

# Inequidad en la Promoción Política: La Brecha de Género Persistente

en las elecciones del 2024  
en Panamá.



## Autores:

**Por USMA:** Virginia Torres-Lista, Milagro Rivera,  
Jean Chevalier, & Abdel Solís.

**Por PNUD:** Patricia Pérez Prieto, Nelva Araúz Reyes  
& Rosa Lucía Peña Castillo.

Informe 2:

## **Inequidad en la Promoción Política: La Brecha de Género Persistente en las elecciones del 2024 en Panamá.**

### **Autores:**

**Por USMA:** Virginia Torres-Lista, Milagro Rivera, Jean Chevalier, & Abdel Solís.

**Por PNUD:** Patricia Pérez Prieto, Nelva Araúz Reyes & Rosa Lucía Peña Castillo.

### **Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo**

María del Carmen Sacasa, Representante Residente del PNUD en Panamá

Itziar González, Representante Residente Adjunta del PNUD en Panamá

Patricia Pérez Prieto, Oficial de Gobernabilidad, Paz y Derechos Humanos.

### **Equipo PNUD:**

Nelva Araúz Reyes, Rosa Lucía Peña Castillo, Yuying Zhou.

### **Este documento fue elaborado en colaboración con la Universidad Santa María La Antigua**

Virginia Torres-Lista, Milagro Rivera, Jean Chevalier & Luis Carlos Herrera.

Este proyecto ha sido posible gracias a la generosa contribución de los gobiernos de Dinamarca, Luxemburgo, República de Corea y Suecia, a través de Funding Windows. Como principal vehículo de financiación temática del PNUD, el Funding Windows permiten al PNUD responder de forma rápida y exhaustiva a las necesidades y desafíos emergentes en todo el mundo.

**Fecha de producción:** agosto 2024

**Edición:** Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)

**Diseño y diagramación:** Ursula Torres

**Copyright:** ©PNUD - Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – Panamá.

**Todos los derechos reservados.**

**ISBN:** 978-9962-663-52-2

**Agradecimiento:** Al Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), a la Universidad Católica Santa María la Antigua (USMA), y al Sistema Nacional de Investigación (SNI), Panamá.



El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) es el principal organismo de las Naciones Unidas dedicado a poner fin a la injusticia de la pobreza, la desigualdad y el cambio climático. Trabajamos con nuestra extensa red de expertos y aliados en 170 países para ayudar a las naciones a construir soluciones integradas y duraderas para las personas y el planeta. Para más información visitar: [www.pa.undp.org](http://www.pa.undp.org) o seguirnos en @PNUDPanama. Los puntos de vista, las designaciones y las recomendaciones presentadas en este informe/documento no reflejan necesariamente la postura social del PNUD o de las sociedades nacionales que la conforman.

Los puntos de vista y contenidos de este documento son responsabilidad exclusiva del autor y no reflejan necesariamente la postura oficial del PNUD.



## Introducción

La brecha de género en la participación política de las mujeres continúa siendo una realidad marcada y persistente en Panamá. Según los datos más recientes del Índice Global de Brecha de Género de 2023, apenas hemos cerrado el 22.1% de esta brecha. Este fenómeno se alimenta de diversas barreras, entre las cuales destacan las siguientes: el peso de la carga de cuidado, que suele recaer en las mujeres debido a responsabilidades familiares; la desmotivación que puede surgir en el camino de las mujeres hacia el poder político, producto de las dinámicas de poder poco acostumbradas que se ciernen en ese contexto; el limitado respaldo de los partidos políticos, que a menudo no brindan el apoyo necesario a las candidatas; y la persistencia de estereotipos de género o prejuicios por parte de las y los votantes, quienes pueden mostrar mayor inclinación hacia los candidatos hombres. Estos desafíos, documentados por personas expertas como Savio (2024), resaltan la necesidad urgente de abordar y superar estas barreras para alcanzar una participación política verdaderamente equitativa y representativa.



Estos desafíos están intrínsecamente ligados a los estereotipos de género arraigados en nuestra sociedad, moldeando las percepciones y expectativas tanto de hombres como de mujeres. Los estereotipos de género son una imagen o idea generalizada que una persona o grupo social tiene sobre otras personas o grupos, atribuyéndoles características distintivas de manera indiferenciada e inmutable (ONU-Mujer, 2021), son como lentes distorsionados que distinguen características específicas y fijas a diferentes grupos, y lamentablemente, a menudo conducen a actitudes discriminatorias y exclusiones injustas. En el contexto político, estos estereotipos se vuelven especialmente evidentes: mientras que la ambición política es vista como una virtud en los hombres, las mujeres que buscan el poder político a menudo enfrentan resistencia, desafiando las tradicionales prescripciones de género que las relegan a roles secundarios. Este sesgo se refleja en las actitudes de los votantes, quienes tienden a mostrar un menor apoyo hacia las mujeres en comparación con los hombres. En muchos casos, las mujeres reciben menos reconocimiento y apoyo, a pesar de tener las mismas cualidades y capacidades que sus contrapartes masculinas (Bauer, N.M., Harman, M. & Russell, E.B., 2024). Estos patrones revelan una brecha persistente en la percepción de género en la política, subrayando la urgencia de desafiar y transformar estos estereotipos obsoletos para avanzar hacia una democracia verdaderamente inclusiva y equitativa.



Esto pone de relieve los múltiples estigmas y desafíos sociales a los que se enfrentan las mujeres en el ámbito de la participación política. \*Información agrupa de los siguientes documentos: (PNUD, 2021; ONU-MUJER, 2021).



### Estereotipos de Género y Prejuicios



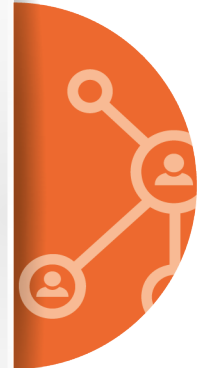
Las mujeres a menudo enfrentan estereotipos de género que sugieren que no son tan capaces o adecuadas para roles de liderazgo como los hombres. Estos prejuicios pueden influir en la selección de candidatos (de los votantes) y en la percepción pública de las candidatas mujeres.



### Falta de Apoyo y Redes



Los hombres tienden a tener acceso a redes de apoyo político más sólidas y a mentores en posiciones de poder que pueden facilitar su ascenso. Las mujeres, en cambio, a menudo carecen de este apoyo institucionalizado.



### Obligaciones Familiares y Sociales



Las responsabilidades domésticas y familiares a menudo recaen más en las mujeres, lo que puede dificultar su participación activa y prolongada en la política, que exige mucho tiempo y dedicación.



### Violencia y Acoso Político



Las mujeres en política a menudo son objeto de violencia y acoso, tanto en redes sociales como fuera de ella, lo cual puede disuadir su participación y promoción.



### Recursos Económicos



Las campañas políticas suelen requerir una considerable inversión financiera. Las mujeres, en muchos contextos, tienen menos acceso a recursos económicos que sus contrapartes masculinas, lo cual limita sus posibilidades de competir efectivamente.



### Cultura y Sociedad



Los roles sociales, culturales y tradicionales pueden impactar de forma negativa la participación política de las mujeres, donde todavía persiste el concepto que las mujeres no pueden tener un rol de líder.



### Visibilidad y Medios de Comunicación



Las mujeres en política reciben menos cobertura mediática, y cuando lo hacen, esta cobertura a menudo se centra en aspectos personales y de apariencia física más que en su competencia y propuestas políticas. Afectando su visibilidad, la percepción pública de los votantes.





Panamá, como Estado, parte de la Convención de Belém do Pará<sup>1</sup>, y en seguimiento a la Declaración sobre la Violencia y el Acoso Político contra las mujeres, ha establecido leyes fundamentales para abordar los desafíos que enfrentan las mujeres en la esfera política. La Ley N° 184 de 25 de noviembre de 2020 detalla las diversas formas de violencia política contra la mujer, como imponer tareas no relacionadas con su cargo o discriminar por la afiliación política de sus familiares. Esta legislación también impulsa la participación equitativa de las mujeres y establece protocolos para prevenir y sancionar la violencia política en los partidos. Gracias a estas

medidas, las mujeres que aspiran a la política cuentan con un mayor respaldo institucional y protección legal. Esta Ley se consolidó mediante el Decreto Ejecutivo No. 243 del 24 de noviembre de 2021, el cual impone su cumplimiento obligatorio a todas las instituciones y actores políticos mencionados. Su base legal se fundamenta en la Constitución Política de la República y los tratados internacionales de derechos humanos ratificados por Panamá. Además, cuenta con un protocolo interinstitucional específicamente diseñado para prevenir, abordar y erradicar la violencia política dirigida hacia las mujeres.



Es importante destacar, que “Toda persona puede emitir libremente su pensamiento de palabra, por escrito o por cualquier otro medio, sin sujeción a censura previa; pero existen las responsabilidades legales cuando por alguno de estos medios se atente contra la reputación o la honra de las personas o contra la seguridad social o el orden público” de acuerdo a la Constitución de Panamá (Artículo 37). No obstante, el uso de las redes sociales se ha convertido en medios para descalificar e insultar, gracias al anonimato, sin embargo, no existe tipificación ni sanción para la violencia digital. Es por esto que el Tribunal Electoral colocó a disposición el Pacto Ético Digital, donde se establece que se debe “promover el buen uso de las redes sociales y estar vigilantes ante la aplicación de la inteligencia artificial para el desarrollo de imágenes sintéticas (“Deepfakes”) y la aparición de noticias falsas (“fake news”) que puedan poner en peligro el proceso electoral. Ante la duda, buscar fuentes confiables de información antes de difundir mensajes falsos... con el fin de cuidar nuestra democracia con tolerancia y respeto en las redes sociales, propiciando debates de ideas y no descalificaciones: es un deber de todos los panameños”.

<sup>1</sup> Convención Belém do Pará – Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer.

Es importante destacar, que “ Toda persona puede emitir libremente su pensamiento de palabra, por escrito o por cualquier otro medio, sin sujeción a censura previa; pero existen las responsabilidades legales cuando por alguno de estos medios se atente contra la reputación o la honra de las personas o contra la seguridad social o el orden público ” de acuerdo a la Constitución de Panamá (Artículo 37).

No obstante, el uso de las redes sociales se ha convertido en medios para descalificar e insultar, gracias al anonimato, sin embargo, no existe tipificación ni sanción para la violencia digital. Es por esto que el Tribunal Electoral colocó a disposición el Pacto Ético Digital, donde se establece que se debe “promover el buen uso de las redes sociales y estar vigilantes ante la aplicación de la inteligencia artificial para el desarrollo de imágenes sintéticas (“Deepfakes”) y la aparición de noticias falsas (“fake news”) que puedan poner en peligro el proceso electoral. Ante la duda, buscar fuentes confiables de información antes de difundir mensajes falsos... con el fin de cuidar nuestra democracia con tolerancia y respeto en las redes sociales, propiciando debates de ideas y no descalificaciones: es un deber de todos los panameños”.

A pesar estos esfuerzos, la baja participación y la persistente violencia contra las mujeres en la política de Panamá continúan siendo preocupantes. Esto se debe en gran medida a que las normas sociales arraigadas continúan ejerciendo su influencia, como lo revela el último Índice de Normas Sociales de

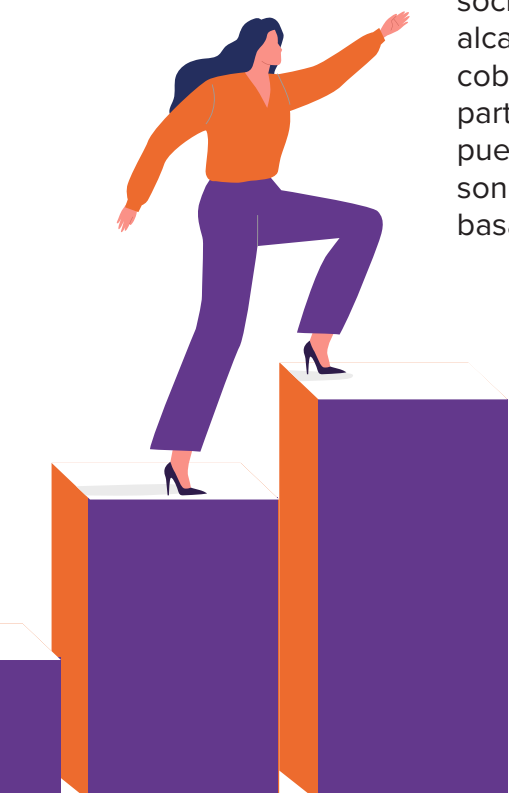
Género, publicado por el PNUD en 2023.

El informe destaca una realidad impactante: a pesar de una década de esfuerzos, los prejuicios contra las mujeres apenas han disminuido. Sorprendentemente, aproximadamente 9 de cada 10 hombres y mujeres en todo el mundo siguen aferrados a estereotipos y prejuicios contra las mujeres. De hecho, la mitad de la población global aún sostiene la creencia de que los hombres son mejores líderes políticos que las mujeres. Estas cifras subrayan la urgente necesidad de desafiar y transformar estas normas sociales arraigadas para lograr una verdadera igualdad de género en la política.

En las actuales elecciones 2024 de Panamá, se observó un creciente uso de las redes sociales, debido que son medidos de difusión masivos que se ha prestado para el marketing político, que permitieron tener acceso a los proyectos políticos de los candidatos/as, foros, debates, campaña de promoción tanto de partidos políticos como de personas influencer, comunicación toxica (discurso de odio, insultos, entre otros) y fake news o noticias falsas.

Estos últimos, estuvieron muy presente en las elecciones 2024, donde la información, anulaba la credibilidad de los candidatos/as, afectando, la promoción política y aumentando los estigmas que se tienen con el género femenino. Este escenario fue muy diferente a las elecciones del 2019, donde la campaña electoral se centro en los medios tradicionales y los mítines políticos (reunión de personas para escuchar discursos políticos) (RAE, s/f), donde el Tribunal Electoral hacia énfasis en el control de la difusión de las noticias falsas “las fake news que pudiesen circular en Internet, o solicitar a las principales redes sociales la suspensión de aquellas publicaciones que vayan en contra del juego limpio” (Trejo Pérez, M., 2021). Es importante destacar, que la llegada del COVID-19 trajo un uso masivo de las redes sociales, lo que hace que las elecciones del 2024 fueron diferentes a las 2019 a nivel digital.

En este informe, se centrará en la promoción política en las redes sociales de los candidatos/as nacional (presidencial) y local (asamblea, alcaldías, representantes), donde se define como la visibilización o cobertura en las redes sociales a nivel político, que permite una mayor participación ciudadana y movilización social. Este tipo de promoción pueden ser por los mismos partidos políticos o por “influencer”, que son personas que pueden influenciar en las decisiones de otros, basándose en su autoridad, conocimiento y posición; y, además, cuenta con un número importante de admiradores que le siguen y a quienes motiva gracias a la relación que haya podido construir con estos a lo largo del tiempo. Este tipo de medios, permite impulsar o frenar la campaña política de los candidatos/as. (Enríquez, J.R., Larreguy, H., Marshall, J. & Simpson, A., 2024).



## Objetivo:

El presente describe la promoción y ataque a nivel político de las mujeres con respecto a los hombres en las elecciones 2024 de Panamá.

## Metodología:

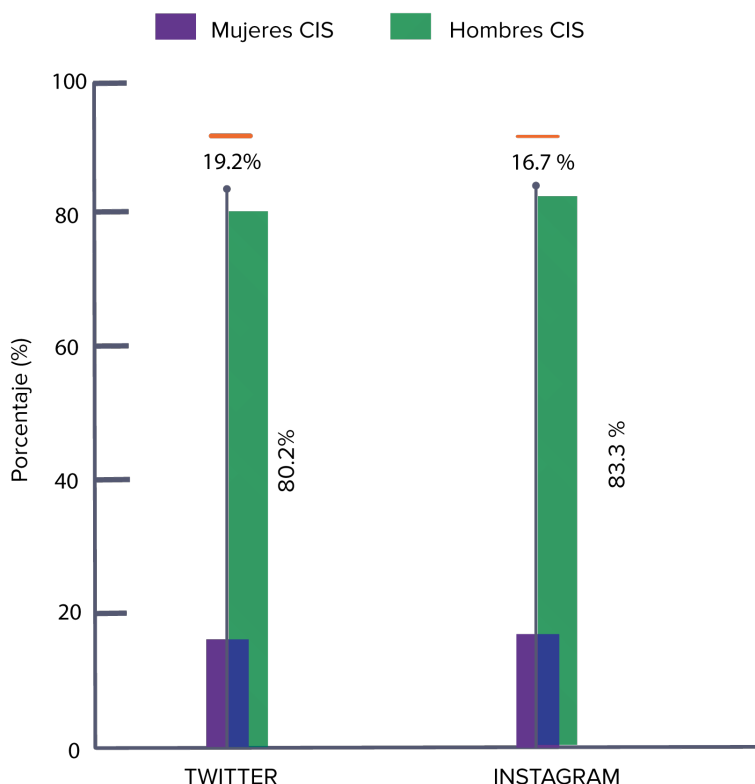
El enfoque de la investigación es mixto por combinar procesos de los enfoques cuantitativo y cualitativo. Se realizó una búsqueda de las cuentas públicas digitales (redes sociales, periódicos digitales, medios digitales, actores políticos, cuenta con características de influencers con más de 1,500 seguidores y que fueron creadas antes o en el 2020) para poder realizar el monitoreo. Las redes sociales analizadas fueron: Twitter, Instagram y Facebook, un total de ciento cincuenta cuentas (150= redes sociales), desde el 15 de marzo de 2024 al 04 de mayo de 2024, donde la muestra fue de tipo no probabilística (Hernández Sampieri, 2014). Los datos fueron analizados con el software IBM SPSS Statistics versión 29.

## Resultados y Conclusiones:

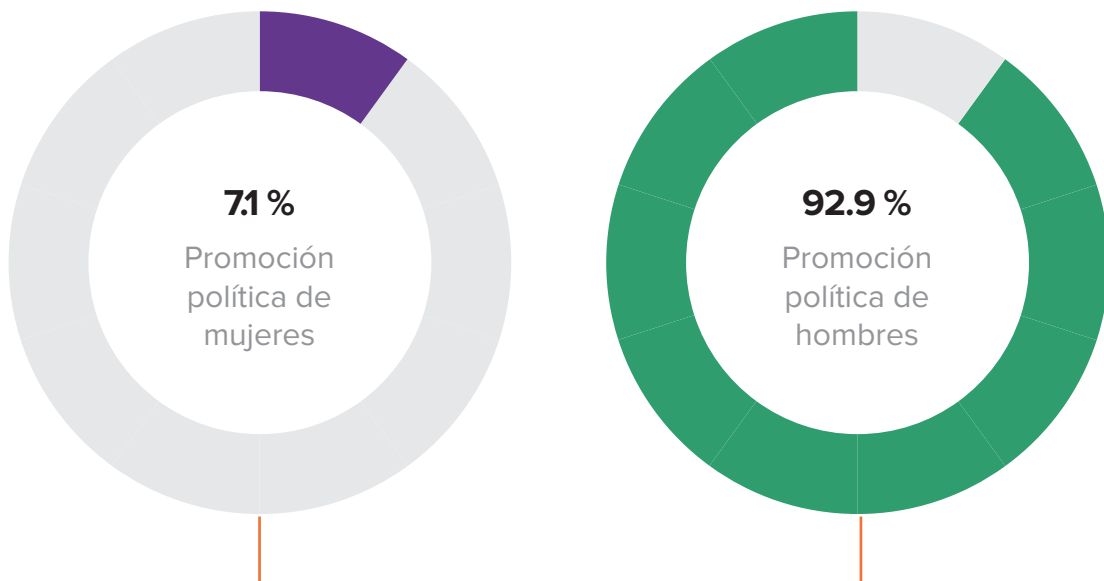
A continuación, se muestran los resultados de las diferencias de género en la promoción y ataque a nivel político en las elecciones 2024 de la República de Panamá:

Se observa una reducción de la promoción política (baja visibilización tanto en los medios digitales como tradicionales a nivel de comunicación) de las mujeres en las dos principales redes sociales (Twitter e Instagram), donde las mujeres tienen una disminución tanto en en (Twitter 19.2%) como en (Instagram 16.7%) a diferencias de los hombres, que se observó una promoción política en (Twitter 80.8%) y en (Instagram 83.3%), donde se observa un margen muy amplio entre ambos género; colocando de manifiesto, los mitos o roles sociales que se tienen de las mujeres vs. los hombres, donde persiste un pensamiento colectivo que “los hombres tienen más capacidad para ser líder político que la mujer... debido que tiene mayor osadía, asumen riesgo y es más astuto” (PNUD, 2021).

### Promoción Política

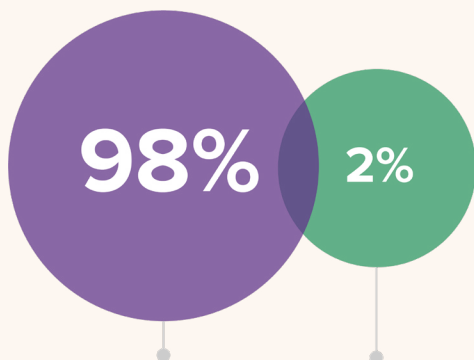


Cuando se analizó el contexto nacional (presidencial) y local (asamblea, alcaldías, representantes), se observa que a nivel nacional los hombres tienen mayor promoción



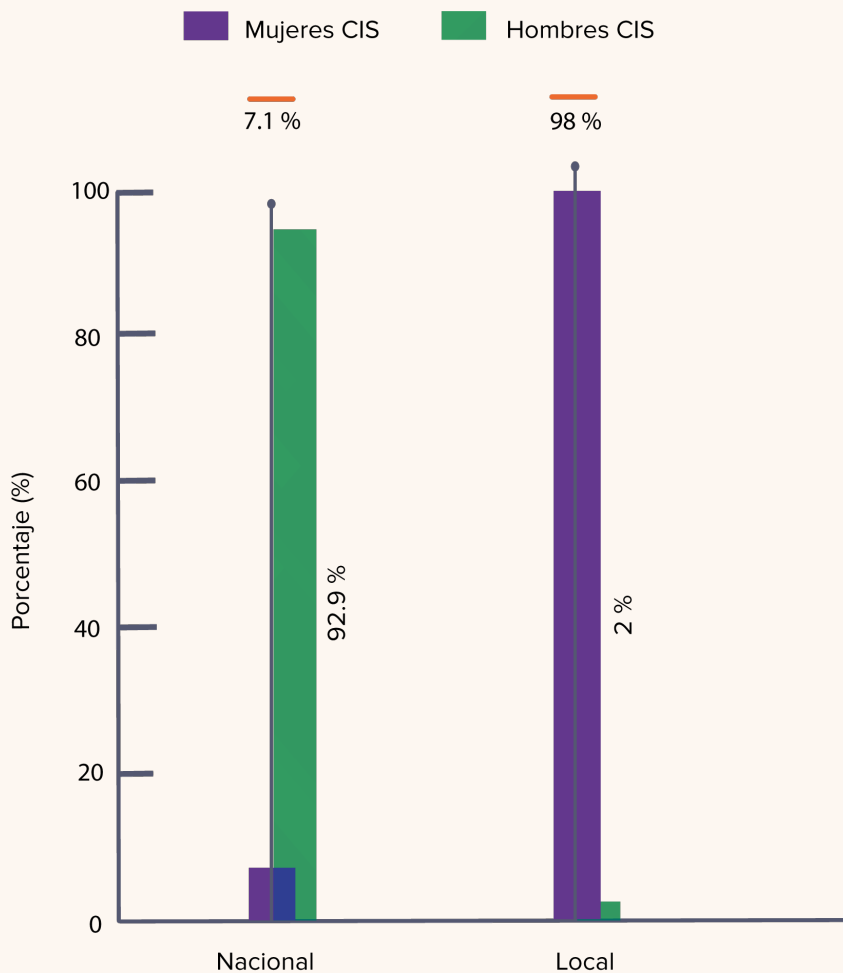
Muchas veces, esto es debido, que las campañas políticas suelen requerir una considerable inversión financiera. Donde las mujeres, en muchos contextos, tienen menos acceso a recursos económicos que sus contrapartes masculinas, lo cual limita sus posibilidades de promoción tanto en medios digitales como tradicionales

No obstante, este escenario cambia, cuando es a nivel local, donde las mujeres obtuvieron un (98%) de promoción con respecto a los hombres un (2%).<sup>2</sup>



Estos datos, dan un giro al tema de género, colocando de manifiesto que, si se trabaja el empoderamiento desde el nivel local, se puede ir modificando contexto culturales y sociales sobre el rol de la mujer en la política.

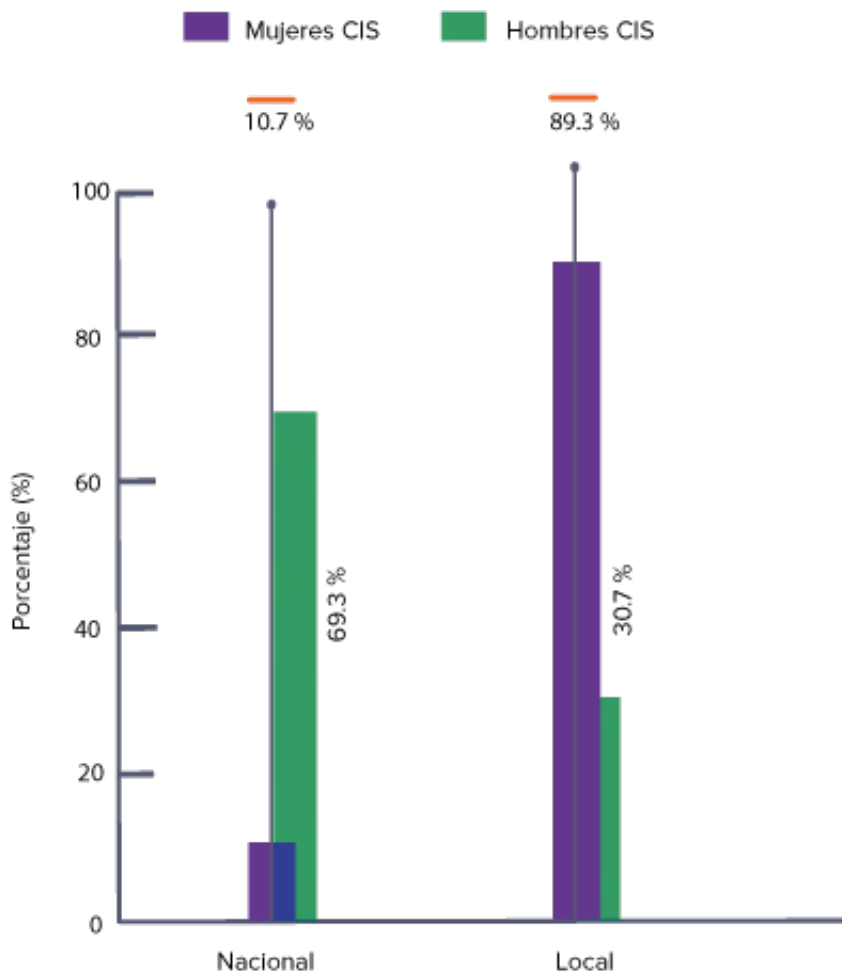
### Contexto Nacional Vs Local



<sup>2</sup> Chi-cuadrado P<0.001\*\*\*.

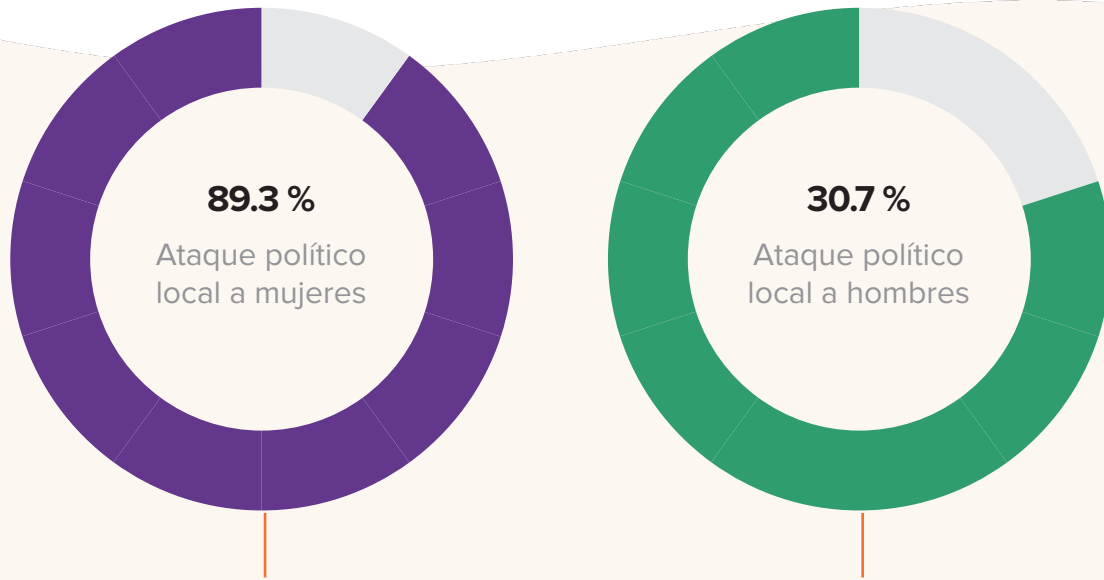
Por otra parte, al analizar al ataque político hacia los candidato/as, que se define como cualquier mensaje negativo, crítico o violencia hacia un oponente electoral, donde en muchos casos se busca disminuir el liderazgo, integridad, desempeño político y planes/proyectos; en el caso de las mujeres a menudo son víctimas de violencia digital, para disuadir su participación y promoción política (Echeverría, M., 2020). Las elecciones de Panamá 2024, no escapan de esa realidad, se encontró que los hombres a nivel nacional fueron más atacados con un (69.3%) en comparación a las mujeres candidatas con un (10.7%).

### Ataque político





No obstante, en el contexto local, se observó que las mujeres con (89.3%) recibieron mayores mensajes negativos con respecto a los hombres (30.7%)<sup>3</sup>.



Es importante destacar, que estos ataques políticos en los medios digitales son a través de mensajes escritos (textos en muchos casos en mayúscula, sinónimo de gritar), memes, imágenes sintéticas (“Deepfakes”) y noticias falsas (“fake news”), donde estos mensajes son complementados con emojis cuyo carácter antropomórfico ayuda a establecer contacto con el interlocutor.

Ejemplos de emojis: 🤔 🐵 🐒 🐶 🤢 🤯 🙄 🙃 😡 🤬

<sup>3</sup> Chi-cuadrado P<0.001\*\*\*.

Donde algunas mujeres recibieron mensajes como:



Donde algunas mujeres recibieron mensajes como:



Con respecto a los hombres, los mensajes negativos fueron por ejemplo lo siguiente:

## Conclusiones

Estos resultados, son indicativos que la violencia se encuentra en la participación política online a través de diferentes actores, como, por ejemplo, medios oficiales, partidos políticos, influencers y trolls. La violencia digital, puede ayudar en la difusión de discurso de odio, lenguaje despectivo y manipulación de la información; que tiene un alto impacto en la opinión pública y en el comportamiento político de la población.

Estos primeros resultados del monitoreo de redes sociales dan un pantallazo de la importancia de la psicoeducación de la población en temas de violencia, estereotipos, y uso de la información, debido que un contenido en medio masivo puede promover a un individuo o desacreditarlo desde el ámbito profesional hasta el personal.

Además, se observa que el mensaje (ataque político) se encuentra diferenciado por género y de acuerdo al contexto (nacional o local), donde los hombres recibieron mayores ataques que las mujeres, pero esto es debido que la participación de hombres era del 83,35% con respecto a las mujeres que era un 16,65% como se indica en el (Informe 1). No obstante, el lenguaje negativo hacia las mujeres era por su género, competencia social, en cambio a los hombres su contenido estaba basado en temas de competencias y orientación sexual.

Por otra parte, se observa un crecimiento de la promoción de las mujeres a nivel local, donde de forma positiva está impactandola (participación ciudadana de ellas con las comunidades), este acercamiento, se percibe como un cambio en el pensamiento colectivo del rol de las mujeres a nivel político.



## Recomendaciones

Las recomendaciones, se encuentran basadas en tres escenarios, los hallazgos reflejados en este documento, los resultados del Informe 1 Participación política de las mujeres en los cargos de elección popular. Elecciones 2024. Panamá (2024), y el segundo diagnóstico del Índice de Paridad Política (IPP) de Atenea para Panamá con base en datos recolectados en 2020 (2021), estas son las siguientes:

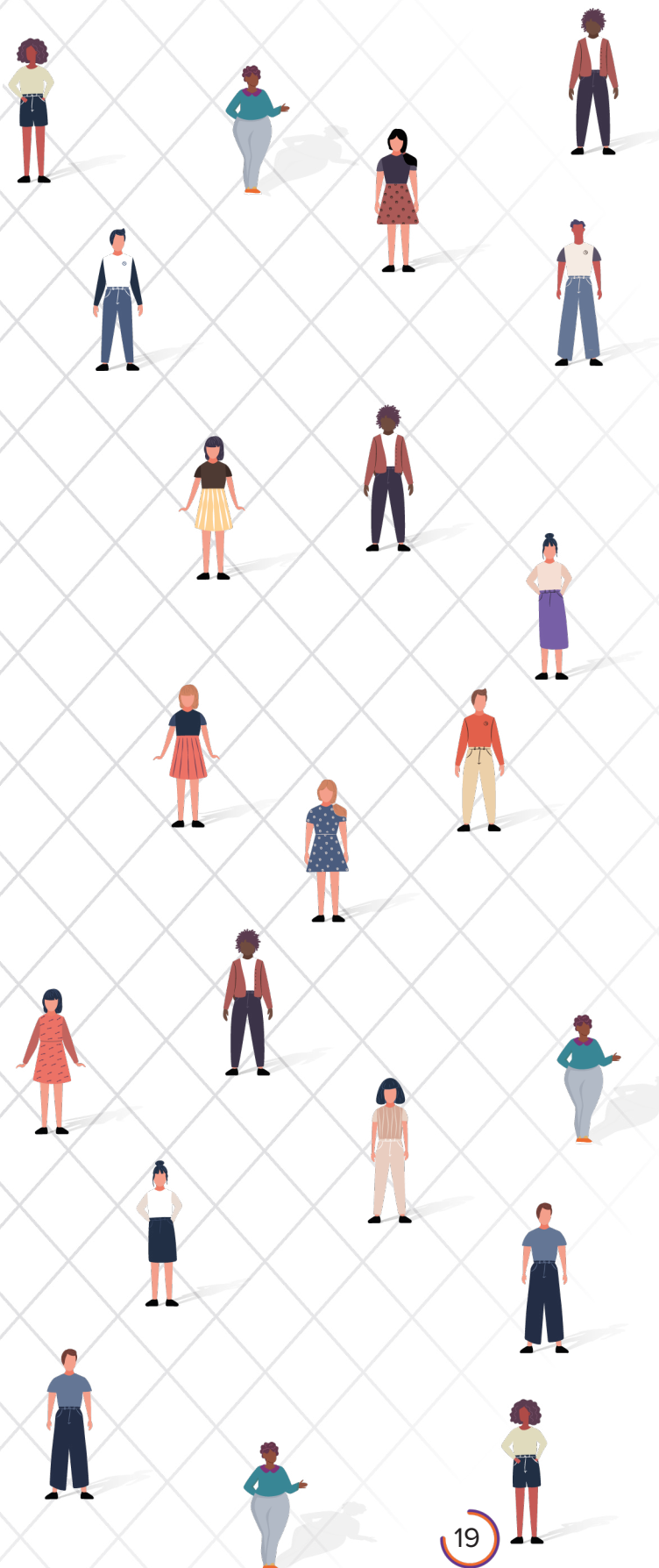
- Establecer sanciones en el contexto de la violencia digital, con el fin de preservar un ambiente de respeto a la dignidad de la mujer.
- Crear un observatorio nacional y regional para impulsar la igualdad de oportunidades de las mujeres.
- Realizar campañas permanentes para promover la igualdad de oportunidades y prevención de la violencia de género.
- A nivel regional, crear programas de empoderamiento de la mujer, desde la primera infancia, debido que estos primeros resultados, indican que el empoderamiento está tomando un rumbo positivo desde las comunidades hacia las zonas urbanas.
- Promover campañas de prevención en las escuelas y universidades sobre el tema de la violencia de género, violencia digital y violencia mediática.
- Crear programas/capacitación continua para periodistas y creadores de contenido digital, con el fin de ir orientado a las nuevas generaciones en como informar y comunicar a través de los medios tanto digitales como tradicionales.
- Empoderar a las mujeres locales, en temas de participación ciudadana, con el fin de involucrar a toda la comunidad y la promoción de su comunidad y crecimiento personal.
- Establecer una hoja de ruta en el uso de las redes sociales, donde se sensibilice a la sociedad de las ventajas y desventajas de las mismas y como los discursos de odio o mensajes tóxicos pueden desacreditar o destruir la imagen de una persona.

La brecha de género persiste en la promoción política, donde es importante la colaboración con diferentes actores, incluidos gobiernos, sociedad civil y sector privado, para lograr un cambio sistémico y duradero hacia la igualdad de género y la democracia paritaria. A través, de programas a nivel local, con el fin del empoderamiento de las mujeres.

Es importante trabajar en la deconstrucción de los estereotipos de género, a través, de campañas masivas en medios de comunicación social, normativas internas dentro de los partidos políticos, promover leyes y políticas públicas en el país, para fomentar plataformas políticas con financiamiento equitativo, medidas de conciliación familiar, cero tolerancias a la violencia digital y no digital.

Fomentar las redes de mujeres políticas locales, nacionales y regionales que sirvan de apoyo, para las nuevas generaciones de mujeres que deseen ingresar, participar y hacer carrera política.

Se debe promover desde el Estado el buen uso ético del marketing político, donde no solo se debe indicar que está permitido o no, sino cuáles son sus sanciones.



A pesar de la persistente prevalencia de estereotipos contra las mujeres, los datos revelan un rayo de esperanza: el cambio es alcanzable. ¿Cómo? Mediante la inversión en medidas legislativas y políticas que fomenten la igualdad de género en la participación política. Además, el fortalecimiento de sistemas sociales de protección y cuidado, junto con la implementación de intervenciones innovadoras, pueden ser herramientas poderosas para desafiar y superar las normas sociales dañinas.

Es hora de impulsar el cambio y construir un futuro más igualitario y justo para todas, como lo ha visualizado este análisis donde se da un cambio de tendencia en la promoción de la mujer frente a los hombres en política, donde este escenario se debe replicar no solo a nivel local (asamblea, alcaldías, representantes), sino en todos los ámbitos de la política nacional.



## Referencias

Bauer, N.M., Harman, M. & Russell, E.B. (2024). Do voters punish ambitious women? Tracking a gendered backlash toward the 2020 democratic presidential contenders. *Polit Behav* 46, 1–20 (2024). <https://doi.org/10.1007/s11109-022-09805-2>

Constitución Política de Panamá [Const]. Art. 37. Esta edición de la Constitución Política de 1972 está ajustada a los Actos Reformativos de 1978, al Acto Constitucional de 1983, a los Actos Legislativos No. 1 de 1993 y No. 2 de 1994, y al Acto legislativo No. 1 de 2004, tomando como referencia el Texto Único publicado en la Gaceta Oficial No. 25176 del 15 de noviembre de 2004.

Echeverría, M. (2020). ¿Por qué los candidatos atacan en campaña? Factores explicativos en la publicidad política televisiva. *Comunicación y Sociedad*, e7573. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7573>

Enríquez, J.R., Larreguy, H., Marshall, J. & Simpson, A. (2024). Mass Political Information on Social Media: Facebook Ads, Electorate Saturation, and Electoral Accountability in Mexico, *Journal of the European Economic Association*, jvae011, <https://doi.org/10.1093/jeea/jvae011>

Hernández Sapieri, R., Fernández, Carlos, & Baptista, María del Pilar. (2014). *Metodología de la Investigación*, sexta edición. Editorial Mc Graw Hill Education, México.

Ley N° 184 de 2020. De violencia política. 25 de noviembre de 2020. D.O. N° 29162-A. Asamblea Nacional, República de Panamá.

Martínez, Tamara; Espinosa, Yaritza; Alvarado, Juan Diego; Rodríguez, Antonio; y Ceballos, Magda. Tribunal Electoral (2021). *Mujeres panameñas en la ruta hacia la paridad política. Segundo diagnóstico nacional*. Atenea. ONU Mujeres, PNUD e IDEA Internacional.

ONU MUJER (2021). *Mujeres en la política una guía práctica para promover la igualdad de género y la no discriminación*. <https://lac.unwomen.org/sites/default/files/2022-02/gu%C3%ADa%20las%20mujeres%20en%20la%20pol%C3%ADtica.pdf>

Organización de los Estados Americanos. (1994). *Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia Contra la Mujer “Convención De Belém Do Pará”*. <https://www.oas.org/es/cidh/mandato/Basicos/13.CONVENCION.BELEN%20DO%20PARA.pdf>



Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2021). Estudio sobre mitos y percepciones sobre la participación política de las mujeres y la intención de voto para mujeres políticas de Panamá. <https://www.undp.org/es/panama/publicaciones/estudio-sobre-mitos-y-percepciones-sobre-la-participacion-politica-de-las-mujeres-y-la-intencion-de-voto-para-mujeres-politicas>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2021). Una disputa desigual. Violencia contra las mujeres en política. <https://www.undp.org/es/panama/publicaciones/una-disputa-desigual-violencia-contra-las-mujeres-en-pol%C3%ADtica>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2021). Estudio sobre mitos y percepciones sobre la participación política de las mujeres y la intención de voto para mujeres políticas de Panamá. <https://www.undp.org/es/panama/publicaciones/estudio-sobre-mitos-y-percepciones-sobre-la-participacion-politica-de-las-mujeres-y-la-intencion-de-voto-para-mujeres-politicas>

Savio, Giulia. (2024). Beyond the Party Push: Gender Differences in Voters' Persuasion. Available at SSRN: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4726039>

Trejos Pérez, M. (2021). Observación Electoral Digital del Tribunal Electoral de Panamá para las Elecciones Generales 2019. Experiencia sobre las redes sociales y su impacto en la propaganda electoral. OBSERVATORIO DE REFORMAS POLÍTICAS EN AMÉRICA LATINA. <https://reformaspoliticas.org/wp-content/uploads/2021/05/DT-no.-21-Observacion-Electoral-Digital-del-Tribunal-Electoral-de-Panama-para-las-Elecciones-Generales-2019.pdf>

World Economic Forum. (2023). Global Gender Gap Report. [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GGGR\\_2023.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2023.pdf)







**usma**  
universidad católica  
santa maría la antigua

