntad popular, mientras que otros defendieron que protege la representación territorial.

#### 6.1.4 Distribución Geográfica y Demográfica:

La distribución de votos electorales está vinculada a la representación en el Congreso, lo que significa que los estados con poblaciones más pequeñas tienen una influencia desproporcionada en comparación con su población real. Esto puede llevar a una mayor atención hacia los problemas y necesidades específicas de estos estados.

(NYT, 2017)

## 6.2 Relación entre la opinión ciudadana y el resultado final

A pesar de que Hillary Clinton obtuvo una ventaja en el voto popular por alrededor de 3 millones de votos, Donald Trump ganó la presidencia. Esta discrepancia provocó un fuerte descontento entre muchos ciudadanos, lo que se manifestó en protestas y en la campaña en línea #NotMyPresident, que expresaba la negación de su legitimidad como presidente electo. Estos movimientos reflejaron la percepción ciudadana de que el resultado final no representaba la voluntad popular expresada en el voto popular, generando debates sobre la equidad del sistema electoral y la representación democrática.

## 6.3 Análisis de los resultados por estados y grupos demográficos

### 6.3.1 Resultados por Estados:

Los resultados estatales fueron un aspecto crucial debido al sistema electoral. Trump logró acumular votos electorales al ganar en estados clave, especialmente en el Rust Belt (Cinturón del Óxido), como Pensilvania, Michigan y Wisconsin, que habían sido tradicionalmente demócratas. Estos estados industrializados vieron una pérdida de empleos manufactureros y sintieron que su voz no estaba siendo escuchada en Washington. El mensaje populista y antiestablishment de Trump resonó con estos votantes, otorgándole ventajas en los votos electorales.

(NYT, 2017).

|  |  |
|--|--|
| <b>Clinton</b> 227/270 votos electorales | <b>Trump</b> 304/270 votos electorales |
| California (55)                          | Texas (36)                             |

|                          |                     |
|--------------------------|---------------------|
| New York (29)            | Florida (29)        |
| Illinois (20)            | Pennsylvania (20)   |
| New Jersey (14)          | Ohio (18)           |
| Virginia (13)            | Georgia (16)        |
| Massachusetts (11)       | Michigan (16)       |
| Maryland (10)            | North Carolina (15) |
| Minnesota (10)           | Indiana (11)        |
| Colorado (9)             | Tennessee (11)      |
| Washington (8)           | Arizona (11)        |
| Oregon (7)               | Missouri (10)       |
| Connecticut (7)          | Wisconsin (10)      |
| Nevada (6)               | South Carolina (9)  |
| New Mexico (5)           | Alabama (9)         |
| New Hampshire (4)        | Kentucky (8)        |
| Rhode Island: (4)        | Louisiana (8)       |
| Vermont (3)              | Oklahoma (7)        |
| Hawaii (3)               | Kansas (6)          |
| Maine (3)                | Mississippi (6)     |
| Delaware (3)             | Arkansas (6)        |
| Distrito de Columbia (3) | Iowa (6)            |
|                          | Utah (6)            |
|                          | West Virginia (5)   |
|                          | Nebraska (5)        |
|                          | Idaho (4)           |
|                          | South Dakota (3)    |
|                          | Wyoming (3)         |
|                          | Montana (3)         |
|                          | North Dakota (3)    |
|                          | Alaska (3)          |
|                          | Maine (1)           |

### 6.3.2 Grupos Demográficos:

Los resultados también reflejaron las divisiones en términos de grupos demográficos:

6.3.2.1 Género: Hillary Clinton ganó el voto de las mujeres en general, especialmente entre las mujeres urbanas y educadas. Por otro lado, Donald Trump obtuvo un apoyo significativo entre los hombres, especialmente los blancos no universitarios.

6.3.2.2 Etnia: La brecha étnica fue evidente, con Clinton ganando el apoyo abrumador de los votantes afroamericanos y latinos. Trump obtuvo un fuerte respaldo de los votantes blancos, particularmente los hombres blancos.

6.3.2.3 Educación: Hubo una marcada división en términos de educación. Trump obtuvo más apoyo entre los votantes con educación secundaria o menos, mientras que Clinton obtuvo más respaldo entre los votantes con educación universitaria.

6.3.2.4 Clivaje Centro-Periferia: Las áreas urbanas y costeras tendieron a favorecer a Clinton, mientras que las áreas rurales y del interior favorecieron a Trump.

(Solana, 2016, 43-54).



## VII. Discusión de los hallazgos

### 7.1 Interpretación de los resultados

Los resultados mostraron una nación profundamente dividida en términos de ideología, demografía y preocupaciones políticas, lo que llevó a un resultado inesperado y a importantes implicaciones para el futuro político del país (Solana, 2016, 43-54):

1. Profunda División Ideológica: Los resultados resaltaron la brecha entre las visiones políticas y valores de los votantes. Donald Trump apeló a los votantes descontentos con el establishment y con enfoques políticos más tradicionales. Clinton representaba una continuación del status quo para algunos y una oportunidad para avanzar en temas progresistas para otros. Esta división se manifestó en cómo se distribuyeron los votos populares y electorales.

2. Diferencias Demográficas y Socioeconómicas: Los resultados también revelaron las tensiones entre diferentes grupos demográficos. Las diferencias en género, raza, educación y ubicación geográfica jugaron un papel crucial en las preferencias de voto. Las áreas urbanas, por ejemplo, tendieron a favorecer a Clinton, mientras que las zonas rurales a menudo respaldaron a Trump. Esto reflejó la disparidad en las experiencias y perspectivas de los ciudadanos en distintas partes del país.

3. Descontento y Cambio Político: La victoria de Trump se interpretó como un reflejo del descontento con el sistema. Los votantes que se sentían marginados o poco escuchados vieron en Trump a alguien que prometía un cambio radical en la forma en que se manejaban los asuntos nacionales e internacionales.

4. Desafío al Sistema Político Tradicional: La sorprendente victoria de Trump también desafió las expectativas de la élite política y mediática. Esto evidenció una desconexión entre las percepciones y preocupaciones de una parte significativa del electorado y la narrativa dominante que se desarrollaba en los medios y en los círculos políticos.

En última instancia, la interpretación de los resultados de las elecciones de 2016 va más allá de los números y se centra en los profundos sentimientos y

dinámicas que llevaron a la victoria de Donald Trump. Estos resultados reforzaron la necesidad de una comprensión más profunda de las diversas voces y preocupaciones de la sociedad, así como de las implicaciones de tales resultados en el sistema político y en la forma en que se toman decisiones en el futuro.

## 7.2 Comparación con investigaciones previas

7.2.1-Nai, A., & Maier, J. (2018). Perceived personality and campaign style of Hillary Clinton and Donald Trump. *Personality and Individual Differences*, 121, 80-83.

Comparando este estudio con el que hemos realizado, podemos identificar similitudes y diferencias en términos de enfoque metodológico y hallazgos. Ambos estudios tienen como objetivo comprender la relación entre las estrategias de campaña electoral, la percepción ciudadana y los resultados electorales. Sin embargo, presentan enfoques metodológicos ligeramente diferentes:

-Fuentes de Datos: En ambos estudios, se utilizan múltiples fuentes de datos para obtener una comprensión completa de las campañas electorales. Mientras que en nuestro estudio nos basamos en informes de medios, documentos de campaña, encuestas y sondeos de opinión, el otro estudio utiliza un conjunto de datos que proporciona medidas de personalidad y estilo de campaña de los candidatos, evaluadas por expertos en política y elecciones.

- Medición de Personalidad: Ambos estudios analizan la percepción de la personalidad de los candidatos por parte de los expertos. Utilizamos el "Ten Items Personality Inventory" para evaluar los rasgos de personalidad de los candidatos, mientras que el otro estudio utiliza el "Dirty Dozen" y el Big Five. Ambos estudios destacan diferencias significativas en la percepción de los rasgos de personalidad entre los candidatos.

- Medición de Estilo de Campaña: Ambos estudios evalúan el estilo de campaña de los candidatos. En nuestro estudio, se analizan estrategias de comunicación, uso de redes sociales y enfoques en debates. En el otro estudio, se evalúan elementos como el populismo, el tono negativo y el uso de apelaciones emocionales.



- Resultados: En ambos estudios se encuentran resultados significativos en relación con cómo se perciben los candidatos y sus estrategias de campaña. Por ejemplo, en ambos estudios se encuentra que Trump es percibido como más extrovertido, pero también menos amable y más negativo en su campaña. Se observan diferencias en la percepción de personalidad y estilo de campaña entre los candidatos, lo que sugiere que estos aspectos están interrelacionados.

En resumen, ambos estudios contribuyen a la comprensión de cómo las estrategias de campaña electoral y la percepción de personalidad de los candidatos están relacionadas. Mientras nuestro estudio se centra en el contexto de las elecciones de 2016 en Estados Unidos y utiliza una variedad de fuentes y métodos de análisis, el otro estudio se basa en datos de expertos y se centra en la relación entre la personalidad percibida y el estilo de campaña. Juntos, estos enfoques brindan una visión más completa de cómo las estrategias de campaña y la percepción ciudadana influyen en los resultados electorales.

7.2.2-Ghazal Aswad, N. (2019). Exploring charismatic leadership: A comparative analysis of the rhetoric of Hillary Clinton and Donald Trump in the 2016 presidential election. *Presidential studies quarterly*, 49(1), 56-74.

El estudio de Ghazal Aswad se centra en analizar los elementos carismáticos en la retórica de Hillary Clinton y Donald Trump. Su objetivo principal es investigar cómo los elementos carismáticos en la retórica pueden haber influido en el resultado de la elección y en la percepción de liderazgo de los candidatos por parte de los votantes. El estudio utiliza un enfoque de análisis de contenido asistido por computadora para examinar los discursos de campaña de ambos candidatos y evaluar cómo emplearon constructos carismáticos específicos en su retórica.

Los constructos carismáticos identificados en el estudio son tanto constructos comunales como agentes. Los constructos comunales están relacionados con la construcción de relaciones y la conexión con los seguidores. Los cuatro constructos comunales evaluados son: enfoque colectivo, valor de los seguidores, similitud con los seguidores y cooperación. Por otro lado, los constructos agentes enfatizan la necesidad de superar dificultades para lograr una visión ambiciosa para el país. Los dos constructos agentes evaluados son: orientación a la acción y adversidad. Además, se incluye un constructo

neutral llamado tangibilidad, que se refiere a referencias a objetivos futuros intangibles en contraposición a resultados concretos y tangibles.

El estudio encuentra diferencias notables en la retórica carismática empleada por Hillary Clinton y Donald Trump. Por ejemplo, Donald Trump empleó más frecuentemente lenguaje que enfatizaba la cooperación y la acción orientada hacia la consecución de objetivos, mientras que Hillary Clinton presentó más lenguaje orientado hacia la adversidad y una falta de enfoque colectivo en su retórica. También se encontraron diferencias significativas en la frecuencia de uso de constructos carismáticos específicos, como la similitud con los seguidores y la orientación a la acción.

Comparando los dos estudios, ambos se centran en analizar aspectos relacionados con la percepción y la retórica de los candidatos políticos en las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos. Sin embargo, el primer estudio se enfoca en la percepción de la personalidad y el estilo de campaña de los candidatos, mientras que el segundo estudio se centra en analizar los elementos carismáticos en la retórica de los candidatos. Ambos estudios emplean metodologías diferentes para sus análisis: el primer estudio utiliza un enfoque de encuesta con expertos políticos y escalas de evaluación, mientras que el segundo estudio utiliza análisis de contenido para examinar los discursos de campaña.

En resumen, los dos estudios abordan aspectos diferentes pero complementarios de las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos al analizar la percepción de la personalidad, el estilo de campaña y la retórica carismática de los candidatos. Cada estudio proporciona una perspectiva única sobre cómo los candidatos fueron percibidos por el público y cómo presentaron su liderazgo y visión durante la campaña.

### 7.3 Implicaciones de los hallazgos para la ciencia política

Los hallazgos derivados de un análisis en profundidad de las elecciones presidenciales de 2016 tienen importantes implicaciones para la ciencia política en varios aspectos:

1. **Sistemas Electorales y Representatividad:** La discrepancia entre el voto popular y los votos electorales en 2016 subraya la relevancia de discutir y evaluar los sistemas electorales en democracias. Estos hallazgos pueden impulsar debates sobre cómo los sistemas electorales afectan la

representatividad y la equidad en las elecciones, lo que podría llevar a reformas para garantizar una mejor conexión entre la opinión ciudadana y los resultados finales.

2. Dinámicas Políticas Cambiantes: La victoria de Donald Trump, en contra de las expectativas convencionales, muestra cómo las dinámicas políticas pueden ser impredecibles. Esto resalta la importancia de una evaluación constante de las tendencias y factores que influyen en las preferencias de los votantes y en los resultados electorales.

3. Nuevos Enfoques de Campaña: La campaña de 2016 demostró la eficacia de enfoques no convencionales, como el uso de redes sociales y la retórica populista. Estos hallazgos pueden llevar a una reevaluación de las estrategias de campaña y la comunicación política, alentando a los candidatos y partidos a adoptar enfoques más innovadores y adaptativos.

4. Comprensión de la Diversidad del Electorado: El análisis de los resultados por grupos demográficos destaca la diversidad del electorado y cómo diferentes segmentos tienen prioridades y preocupaciones únicas. Esto pone de relieve la importancia de comprender las voces de diversos grupos y cómo se ven reflejadas en la formación de los resultados electorales.

5. Cambios en la Investigación Política: Los resultados de las elecciones de 2016 pueden influir en la orientación de futuras investigaciones políticas. La sorpresa de la victoria de Trump podría llevar a un mayor interés en el análisis de las dinámicas electorales y la opinión ciudadana, lo que podría generar nuevas perspectivas y enfoques de investigación.

6. Participación Ciudadana y Educación Política: Las elecciones de 2016 ilustran la importancia de la participación ciudadana y la educación política en una democracia. Los hallazgos pueden impulsar esfuerzos para fomentar la conciencia cívica y la participación informada de los votantes.

## VIII. Conclusiones

### 8.1 Recapitulación de los objetivos de la investigación

La investigación se enfoca en analizar la influencia actual de las campañas electorales en la opinión ciudadana y en los resultados finales de las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016. A lo largo del trabajo, se buscan cumplir los siguientes subobjetivos:

1. Concepto de Campaña Electoral: Se define el concepto de campaña electoral, resaltando su importancia en la comunicación política y en la interacción con los votantes.
2. Opinión Ciudadana y su Importancia: Se explora el concepto de opinión ciudadana y su relevancia en las elecciones, destacando su papel en la toma de decisiones.
3. Teorías sobre la Influencia de las Campañas Electorales: Se revisan diferentes teorías propuestas por autores relevantes en el campo de la ciencia política, que ayudan a comprender cómo las campañas electorales pueden influir en el comportamiento de los votantes y en los resultados.
4. Análisis de las Elecciones de 2016 - Contexto Político y Social: Se examina el contexto político y social en el que se desarrollaron las elecciones de 2016 en Estados Unidos, considerando factores como las preocupaciones económicas y las tensiones políticas.
5. Análisis de Plataformas Electorales de los Candidatos: Se analizan las plataformas electorales de los candidatos Hillary Clinton y Donald Trump, destacando sus estrategias y tácticas de comunicación política durante la campaña.
6. Análisis de Campañas en Redes Sociales y Nuevas Tecnologías: Se evalúa cómo las campañas electorales utilizan las redes sociales y las nuevas tecnologías para llegar a los votantes y cómo esto influye en la opinión ciudadana.

7. Análisis de Debates Electorales: Se exploran las estrategias y dinámicas de los debates electorales durante la campaña y cómo impactan en la opinión pública.

8. Análisis de Spots de Campaña y Propaganda Política: Se examinan los spots de campaña y la propaganda política de los candidatos, considerando cómo influyen en la percepción de los votantes.

9. Análisis de Encuestas y Sondeos de Opinión: Se evalúa el papel de la demoscopia electoral y cómo influye en la formación de la opinión y las expectativas de los votantes.

10. Cambios en la Percepción de los Votantes: Se analizan los cambios en la percepción de los votantes a lo largo de la campaña, incluyendo cómo las estrategias y eventos afectan sus preferencias.

11. Votación Popular y Votos Electorales: Se explorará la relación entre la votación popular y los votos electorales en el sistema electoral de Estados Unidos y cómo esto afecta el resultado final.

12. Relación entre Opinión Ciudadana y Resultado Final: Se analiza cómo la discrepancia entre el voto popular y los votos electorales afectan a la percepción de la opinión ciudadana sobre el resultado final.

Al cumplir estos objetivos, la investigación busca arrojar luz sobre la compleja interacción entre las campañas electorales, la opinión ciudadana y el resultado final de las elecciones, especialmente en el contexto de las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos.

## 8.2 Respuesta a la pregunta de investigación

En conclusión, esta investigación ha abordado de manera exhaustiva la pregunta central sobre la influencia de las estrategias de campaña electoral en la opinión ciudadana y en el resultado final de los votos durante las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016. A través de un análisis detallado de diversos aspectos, desde las plataformas electorales y estrategias de comunicación hasta la percepción de los votantes y el impacto de los medios de comunicación tradicionales y las redes sociales, se ha logrado una comprensión más profunda de cómo las elecciones se desarrollaron en este contexto particular.

Se ha demostrado que las campañas electorales desempeñan un papel crucial en la formación de la opinión ciudadana. Las estrategias de comunicación y la presentación de mensajes específicos por parte de los candidatos influyen en cómo los votantes perciben a los contendientes y en cuáles son los temas clave que guían sus decisiones en las urnas. Además, las campañas en redes sociales y el uso de tecnologías innovadoras han ampliado el alcance de estas estrategias, llegando a audiencias más amplias y diversificadas.

En relación con el resultado final de los votos, se destaca la importancia de considerar tanto el voto popular como los votos electorales en el sistema electoral estadounidense. La victoria de Donald Trump, en contra de las expectativas previas, resalta cómo las estrategias de campaña pueden influir en los resultados incluso en circunstancias en las que el voto popular no necesariamente se traduce directamente en el resultado electoral.

Es evidente que la interacción entre las estrategias de campaña, la opinión ciudadana y el resultado final es compleja y multifacética. Los factores demográficos, sociales y políticos desempeñan un papel clave en esta dinámica. Esta investigación proporciona una valiosa comprensión de estos procesos y ofrece una base para reflexionar sobre cómo los enfoques de campaña pueden evolucionar en futuras elecciones.

En última instancia, esta investigación ha resaltado la necesidad de considerar no sólo las tácticas utilizadas por los candidatos, sino también cómo estas estrategias se entrelazan con las actitudes y percepciones de los votantes, lo que a su vez afecta el resultado final de las elecciones. La influencia de las estrategias de campaña en la opinión ciudadana y en el resultado final es un área crítica de estudio en la ciencia política, y esta investigación contribuye significativamente a esta comprensión en el contexto de las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos.

## IX. Referencias bibliográficas

### 9.1 Recursos web

Arias, Gonzalo (2019) Estrategias de campaña: movilizar, persuadir o reforzar, Infobae; <https://www.infobae.com/opinion/2019/09/29/estrategias-de-campana-movilizar-persuadir-o-reforzar/>

Primer debate presidencial completo entre Hillary Clinton y Donald Trump  
Fuente: NBC News. (2016, 27 de septiembre). The First Presidential Debate: Hillary Clinton And Donald Trump (Full debate) [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/live/855Am6ovK7s?feature=share>

RTVE. (2016). Cronología elecciones presidenciales en EEUU 2016. <https://www.rtve.es/noticias/elecciones-estados-unidos/2016/>

Segundo debate presidencial completo entre Hillary Clinton y Donald Trump  
Fuente: NBC News. (2016, 27 de septiembre). The Second Presidential Debate: Hillary Clinton And Donald Trump (Full debate) [Video]. YouTube. <https://youtu.be/qlaum72JNRA>

Tercer debate presidencial completo entre Hillary Clinton y Donald Trump  
Fuente: NBC News. (2016, 20 de octubre). The Third Presidential Debate: Hillary Clinton And Donald Trump (Full Debate) [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/live/smkyorC5qwc?feature=share>

The New York Times (2017) 2016 Presidential Election Results. <https://www.nytimes.com/elections/2016/results/president>

### 9.2 Trabajos

Adorno, Theodore (1950). The Authoritarian Personality. Norton: NY. (420-488).

Allen, Jonathan y Parnes, Amie, (2017). Shattered: Inside Hillary Clinton's Doomed Campaign. (47-82).

Conrad, Jessamyn (2008). What You Should Know About Politics... But Don't: A Nonpartisan Guide to the Issues That Matter. (61-112).

Downs, Anthony. (1957) "An Economic Theory of Democracy".

Gerber, Alan & Green, Donald (2004) "Get Out the Vote! How to Increase Voter Turnout".

Ghazal Aswad, N. (2019). Exploring charismatic leadership: A comparative analysis of the rhetoric of Hillary Clinton and Donald Trump in the 2016 presidential election. *Presidential studies quarterly*, 49(1), (56-74).

Hanson, V. D., & Doran, M. (2019). The Case for Trump: Donald Trump has written a new narrative about the presidency--casting himself as hero, writes Hoover historian Victor Davis Hanson. Now the question is how this story ends. *Hoover Digest*, (3), (9-16).

Huckfeldt, R. R., & Sprague, J. (1995). Citizens, politics and social communication: Information and influence in an election campaign. Cambridge University Press. (23-70).

Inglehart, Ronald. (1977) "The Silent Revolution".

Landerreche Alonso, R. E. (2017). El fracaso de las encuestas de opinión frente a nuevos electores: campaña presidencial USA 2016-CLINTON VS TRUMP (Doctoral dissertation, Universidad del Salvador). (1-2; 22-30)

Nai, A., & Maier, J. (2018). Perceived personality and campaign style of Hillary Clinton and Donald Trump. *Personality and Individual Differences*, 121, (80-83).

Sides, John; Tesler Michael & Vavreck, Lynn. (2018) *Identity Crisis: The 2016 Presidential Campaign and the Battle for the Meaning of America*. (47-220)

Snyder, Timothy. (2018) *The Road to Unfreedom: Russia, Europe, America*" (478-482).

Solana, J. (2016). ¿Cómo se explica el triunfo de Donald Trump. *Temas para el debate*, 265, (43-54).



Wells, C., Shah, D., Lukito, J., Pelled, A., Pevehouse, J. C., & Yang, J. (2020). Trump, Twitter, and news media responsiveness: A media systems approach. *New media & society*, 22(4), (659-682).

Zaller, John. (1992) "The Nature and Origins of Mass Opinion".

