

**Zeitschrift:** Panorama suizo : revista para los Suizos en el extranjero  
**Herausgeber:** Organización de los Suizos en el extranjero  
**Band:** 46 (2019)  
**Heft:** 3

**Artikel:** Vídeos de promoción y telarañas para facilitar el voto  
**Autor:** Herzog, Stéphane  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-908290>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 15.03.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Videos de promoción y telarañas para facilitar el voto

Hacer que la política sea más comprensible y promover el voto: tal es el objetivo de los sistemas asociados *easyvote* y *smartvote*. El primero cuenta con el respaldo de la Federación Suiza de Parlamentos Juveniles. Ofrece contenidos simplificados, que son una alternativa a los folletos y videos oficiales. “Al parecer, los documentos más fáciles de comprender son los dos videoclips, siendo considerado el de *easyvote* aún más accesible que el del Consejo Federal”, afirma este programa. Gracias a este sistema, sometido a prueba en un municipio tesinés, la participación de los jóvenes de 18 a 25 años en la votación federal del 24 de septiembre de 2017 superó la del resto del electorado, indica *smartvote*. “Al animar a un joven a votar, aumentan las probabilidades de que vuelva a hacerlo”, puntualiza Lionel Marquis, si bien este investigador considera “limitados” los efectos de tal programa.

Creado en 2003 por una asociación, *smartvote* funciona como una página web de citas. A través de una serie de cuestionarios rellenos por los partidos y los candidatos, ofrece a los electores una selección que coincide con sus propios criterios. El perfil político de los candidatos se expresa a través de gráficos (véanse ejemplos en la columna de enfrente). “En 2011, este sistema se usó de manera masiva, con más de un millón de peticiones”, resalta Lionel Marquis. “Durante las últimas elecciones de 2015, el 30% de los votantes utilizaron este programa, encontrándose entre ellos personas que de otra manera no habrían votado”, comenta Nenad Stojanovic.

Según Marquis, una de las críticas formuladas en contra de *smartvote* “es que reduce la política a un simple esquema, mientras que ésta también es asunto de afecto y valores.” “*Smartvote* está repleto de errores tan garrafales que no sería razonable confiar en este *software* para rellenar la papeleta de voto”, escribía en 2011 el socialista Jean-Christophe Schwaab, entonces Consejero Nacional.

## Smartvote: ¿un producto neutral?

Basado en un algoritmo, *smartvote* podría desequilibrar ciertas votaciones. “Durante las elecciones federales del 2011, que se celebraron tras la catástrofe de Fukushima, los Verdes Liberales experimentaron una importante progresión, en detrimento de los principales partidos. *Smartvote* dio visibilidad a este partido desconocido y lo ofreció a personas que habían marcado a la vez la casilla de economía y la de ecología”, indica Lionel Marquis. Para el politólogo de Lausana, esta herramienta no es capaz de contribuir a una mayor participación. Lo mismo sucede con el voto electrónico, “que funciona más bien como sustituto del voto por correspondencia.”

¿Cómo mejorar las cosas? En Ginebra, el equipo del catedrático Nenad Stojanovic prepara para noviembre una prueba basada en el modelo de Oregón, que se experimentará en un municipio suizo con 20 ciudadanos escogidos mediante sorteo. Tras escuchar distintas opiniones y a expertos, debatirán sobre un tema sometido a votación. El grupo redactará una presentación neutral sobre el tema, así como una síntesis de las razones para votar “Sí” o “No”. “Este modelo ofrece una síntesis procedente de un grupo de personas comunes y corrientes, considerado más próximo a la gente. Además, se trata de una verdadera lección de democracia”, asegura el politólogo. (SH)

[www.easyvote.ch](http://www.easyvote.ch) / [www.smartvote.ch](http://www.smartvote.ch)

## “Smartspiders”: el ejemplo de dos partidos de jóvenes

La telaraña de los Jóvenes UDC del cantón de Berna y la de los Jóvenes Verdes del cantón de Zúrich, en el momento de las elecciones federales de 2015.

Los gráficos en forma de telarañas propuestos por *smartvote* se basan en ocho objetivos políticos. Un valor de “100” significa una amplia aprobación de un objetivo y un valor de “0”, lo inverso. En 2015, el partido de los Jóvenes Verdes (Zúrich) había presentado una telaraña centrada en el medio ambiente, pero también en una sociedad liberal. Para los Jóvenes UDC (Berna), el “orden y la seguridad” poseen un elevado valor. Ello significa que este partido está a favor de leyes estrictas, una policía y un ejército fuertes, además de pregonar valores como el orden y la disciplina. Los “smartspiders” se elaboran no sólo para partidos, sino también para candidatos individuales.

