



Universidad
Casa Grande



**Facultad de
Administración y
Ciencias Políticas**

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS POLÍTICAS**

**“LOS DISCURSOS Y ESTRATEGIAS DE
CANDIDATOS Y LÍDERES DE PARTIDOS
EN PERSPECTIVA TRANSNACIONAL.
ESTUDIO DE LAS ELECCIONES
GENERALES DE 2020 EN REPÚBLICA
DOMINICANA”**

Elaborado por:

BRIANA ALEJANDRA VILLO VERA

GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:
Licenciado en Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales

Guayaquil, Ecuador

Noviembre, 2020



Universidad
Casa Grande



Facultad de
Administración y
Ciencias Políticas

“LOS DISCURSOS Y ESTRATEGIAS DE CANDIDATOS Y LÍDERES DE PARTIDOS EN PERSPECTIVA TRANSNACIONAL. ESTUDIO DE LAS ELECCIONES GENERALES DE 2020 EN REPÚBLICA DOMINICANA”

Elaborado por:

BRIANA ALEJANDRA VILLO VERA

GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales

DOCENTES INVESTIGADORES
Ingrid Cristina Ríos Rivera
Sebastian Umpierrez de Reguero

Guayaquil, Ecuador
Noviembre, 2020

Nota Introductoria

El trabajo que contiene el presente documento integra el Proyecto Interno de Investigación-Semillero “Elecciones en perspectiva transnacional. Discursos, estrategias y preferencias de votantes, candidatos y partidos políticos latinoamericanos”, propuesto y dirigido por los Docentes Investigadores Ingrid Ríos Rivera y Sebastián Umpierrez de Reguero, de la Universidad Casa Grande.

El objetivo del Proyecto de Investigación Semillero yace en analizar las similitudes y diferencias entre el terreno nacional (interno) y la arena transnacional (del exterior) en términos de discursos, estrategias y preferencias electorales. El enfoque del Proyecto es mixto (cuali-cuantitativo). La investigación se realizó en Guayaquil, Ecuador. Las técnicas de investigación que se usaron para recopilar la información necesaria para el análisis empírico fueron la revisión documental, la encuesta y la entrevista de diseño semi-estructurado.

Resumen

En los estudios de migración, la perspectiva transnacional ha sido notoriamente excluida, en especial en el análisis político- electoral. El presente trabajo exploró las elecciones generales en República Dominicana de 2020 con el fin de identificar las similitudes y diferencias en los terrenos de participación nacional y transnacional en términos de discursos. En esta investigación se usó la Teoría del Discurso Social para analizar el intercambio discursivo entre ambas arenas electorales, las propiedades que lo definen y las marcas de sentido. Este estudio con enfoque cualitativo recopiló la evidencia empírica a través de revisión documental, entrevistas semiestructuradas a líderes y miembros de partidos políticos y discursos tomados de medios de comunicación y redes sociales oficiales. Los resultados permitieron comprender la construcción de la población migrante, la influencia de los dominicanos en el exterior en las elecciones nacionales y la noción de voto en el imaginario de la oferta política dominicana.

Palabras claves: *transnacionalismo político, campañas políticas transnacionales, partidos políticos, discurso político.*

Abstract

In migration studies, the transnational perspective has been notoriously excluded, especially in political-electoral analysis. This work explored the 2020 general elections in the Dominican Republic in order to identify the similarities and differences in the fields of national and transnational participation in terms of discourses. In this research, the Theory of Social Discourse was used to analyze the discursive exchange between both electoral arenas, the properties that define it and the marks of meaning. This study with a qualitative approach collected the empirical evidence through documentary review, semi-structured interviews with leaders and members of political parties, and speeches taken from the official media and social networks. The results made it possible to understand the construction of the migrant population, the influence of Dominicans emigrants in national elections, and the notion of voting in the imaginary of the Dominican political offer.

Keywords: *political transnationalism, transnational political campaigns, political parties, political discourse.*

Tabla de contenidos	
1.- Introducción	6
1.1.- Planteamiento del problema	6
1.2.- Justificación	10
1.3.- Antecedentes	12
2.- Marco teórico	16
2.1.- Transnacionalismo	17
2.2.- Voto en el exterior	18
2.3.- Representación especial	19
2.4.- Campañas transnacionales	20
3.- Estado de la cuestión	22
4.- Objetivos de investigación	24
5.- Metodología	24
5.1.- Diseño de investigación	25
5.2.- Descripción de los métodos de investigación	26
5.3.- Unidad de análisis	28
5.4.- Descripción de la temporalidad y las condiciones en que se desarrolla el estudio.	32
5.5.- Técnicas de recolección de datos	33
6.- Análisis de los Resultados	34
6.1.- Análisis de enunciatario y destinatario	34
6.2.- Descripción y análisis de categorías	43
6.3.- Discusión de resultados	55
8.- Conclusiones	57
9.- Recomendaciones	58
10.- Referencias bibliográficas	59

1.- Introducción

1.1- Planteamiento del problema

La migración internacional ha dado lugar a un flujo de políticas y medidas concretas que persiguen el fortalecimiento de la relación del migrante con su país de origen y de residencia (Délano y Gamlen 2014; Østergaard-Nielsen, 2016; Ragazzi, 2014). En este contexto, las prácticas y actividades de los migrantes trascienden fronteras (Wimmer y Glick Schiller, 2002), convirtiéndolos en emigrantes e inmigrantes (Pedroza, Palop-García y Hoffmann, 2016). Fueron los procesos de democratización que abrieron el debate sobre la extensión de derechos a ciudadanos no-residentes (Lafleur, 2013; Rhodes y Harutyunyan, 2010) y en América Latina y el Caribe se empezaron a implementar desde mediados del siglo XX por los cambios políticos en varios países, como en Brasil, Colombia y Perú (Lafleur, 2015; Palop-García y Pedroza, 2018).

En el caso de América Latina y el Caribe, los procesos de migración llamaron la atención de académicos por su impacto en la legislación, las instituciones y las prácticas de los países emisores (Erlingsson y Tuman, 2017; Paarlberg, 2018). Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) el número de migrantes en la región sigue subiendo y actualmente, alrededor de 43 millones de personas viven fuera de su país de origen (Acuña-Alfaro y Khoudour, 2020). Es por esta razón que los gobiernos han decidido permitir la doble nacionalidad o el derecho a votar en el exterior para contrarrestar los efectos de las migraciones y que los ciudadanos no-residentes puedan mantener los vínculos políticos, sociales y económicos (Bauböck, 2003; Portes, 2004).

En particular, el voto en el exterior ha cobrado relevancia porque puede incrementar la participación política y pone en evidencia las prácticas políticas transnacionales. Para Finn (2020), hay cuatro tipos de votación de los migrantes: emigrante (en el país de origen desde

el exterior), inmigrante (en el país de destino), transnacional dual (puede votar en ambos países) y abstención (tiene derecho a votar, pero elige no hacerlo). En la actualidad, más de 100 países dan la oportunidad a los emigrantes de votar en uno o más tipos de elecciones (Collyer, 2014; Lafleur, 2015). El espacio político transnacional se crea mediante el ejercicio del voto e incluye a votantes, candidatos y partidos políticos de dos o más países en un proceso electoral (Moraes, 2009). Este es el motivo por el cual la dicotomía entre “aquí” o “allá” en los estudios sobre migración se ha refinado en los últimos años y se ha incorporado una perspectiva transnacional y multiterritorial (Finn, 2020; Umpierrez de Reguero, Finn, Cartagena y Baquerizo Neira, en prensa).

Continuando con el ejemplo de América Latina y el Caribe, solo en 15 países se ha extendido la posibilidad de votar a los ciudadanos residentes en el exterior (Palop-García y Pedroza, 2018; Lafleur, 2015). En 1997, República Dominicana se convirtió en el primer país caribeño de habla española en garantizar este derecho y es uno de los tres países en la región en tener representación política especial de los emigrantes (Palop-García, 2017; Umpierrez de Reguero, Dandoy y Palma, 2017). El caso de los dominicanos ha inspirado los estudios de Duany (1996) y Itzigsohn (2004) sobre el transnacionalismo político, el trabajo de Burgess (2018; 2020) acerca del alcance de los partidos políticos y lo que Paalberg (2017) denomina como “militancia transnacional”. Sin embargo, hace falta profundizar en las campañas políticas transnacionales, específicamente los discursos políticos.

En efecto, los dominicanos en el exterior tienen una larga historia de participación en campañas electorales que evidencia el espacio político transnacional en República Dominicana (Itzigsohn, Cabral, Hernández-Medina y Vásquez, 1999; Levitt y de la Dehesa, 2003; Portes, Escobar y Radford, 2007). Con el crecimiento del electorado, los partidos políticos no solo tienen el desafío de movilizar a los votantes en el arena electoral nacional, también deben trabajar para ganarse el voto en el exterior (Paarlberg, 2018).

Cabe recalcar que los migrantes pueden atravesar un proceso de (re)socialización política que influye en sus afinidades políticas y votación (Finn, 2020; White et al., 2014). Por eso resulta importante el contacto o alcance con los emigrantes (*emigrant outreach*) a través de las acciones gubernamentales (o del propio Estado) o mediante los mismos partidos políticos (Burgess, 2018; 2020). No obstante, también puede existir una (de)alineación de preferencias electorales, como se puede observar en las últimas elecciones de Turquía (Ciornei et al., 2020).

Asimismo, es necesario mencionar que autores como Iturrondo (2000) consideran que la relación entre el Estado y el migrante dominicano, se fortalece por los partidos políticos. La campaña electoral es su oportunidad para conectar con los votantes a través del discurso, que es descrito como “atractor social” (Sotolongo y Delgado, 2006, p.127). La teoría plantea que utilizan las características socioestructurales del electorado para identificarse y formar vínculos productivos y de largo plazo (Sáez, 2002). Esto se llama “identificación partidaria” (Nie, Verba y Petrocik, 1979).

Según Van Dijk (2005), el discurso político tiene un alto ideológico que sirve como estrategia para influir en las preferencias electorales. Verón (1993) y Ríos y Baquerizo (2019) sugieren que pone en evidencia el enfrentamiento político porque se construye un *nosotros* y *ellos*. Los discursos políticos tienen el objetivo de posicionar al candidato y al partido político en el imaginario de los votantes (Aurora, 2008). Por eso se entrelazan en el tejido de la cotidianidad de los ciudadanos e intentan identificarse con sus condiciones socioeconómicas, ideologías políticas y creencias religiosas (Aurora, 2008). En este caso, resulta pertinente y útil el análisis del discurso para estudiar las prácticas discursivas de los candidatos y líderes políticos de República Dominicana en el terreno político nacional y transnacional.

Las elecciones presidenciales y congresuales de República Dominicana fueron celebradas el 5 de julio de 2020. Luis Abinader, candidato del Partido Revolucionario

Moderno (PRM), resultó ganador y se convirtió en el primer presidente elegido en América Latina y el Caribe luego de que la Organización Mundial de la Salud (OMS) declarara la pandemia del COVID-19 en marzo (BBC Mundo, 7 de julio de 2020). Cabe mencionar que los candidatos a diputados de ultramar del PRM ganaron los siete escaños en el Congreso Nacional para representar a los migrantes dominicanos (El Caribe, 10 de julio de 2020).

El PRM asumirá el poder después de 16 años del Partido de la Liberación Dominicana (PLD) en el gobierno (France 24, 4 de julio de 2020). Bajo este contexto, la investigación se planteó la siguiente pregunta general: ¿Cómo es la construcción de los discursos políticos en el terreno nacional y transnacional de República Dominicana, en relación a las elecciones generales de 2020? En específico, se buscó responder: ¿Qué propiedades definen a los discursos de la oferta política dominicana en el escenario transnacional y local?, ¿Cuáles son las marcas de sentido que están presentes en las operaciones de circulación discursiva de ambas arenas electorales? y ¿Cuáles son las similitudes y diferencias entre la producción discursiva de la oferta política para el plano nacional y transnacional? Por tal razón, se indagó acerca de la incidencia de la campaña de los partidos dentro y fuera de República Dominicana, con el fin de puntualizar sobre la producción discursiva que hacen los actores políticos para identificarse con sus votantes en el exterior.

Buscando dar una respuesta a estas interrogantes, el presente trabajo asumió un enfoque cualitativo para estudiar a profundidad las percepciones de los actores clave de la oferta política sobre la organización del voto en el exterior y la política doméstica, y los sentidos y significados en los discursos que se han dado en el marco de las elecciones generales de República Dominicana de 2020. Por ende, este estudio es transversal y las unidades de observación son los líderes de partidos y candidatos que desempeñaron un rol activo en este proceso electoral en el exterior. La entrevista semiestructurada fue con informantes clave y por medio de una revisión documental de medios de comunicación

oficiales se construyó la evidencia empírica para discutir con más eficacia el problema planteado.

1.2.- Justificación

El motivo de este trabajo es contribuir a la literatura sobre las campañas políticas transnacionales, las estrategias de alcance de la oferta política con los emigrantes y los discursos políticos en los terrenos políticos nacional y transnacional. La mayoría de estudios sobre transnacionalismo se enfocan en los migrantes (Sánchez, 2014). Hay investigaciones de las prácticas transnacionales de los gobiernos y las autoridades públicas (Turcu y Urbatsch, 2015; Palop-García y Pedroza, 2018; Lafleur, 2015), los organismos internacionales, las asociaciones u organizaciones civiles (Levitt, 2001) y las empresas privadas (Vertovec, 2009), que son respuesta a los efectos de la migración internacional. Sin embargo, Portes (2007) argumenta que es necesario explorar a profundidad el espacio transnacional y este es el motivo por el cual en esta investigación se estudiaron a los candidatos y líderes de partidos políticos.

En la revisión de literatura se encontró que no hay suficientes trabajos sobre partidos políticos y su influencia en las prácticas políticas transnacionales de los migrantes durante una campaña electoral en República Dominicana. Kernalegenn y Van Haute (2020) recientemente publicaron un libro editado de partidos políticos en el exterior y mencionan al país por su relevancia en los estudios sobre transnacionalismo político y el aporte a la discusión de identificación partidaria y membresía política, pero no tiene un capítulo que estudie a profundidad el caso. De la región, solo se analiza México (Paarlberg, 2017) y Ecuador (Umpierrez de Reguero y Dandoy, 2020).

En cambio, Burgess (2018; 2020) incluye a República Dominicana para entender el alcance de las fuerzas institucionales político-electorales hacia los emigrantes, pero no

analiza los discursos políticos en torno al proceso electoral y las campañas políticas transnacionales pasan a segundo plano. A la autora le interesa cómo los partidos y el Estado se contactan con sus ciudadanos no-residentes. En este sentido, este trabajo busca recuperar esto y contribuir de esta manera a la literatura internacional sobre migración.

El discurso político en República Dominicana es rescatado por Manuel Matos Moquete (2007; 2009) quien ha investigado sobre las estrategias de persuasión y comunicación en los discursos de candidatos a la presidencia como Joaquín Balaguer, Juan Bosch, Leonel Fernández e Hipólito Mejía. Pese a este último esfuerzo, no tiene una perspectiva transnacional. Es por esta razón que es necesario profundizar en las prácticas discursivas de los actores clave de la oferta política para identificarse con los votantes en el exterior.

Para White y colegas (2008), así como Finn (2020), en la post-migración hay una (re)socialización política que introduce nuevos valores, actitudes y creencias, lo cual puede influir en la producción de los discursos políticos y las estrategias de una campaña electoral. Cabe recalcar que República Dominicana presenta indicios de una fuerte relación entre los partidos políticos y los dominicanos, incluyendo los migrantes. Actualmente, ocupa el tercer lugar en el índice de identificación partidaria del Barómetro de las Américas (Zechmeister y Lupu, 2019). Por tal motivo, resulta apropiado profundizar en las estrategias de alcance de los partidos políticos y el uso del discurso político en los terrenos políticos nacional y transnacional para comprender su imaginario, cómo se construyen a sí mismos y a los votantes.

Finalmente, hacen falta estudios de casos de América Latina y el Caribe sobre transnacionalismo político. Las investigaciones tienden a centrarse en Estados Unidos y Europa (De Haas y Vezzoli, 2011; Holmberg, 2007), por lo que hay un sesgo geográfico. En

consecuencia, este trabajo buscó un balance aprovechando las recientes elecciones generales de 2020 en República Dominicana.

1.3.- Antecedentes

Los primeros flujos de emigración en República Dominicana se dieron en los años sesenta y tuvieron un tinte político (Portes, Escobar y Radford, 2007). Durante la dictadura de Rafael Trujillo surgieron los primeros partidos políticos dominicanos en la clandestinidad y en el exilio porque estaban prohibidos. El profesor Juan Bosch, por ejemplo, fundó el Partido Revolucionario Dominicano (PRD) en 1939 mientras se encontraba exiliado en Cuba (Burgess, 2018). Bosch regresa al país en 1961 tras la muerte de Trujillo y gana las elecciones presidenciales, pero fue derrocado meses después de asumir su mandato.

Este evento marcó el inicio de un periodo de inestabilidad política que dio lugar a la guerra civil dominicana y la ocupación estadounidense a mediados de la década de los sesenta. En 1966, el doctor Joaquín Balaguer llegó a la presidencia con el Partido Reformista Social Cristiano (PRSC), que fue fundado en 1963 por él mismo cuando estaba exiliado en Estados Unidos. Balaguer pasaría a ser presidente de República Dominicana por 12 años consecutivos. Sin embargo, fue acusado numerosas veces de fraude electoral (Espinal, 2003).

En aquella época, Juan Bosch decide separarse del PRD y fundar el Partido de la Liberación Dominicana (PLD) en 1973. El abogado José Peña asume el liderazgo del PRD y lleva a Antonio Guzmán y a Jorge Blanco a la presidencia en 1978 y 1982. Peña es conocido por impulsar el derecho a la doble nacionalidad durante su exilio en Francia en el periodo de Balaguer. Pese a los esfuerzos del PRD y el PLD, Balaguer ganó las elecciones en 1986 y extendió su mandato hasta 1996 (Espinal, 2003). Este periodo se caracterizó por disputas que giraban en torno a las malas prácticas electorales de Balaguer (Espinal, 2003).

Balaguer, Bosch y Peña son figuras destacadas en la historia política dominicana, pues formaron redes de trabajo para sus partidos políticos cuando estaban en el exilio, posicionándose como líderes en el exterior (Observatorio Político Dominicano, 2010). Según Espinal (2003) y Burgess (2018), el “liderazgo personalista” y el “clientelismo” que caracterizó al PRSC, el PRD y el PLD consolidó el sistema de partidos de República Dominicana y dio lugar a la simpatía partidaria en el electorado. Cabe destacar que el descenso del PRSC tras la muerte de Balaguer estableció el bipartidismo en República Dominicana con el PRD y el PLD.

En las últimas décadas, el gobierno de República Dominicana ha aumentado su interés por los migrantes dominicanos y ha incluido en su agenda la doble nacionalidad y ciudadanía, el derecho a votar, y el establecimiento de unidades administrativas (Graham, 1996). El país permitió la doble nacionalidad en 1994, lo que motivó a la diáspora dominicana en Estados Unidos y a los partidos políticos a abogar por una mayor inclusión de los dominicanos en el exterior en el sistema político a través del voto y la representación especial. En 1997, los esfuerzos finalmente dieron sus frutos y se otorgó el derecho de voto. Estas y otras políticas y medidas relacionadas con la población migrante fueron implementadas durante los gobiernos del Partido de la Liberación Dominicana (PLD). Sin embargo, el Partido Revolucionario Dominicano (PRD) también es conocido por su activismo por los derechos de los migrantes. Según Graham (1996), a raíz de aquello, el PLD y el PRD comenzaron a depender de las donaciones de los dominicanos en el exterior. Por ese motivo, ambos partidos tienen numerosas sedes en Estados Unidos, uno de los principales destinos de migración de República Dominicana. España e Italia son otros países favorecidos por los migrantes dominicanos (Oficina Nacional de Estadística, 2020).

La sociedad dominicana se caracteriza por ser simpatizante de partidos (Fundación Friedrich Ebert, 2015). En el Barómetro de las Américas (2018/2019), índice elaborado por

Zechmeister y Lupu (2019), el país ocupa el tercer lugar en identificación partidaria pese a la pérdida de confianza en el sistema de partidos. El PLD y el PRD, por décadas han dominado el escenario electoral dominicano. En el año 1996 asume el gobierno el PLD con Leonel Fernández y regresa nuevamente en el 2004 para gobernar durante ocho años con el mismo candidato. El PLD continuó en el poder con la victoria de Danilo Medina en el 2012 y en el 2016. Malamud y Núñez (2020) califican a Fernández y Medina de caudillos por llevar un “...férreo control sobre la administración y el partido, repartiendo ayudas y subvenciones de forma patriarcal”. El PRD fue considerado opositor del gobierno del PLD. No obstante, decayó en popularidad y ha experimentado dificultades para llegar a la presidencia ante la falta de consenso dentro del partido (Malamud y Núñez, 2020).

Cabe recordar que las divisiones internas en el PRD no son recientes, el PLD fue fundado en 1973 por ex miembros del PRD que no estaban de acuerdo con el trabajo partidista. Asimismo, varios miembros se separaron del partido en el 2014 por diferencias políticas e ideológicas y fundaron el Partido Revolucionario Moderno (PRM). El PRM empezó a tomar fuerza bajo el liderazgo de Luis Abinader, quien se ha caracterizado por criticar a la élite política en República Dominicana y segmentar y focalizar los mensajes a grupos concretos, como las mujeres, los dominicanos en el exterior, y las personas de raza negra (Malamud y Núñez, 2020). En el 2016 Abinader se postula como candidato y posiciona al PRM como el principal partido de oposición, según la politóloga dominicana Olaya Dotel (BBC Mundo, 7 de julio de 2020).

En el caso de los dominicanos en el exterior, la participación por medio del voto estuvo limitada a la elección de presidente y vicepresidente hasta la adopción de una nueva Constitución en el 2010, que permitió la representación especial en el Congreso Nacional y creó los siete puestos de diputados de ultramar, reconocidos en el art. 81 (Navarro, 2016). Los migrantes dominicanos ejercen su derecho a votar en tres circunscripciones territoriales.

La No. 1 corresponde a Estados Unidos y Canadá, la No. 2 a El Caribe, Latinoamérica y el Estado de la Florida, y la No. 3 a Europa (Junta Central Electoral, 2020). Desde el 2004 hasta el 2020, se registra un aumento en los empadronados en el exterior y en los votos emitidos.

Sin embargo, en las últimas elecciones hubo un aumento en los niveles de ausentismo.

Tabla 1. *Estadísticas sobre el voto en el exterior de República Dominicana*

Año	Inscritos (N)	Votos emitidos (%)	Votos emitidos (N)	Votos válidos (N)
2004	52.440	69,3%	34.576	34.576
2008	154.789	49,55%	76.713	75.948
2012	328.649	44,86%	147.439	145.373
2016	384.526	49,16%	189.027	184.849
2020	595.879	21,79%	129.821	127.153

Fuente: Junta Central Electoral (2020).

En las elecciones de 2020 se registraron seis candidatos a la presidencia en el contexto de una pandemia, toque de queda y una cuarentena a nivel nacional. En el exterior, trece partidos políticos, entre ellos el PLD y el PRM, presentaron un total de setenta y nueve candidaturas para los siete cargos de diputados de ultramar (Diario Libre, 21 de abril de 2020). La Junta Central Electoral tuvo que aplazar los comicios que históricamente se han celebrado en el mes de mayo y prohibió varias actividades tradicionales de las estructuras

partidarias, como las concentraciones y caravanas (Malamud y Núñez, 2020). La campaña electoral en República Dominicana tomó un rumbo distinto ante la emergencia sanitaria en el mundo. Adicionalmente, el país atravesó protestas sociales en febrero del presente año después de la suspensión de las elecciones municipales, situación que repercutió en el exterior. La tensión generada por los problemas de ese proceso electoral influyó en los comicios presidenciales y congresuales. La población perdió la confianza en el PLD, partido oficialista, por la administración ineficaz de Danilo Medina en sus dos mandatos presidenciales (Malamud y Núñez, 2020). El Partido Revolucionario Moderno (PRM) realizó alianzas con 6 organizaciones políticas: Dominicanos por el Cambio (DXC), el Partido Humanista Dominicano (PHD), el Frente Amplio, País Posible, Partido Revolucionario Social Demócrata (PRSD) y Alianza por la Democracia (APD), que aportaron 156.459 votos a la candidatura presidencia (Diario Libre, 16 de julio de 2020). Luis Abinader salió victorioso el 5 de julio, con un total de 2.154.876 votos válidos, de los cuales 91,033 vendrían del exterior (Junta Central Electoral, 2020).

2.- Marco teórico

En este apartado se encuentran varios conceptos y posiciones teóricas que responden a la pregunta de investigación. En primer lugar, se partió con la definición de transnacionalismo para identificar las prácticas políticas transnacionales de los actores clave en campañas y elecciones en los terrenos nacional y transnacional. Como segundo punto, se realizó una aproximación conceptual del voto en el exterior y la representación especial a fin de ahondar en las nociones de la oferta política sobre la población migrante. Finalmente, se expuso sobre las campañas transnacionales con el propósito de adentrarse en las dinámicas de ambas arenas electorales.

2.1.- Transnacionalismo

El concepto de transnacionalismo surge en el contexto de la globalización y el aumento de la migración en las últimas décadas. En los estudios migratorios, Basch, Glick Schiller y Szanton Blanc (1994) hacen referencia a las múltiples relaciones de los migrantes en el país de origen y de residencia. Bauböck (1994) argumenta que las actividades y prácticas que trascienden las fronteras nacionales y desarrollan relaciones sociales y afectivas en diversas comunidades políticas pueden ser calificadas como transnacionales.

La definición de Wimmer y Glick Schiller (2002) soporta la idea de que la migración genera identidades múltiples, colectivas y simultáneas, y convierte al migrante en emigrante e inmigrante. Los factores de simultaneidad ayudan a comprender el fenómeno de transnacionalismo y, en consecuencia, las interacciones entre el migrante y su país de origen y residencia (Tsuda, 2012). Las actividades y prácticas de los migrantes pueden ser políticas, sociales y económicas (Basch, Glick Schiller y Szanton Blanc, 1994).

A raíz de la expansión de la democracia y la extensión de derechos políticos a nivel mundial, varios autores sugieren que es necesario aterrizar el concepto y nombrar al fenómeno *transnacionalismo político* para comprender a profundidad la migración. En el trabajo de Bauböck (1994), se explican las consecuencias de tener dos o más membresías políticas, como la doble ciudadanía. Del mismo modo, Østergaard-Nielsen (2003) concluye que el voto, las campañas electorales y las elecciones en el exterior; la participación política y ciudadana articulan las prácticas políticas transnacionales, que se dan a partir la existencia de una relación entre el migrante con el país de origen y de destino.

Guarnizo y Smith (1998) proponen que el transnacionalismo se puede estudiar desde abajo (*transnationalism from below*), cuando las prácticas transnacionales provienen de los migrantes y desde arriba (*top-down or state-led transnationalism*), para analizar a las instituciones políticas y corporaciones multinacionales. Haciendo un paralelismo con este

argumento, entonces se podría analizar el transnacionalismo político desde la oferta como desde la demanda. En tal sentido, se coincide con Portes, Escobar y Walton (2007) cuando definen que las actividades transnacionales de los migrantes y de la sociedad civil son distintas que las internacionales o multinacionales. Para propósitos de esta investigación, los actores clave en el análisis de la demanda son los votantes y asociaciones civiles; mientras que, los candidatos, partidos políticos, consulados y burocracia componen la oferta. Estos últimos serán empleados como unidades de observación para indagar acerca de los discursos en campaña en perspectiva transnacional.

La migración no solo implica la circulación de personas, sino también el intercambio de bienes, servicios, conocimiento, tecnología e ideas. Esta es la razón por la que Levitt y Jaworski (2007) infieren que no se necesita ser un migrante para estar afectado por el transnacionalismo. En el presente trabajo, las definiciones arriba exhibidas, principalmente de Bauböck (1994) y Østergaard-Nielsen (2003), sirvieron de base para identificar las prácticas políticas transnacionales de los actores clave en campaña y elecciones del caso de estudio. La noción de Guarnizo y Smith (1998) permitió estudiar la oferta de los partidos políticos en el terreno nacional y transnacional.

2.2.- Voto en el exterior

El voto en el exterior es una práctica transnacional que surge a raíz de procesos de democratización a nivel mundial (Lafleur 2013; Nohlen y Grotz, 2000). Pérez-Armendáriz y Crow (2010) consideran que “los migrantes internacionales son agentes de difusión democrática” (p. 119). Los cambios de un gran número regímenes políticos hacia un sistema democrático abrieron la discusión sobre la membresía política del ciudadano no residente, que implica el reconocimiento de su estatus de ciudadano y la extensión de sus derechos, como el derecho a votar, que le da la oportunidad de participar en la vida política del país de

origen (Bauböck, 2003/2007). Para Lafleur (2013), las disposiciones técnicas, administrativas y legales de los Estados definen el tipo de votación en el extranjero y, por tal razón, la participación de la población migrante en elecciones se da a modos, niveles y ritmos distintos. Por ejemplo, Ecuador y Colombia permiten que los ciudadanos no residentes voten en todas las elecciones, mientras que Bolivia y Costa Rica solamente en las presidenciales (Palop-García y Pedroza, 2018).

Cabe destacar que el primer instrumento internacional en reconocer el derecho de los migrantes de participar en procesos electorales fue la Convención internacional sobre la protección de los derechos de todos los trabajadores migratorios y de sus familiares en su artículo 41. Sin embargo, solo se refiere a los migrantes documentados (Lafleur, 2013). Varias normas internacionales aluden al principio de sufragio universal, como la Declaración Universal de los Derechos Humanos, pero no especifican sobre el voto en el exterior. Los Estados no tienen la obligación de adoptar esta política (Lafleur, 2013; Turcu y Urbatsch, 2015).

Los migrantes adquieren el derecho a votar bajo condiciones impuestas por la legislación en el país de origen, que al mismo tiempo regula las normas que rigen el procedimiento electoral (Nohlen y Grotz, 2000). Las razones de los gobiernos para extender el derecho político en cuestión pueden ser políticas, económicas o sociales, pero hay otros actores que tienen la posibilidad de impulsar la adopción del voto en el exterior, entre ellos los partidos políticos (Rhodes y Harutyunyan, 2010). La dependencia en remesas y las posibles ganancias electorales pueden ser el motivo detrás del interés de abogar por la votación de este segmento de la población (Turcu y Urbatsch, 2015; Sagás, 2006).

2.3- Representación especial

La representación especial es una práctica política transnacional de los Estados para representar los intereses de los emigrantes en las cámaras legislativas del país de origen

(Umpierrez de Reguero, Dandoy y Palma, 2017). Hay 14 países en el mundo que han extendido derechos de representación, entre ellos República Dominicana (Collyer, 2014). El Estado dominicano adoptó la figura de diputado de ultramar en el 2010 mediante una enmienda constitucional y desde el 2012 hay representación especial en el Congreso Nacional. La Ley 136-11 regula el voto para los 7 legisladores que se eligen entre las tres circunscripciones electorales en el exterior (Junta Central Electoral, 2020). Es un sistema electoral relativamente nuevo que consiste en la creación de circunscripciones en el exterior para que los ciudadanos no-residentes puedan votar por su representante (Collyer, 2014; Palop-García, 2018), con quien comparte similares historias de vida ya que ambos son migrantes (Mansbridge, 2003).

Los Estados implementan la representación espacial para fortalecer el vínculo con los emigrantes a través de leyes que protegen y defienden sus necesidades y demandas (Umpierrez de Reguero, Dandoy y Palma, 2017). Es un mecanismo de participación democrática que le permite a la población en el espacio transnacional formar parte de los procesos de toma de decisiones en el país de origen (Reynolds, 2005). Collyer (2014) considera que es creada por los Estados para asegurar una representación sustantiva o con el fin de contener la influencia en el desarrollo de la política a nivel nacional. El concepto de representación especial contribuyó en el análisis de la percepción de los diputados de ultramar en República Dominicana.

2.4.- Campañas transnacionales

La campaña electoral se entiende como el conjunto de discursos, estrategias y acciones de actores políticos en elecciones (Østergaard-Nielsen y Ciornei, 2019). En perspectiva transnacional, las campañas electorales son pensadas y formuladas con la intención de influir en el voto de los emigrantes (Newman, 2012). Debido al aumento de la

migración y las prácticas transnacionales de los migrantes, los partidos políticos han tenido que ampliar el alcance de sus actividades y adaptarse a las tendencias de la globalización a fin de llegar a los votantes en el exterior (Østergaard-Nielsen y Ciornei, 2014).

Los partidos políticos siguen líneas estratégicas previamente definidas para representar los intereses de los migrantes (Mair, Müller y Plasser, 2004). Con las herramientas del marketing y la comunicación política, pueden segmentar los mensajes y dirigirlos a una audiencia determinada (Poguntke y Webb, 2005). Østergaard-Nielsen y Ciornei (2014) afirman que actualmente se han profesionalizado y que el impacto mediático es uno de los factores más importantes en una campaña electoral, pero no necesariamente lleva a ganar las elecciones.

El mensaje político, por lo tanto, es clave en el terreno nacional como el espacio transnacional. Para Dalton, Farrell y McAllister (2011), debe ser armado con miras a que el votante esté ideológicamente comprometido con el partido y sugieren que sea el mismo para el electorado doméstico y los ciudadanos en el extranjero. Sin embargo, Østergaard-Nielsen y Ciornei (2014) consideran que las interacciones son distintas, por lo que es necesario una amplia búsqueda de los problemas y necesidades de los emigrantes y no basar la campaña electoral en estadísticas de elecciones pasadas.

Movilizar el voto de los emigrantes implica una serie de obstáculos para los partidos políticos, en especial el alto costo de las campañas electorales y la distancia geográfica (Peltoniemi, 2016; Umpierrez de Reguero y Dandoy, 2021). Pese a ello, en la mayoría de los casos la decisión por embarcarse en una campaña en el extranjero tiene relación con el propósito de aumentar los votantes. Rohrschneider (2002) clasifica a las estrategias de los partidos políticos en movilizadoras y perseguidoras. La primera se enfoca en los simpatizantes establecidos y tiende a destacar el fondo ideológico de sus propuestas. En cambio, la segunda se dirige a los votantes no alineados y se preocupa por resaltar el aspecto

innovativo de la campaña política. Rohrschneider (2002) concluye que generalmente los partidos emplean una mezcla de ambas estrategias.

3.- Estado de la cuestión

Las investigaciones de Østergaard-Nielsen (2003), Bauböck (2003), Basch y colegas (1994), y Wimmer y Glick Schiller (2002) sirvieron como base para el análisis de las prácticas políticas transnacionales en República Dominicana. La literatura es escasa, en especial sobre América Latina y el Caribe. Østergaard-Nielsen y Ciornei (2014) han estudiado a los partidos políticos y las campañas transnacionales, pero los casos de estudio son de Europa. De la misma forma, Burgess (2018; 2020) analiza el alcance de las fuerzas políticas en el espacio transnacional, aunque no los discursos ni las estrategias de campaña. En cambio, Kernalegenn y Van Haute (2020) investigan a los partidos políticos y la expansión de sedes y sucursales, lo que permite comprender el sistema de partidos y las formas de medirlo y compararlo dentro y fuera de un país. En los trabajos de Burgess (2018; 2020), Kernalegenn y Van Haute (2020) se destacó el caso de República Dominicana por su historia de transnacionalismo político.

El estudio del transnacionalismo político dominicano se remonta a la década de los 90 y los años 2000. Graham (1996) opina que en República Dominicana se evidencian las primeras prácticas políticas transnacionales durante la dictadura de Rafael Trujillo (1930-1961) y luego aumentan en los dos periodos de gobierno de Joaquín Balaguer (1966-1978; 1986-1996). Guarnizo (1994) considera que los migrantes dominicanos llevan “vidas binacionales” por los lazos intensos con su país de origen. Duany (1996) realiza un recorrido histórico sobre la migración y clasifica las prácticas políticas transnacionales de los dominicanos en partidos políticos, asociaciones regionales, grupos religiosos, clubes sociales, organizaciones profesionales y cívicas, diferencias de género y la identidad racial. En el

estudio de Itzigsohn (2000), hay tres actores clave en el espacio transnacional dominicano: (1) el aparato estatal, (2) los partidos políticos en el país de origen, y (3) las asociaciones de migrantes. Para Iturrondo (2000) los partidos políticos de República Dominicana refuerzan la relación del Estado con el migrante dominicano. Otros autores que han analizado el transnacionalismo político dominicano son Guarnizo (1997) y Levitt (1997) con enfoque en las formas internas de organización de las comunidades de emigrantes.

Por la historia de los partidos políticos en el exterior, en especial en Estados Unidos, Graham (2001) y Levitt (2001) consideran a República Dominicana como el mejor ejemplo de transnacionalismo político. En la literatura mencionada, los autores se concentran en la diáspora dominicana en Estados Unidos por el número de sedes y sucursales de partidos políticos en el exterior, el nivel de participación en elecciones y la cantidad de población. Según la Oficina del Censo de los Estados Unidos (2020), 2,082,857 personas de descendencia dominicana residían en el país hasta el 2018.

Pocos autores han publicado sobre el discurso político en República Dominicana, entre ellos el Doctor en Literatura General Manuel Matos Moquete. En su libro *Propuestas, valores e ideologías en el discurso político dominicano*, analiza los discursos “en tres aspectos: en situación de campaña, toma de posesión del gobierno y gestión gubernamental” (Matos, 2009 citado en Ortega, 2018, p.41). Otra de sus investigaciones, *Estrategias de captación de la voluntad popular en las elecciones de 2004*, estudia cómo los candidatos convencen al electorado de las propuestas de campaña a través del discurso y concluye que “es una práctica de comunicación alienante y de dominación” (Matos, 2007 citado en Ortega, 2018, p.45). Sin embargo, no estudia el discurso en campaña transnacional, sino en la arena electoral nacional.

4.- Objetivos de investigación

Objetivo general

- Explorar el intercambio discursivo de líderes y miembros de partidos políticos entre el territorio nacional y transnacional, en relación a las elecciones generales en República Dominicana 2020.

Objetivos específicos

- Describir las propiedades que definen a los discursos de la oferta política dominicana, tanto en el escenario transnacional como local, para las elecciones generales de 2020.
- Reconocer las marcas de sentido en las operaciones de circulación discursiva, presentes en los discursos de la oferta política dominicana, tanto en el escenario transnacional como local de las elecciones generales de 2020.
- Identificar las similitudes y diferencias entre la producción discursiva de la oferta política para el escenario nacional y transnacional, dentro del contexto de las campañas electorales.

5.-Metodología

En esta sección se presenta la estructura de la metodología. En primer lugar, se describió el diseño metodológico, que abarca el enfoque y el alcance. Después se detalló los métodos de investigación escogidos para el análisis, que fueron el estudio de caso y el análisis del discurso. En tercer lugar, se hizo una breve explicación de la unidad de análisis y las características de la muestra. Finalmente, se expusieron las técnicas de recolección de datos, que para propósitos de este estudio fueron la entrevista y la revisión documental.

5.1.- Diseño de investigación

Este trabajo tiene un enfoque cualitativo, que para Van Maanen (1983), Cresswell (1998) y Mason (1996), ofrece formas distintas de construir conocimiento desde la perspectiva individual de cada uno de los participantes del estudio. En la investigación cualitativa no hay un solo camino, un modelo fijo o ideal, sino un 'mosaico' de técnicas y prácticas que pueden ser utilizadas en múltiples contextos (Patton, 2002; Mason 1996). Es por esta razón que este diseño de investigación es adecuado en este estudio porque los discursos y las estrategias en campaña electoral en República Dominicana aún no se han explorado a fondo y es necesario salir de lo tradicional.

En este tipo de investigación, las percepciones, sentidos y significados permiten conocer la visión del mundo y de la realidad (Miles y Huberman, 1994). Por eso tiene una fuente más subjetiva de información que se basa en obtener intuiciones, opiniones, ideas y experiencias que son únicamente propias de los participantes del estudio (Vasilachis et al, 2006; Mason, 1996). Este enfoque resulta pertinente y útil para profundizar en los entramados discursivos de República Dominicana porque permite comprender los procesos de pensamiento (Strauss y Corbin, 2002) de individuos y la sociedad en un contexto determinado (Vasilachis et al, 2006), que es la campaña para las elecciones generales de República Dominicana en 2020.

El alcance es exploratorio ya que plantea un problema que no se ha estudiado a profundidad (Hernández, Fernández y Baptista, 2010), que es intercambio discursivo de la oferta política en la arena electoral nacional y transnacional. Trabajos como el de José Itzigsohn y Jorge Duany son relevantes para la investigación sobre el transnacionalismo político en República Dominicana, pero están desactualizados y no ahondan en las campañas transnacionales. Hay que explorar el fenómeno en el presente para reforzar el estado de la cuestión ya que la mayoría de los estudios de caso son en Estados Unidos y países europeos.

Este es el motivo por el cual se va a innovar en la literatura de República Dominicana y regional. La investigación también tiene un alcance descriptivo porque se obtendrá una descripción de los hechos y circunstancias que condicionan la producción de los discursos, y el sentido en la red discursiva de los líderes y miembros de partidos políticos.

5.2.- Descripción de los métodos de investigación

El estudio de caso y análisis del discurso comprenden la estrategia metodológica de esta investigación. En primer lugar, el 'caso' pueden ser personas, organizaciones o Estados (Merriam, 1988; Stake, 2010; Yin, 1984) y es posible estudiar una o varias unidades al mismo tiempo (Stake, 2010). El estudio de caso es la campaña para las elecciones generales de República Dominicana en el 2020. Entonces, se incluye el país y la población migrante.

Este método es el más adecuado para estudiar a profundidad un fenómeno y las perspectivas de los participantes del estudio ya que se enfoca en hechos y situaciones en un determinado momento, y ofrece una mirada más analítica, crítica y constructiva (Neiman y Quaranta, 2006). Además, con el estudio de caso se puede proporcionar información acerca de la validez de las teorías e hipótesis (Vasilachis *et al.*, 2006; Merriam, 1988) sobre el transnacionalismo político dominicano con el marco conceptual y el material empírico, que son los discursos de candidatos y líderes de partidos políticos.

De la misma manera, se trabajará con el análisis del discurso propuesto en la Teoría del discurso social de Eliseo Verón para estudiar las marcas de sentido en la producción discursiva de la oferta política. Verón (1993) se interesa por la influencia de los discursos en la década de los setenta por su capacidad de la “construcción social de lo real”. El discurso es “una configuración espacio-temporal del sentido” y se puede entender solo partiendo de las condiciones sociales de producción (Verón, 1993). En el presente trabajo, los postulados teóricos de Verón (1993) que se van a usar son: los discursos se construyen y reconstruyen en

acontecimientos históricos y sociales, y en todos los fenómenos sociales hay un proceso de producción de sentido.

Para Verón (1993) en el análisis se considera la producción (generación) y el reconocimiento (lectura), y las marcas y huellas que circulan por una red. Verón (1993) la llama semiosis social y la define como “la dimensión significativa de los fenómenos sociales”. Las marcas son cuando la “materialidad significativa del sentido” no tiene relación con las condiciones sociales de producción. En cambio, las huellas salen a través de la conexión con el contexto (Verón, 1993).

Al discurso se lo puede describir como “dispositivo de enunciación” (Verón, 1999) que se compone de un enunciador, un destinatario y la relación entre enunciador y destinatario. Verón (2004) clasifica a los enunciadores en: pedagógico (persuade), no pedagógico con distancia (explica y enseña), cómplice (dialoga y se presenta como un aliado); y a los destinatarios en: prodestinatario (a favor), paradesinatario (indeciso) y contradestinatario (en contra). En esta investigación solo se estudiará las condiciones sociales de producción, cómo se construyen los actores clave de la oferta política a sí mismos - enunciatarios- y a los destinatarios en su imaginario.

En el análisis del discurso es necesario identificar el contexto, las prioridades y los instrumentos para adentrarse en el estilo, características y contenido (Manzano, 2005). Esta es la razón por la que el método resulta especialmente apropiado para estudiar la producción de los discursos de los candidatos y líderes de partidos políticos en República Dominicana. La información será transcrita y ordenada en categorías en una matriz para analizar el sentido que se le da en los discursos a las prácticas políticas en la arena electoral nacional y en el exterior.

5.3.- Unidad de análisis

Las unidades de análisis, que son los elementos que se van a investigar (Vasilachis *et al.*, 2006), son los discursos y las estrategias durante la campaña de las elecciones generales de República Dominicana en 2020. El corpus para el análisis del discurso del presente trabajo está compuesto por seis entrevistas de los actores clave de la oferta política, y por nueve discursos en medios de comunicación, ocho que fueron televisados o en mítines, y cinco spots electorales sacados de las páginas oficiales en Youtube y las redes sociales de los partidos políticos o de los medios de comunicación. Solo en los discursos que fueron televisados o en mítines se hizo una aclaración del periodo de campaña porque son sensibles al contexto.

5.4.- Muestra

Para sacar la muestra, se utilizó el muestreo no probabilístico ya que es conveniente y reduce costos (Otzen y Manterola, 2017), y por eso se la considera subjetiva (Lastra, 2000). La muestra está conformada por los actores clave de la oferta política en República Dominicana. Como referencia, se escogió a los partidos políticos dominicanos que superen el 5% del umbral de representación en las elecciones generales de 2020. Según el artículo 61 de la Ley de Partidos, Agrupaciones y Movimientos Políticos, en República Dominicana un partido político es mayoritario cuando tiene el 5% de los votos válidos. Así se determinó que el Partido de la Liberación Dominicana (PLD) y el Partido Revolucionario Moderno (PRM) son los partidos que representan a los dominicanos. El PLD obtuvo un promedio de 32,48% y el PRM 44,78% (Junta Central Electoral, 2020). Este criterio fue el que guió la selección de la muestra para las entrevistas personales que fortalecerán el corpus discursivo, pero por la falta de disponibilidad de los candidatos y líderes del PLD y el PRM, se decidió incluir a miembros de otros partidos minoritarios que hayan participado en elecciones y los

testimonios de consultores y asesores políticos para profundizar en el análisis del discurso de la oferta política.

El periodo de campaña electoral tuvo una duración de cuatro meses aproximadamente, pero se considerará desde la precampaña, que inició en octubre de 2019. En República Dominicana hay precampaña, inicio de campaña, media campaña y cierre de campaña (Junta Central Electoral, 2020). En el caso de los discursos de candidatos presidenciales se hará una distinción para analizar si el contexto influye en la producción de los discursos, pero no se aclarará en la investigación al menos que sea absolutamente necesario. Con respecto a las entrevistas personales, en medios de comunicación y spots electorales, tampoco se va a aclarar el periodo de campaña, solo si se requiere. Los criterios de selección fueron:

- Criterios de homogeneidad:
 - Miembros de partidos políticos dominicanos
 - Participación política en una campaña electoral como candidato o militante
- Criterios de heterogeneidad:
 - Miembros de partidos de oposición y oficialismo
 - Lugar de residencia

A continuación, se presenta el corpus discursivo:

Tabla 2. *Entrevistas personales*

Cod.	Características	Fecha
E1	Hombre, ex candidato a diputado nacional y militante de Partido Revolucionario Social Demócrata	13 de octubre de 2020
E2	Hombre, ex candidato a Alcalde y militante del Partido Quisqueyano Demócrata Cristiano	16 de octubre de 2020
E3	Hombre, consultor político	12 de octubre de 2020

E4	Hombre, Estratega digital en la campaña de Luis Abinader	20 de octubre de 2020
E5	Hombre, ex diputado de ultramar por el PLD y ex candidato a diputado de ultramar por la Fuerza del Pueblo	20 de octubre de 2020
E6	Mujer, dominicana, asesora de comunicación política para el PRM en España	8 de noviembre de 2020

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. *Entrevistas en medios de comunicación.*

codificación	entrevistas en medios de comunicación	fecha
EM1	Nancy Jiménez - candidata a diputada de ultramar (entrevista en canal no oficial de youtube 100%MARKETING app)	31 de octubre de 2019
EM2	Luis Abinader - candidato a la presidencia (reportaje en noticiero NTelemicro5)	19 de mayo 2020
EM3	Luis Abinader - candidato a la presidencia (reportaje de noticiero en Televisión Del Este CNE)	15 de mayo 2020
EM4	Luis Abinader - candidato a la presidencia (entrevista en Mckenny en TV)	23 de mayo de 2020
EM5	Luis Abinader - candidato a la presidencia (reportaje en Telenoticias11)	23 de mayo de 2020
EM6	Adelys Olevarés - Diputada ultramar y candidata a la reelección por el PRM (spot en medio digital El Taller de las Noticias)	20 de junio de 2020
EM7	Norberto Rodríguez - Candidato a diputado de ultramar por el PRM (entrevista en CDN 37)	29 de junio de 2020
EM8	Neftali Rafael Fuerte - Presidente del PRM en NY (entrevista en medio digital Con Punto & Coma)	1 de julio de 2020
EM9	Norberto Rodríguez - Candidato a diputado de ultramar por el PRM (entrevista en medio digital Los Caneleros)	2 de julio de 2020

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4. *Spots electorales.*

Codificación	Spots	fecha
S1	Maribel Santos Pérez - candidata diputada de ultramar PRD-PLD (spot Porque soy como tú)	13 de marzo de 2020
S2	Luis Abinader - candidato a la presidencia (spot Para los dominicanos del mundo entero)	27 de mayo de 2020
S3	Yomare Polanco - candidato a diputado de ultramar (spot Rumbo al Congreso)	8 de junio de 2020
S4	Norberto Rodríguez - candidato diputado de ultramar (spot Vota por el Cambio)	25 de junio de 2020
S5	Gonzalo Castillo - candidato a la presidencia (spot Mensaje de Gonzalo Castillo a los dominicanos del exterior)	26 de junio de 2020

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5. *Discursos por etapa de campaña.*

Etapa	codificación	discurso	fecha
Precampaña	D1	Cierre de campaña interna de Luis Abinader	4 de octubre de 2019
	D2	Cierre de campaña interna Gonzalo Castillo	3 de octubre de 2019
Inicio de campaña	D3	Juntos podemos hacer mucho - Luis le habla al país	18 de marzo de 2020
	D4	Mensaje para la nación #GonzaloCastillo	21 de marzo de 2020
Media campaña	D5	La visión de los candidatos 2020 - Gonzalo Castillo	2 de junio de 2020
	D6	La visión de los candidatos 2020 - Luis Abinader	2 de junio de 2020

Cierre de campaña	D7	Cierre de campaña de Luis Abinader	2 de julio de 2020
	D8	Cierre de campaña de Gonzalo Castillo (mensaje con candidata a la vicepresidencia Margarita Cedeño)	2 de julio de 2020

Fuente: Elaboración propia.

5.4.- Descripción de la temporalidad y las condiciones en que se desarrolla el estudio.

El presente trabajo es transversal porque se estudió el fenómeno en un periodo específico. “Los estudios transversales se preocupan por la recolección de datos en un solo momento. Su propósito es describir la relación entre variables en un momento preciso, y pueden considerar diferentes grupos o estratos en dicha medida” (Salinas y Cárdenas, 2009, p. 94). Se consideraron los discursos desde octubre de 2019 (las primarias internas de los partidos políticos) hasta julio de 2020 (cierre de campaña electoral). Las entrevistas personales se realizaron luego de las elecciones presidenciales y congresuales, pero se le pidió al entrevistado situarse en el contexto. Es importante mencionar que la investigación se desarrolla durante la pandemia del COVID-19. Sin embargo, *no se ve afectada porque se puede trabajar con herramientas digitales*, lo cual ofrece varias ventajas, pero también presenta varios desafíos éticos que serán analizados en este apartado.

Por motivos de distancia geográfica la mayoría de las entrevistas a los participantes del estudio se hicieron por un servicio de videoconferencia, lo que delimita el alcance del estudio ya que no toda la población tiene acceso a internet (Umpierrez de Reguero y Dávila, 2016). Para James y Busher (2006), otras desventajas son: la calidad de conexión, distracciones y falta de lenguaje no verbal. Los beneficios más significativos del uso de herramientas digitales es que son convenientes, cada vez más eficientes y reducen costos y tiempos (Umpierrez de Reguero y Dávila, 2016).

Para las entrevistas se utilizará una guía de preguntas abiertas para permitir que la conversación fluya al ritmo de los participantes del estudio y, siguiendo los lineamientos y principios éticos de la Declaración de Helsinki (1964), la American Psychological Association (2010), y el Comité Ético de la Universidad Casa Grande, se hizo firmar un compromiso de confidencialidad de la información, donde se explica las condiciones de la investigación. Los entrevistados estuvieron en libertad de responder las preguntas y se consultó si se puede grabar la videoconferencia y usar la información para el estudio. Los compromisos de confidencialidad se encuentran en los Anexos.

5.5.- Técnicas de recolección de datos

Para profundizar el análisis del discurso se realizaron entrevistas, que son “la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto” (Canales, 2006 citado en Díaz *et al.*, 2013, p. 163). Es una técnica de recolección de datos frecuentemente utilizada en investigaciones cualitativas con un alcance exploratorio y descriptivo porque se obtiene la información directamente de los participantes del estudio y sus percepciones, sentidos y significados sobre los fenómenos sociales (Díaz *et al.*, 2013). C

En esta investigación se utilizó la entrevista semiestructurada porque es flexible y dinámica. El investigador hace una guía de preguntas, pero puede ajustarse para “aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos” (Díaz *et al.*, 2013, p. 164). Según Martínez (1998), esta debe basarse en la meta que se pretende alcanzar con el estudio y la revisión de literatura. Las entrevistas permitirán comprender los procesos de pensamiento de los candidatos y líderes de partidos políticos en la producción de discursos.

Con el fin de construir conocimiento y tener una mirada más profunda del problema, se utilizó la revisión documental (Gómez, Carranza y Ramos, 2017). Esta técnica de

recolección de datos sirvió para consultar investigaciones previas, buscar patrones, identificar a los autores que estudian el transnacionalismo, hallar similitudes y diferencias identificar a los autores prominentes en el campo de estudio sobre transnacionalismo, encontrar similitudes y diferencias, y conocer qué aspectos necesitan mejorarse o explorarse más (Ouellet, 1982).

6.- Análisis de los Resultados

Este apartado se realizará en base a la Teoría del Discurso Social de Verón, como **se explicó** con anterioridad. En base a las lecturas de los discursos se diseñaron categorías para la presentación de los resultados. Estas son:

Tabla 6. *Definición de categorías.*

Codificación	Categoría	Definición
V	Voto	Describe el sentido del voto para los actores clave de la oferta política y las similitudes y diferencias en los terrenos nacional y transnacional.
PC	Propuestas de campaña	Explica cómo se construyen las propuestas de campaña en relación al modelo de gestión del gobierno de turno.
EC	Estrategias de campaña, con las siguientes subcategorías: (1) Con políticas públicas (2) Familia (3) Militancia (4) Comunicación digital (5) Mensaje	Descripción de estrategias para movilizar el voto en relación a elementos que permiten mantener el vínculo entre el migrante y el país de origen.
R	Representación	Percepción de la oferta política sobre los diputados de ultramar.

Fuente: Elaboración propia

6.1.- Análisis de enunciatario y destinatario

Los discursos se estudiaron desde la teoría de Eliseo Verón para comprender sus condiciones de producción. En primera instancia se analizó si los candidatos y líderes de partidos políticos en República Dominicana se construyen a sí mismos -enunciatarios- desde

el *yo*, *ellos* o *nosotros* inclusivo o exclusivo. Al tratarse de discursos políticos, hay alusiones a confrontaciones y polémica entre la oposición y el oficialismo, por lo que puede haber distintos tipos de enunciatarios (Verón, 1993). De la misma forma, en este apartado se identificaron los destinatarios, que pueden ser prodestinatarios, paradestinatarios o contradestinatarios.

En primer lugar, se analizó la producción discursiva de Luis Abinader y Gonzalo Castillo, los dos candidatos principales para la presidencia en República Dominicana, en relación al contexto del proceso electoral y los gobiernos del Partido de la Liberación Dominicana. En segundo lugar, se realizó un breve análisis sobre cómo se construyeron los candidatos y líderes de los partidos políticos frente a los dominicanos en el territorio nacional y en el exterior. Finalmente, se especifican las conclusiones.

La oposición

Luis Abinader fue proclamado candidato a presidente de la República por el Partido Revolucionario Moderno en octubre de 2019. En su discurso predomina el *nosotros exclusivo* desde el partido político, y resalta las ideas centrales y los principios del PRM, incluyendo su preparación y experiencia, por lo que se dirige a un paradestinatario en frases como:

“En este partido, en el PRM, no hay ofensas, en **nuestro partido** hay competencia sana, a todos los niveles y no hay heridas por sanar. **En este partido tenemos orden, civismo, respeto y sobre todo confianza**” (D1).

“Nunca antes un proyecto político se había preparado tanto para gobernar como nos hemos preparado nosotros, y para gobernar bien” (D1).

Abinader se integra con los miembros del PRM y votantes en expresiones como ‘nuestro gobierno’. Con el uso de esta palabra invita a los dominicanos a gobernar el país juntos, que es su deber ciudadano votar para ‘cambiar’ a la República Dominicana. Sin embargo, cuando habla de sus propuestas de campaña excluye a los ciudadanos dominicanos de a pie para posicionarse y al PRM como órganos ejecutores de las políticas y programas de gobierno. “Vamos a cambiar en la República Dominicana la inseguridad, el desempleo, el alto costo de la vida y la corrupción. Son los problemas que más preocupan a los ciudadanos y nosotros tenemos las respuestas” (D1).

En los comienzos de la pandemia de COVID-19, que coincidió con el inicio de la campaña electoral en República Dominicana, Abinader continúa construyéndose a sí mismo - enunciatario exclusivo - desde su partido político y se dirige al colectivo dominicano en frases como:

“Nosotros, como principal fuerza política del país, debemos dar un responsable paso adelante” (D3).

“Estamos en la obligación moral de proteger a nuestra gente para lograrlo” (D3).

“Tenemos el deber de ayudar al pueblo dominicano en todos los esfuerzos para revertir la propagación de este virus y devolverle la tranquilidad a todos los ciudadanos” (D3).

Abinader pocas veces habla con el ‘yo’, excepto para referirse a sí mismo como líder de la oposición. “Asumo el compromiso de dirigir la batalla de mayo con entusiasmo y esperanza” (D1). “Nunca he tenido ambición de mandar sino un profundo deseo de servir, quiero ser presidente de todos los dominicanos” (D7).

En la producción discursiva de la oferta política de la oposición se hace alusión a un sentimiento de responsabilidad con el pueblo dominicano de cambiar el país. Es por esta razón que se repite la palabra ‘cambio’, que también forma parte de su eslogan de campaña *el cambio va*. Incluso en el cierre de su campaña dice que “La palabra cambio no la pronunciamos como un lema de campaña, el cambio es un verdadero compromiso programático para enfrentar los problemas nacionales” (D7).

En ese sentido, Abinader construye su discurso en base al partido de gobierno, un ‘*ellos contra nosotros*’, lo que pone en evidencia el enfrentamiento político. El PLD lleva en el poder 16 años y en la política 47, por lo que alude a la necesidad de una visión nueva y diferente para gobernar la República Dominicana al criticar al modelo de gestión. Por ejemplo:

“Cambiar para no ser el país con mayor promedio de inseguridad de la región, cambiar para no seguir teniendo la tasa de desempleo en jóvenes más altas de latinoamérica, cambiar para que la mayoría de los hogares sí ganen lo suficiente como para cubrir la canasta básica, cambiar para la corrupción no siga convirtiendo el presupuesto público en patrimonio privado” (D1).

Este discurso traspasa las fronteras nacionales, pero es más puntual y le habla a prodestinatarios y contradestinatarios. Nefthalí Fuerte, presidente del PRM en Nueva York, refuerza la idea de un cambio de gobierno al decir “Danilo es más de lo mismo, Danilo es ciego y sordo y mudo cuando le conviene, el país está viviendo lo peor” (EM8), y utiliza la palabra ‘Penco’ para referirse de forma despectiva a Gonzalo Castillo, el candidato del PLD. En el suroeste de República Dominicana, es usada coloquialmente para hablar de una persona que tiene grandeza. Sin embargo, en la Real Academia Española [RAE] (2020) el significado

es “Caballo flaco, viejo y desgarrado, de poco valor y utilidad”. Uno de los informantes, diputado de ultramar por Fuerza del Pueblo, refuerza esta marca de sentido en la red discursiva diciendo que “No ha sido buena la experiencia con un gobierno que es egoísta, que es maquiavélico” (E5). La Fuerza del Pueblo no fue aliada del PRM en la contienda por la presidencia, pero pertenece a la oposición.

El oficialismo

Gonzalo Castillo ganó en las primarias internas del PLD en octubre de 2019 y fue proclamado candidato a presidente de la República, lo que generó conflicto dentro del partido. Leonel Fernández, ex presidente y favorito entre los peledeístas por ganar la presidencia en tres ocasiones, acusó de fraude y decidió formar la Fuerza del Pueblo para participar en las elecciones presidenciales y congresuales con sus seguidores. Esta ruptura en el PLD se ve reflejada en el discurso.

Castillo se construye a sí mismo, en su mayoría, desde el 'yo' y su discurso se basa en su trabajo como ministro de Obras Públicas y Comunicaciones en el gobierno de Danilo Medina, la siguiente cita es un ejemplo de ello. “En mis siete años como ministro y en mis recorridos por los barrios y sectores he tenido la oportunidad de escuchar y ver de cerca las necesidades y prioridades de la gente” (D5). Se encontró que apela más al dominicano que se benefició del PLD, es decir, se dirige a un prodestinatario. Utiliza la expresión “Yo soy de hacer” (D8) y varias veces dice 'mi gobierno' para posicionarse como autoridad, pero para hablar de la ejecución de dicho programa utiliza el 'vamos a' con verbos como mejorar y reactivar, que aluden a que va a continuar con el gobierno de Danilo Medina. “Lo que el gobierno del presidente Medina logró en materia de construcción de escuelas públicas, lo haremos promoviendo la construcción de 100.000 viviendas” (D6).

En el discurso de Castillo hay un ‘*ellos contra nosotros*’ cuando quiere legitimar su candidatura ante los miembros del PLD y los votantes. ‘*Ellos*’ son Fuerza del Pueblo (FP), el

nuevo partido político de Leonel Fernández, quien lo acusó de fraude en las primarias internas y se llevó a una gran cantidad de peledeístas a FP. Por tal razón, Castillo utiliza frases como “Dejemos atrás la **vieja política**, la política de las peleas, las agresiones, las mentiras y las falsedades, y caminemos juntos hacia la nueva política basada en la decencia y el respeto hacia todos y hacia todas” (D2) y “Yo soy esa **sangre nueva** que habló el Presidente Danilo Medina” (D2). Por vieja se refiere a que Fernández ya gobernó anteriormente la República Dominicana y que el presidente Medina necesita una visión fresca, dinámica y movilizadora para continuar su gobierno.

Dominicanos

En la red discursiva se encontró que la oferta política se construía a sí misma - enunciatarios- en base a la identidad del dominicano. En los discursos, tanto de la oposición como del oficialismo, predomina el *nosotros inclusivo*. Durante el inicio de la pandemia del COVID-19, que coincidió con el inicio de campaña, se decían frases como “Somos una gran familia y debemos preservarnos para que la vida de nuestro país sea eterna. Nuestra gente resistirá, como lo ha hecho hasta ahora y se levantará después fuerte, feliz y dichosa como siempre” (D3) y “Los dominicanos pensamos distinto en muchas cosas, pero siempre nos unimos y sacamos lo mejor de nosotros frente a las dificultades” (D4). El dominicano se enfrenta a adversidades y obstáculos de gran importancia, pero es resiliente y supera las crisis.

El *nosotros inclusivo* continúa presente en el discurso cuando los enunciatarios hablan de la participación en los procesos electorales. El dominicano es un ser político por naturaleza, se involucra en actividades relacionadas con partidos políticos y opina sobre coyuntura. La política es un tema de conversación en la mesa para los dominicanos. Un informante del Partido Revolucionario Social Demócrata, dice “Nosotros seguimos la política

básicamente con la misma pasión que seguimos un deporte y **sin importar en el nivel o en el escalón de la población a la que pertenezcas**” ...“**quienes emigran se llevan eso**” (E1).

Con estas palabras, el enunciario incluye a todo el colectivo dominicano y reconoce que es una situación que trasciende las fronteras nacionales.

Según E5, **“El dominicano por tradición es una persona política”** **“todo el mundo se involucra”** (E5). Esto se refuerza, de acuerdo a Burgess y Tyburski (2020), con la movilización de los partidos políticos en el exterior. La participación en elecciones aumenta por el esfuerzo activo de los partidos políticos para que los migrantes participen en elecciones, sean ellos o sus familias en el país. Por eso hay sedes y sucursales en el exterior, y se realizan visitas periódicas de los candidatos presidenciales a las comunidades de los emigrantes.

La oposición y el oficialismo se refieren a los emigrantes como ‘la diáspora dominicana’, reconociendo su origen al utilizar el gentilicio, pero al mismo tiempo el hecho de que se encuentran fuera del país. Los enunciarios relacionan diáspora con desplazamiento, no necesariamente forzoso, pero sí hacen alusión a que la ineficiencia y la ineficacia de los gobiernos obligó a los dominicanos a emigrar. Cabe mencionar que en la historia de la migración de República Dominicana la dictadura de Rafael Trujillo (1930-1961) marcaría el inicio de un proceso migratorio ligado a condiciones políticas, que con el pasar de los años se convertirían en sociales y económicas. En el trujillismo fueron exiliados decenas de políticos que fundaron partidos en el exterior para oponerse al trujillismo, y la migración comienza a aumentar por una mala gestión de los gobiernos de turno. Los candidatos y líderes de partidos políticos en la arena electoral nacional alegan que el ‘criterio histórico’ (E2) de la proliferación de comunidades en la diáspora es el partido de gobierno, al menos en las últimas décadas.

“El niño que tenía 15 años cuando ese partido inició el gobierno, tenía 30 años al momento de esta votación. Eso le da una situación que cuando es migrante, sus padres o él abandonaron su país de origen por una situación económica, una situación de seguridad o quizás un ascenso social y esas situaciones” (E1).

“La mayoría de los dominicanos que deben salir de su país por condiciones de trabajo, buscando mejores condiciones de vida, de una u otra manera le endilgan un poco de culpa al gobierno de turno, ya sea por la corrupción, por la impunidad, porque no se generaron las políticas, las condiciones laborales, yo tuve que irme de país” (E2).

Cabe recalcar que a finales de la década de 1990, cuando Leonel Fernández era presidente de la República, los dominicanos residentes en Estados Unidos se duplicaron. En 1990 eran 350.000 y en el 2000 eran 879.000 (IPM, 2014).

Otros términos que se usan son ‘dominicanos en el exterior’ y ‘**nacionales en el extranjero**’, los cuales crean colectivos de identificación en la red discursiva de la oferta política. De acuerdo a E2, se encontró que utilizaba el término ‘nacionales en el extranjero’ y también se refería al dominicano en el exterior como un ‘ciudadano’ que tenía derechos, por lo que asociaba el término nación con ciudadanía. Para Acosta (2018), un ‘nacional’ y un ‘extranjero’ se distinguen por su estatus legal. Cabe recalcar que este es un claro ejemplo de desterritorialización de un Estado según Collyer (2014). Los dominicanos aún gozan de derechos cuando emigran, sus intereses son representados en el Congreso Nacional con las diputaciones de ultramar y pueden votar en las elecciones presidenciales, pero pierden la facultad de elegir a diputados nacionales y participar en las municipales.

Los candidatos y líderes de partidos políticos ven a los emigrantes por su capacidad de trabajadores y aporte a la economía de la República Dominicana, haciéndoles merecedores del derecho a votar. Luis Abinader dice:

“Es muy importante a una diáspora que contribuye tanto con la República Dominicana donde una parte importante de los ingresos en divisas vienen por las remesas, **tenemos también que darles la oportunidad de que puedan votar, de que puedan tener ese poder político de elegir su presidente**” (EM3).

“Ha llegado el momento de acercarlos, que participen en las decisiones y que sin importar dónde estén, **se beneficien como si estuvieran aquí**” (S2).

En el discurso se reconoce la participación de los dominicanos en el exterior en las elecciones de su país de origen y que esto los incluye dentro los beneficios del Estado Dominicano, por eso el voto en el exterior fue enunciado en los discursos de las elecciones presidenciales y congresuales de 2020. De la misma forma, Gonzalo Castillo incluye a los emigrantes dentro del colectivo dominicano en expresiones como “Voy a ordenar que todos los servicios que requieren los dominicanos de la diáspora sean mucho más simples y ágiles, y lo más importante, **ustedes serán siempre parte de todos mis proyectos y planes para beneficiar a los dominicanos**” (S5). “**Conmigo las oportunidades son para todos los dominicanos sin importar dónde estén**” (S5). En el discurso se refleja la idea de la desterritorialización del Estado, que evidencia al transnacionalismo político en República Dominicana. Castillo también usa la palabra 'compatriotas' en un spot electoral dirigido a los dominicanos en el exterior, que hace alusión al hecho de que todos son de un mismo país. A este respecto, los enunciatarios se dirigen a paradesinatarios y utilizan el *nosotros inclusivo*, integrando a los dominicanos en el exterior en la política y en la economía de su país de origen.

En el análisis del discurso, se encontró otros enunciatarios de la oferta política, que a su vez son emigrantes: los diputados de ultramar. Al igual que en el terreno nacional, en el

espacio transnacional se puntualiza la importancia de los emigrantes en la economía dominicana. Nancy Jiménez, candidata por la circunscripción 1 del PLD establece que **“Entendemos que nosotros somos el aporte mayor para que la economía en la república dominicana esté estable”** (EM1). De la misma forma, se resaltan los vínculos con el país de origen y el apego a los valores y principios en República Dominicana en frases como **“Nosotros somos defensores de los valores patrios”** (EM1). También se utilizan adjetivos calificativos en spots electorales para llamar al voto. Yomare Polanco, candidato del PLD por la circunscripción 1, les decía **“...la gente de dignidad, la gente de honor, la gente buena de esta diáspora”** (S3). Cabe mencionar que también utilizan colectivos de identificación, como lo hace Norberto Rodríguez, candidato del PLD, quien se dirige a sus votantes como **“dominicanos y dominicanas de la diáspora”** (S4). Los candidatos a diputados de ultramar se incluyen dentro de los migrantes y el 'ellos' son los ciudadanos residentes en República Dominicana. En conclusión, predominó el *nosotros exclusivo* y los discursos apelaban más a los prodestinatarios, ya que se dirigían exclusivamente a los dominicanos en el exterior.

6.2.- Descripción y análisis de categorías

En el siguiente apartado se estudiará el sentido en los discursos de la oferta política a través de categorías que se identificaron a lo largo de la investigación.

A. Voto

La primera categoría analiza lo que dicen los enunciatarios sobre el voto en la República Dominicana tanto en el terreno nacional como transnacional. En la producción discursiva se encontró que en el espacio transnacional las elecciones son vistas como 'fiestas nacionales' (E5). El término 'nacional' incluye a los dominicanos en el exterior.

Las elecciones presidenciales y congresuales de 2020 fueron pospuestas por la pandemia de COVID-19 y el temor al fraude, que provenía por las fallas en el sistema

electrónico de voto en el proceso electoral para elegir a los funcionarios de los gobiernos locales en febrero. La población sentía rechazo hacia el partido de gobierno porque tenían más de una década en el poder y los problemas como la corrupción y el desempleo persistían. Los factores contextuales sentaron la base de las marcas de sentido en los discursos de la oposición. Es por este motivo que después de las elecciones, para los enunciatarios el voto fue un 'castigo' de los dominicanos al PLD. “Al analizar los números de las elecciones, fueron realmente un castigo al partido que era de gobierno, un acto de rechazo al partido de gobierno” (E1). En el terreno nacional fue por el desgaste del gobierno, que aprovechó Abinader para utilizar la expresión ‘el cambio va y el PLD se va’ en numerosas ocasiones. Según E3, “la gente no votó por el PRM. **La gente votó porque estaba cansada del PLD**”. En el espacio transnacional, los enunciatarios perciben que los dominicanos en el exterior siempre están a favor de los partidos de oposición porque ven los gobiernos como los ‘culpables’ de su migración. Para E2 del Partido Quisqueyano Demócrata Cristiano, “ese ha sido el criterio histórico que ha imperado en República Dominicana. En todos los procesos, la mayoría de los ciudadanos en el exterior apoyan a la oposición”. Como ya se mencionó anteriormente, varios dominicanos fueron exiliados en la dictadura de Rafael Trujillo (1930–1961). El exilio fue una causa de migración en República Dominicana durante esa época y los políticos que huían porque eran perseguidos por Trujillo se organizaban para mantenerse activos en el exterior y oponerse al régimen. Entre ellos estaba Juan Bosch, opositor de la dictadura, quien fundó el Partido Revolucionario Dominicano (PRD) mientras estaba en el exilio en Cuba. Bosch estuvo por 23 años exiliado y lideró como migrante la oposición, por lo que puede ser una huella histórica. Sin embargo, en la actualidad esto es debido a que los políticos no son capaces de asegurar buenas condiciones de vida para todos.

Los enunciatarios construyen al voto como un ‘poder’. Cuando Abinader habla del voto en el exterior, asevera: “Tenemos también que darles la oportunidad de que puedan

votar, de que puedan tener ese poder político de elegir su Presidente” (EM3). Al decir que es ‘su presidente’, se evidencia nuevamente el Estado dominicano desterritorializado. Un informante del Partido Revolucionario Social Demócrata, establece que el emigrante “le genera fuerza porque al ser una fuerza **que pueda opinar**, entonces ya los políticos se preocupan por mejorar situaciones de las que le puedan favorecer a esa población exterior”. En el discurso se reconoce su influencia en las elecciones y el potencial para hacer grupos de presión. Esto se relaciona con la literatura sociopolítica en migración, transnacionalismo y ciudadanía, en la cual se manifiesta que el derecho al voto de los emigrantes les interesa a los políticos cuando se dan cuenta de la capacidad de poder a nivel nacional, la importancia de las remesas para la economía y las ventajas en la política doméstica. Los actores clave, desde partidos políticos hasta instituciones, apoyan el voto en el exterior solo si los beneficia electoralmente (Lafleur, 2013; 2015).

El voto en el exterior es importante para los candidatos y líderes de partidos políticos por la influencia que los dominicanos en el exterior tengan en sus familiares en República Dominicana. Para E2, “**es bastante importante la votación en el exterior, no porque puedan votar, sino porque pueden inducir a que otros te voten**”...“El apoyo que generan los dominicanos en el exterior con familiares que tienen en República Dominicana, ahí es que viene el gran impacto”. Esto se refleja en la contribución de Paarlberg (2017), quien sugiere que el emigrante influye en el país de origen a través de los familiares ya que los convence para votar por el candidato de su elección. Su verdadera capacidad no está en su voto directo, si no en el de su familia. E3 concuerda que no tiene una gran influencia en las elecciones por sí solo, diciendo que “no determina subir o bajar a un presidente”, pero que sí hay beneficios indirectos como el ya mencionado. El voto en el exterior también se asocia con la dependencia económica de las remesas. Para E6, el voto “en el caso de los dominicanos residentes en el exterior es una forma de mantener los lazos con el país porque representan un

pilar en la economía gracias al envío de remesas”. E3 concuerda que “se necesita ese voto del exterior ya que después de la campaña se manifiesta en remesas”. Es por esta razón que los políticos se esfuerzan por mantener los vínculos entre los emigrantes y el país de origen (Lafleur, 2013). Siendo así, el sentido del voto en el exterior en el discurso sobre poder se relaciona con la capacidad de influencia en los familiares y el envío de las remesas. Se puede argumentar que el sentido que se le asigna al voto en el exterior es de ‘necesidad’ o pragmatismo.

Cabe mencionar que la oposición incorporó en la red discursiva alusiones a los problemas de logística de las elecciones en el exterior para difundir el mensaje de que el partido de gobierno no quería que los emigrantes voten. El ex presidente Danilo Medina puso a debate el proceso electoral por la emergencia sanitaria en Estados Unidos y en España, que causó furor. Luis Abinader expresó su malestar con frases como **“lo que ellos tienen es que acelerar y no poner tanto obstáculos para las elecciones y mucho menos tampoco para las elecciones en el exterior”** (EM4). **“Claro el PLD no quiere, no, el PLD no quiere el voto en ningún sitio... que haya voto en el exterior, el voto exterior ya está autorizado, o sea que todo el exterior, toda la diáspora dominicana debe prepararse para ir a votar”** (EM5). Incluso le da opciones a la ciudadanía, diciendo que **“para los abogados y expertos constitucionalistas se puede también realizar el voto por correo”** (EM2). En su discurso Abinader dio a entender que el problema también era a nivel nacional, pero que era más urgente en el exterior. Los entrevistados argumentaron que el partido de gobierno sí tuvo la intención de tener las elecciones en el exterior y que el problema vino de los países receptores.

Durante el análisis se encontró que en el espacio transnacional, el partido de oposición introducía matices en el discurso para poder convencer a los dominicanos de votar, asociando la participación en las elecciones con mejores condiciones socioeconómicas. Neftalí Fuentes, presidente del PRM en Nueva York, dijo: **“que no tengan que hacer lo que tuve que hacer yo**

hace más de 20 años para emigrar buscando un mejor país” (EM8). El recurso de culpar al partido de gobierno por la migración de los dominicanos es utilizado frecuentemente en la red discursiva para movilizar el voto.

Finalmente, la diferencia de ejercer el derecho al voto en el terreno nacional y el espacio transnacional, “...es el alto costo de la política y el tema de manejo de transporte a los centros de votación” (E5). Los dominicanos en el exterior necesitan ser motivados para votar. “Aquí hay que buscar a la gente para llevarla a votar, si tú no la movilizas no votan” (E5). La enunciación sugiere que hay que recorrer largas distancias y que los migrantes dominicanos, ocupados con sus deberes normales de la vida, necesitan de ese apoyo.

B. Propuestas de campaña

En este apartado, se analizan los discursos con marcas de sentido sobre las propuestas de campaña en el terreno nacional y cómo se relacionan con el espacio transnacional. En la red discursiva del partido de oposición el término clave es ‘cambio’ y en el de gobierno el verbo ‘continuar’, en relación a los planes, programas y proyectos propuestos durante el periodo electoral.

La palabra 'cambio' invita a los dominicanos a desprenderse del PLD y los perjuicios que le han causado a la población mientras estuvieron en el poder. Abinader ofrece cambiar cada negativo a un positivo, lo que ayuda a dar a conocer los temas que le interesan a los dominicanos y posiciona al candidato en el imaginario de los votantes como líder del 'cambio' que se viene a República Dominicana. También asigna una valoración moral a ambos partidos, posicionando el suyo como el bien/positivo y al PLD como mal/negativo. “El pueblo necesita es **cambiar** la enfermedad por la buena salud, es cambiar la inseguridad por la seguridad, es cambiar el desempleo por el trabajo abundante, es cambiar los bajos salarios por sueldos dignos, es cambiar la corrupción por la transparencia y eliminar la impunidad” (D7). En los discursos se reconoce que la lucha contra la corrupción trasciende las fronteras

nacionales y le preocupa a los emigrantes. Para E2, “...**siempre existe en la percepción del ciudadano que está en el exterior, que por la corrupción, el país está como está**”.

Además, usa el verbo ‘calar’ para referirse a la identificación de los dominicanos en el exterior con la corrupción a nivel nacional. Resulta interesante porque infiere que el mensaje se introduce en el espacio transnacional a través de los familiares y se genera un sentimiento de identidad. Un informante indica que siente que “...lo que pasa en el país se va a reflejar en el exterior”. Se refuerza la idea de que el emigrante tiene un vínculo fuerte con su país de origen y es incluido cuando se habla de los problemas nacionales, para los políticos son *parte de* República Dominicana.

El sentido de las propuestas de campaña en el discurso de Gonzalo Castillo es la continuidad del gobierno de Danilo Medina. No se presentan nuevas propuestas y más bien habla de mejoras y de ‘no detener’, es decir, que siga su curso. Esto se ejemplifica en frases como “todo lo bueno de esta grandiosa gestión del gobierno y mucho más **no sólo va a seguir, sino que va a tomar mayor velocidad**” (D2) y “como presidente, **continuaré** los programas” (D5). Sin embargo, este discurso es para los dominicanos que se han beneficiado del PLD y no se ofrece una alternativa a quienes están descontentos y desilusionados con el partido de gobierno.

Sobre los dominicanos en el exterior, Luis Abinader los menciona en una de sus propuestas de campaña. “Fomentar una tutela de dominicanos radicados en silicon valley, la idea es que estos emprendedores creen sus empresas en el país” (EM6). Al decir que están ‘radicados en silicon valley’, se tiene la intención de crear en el imaginario de los votantes que son empresarios de alto rango. Silicon Valley se asocia con compañías como Apple y Facebook, entre muchas más. Es importante denotar que esta propuesta incluye a los emigrantes, pero para beneficiar a la República Dominicana. En cambio, Gonzalo Castillo dice “Al igual que los que residen en la república dominicana, como ejemplo, estarán

incluidos en mi plan de las 100.000 viviendas que vamos a construir y que serán subsidiadas por el Estado” (S5). En su discurso, sugiere la posibilidad del retorno al ofrecer una vivienda.

El sentido de las propuestas de campaña para los dominicanos en el exterior, desde la perspectiva de la oferta política a nivel nacional, es que han sido elaboradas para impactar positivamente la economía de República Dominicana, pero no a las comunidades de emigrantes. E1 sugiere que “al ofrecerle esas condiciones en República Dominicana se facilita la inversión de ese capital extranjero convertido en divisas, lo cual **hace crecer a la República Dominicana**”. E3 expresa que “**Todo va amarrado a la parte económica** que te mencionaba al principio que **nosotros recibimos**”. Para los políticos, el aporte económico por medio de las remesas es el motivo para diseñar y proponer políticas públicas, y por eso en su imaginario es un beneficio para el país.

C. Estrategias de campaña

En esta categoría se contemplan las marcas de sentido sobre las estrategias de campaña de los partidos políticos en República Dominicana. En la red discursiva se encontró que los cálculos estratégicos para movilizar el voto tenían relación con (1) políticas públicas, (2) los familiares en el país de origen, (3) la militancia y (4) la comunicación digital. Estas conclusiones fueron respaldadas por el análisis del discurso de los entrevistados y por tal razón se hicieron subcategorías.

Con respecto al primer punto, el sentido que se le da a las políticas públicas como estrategia en la producción de discursos es que fortalece los vínculos con el país de origen y que le interesa a la oferta política por las remesas. E2 dice: “Las políticas que se han aplicado en República Dominicana van en ese sentido y van también más en el sentido de **movilizar la economía local que en beneficiar al extranjero**”. E3 refuerza este argumento al decir: “Cuando ya las remesas de un país están incluidas en el Producto Interno Bruto, **tú tienes que legislar políticas públicas para esos emigrantes, para mantenerlos, hablando claro**

entre colegas, entretenidos". Por 'entretener' se refiere a que atraen la atención de los dominicanos en el exterior con temas económicos que benefician directamente a las familias. La enunciación se configura como despectiva sobre las políticas públicas ya que infiere es una ilusión de inclusión. Para E4, no se puede olvidar que "las personas **están vinculadas** con las personas a las que puede ser que les estén mandando despensas o dinero con cierta periodicidad". En esta frase se alude a que los emigrantes están vinculados a República Dominicana debido a las remesas y es por esta razón que la oferta política considera necesario ofrecer facilidades para que los emigrantes puedan enviar dinero a sus familiares.

Otra marca de sentido que se encontró es que las políticas públicas están hechas para el beneficio de República Dominicana. Cabe mencionar que los partidos políticos, en especial el de gobierno, en campaña electoral utilizan a las embajadas y consulados para llevar a cabo políticas públicas para que los dominicanos en el exterior "**...al momento de su retiro puedan contar con formas de volver al país, ya sea de manera económica, de manera de inversión y de políticas que les beneficien directamente a ellos**" (E3). En el discurso se evidencia que el emigrante tiene una relación permanente con su país de origen y que se le permitirá regresar eventualmente si así lo desea.

En segundo lugar, los discursos sobre las estrategias de campaña que incluyen a los familiares dejan marcas de sentido que son el factor más influyente en el voto y las campañas electorales en el exterior. Según E4, "...cuando pensamos en los dominicanos en el exterior en el fondo tienes que pensar también en las familias en el país". Hay una frecuente mención de la familia en la red discursiva y por eso merece una subcategoría en este apartado. "**Aquí decimos en República Dominicana que no hay un solo dominicano o Dominicana que no tenga un primo, un hermano, un tío, un familiar, un Estados Unidos o en Europa**" (E2). "Los políticos se preocupan por convencer a esa población exterior de que son ellos que van a crear las condiciones suficientes para que **los dominicanos que estén acá estén bien**, pero

por el **contacto directo que tienen con sus familiares**” (E1). Al decir ‘los dominicanos que estén acá’ se hace referencia a las limitaciones territoriales y se evidencia el espacio transnacional con las palabras 'contacto directo' porque hay un canal de comunicación abierto entre las personas. Entonces, el bienestar de la familia motiva al emigrante a votar por un candidato o partido político y, por lo tanto, la oferta política elabora sus estrategias de campaña con temáticas que llamen la atención de los familiares para que comiencen a permear en el exterior.

En una tercera subcategoría se hace referencia a lo que se dice sobre la militancia desde el punto de vista estratégico. Sobre el partido de gobierno, se utiliza a los embajadores y cónsules que son militantes para que hagan campaña en el exterior. “Esa gente tiene la responsabilidad de replicar y de jugar un rol, el rol de hacer el trabajo consular y de embajador, pero también hacer el trabajo político al que fue llamado” (E3). El verbo ‘jugar’ infiere que el trabajo oficial no es tomado con la seriedad que merece y que no se respeta la institucionalidad en República Dominicana, ya que las embajadas y consulados son utilizados para fines políticos. Por otro lado, las sedes y sucursales en el exterior son vistas como una estrategia para movilizar el voto y mantener la cercanía con la militancia en las comunidades de emigrantes. “Lo que de una u otra manera le da a ese dominicano esa importancia de que ciertamente es tomado en cuenta es que vayamos allá, conversar con ellos, a conocer sus problemas” (E2). En el imaginario de los políticos, la militancia es un recurso que tiene un enorme potencial en la campaña electoral, por lo que amerita una atención especial.

Los militantes de partidos políticos, tanto en el terreno nacional como transnacional, son importantes para el ‘boca a boca’. Es una estrategia de difusión de la campaña en territorio. “Nosotros tratamos mucho personalmente entre núcleos pequeños. Cada persona quizá se encargaba de siete u ocho personas y eso hacía crecer a otros núcleos” (E1). “Ese tú a tú, ese boca a boca es lo que motoriza. Y no solamente aquí, sino en el exterior, es lo que va

motorizado que la gente vaya a votar” (E3). En los discursos, los líderes de las comunidades de emigrantes son importantes para la estrategia de campaña por los años que llevan trabajando en las causas de los dominicanos en el exterior y su nivel de influencia. E3 pone de ejemplo al PRM, que fue fundado por ex miembros del Partido Revolucionario Dominicano y se encargó de convencer a decenas de sedes y sucursales en el exterior que pertenecían al PRD de unirse a su proyecto político. Por eso dice que “Las bases se deben a sus dirigentes, no al partido” y que el emigrante “votó porque su dirigente, que era del PRD, pasó al PRM y votó por el dirigente, por lo que el dirigente le podía prometer, no ni siquiera por el mismo partido del PRM” (E3). Nuevamente, en el discurso se evidencia una marca de sentido de cercanía. Esto refuerza E6 diciendo que “las actividades que realizan los candidatos en el exterior son más pasivas y cercanas, además es mucho más difícil abarcar toda la zona de las circunscripciones porque están compuestas por varios países”, pero también pone en evidencia los problemas logísticos de hacer campaña en el exterior.

Por la pandemia del COVID-19 tomó relevancia la comunicación digital, convirtiéndose en una subcategoría en este análisis del discurso. El uso de WhatsApp fue la estrategia más mencionada por los entrevistados. Sobre Luis Abinader hubo “una campaña **brutal** que hubo en la campaña del presidente que es de WhatsApp” (E4). Otra red social que se consideró como estratégica fue Twitter, por ser una plataforma de opinión. E4 dice que se utilizó el ‘sentimiento de hastío y de hartazgo’ en la estrategia para las redes sociales de Luis Abinader y calificó a la campaña electoral como una ‘competencia’, reconociendo que hay confrontaciones en la arena electoral y en los discursos políticos.

Finalmente, el mensaje en una campaña electoral fue frecuentemente mencionado en los discursos, por lo que se considera una quinta y última subcategoría en estrategias de campaña. Para los partidos políticos es importante que haya una cohesión. E1 dice que “Eso es lo que se le ve, lo que se le da y lo que se le informa igual al que está en el exterior. Al

menos, la imagen partidaria, muy cohesionada” y agrega sobre la producción discursiva de la oposición que “el discurso era más **agresivo** en el exterior” (E1). El uso de ‘agresivo’ hace referencia a la intensidad de las críticas al partido de gobierno. E2 considera que “el discurso claro que no cambia por condiciones momentáneas del partido de gobierno. Hemos sido constantes...” Los enunciatarios reconocen que la situación coyuntural es un elemento importante en la producción de los discursos, pero que una vez elaborado el mensaje político, se debe de mantener la misma línea discursiva.

D. Representación

En la última categoría se estudia el sentido de la representación de los dominicanos en el exterior en el Congreso Nacional por los diputados de ultramar. Se encontró que los enunciatarios en el terreno nacional consideran que el uso de este cargo público ha sido para beneficio privado en numerosas ocasiones, pero en el espacio transnacional los candidatos se perciben como parte de un esfuerzo sostenido para representar los intereses de los emigrantes en el país de origen.

En el discurso esta figura jurídica funciona como entretenimiento para los dominicanos en el exterior y hay una falta de representación real. E3 dice: “creo que es más una representación para **darle pan y circo a los migrantes**.. esos representantes, lo que cuando lo vive desde adentro, lo que **come es mucho queso, bebe mucho vino**”. ‘Pan y circo’ se usaba en la antigua roma y es una expresión peyorativa que describe las políticas y prácticas de gobierno para mantener el orden y la tranquilidad pública. Asimismo, ‘come es mucho queso, bebe mucho vino’ da a entender que los diputados de ultramar disfrutaban de los beneficios, pero no realizan un trabajo equiparable a sus cargos legislativos. E2 agrega que “aquí se ha criticado mucho a los diputados a ultramar, no por la curul de que representen al exterior, sino quizás por el uso que muchos le han dado a esa posición. Entonces sí entiendo que es necesario porque tenemos muchos dominicanos”. En la red discursiva se percibe que a

nivel nacional no se conocen los logros que han obtenido para la comunidad que los eligió y se consideran que son un gasto para el Estado. “El costo impositivo que nos representa tener esos diputados en el exterior para mí no compensa la labor que hacen” (E1). Para los actores clave de la oferta política que fueron entrevistados y residen en el país, desde su perspectiva como votantes, los diputados de ultramar no han hecho ningún tipo de legislación que aporte a República Dominicana y a los emigrantes. Cabe mencionar que los partidos políticos que representan sí hacen campaña en el exterior, pero se concentran más en las elecciones presidenciales que en las congresuales. Los diputados de ultramar son como un recurso para los candidatos a presidente. Según E6, “habrá una estructura más activa que trabajará por el voto de los diputados de ultramar y por ende por el voto presidencial, esto tanto en gestión como en aporte de recursos al partido” (E6)

En el imaginario de candidatos y ex diputados de ultramar, es una figura jurídica necesaria en el Congreso Nacional. E5 argumenta que el gobierno no aprobaba las leyes que proponían, en especial durante este último año. E5 en 2019 se separó del PLD y se fue a Fuerza del Pueblo, partido de Leonel Fernández. “Ese **enfrentamiento político** impidió que tuviésemos buenos resultados en el Congreso Nacional” (E5). En el análisis de discurso se evidencia un rechazo al partido de gobierno y la razón por la que los diputados de ultramar no puedan realizar sus funciones a cabalidad.

Nancy Jiménez, candidata a diputada de ultramar del PLD por la circunscripción 1 dice: “la verdad es que es **bastante, bastante, la labor** que debe hacer un diputado, ¿por qué? porque **nosotros seremos voz y nosotros podemos representar todas las necesidades**” (EM1). Repite ‘bastante’ como para justificar el trabajo de los diputados de ultramar y además alude a la representación de los intereses de los dominicanos en el exterior con la expresión ‘seremos voz’. Norberto Rodríguez, del PRM, menciona que: “La función de un diputado simple es legislar y fiscalizar por los bienes de **nuestro país**” (EM9) y

“cuando llegue al congreso voy a pelear y le voy a tocar la puerta a todos mis compañeros congresistas a que apoyen, porque ellos también **tienen familiares acá que necesitan del apoyo de ellos**” (EM7). Al usar ‘nuestro’ se incluye con los diputados nacionales y el colectivo dominicano, y ve a la familia como un recurso para convencer al voto. Maribel Santos, del PLD, en su spot electoral utiliza la frase “como dominicana comparto las mismas necesidades que tú” (S1). El diputado de ultramar, al ser emigrante, introduce en los matices discursivos recursos lingüísticos que puedan generar sentimientos de identificación. En conclusión, hay dos marcas de sentido en los discursos sobre representación de los dominicanos en el exterior. En el territorio nacional, la oferta política considera que es un stratagema, mientras que en el imaginario de los políticos en el espacio transnacional garantiza una representación real.

6.3.- Discusión de resultados

En el análisis del enunciatario, se encontró marcas de producción. Los dominicanos en el exterior mantienen una gran fidelidad a su país de origen y conservan rasgos de su identidad cuando se van del país, como lo es la participación en la política y en elecciones. Hay un factor de simultaneidad que tiene relación con el fenómeno del transnacionalismo (Tsuda, 2012; Wimmer y Glick Schiller, 2002). Como argumenta Finn (2020), los migrantes pueden atravesar un proceso de (re)socialización y cambiar su comportamiento al votar Sin embargo, la evidencia empírica recopilada y analizada arriba parece no encontrar soporte para este supuesto. A los dominicanos parece no afectarles los procesos de resocialización. Tal vez en sus inclinaciones ideológicas ya que se especifica que hay una preferencia por el partido de oposición en las comunidades de emigrantes, quienes identifican a los gobiernos como los culpables de que abandonaran su país de origen porque no pudieron crear un entorno estable que les haya permitido quedarse y además tienen familiares que les conversan sobre la

situación actual del país, que en el caso de República Dominicana se ha visto agravada por la corrupción y el desempleo según la exploración del intercambio discursivo.

En la red discursiva se refuerza que todos participan en los procesos electorales y que las campañas de los partidos políticos en el exterior son el resultado del apoyo de una comunidad activa y entusiasta ; entonces, es una práctica que trasciende las fronteras nacionales y según Bauböck (1994) puede ser calificada de transnacional. Para Østergaard-Nielsen (2003), estas prácticas políticas transnacionales se dan por los lazos intensos del migrante de República Dominicana con el país de origen. En el discurso hay un reconocimiento de la ciudadanía y el derecho a votar al referirse al migrante dominicano como un ‘ciudadano’. Esto le da la oportunidad de ser partícipe de la política en el país de origen, por lo que se infiere que el dominicano mantiene su membresía política (Bauböck, 2003; 2007).

La marca de sentido del voto de los dominicanos en el exterior en el discurso es de poder. Los beneficios para la oferta política pueden ser políticos, económicos o sociales (Rhodes y Harutyunyan, 2010). En este caso, se asocia este voto con el envío de remesas y el continuo aporte económico en el futuro, y la capacidad de influencia sobre el voto de los familiares. Por esta razón hay una preocupación por hacer campaña en países que presentan una alta concentración de la diáspora, que en este caso es Estados Unidos ya que se lo menciona varias veces en la red discursiva. En su análisis sobre el costo-beneficio sobre las campañas transnacionales, Østergaard-Nielsen y Ciornei (2019) dicen que los partidos políticos acuden a los emigrantes con la esperanza de llegar a los votantes nacionales. El vínculo con el país de origen es la familia. Los migrantes dominicanos envían remesas y participan en la política y en elecciones por sus familiares. Por eso los políticos dicen que si bien no tienen la capacidad de cambiar las elecciones con su voto, la influencia funciona a través de las familias y las remesas, tal como lo argumenta Paarlberg (2017). El beneficio real

que se busca con este voto es para la República Dominicana, por eso las propuestas de campaña son para el crecimiento económico local. Para Lafleur (2013), esa es la razón por la que los Estados incluyen a los emigrantes en planes, programas y proyectos.

Sobre las marcas de sentido de representación, en los discursos se encuentran dudas sobre la capacidad de los diputados de ultramar que, siguiendo a Lafleur (2013) y Palop - García (2018), son razonables porque no hay un resultado receptivo a las preocupaciones, intereses y riesgos de los ciudadanos no-residentes en el trabajo de la cámara legislativa. Por otra parte, en los discursos de República Dominicana se evidencia una marca de sentido histórica sobre las razones de migración de los dominicanos. Los gobiernos del PLD, en especial el de Leonel Fernández, fueron el origen de grandes olas migratorias (Malamud y Núñez, 2020). Hay resentimiento porque acusan al PLD de obligarlos a abandonar el país y a sus familias porque fueron ineficientes e ineficaces en el poder.

En general, se encontró que no existen mayores diferencias entre el proceso electoral en el terreno nacional y en el espacio transnacional, pero sí se enfatizaron sus dificultades de organización. La teoría establece que los procesos electorales en el exterior son más difíciles de implementar en el exterior por el costo y la distancia geográfica, entre otros motivos (Lafleur, 2013; Umpierrez de Reguero y Dandoy, 2021). Finalmente, en el análisis del discurso se concluyó que el mensaje político trata de adoptar un enfoque cohesionado, que para Dalton, Farrell y McAllister (2011), debe ser igual para todos los votantes.

8.- Conclusiones

El presente trabajo de investigación tenía como objetivo general explorar el intercambio discursivo

A través del análisis del discurso de candidatos y líderes de partidos políticos en República Dominicana con la evidencia de las elecciones generales de 2020, se concluye que:

- Los discursos políticos en República Dominicana se definieron por el desgaste del modelo de gestión del Partido de la Liberación Dominicana (PLD), tanto en la arena electoral nacional como transnacional. Los enunciarios de la oposición se construyeron a sí mismos con la idea de ‘cambio’, mientras que los del oficialismo optaron por la noción de ‘continuidad’.
- Las marcas de sentido que se encontraron en el intercambio discursivo de la oferta política aplican para el escenario transnacional y local, como el rechazo al gobierno del PLD en los últimos 16 años por su ineficiencia e ineficacia, y el significado de voto para los dominicanos.
- En la producción discursiva de la oferta política, se construye a un migrante que mantiene el vínculo con el país de origen a través de su participación en elecciones y el envío de remesas, pero pensando en el bienestar de su familia. Por eso las estrategias de campaña tienen relación con el grado de beneficio que se puede obtener mediante los familiares.
- El espacio transnacional está fuertemente arraigado a la arena electoral nacional, por lo que los discursos no difieren sustancialmente, con la excepción de los diputados de ultramar. Dentro del país, para los mismos miembros de su partido político, no se consideran importantes en la contienda electoral.

9.- Recomendaciones

Para futuras investigaciones, es necesario realizar una prueba con anticipación de las plataformas digitales para hacer las entrevistas por videollamada ya que se experimentó dificultades técnicas, lo que influyó en la información obtenida. Por otra parte, la pandemia del COVID-19 limitó los discursos políticos que generalmente se dan en campañas electorales, como en mítines o recorridos. Entonces, en el corpus discursivo las entrevistas en

medios de comunicación y personales dieron más información que los discursos televisivos que daban los candidatos y líderes de partidos políticos.

Como recomendación sobre la investigación, se sugiere profundizar en los procesos de migración de los dominicanos en años anteriores. Resulta interesante que los primeros partidos políticos fueron fundados en el exterior y cómo su desenvolvimiento ha permitido que las estructuras partidarias se mantengan. Se debería analizar la historia partidista de República Dominicana a cabalidad, ya que se sugiere que es el origen del transnacionalismo político en el país.

10.- Referencias bibliográficas

Acuña-Alfaro, J., y Khoudour, D. (2020). *El potencial de la migración en América Latina y el Caribe*. <https://www.undp.org/content/undp/es/home/blog/2020/harnessing-the-potential-of-migration-in-latin-america-and-the-c.html>

Aurora, A. (2008). *La construcción del discurso político-electoral de Arena : elecciones 2006*. [Doctorado en Ciencias Sociales, FLACSO]. Biblioteca Digital de Vanguardia para la Investigación en Ciencias Sociales Región Andina y América Latina. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/1992>

Basch, L., Schiller, N. G., y Szanton Blanc, C. (1994). *Nations unbound: Transnational projects, postcolonial predicaments, and deterritorialized nation-states*. Routledge.

Bauböck, R. (1994). *Transnational Citizenship: Membership and Rights in International Migration*. Edward Elgar Publishing.

Bauböck, R. (2003). Towards a Political Theory of Migrant Transnationalism. *International Migration Review*, 37(3), 700–723. <https://doi.org/10.1111/j.1747-7379.2003.tb00155.x>

Bauböck, R. (2007). Stakeholder Citizenship and Transnational Political Participation: A Normative Evaluation of External Voting. *Fordham Law Review* 75 (5):2393-2447.

BBC Mundo. (2020, 7 de julio). *Elecciones en República Dominicana: quién es Luis Abinader, el "virtual" presidente electo del país*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-53303502>

Burgess, K. (2018). States or parties? Emigrant outreach and transnational engagement. *International Political Science Review*, 39(3), 369–383.

<https://doi.org/10.1177/0192512118758154>

Burgess, K. (2020). *Courting Migrants: How States Make Diasporas and Diasporas Make States*. Oxford University Press

Burgess, K., y Tyburski, M. (2020). *When parties go abroad: Explaining patterns of extraterritorial voting*.

https://www.researchgate.net/publication/341586150_When_parties_go_abroad_Explaining_patterns_of_extraterritorial_voting

Canales, M. (2006) *Metodologías de la investigación social, Introducción a los oficios*. LOM Ediciones.

Ciornei, I. y Østergaard-Nielsen, E., y Ciornei, I. (2020). *Transnational turnout. Determinants of emigrant voting in home country elections*.

<https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2020.102145>

Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Sage Publications.

Collyer, M. (2014). A geography of extra-territorial citizenship: Explanations of external voting. *Migration Studies*, 2(1), 55-72. <https://doi.org/10.1093/migration/mns008>

Dalton, R. J., Farrell, D. M., y McAllister, I. (2011). *Political Parties and Democratic Linkage: How Parties Organize Democracy*. Oxford University Press.

Déllano, A., y Gamlen, A. (2014). Comparing and Theorizing State-Diaspora relations. *Political Geography*, 41, 43-53. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2014.05.005>

De Haas, H., y Vezzoli, S. (2011). Leaving matters: the nature, evolution and effects of emigration policies. *International Migration Institute*, 34, 1-37.

<https://www.migrationinstitute.org/publications/wp-34-11>

Díaz, L., García, U., Martínez, M., y Valera, R. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162-167.

<https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>

Diario Libre. (2020, 21 de abril). *En el exterior, 79 candidatos compiten por los 7 cargos a diputados de ultramar*. <https://www.diariolibre.com/actualidad/en-el-exterior-79-candidatos-compiten-por-los-7-cargos-a-diputados-de-ultramar-CN18376554>

Diario Libre (2020, 16 de julio). *Aliados políticos del PRM y PLD no lograron aportar 200,000 mil votos en las pasadas elecciones*.

<https://www.diariolibre.com/actualidad/politica/aliados-politicos-del-prm-y-pld-no-lograron-aportar-200000-mil-votos-en-las-pasadas-elecciones-IF20167690>

Duany, J. (1996). Transnational Migration from the Dominican Republic: The Cultural Redefinition of Racial Identity. *Institute of Caribbean Studies*, 29(2), 253-282.

<https://www.jstor.com/stable/25613340>

El Caribe. (2020, 10 de julio). *El PRM gana los siete diputados de Ultramar*.

<https://www.elcaribe.com.do/2020/07/10/el-prm-gana-los-siete-diputados-de-ultramar/#>

Erlingsson, H., y Tuman, J. (2017). External Voting Rights in Latin America and the Caribbean: The Influence of Remittances, Globalization, and Partisan Control. *Latin American Policy*, 8(2), 295-312. <https://doi.org/10.1111/lamp.12125>

Espinal, R. (2003). *El proceso democrático dominicano: avances, retrocesos y riesgos*.

<http://www.cielonaranja.com/rosarioespinal.pdf>

Finn, V. (2020). Migrant voting: here, there, in both countries, or nowhere. *Citizenship Studies*, 24(6), 730-750. <https://doi.org/10.1080/13621025.2020.1745154>

France 24. (2020, 4 de julio). *República Dominicana afronta sus presidenciales con la mirada puesta en la pandemia*. <https://www.france24.com/es/20200703-republica-dominicana-elecciones-presidenciales-covid19-coronavirus>

Fundación Friedrich Ebert. (2015). *Retos Institucionales y perspectivas: Elecciones Dominicanas 2016/ Foro Político Social*. <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/fescaribe/14829.pdf>

Gómez, D., Carranza, Y., & Ramos, C. (2017). Revisión documental, una herramienta para el mejoramiento de las competencias de lectura y escritura en estudiantes universitarios. *Chakiñan, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 1, 46-56.

Graham, P. (1996). Reimagining the Nation and Defining the District: Dominican Migration and Transnational Politics. *Center for Migration Studies*, 13(4), 91-125. <https://doi.org/10.1111/j.2050-411X.1996.tb00156.x>

Graham, P. (2001). *Political Incorporation and Reincorporation: Simultaneity in the Dominican Migrant Experience*. Temple University Press.

Guarnizo, L. (1997). The Emergence of Transnational Social Formations: Social Transformation and the Mirage of Return Migration among Dominican Transmigrants. *Identities*, 4(2), 281–322. <https://doi.org/10.1080/1070289X.1997.9962591>

Guarnizo, L. (1994). Los Dominicanyorks:: The Making of a Binational Society. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 533(1), 70–86. <https://doi.org/10.1177/0002716294533001005>

Guarnizo, L., y Smith, M. P. (1998). *Transnationalism from below*. Transaction Publishers.

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista P. (2010). *Metodología de la investigación* (6ª ed.).

McGraw-Hill. [http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-](http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf)

[content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf](http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf)

Holmberg, S. (2007). Partisanship Reconsidered. *The Oxford Handbook of Political*

Behavior, 557-570. <http://dx.doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199270125.003.0029>

IPM (2014). Immigrants from the Dominican republic in the United States. *Instituto de*

Políticas de Migración. [www.migrationpolicy.org/article/immigrants-dominican-republic-](http://www.migrationpolicy.org/article/immigrants-dominican-republic-united-states)

[united-states](http://www.migrationpolicy.org/article/immigrants-dominican-republic-united-states)

Iturrondo, M. (2000). *Voces Quisqueyanas en Borinquen*. P.R:Ediciones.

Itzigsohn, J. (2000). Immigration and the Boundaries of Citizenship: The Institutions of

Immigrants' Political Transnationalism. *International Migration Review*, 34(4), 1126–1154.

<https://doi.org/10.1177/019791830003400403>

Itzigsohn, J. (2004). Incorporation and Transnationalism among Dominican Immigrants.

Caribbean Studies, 32(1), 43-72. www.jstor.org/stable/25613422

Itzigsohn, J., Cabral, C., Hernández-Medina, E., & Vázquez, O. (1999). Mapping Dominican

transnationalism: narrow and broad transnational practices. *Ethnic and Racial Studies*, 22(2),

316-339. <https://doi.org/10.1080/014198799329503>

James, N. y Busher, H. (2006). Credibility, authenticity and voice: Dilemmas in online

interviewing. *Qualitative Research*, 6, 403–420. doi:10.1177/1468794106065010

Junta Central Electoral. (2020). *Padrón Electoral*.

<https://jce.gob.do/Noticias/category/padron-electoral-1>

Junta Central Electoral (2020). *Resultados electorales*. [https://jce.gob.do/Resultados-](https://jce.gob.do/Resultados-Electorales)

[Electorales](https://jce.gob.do/Resultados-Electorales)

Junta Central Electoral (2020). *Reglamentos*. <https://jce.gob.do/Resultados-Electorales>

Kernalegenn, T. y Van Haute, E. (2020). *Political Parties Abroad: A New Arena of Party Politics*. Routledge.

Lafleur, J. M. (2013). *Transnational Politics and the State: The External Voting Rights of Diasporas*. Routledge.

Lafleur, J. M. (2015). The enfranchisement of citizens abroad: variations and explanations. *Democratization*, 22(5), 840-860. <https://doi.org/10.1080/13510347.2014.979163>

Lastra, R. (2002). Encuestas probabilísticas vs. no probabilísticas. *Política y Cultura*, 13, 263-276. <https://www.redalyc.org/pdf/267/26701313.pdf>

Levitt, P. (1997). Transnationalizing Community Development: The Case of Migration between Boston and the Dominican Republic. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 26(4), 509–526. <https://doi.org/10.1177/0899764097264007>

Levitt, P. (2001). *The Transnational Villagers*. University of California Press.

Levitt, P., y De la Dehesa, R. (2003). Transnational migration and the redefinition of the state: Variations and explanations. *Ethnic and Racial Studies*, 26(4), 587-611. <https://doi.org/10.1080/0141987032000087325>

Levitt, P. y Jaworski, B. N. (2007). Transnational Migration Studies: Past developments and future trends. *Annual Review of Sociology*, 33(1), 129–156.

Mansbridge, J. (2003). Rethinking Representation. *American Political Science Review*, 97(4), 515-528. doi:10.1017/S0003055403000856

Mair, P., Muller, W. C. & Plasser, F. (Eds.) (2004). *Political parties and electoral change: Party responses to electoral markets*. SAGE Publishing.

Malamud, C., y Núñez, R. (2020). *Elecciones presidenciales dominicanas: fin de época (¿y hegemonía?) en la República Dominicana*.

http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari90-2020-malamud-nunez-elecciones-presidenciales-dominicanas-fin-de-epoca-y-hegemonia-en-republica-dominicana

Matos, M. (2007). *Estrategias de captación de la voluntad popular en las elecciones del 2004*. Editora Búho.

Matos, M. (2009). *Propuestas, valores e ideologías en el discurso político dominicano*. Editora Búho.

Manzano, V. (2005). *Introducción al análisis de discurso*.

<https://personal.us.es/vmanzano/docencia/metodos/discurso.pdf>

Mártinez, M. (1998). *La investigación cualitativa etnográfica en educación* (3ª ed.). Trillas.

Mason, J. (1996). *Qualitative Researching*. SAGE Publishing.

Miles, M., y Huberman, A. (1991). *Analyse des données qualitatives*. De Boeck Supérieur.

Merriam, S. (1988). *Case study research in education, a qualitative approach*. Jossey-Bass.

Moraes, N. (2009). *El voto que el alma no pronuncia: un análisis de las movilizaciones y los discursos sobre el derecho al voto de los uruguayos en el exterior*. Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

Navarro, C. (2016). Estudios electorales en perspectiva internacional comparada. *Instituto Nacional Electoral*. https://www.ine.mx/wp-content/uploads/2017/04/Votoex_AL.pdf

Neiman, G., y Quaranta, G. (2006). *Los estudios de caso en la investigación sociológica*. En I. Vasilachis de Gialdino (Ed.), *Estrategias de investigación cualitativa*, 213–234. Gedisa.

- Newman, B. (2012). The Role of Marketing in Politics: Ten Years Later. *Journal of Political Marketing*, 11(1-2), 1-3. <https://doi.org/10.1080/15377857.2012.642697>
- Nie, N., Verba, S., y Petrocik, J. (1979). *The Changing American Voter*. Harvard University Press. <https://www.hup.harvard.edu/catalog.php?isbn=9780674429147>
- Nohlen, D., y Grotz, F. (2000). External Voting: Legal Framework and Overview of Electoral Legislation. *Boletín mexicano de derecho comparado*, 33(99), 115-1146. <https://www.redalyc.org/pdf/427/42709904.pdf>
- Observatorio Político Dominicano (2010). *Diagnóstico Unidad de Partidos Políticos OPD-FUNGLODE*. <https://es.slideshare.net/opd/panorama-partidos-politicos>
- Oficina Nacional de Estadística. (2020). *Publicaciones*. <https://www.one.gob.do/>
- Oficina del Censo de los Estados Unidos (2020). *American Community Survey*. <https://data.census.gov/cedsci/table?q=cuban%20origin&g=&table=B03001&tid=ACSDT1Y2018.B03001&vintage=2018&lastDisplayedRow=17>
- Ortega, L. Y. (2018). *Influencia del perfil y los discursos políticos de los candidatos presidenciales Leonel Fernández e Hipólito Mejía en la sociedad dominicana, cierre de campaña 2004*. [tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. <https://eprints.ucm.es/47930/1/T39992.pdf>
- Østergaard-Nielsen, E. (2003). The politics of migrants' transnational political practices. *International Migration Review*, 37(3), 760-786. <https://doi.org/10.1111/j.1747-7379.2003.tb00157.x>
- Østergaard-Nielsen, E. (2016). Sending country policies. *Integration processes and Policies in Europe*, (9), 147-165.
- Østergaard-Nielsen, E., y Ciornei, I. (2019). Political parties and the transnational mobilisation of the emigrant vote. *West European Politics*, 42(3), 618-644. <https://doi.org/10.1080/01402382.2018.1528105>

Østergaard-Nielsen, E., y Ciornei, I. (2014). *Political Parties And Transnational Campaigns Towards Emigrants: An Analysis of the recent general elections in Spain*. Department of Political Science. Autonomous University of Barcelona.

Otzen, T., y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

Ouellet, A. (1982). *Processus de recherche: un aproche systématique*. Les Presses de l'Université du Québec.

Paarlberg, M. (2017). Competing for the diaspora's influence at home: party structure and transnational campaign activity. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 45(4), 539-560. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2017.1409166>

Paarlberg, M. (2017). Transnational Militancy: Diaspora Influence over Electoral Activity in Latin America. *Comparative Politics*, 49(4), 541-559.

Paarlberg, M. A. (2018). *Diaspora Outreach by Latin American Parties*. [tesis de doctorado, Georgetown University]. Repositorio Institucional de Georgetown University. https://repository.library.georgetown.edu/bitstream/handle/10822/1043868/Paarlberg_georgetown_0076D_13722.pdf?sequence=1%26isAllowed=y

Palop-García, P. (2017). Ausentes, pero representados: mecanismos institucionales de representación de emigrantes en América Latina y el Caribe. *América Latina Hoy*, 76, 15-34. <https://doi.org/10.14201/alh2017761534>

Palop-García, P. (2018). Contained or represented? the varied consequences of reserved seats for emigrants in the legislatures of Ecuador and Colombia. *Comparative Migration Studies*, 6(38).

- Palop-García, P. & L. Pedroza (2018) Passed, regulated, or applied? The different stages of emigrant enfranchisement in Latin America and the Caribbean. *Democratization*, 26(3), 401–421. <https://doi.org/10.1080/13510347.2018.1534827>
- Peltoniemi, J. (2016). Distance as a cost of cross-border voting. *Research on Finnish Society*, 9, 19-32.
- Patton, Q. (2002). Two decades of developments in qualitative inquiry. *Qualitative Social Work*, 1(3), 261-283.
- Pedroza, L., Palop-García, P. y Hoffmann, B. (2016), *Emigrant Policies in Latin America and the Caribbean*. FLACSO-Chile.
- Pérez-Armendáriz, C. y Crow, D. (2010). Do migrants remit democracy? International migration, political beliefs, and behavior in Mexico. *Comparative Political Studies*, 43(1), 119-148.
- Portes, A. (2004. 10-13 de noviembre). *Un diálogo transatlántico: el progreso de la investigación y la teoría en el estudio de la migración internacional*. Conferencia Inaugural, 4to Congreso sobre la inmigración en España, Girona.
- Portes, A., Escobar, C., y Walton Radford, A. (2007). *Organizaciones transnacionales de inmigrantes y desarrollo: un estudio comparativo*.
https://www.researchgate.net/publication/338001134_Organizaciones_transnacionales_de_inmigrantes_y_desarrollo_un_estudio_comparativo
- Portes, A (2007). Migration, development, and segmented assimilation: a conceptual review of the evidence. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 610(1), 73-97.
- Poguntke, T., y Webb, P. D. (2005). *The Presidentialization of Politics: A Comparative Study of Modern Democracies*. Oxford University Press.

- Ragazzi, F. (2014). A Comparative Analysis of Diaspora Policies. *Political Geography*, 41(1), 74-89. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2013.12.004>.
- Real Academia Española[RAE].(2020). Penco. Edición Tricentenario. *Rae.es*.
<https://dle.rae.es/penco?m=form>
- Reynolds, A. (2005). Reserved seats in national legislatures: A research note. *Legislative Studies Quarterly*, 30(2), 301-310.
- Rhodes, S., y Harutyunyan, A. (2010). Extending Citizenship to Emigrants: Democratic Contestation and a New Global Norm. *International Political Science Review*, 31(4), 470–493. <https://doi.org/10.1177/0192512110374044>
- Ríos, I., y Baquerizo, G. (2019). *Libro Comunicación política en campaña digital*. <https://www.researchgate.net/publication/338432684>
- Rohrschneider, R. (2002). Mobilizing versus chasing: how do parties target voters in election campaigns? *Electoral Studies*, 3(21), 367–382.
- Sáez, J. (2002). La decisión del elector: partidismo, racionalidad-economía y estructura social. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (98), 139-169.
- Sagás, E. (2006). Las elecciones legislativas y municipales de 2006 en la República Dominicana. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 26(1), 152-157.
<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2006000100009>
- Salinas, P., y Cárdenas, M. (2009). *Métodos de investigación social*.
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=55376>
- Sánchez, E. (2014). *Gobernanza transnacional en las relaciones de origen de los inmigrantes*. [tesis de doctorado, Universitat Pompeu Fabra].
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/317954/tesm.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Stake, R. (2010). *Investigación con estudio de casos* (5ª Ed). Morata.

- Strauss, A., y Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Editorial Universidad de Antioquia.
- Sotolongo, P., y Delgado, C. (2006). *La revolución contemporánea del saber y la complejidad social: Hacia unas ciencias sociales de nuevo tipo*.
<http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsd/collect/clacso/index/assoc/D1510.dir/soto2.pdf>
- Tsuda, T. (2012). Whatever Happened to Simultaneity? Transnational Migration Theory and Dual Engagement in Sending and Receiving Countries. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 38(4), 631-649. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2012.659126>
- Turcu, A., y Urbatsch, R. (2015). Diffusion of Diaspora Enfranchisement Norms: A Multinational Study. *Comparative Political Studies*, 48(4), 407–437.
<https://doi.org/10.1177/0010414014546331>
- Umpierrez de Reguero, S., y Dandoy, R. (2020). Extending the Incumbency Presence Abroad: The Case of MPAIS in Ecuadorian Overseas Districts. En T. Kernalegenn y E. van Haute (Eds.), *Political Parties Abroad: A New Arena for Party Politics*. (1era Ed., 115-132). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003015086-9>
- Umpierrez de Reguero, S., y Dandoy, R. (2021). *Transnational Party Competition. Determinants of the Strategic Entry of Ecuadorian Political Parties in Overseas Districts*.
- Umpierrez de Reguero, S., Dandoy, R. y Palma, T. (2017). Emigración y representación especial: Evidencia de los ecuatorianos residentes en el exterior. *Revista Interdisciplinaria da Mobilidade Humana*, 25(50), 177–201.
- Umpierrez de Reguero, S., y Dávila, P. (2016). Interviewing by Internations: A methodological discussion to explore special representation in Mali. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*, (1), 48–61.

Umpierrez de Reguero, S., Finn, V., Cartagena, V., y Baquerizo Neira, G (en prensa). *El sufragio multiterritorial. Evidencia de migrantes andinos en Ecuador. Revista Andina de Estudios Políticos.*

Van Dijk, T. A. (2005). Ideología y análisis del discurso. *Utopía y praxis latinoamericana*, 10(29), pp. 9-36.

Van Maanen, J. (1983). *Qualitative Methodology*. SAGE Publishing.

Vasilachis, I. et al. (2006). *Estrategias de Investigación Cualitativa*. Gedisa.

<http://investigacionsocial.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/103/2013/03/Estrategias-de-la-investigacin-cualitativa-1.pdf>

Verón, E. (1993). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa.

http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb_dl=6

Verón, E. (1999). *Efectos de agenda* (1ª Ed.). Gedisa.

Verón, E. (2004). *Fragmentos de un discurso*. Gedisa.

Vertovec, S. (2009). *Transnationalism*. Routledge.

White, S., Nevitte, N., Blais, A., Gidengil, E., y Fournier, P. (2008). The Political Resocialization of Immigrants: Resistance or Lifelong Learning? *Political Research Quarterly*, 61(2), 268–281. <https://doi.org/10.1177/1065912908314713>

Wimmer, A., & Glick Schiller, N. (2002). Methodological nationalism and beyond: nation–state building, migration and the social sciences. *Global Networks*, 2(4), 301-334.

<https://doi.org/10.1111/1471-0374.00043>

Yin, R. (1984). *Case study research: design and methods, applied social research methods series*. SAGE Publishing.

Zechmeister, E., y Lupu, N. (2019). *El Barómetro de las Américas 2018/2019*.

<https://www.vanderbilt.edu/lapop/insights/ITB036es.pdf>