

# E-ruptura en la política de partits? El cas del Web 2.0 i els partits noruecs

## ØYVIND KALNES

Professor ajudant de Ciències Polítiques a la Universitat de Lillehammer, Noruega.

oyvind.kalnes@hil.no

### Resum

L'article analitza la reacció dels partits polítics noruecs davant l'aparició del Web 2.0. Les dades analitzades són mostres de l'activitat dels set partits amb representació parlamentària i de quatre partits més petits, extretes principalment de la blogosfera, Facebook, YouTube i Twitter. La qüestió central és determinar si el Web 2.0 ha actuat de catalitzador d'una "e-ruptura" que ha fet augmentar el pluralisme en el sistema de partits i la participació de les bases. Les dades indiquen que el nivell d'activitat dels partits en l'entorn del Web 2.0 reflecteix aproximadament el percentatge de vots que tenen, alhora que s'inverteix l'augment temporal de la participació de les bases i dels simpatitzants dels partits en el Web 2.0 a mesura que les organitzacions dels partits en van assumint progressivament el control.

### Paraules clau

Noruega, partits, campanya, Web 2.0, internet.

### Abstract

This paper analyses how Norwegian political parties have handled the appearance of Web 2.0. The data consist of samples of the activity of all seven parliamentary parties and four smaller parties, mainly from the blogosphere, Facebook, YouTube as well as Twitter. The central topic is whether Web 2.0 has been a catalyst of "e-ruptive" change towards greater pluralism in the party system or more grassroots participation. The data indicate that the level of party activity on Web 2.0 roughly reflects the party share of votes, while a temporary enhancement of Web 2.0 participation from party grassroots and sympathizers appears to be reversed as the party organizations are now in the process of getting more control.

### Key words

Norway, parties, campaigning, Web 2.0, internet.

## Introducció

L'evolució de l'entorn mediàtic dels partits polítics convida a especular i afirmar que s'han produït canvis radicals en els partits polítics i en el sistema de partits. Howard Dean (2007), per exemple, descriu internet com "l'eina més important per construir la democràcia des que es va inventar la impremta... (amb la qual els ciutadans) poden crear xarxes de persones que comparteixen l'opinió sobre determinats temes i generar un moviment global de bases centrat en els recursos tecnològics". Conclou que "els partits polítics han d'evolucionar amb els temps: si no ho fan, tots hi perdrem". En poques paraules, internet influeix en la dimensió vertical dels partits perquè dona més capacitat al ciutadà del carrer i influeix també en la dimensió horitzontal perquè canvia les normes de la competència entre els partits.

El Web 2.0 és una manera d'anomenar tota una nova fornada d'aplicacions d'internet per al treball en xarxa, el debat i l'intercanvi multilaterals.<sup>1</sup> El col·lectiu d'usuaris esdevé productor de continguts, a diferència del que passava amb Web 1.0 —l'internet basat en la unilateralitat i en la separació ben clara entre els productors de continguts i els usuaris. És per això que l'OCDE, en un estudi recent titulat *Focus on Citizens*,

ha fet servir el terme "web participatiu" i els termes "participació 1.0" i "participació 2.0" per diferenciar entre models de comunicació unilateral i multilateral (OCDE 2009; 66ff). En aquest sentit, els llocs web poden ser híbrids i contenir elements del Web 1.0 juntament amb elements del Web 2.0, amb més pes dels uns o dels altres. Aquest article tracta l'adaptació dels partits polítics noruecs al fenomen del Web 2.0, especialment en el període de campanya electoral.

Al llarg d'un període aproximat de quinze anys els partits s'han adaptat a la irrupció d'internet i han establert la seva presència a la xarxa. L'any 2005 aquesta presència cristal·litza en unes pàgines web dels partits que reflectien una tendència clara cap al màrqueting polític professional, adoptant uns patrons semblants als del Web 1.0. Si aquesta cristal·lització és un reflex de l'estat general de l'activitat política, seria raonable esperar que el Web 2.0 desencadenés canvis en l'ús que els partits i els militants fan de la xarxa (internet) o, fins i tot, en el seu funcionament com a organitzacions reals?

La teoria sobre els partits fa pensar que a causa de les reticències típiques de les estructures institucionalitzades, els partits intentaràn oposar-s'hi o mirar de considerar la tecnologia web com un altre "instrument" empeltat a l'organització del partit. Tal com destaquen Harmel i Janda (1994; 265): "Els

partits no canvien perquè sí...”; sovint cal prendre decisions contra “un mur de resistència molt habitual a les organitzacions grans” (1994; 261) ... “Per tant, un alt nivell d’institucionalització tendirà a ofegar els efectes dels factors que estimulen el canvi”. Amb tot, aquest “efecte institucional” queda equilibrat pel fet que els partits polítics bàsicament el que volen és guanyar les eleccions. Potser no siguin els maximitzadors de vots absolutament oportunistes i inflexibles que presuposa el model d’elecció racional de Downs (1957), però el cert és que els llaços tradicionals entre partits i votants s’han afeblit de manera espectacular els darrers 20-30 anys. Per això els partits polítics s’han obert a la necessitat de fer campanya i de comunicar-se amb els votants fora de la “classé gardé” del model de partits de massa concebut per Duverger (Duverger, 1954). Panebianco (1988) parla d’una transformació en partits “electorals-professionals”, que treballen tant per guanyar les eleccions com per professionalitzar l’organització del partit donant més importància als coneixements especialitzats.

En relació amb l’adopció de la tecnologia web per part dels partits polítics, Lusoli (2005) proposa que això respon al que ell anomena “situacions fluides”: baixa participació a les urnes, un sistema polític no alineat o desalineat, un sistema de mitjans de comunicació tradicionals més o menys desorganitzats. Naturalment, la fluïdesa no és condició suficient per si sola, ja que ha d’anar acompanyada de l’accés a internet generalitzat entre els votants. Si bé és cert que això pot animar els partits polítics a fer servir les noves tecnologies de la comunicació, no implica necessàriament cap forma de transformació de la política de partits.

### Els partits noruecs i internet

Els partits de Noruega, tal com passa a la majoria de països occidentals, s’han vist immersos en uns canvis en l’entorn mediàtic que els han conduït cap a les “situacions més fluides” de què parlava Lusoli (*op. cit.*), el més important dels quals ha estat la coincidència de la desalineació política (Dalton 1988) amb la disminució del partidisme als mitjans de comunicació de massa tradicionals. El percentatge de votants noruecs indecisos durant el període de campanya electoral va augmentar d’una cinquena part a més de la meitat entre el 1985 i el 2005 (Aardal 2007a; 20). Això no obstant, com que les campanyes als mitjans de comunicació han passat a ser cabdals, els partits tenen actualment poc control pel que fa a la forma i els continguts (Aardal *et al.* 2004; 17; Allern 2001; 125ff; Bjørklund 1991).<sup>2</sup> El percentatge de població que es connectava diàriament a internet era el 2007 de gairebé el 66% dels adults noruecs (Norsk Mediebarometer, 2007), de manera que internet oferia als partits un canal atractiu de comunicació directa.

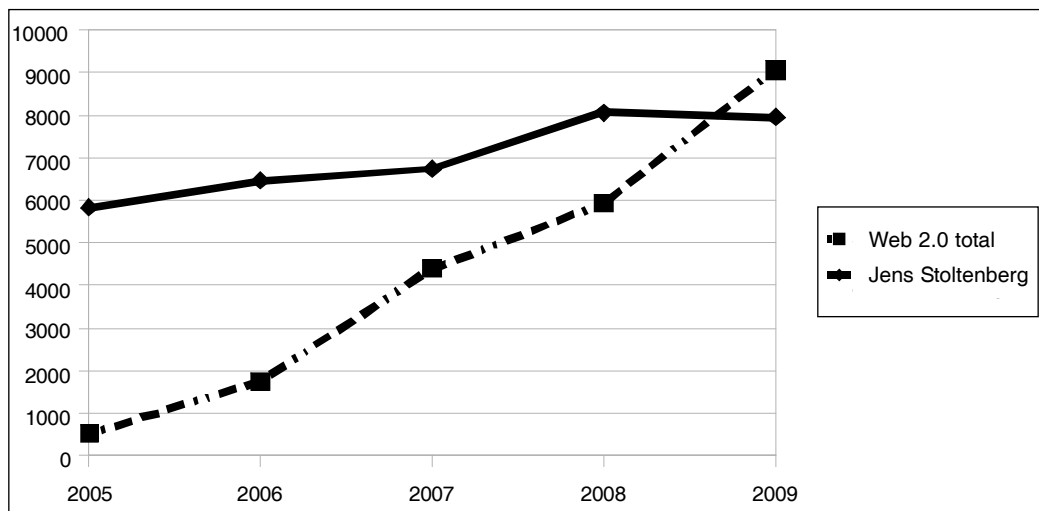
A les eleccions del 2001, 20 dels 22 partits inscrits havien creat la seva pròpia pàgina web (Hestvik, 2004), i durant els cinc anys següents internet es va anar integrant com una part

“normal” de l’organització i l’estratègia de comunicació dels partits (Saglie 2007; entrevistes). El desenvolupament i manteniment de les pàgines web dels partits grans i mitjans es va professionalitzar, mentre que els administradors dels webs dels partits més petits seguien sent militants voluntaris. Durant el procés, es van clausurar determinades eines d’interactivitat multilateral, com ara els fòrums de debat oberts, a causa de la poca activitat que registraven, els casos d’assatjament i la manca de recursos per moderar-los i participar-hi per part de les organitzacions dels partits (Hestvik 2004; Saglie 2007; entrevistes). El que Panebianco havia anomenat “partit electoral-professional” semblava haver trobat la continuació digital amb el Web 1.0, com a canal unilateral i professionalitzat a través del qual els partits podrien captar votants. Això no obstant, pocs votants van considerar internet una “font d’informació important”, i només el 13% va consultar les pàgines web dels partits per obtenir informació durant la campanya de les eleccions parlamentàries del 2005 (Karlsen 2007).

L’any següent, el fenomen del Web 2.0 va iniciar el vol. La llista Alexa dels 100 principals llocs web de Noruega (<<http://www.alexa.com/>>) incloïa el 2007 i el 2009 diversos llocs del tipus Web 2.0, Facebook i YouTube entre les tres primeres posicions. Flickr i MySpace apareixien molt més avall (al lloc 50è i 43è el 2009), i la llista contenia també diversos blocs. La principal xarxa social noruega a internet, *Nettby.no*, ocupava un lloc destacat a la llista, concretament el lloc novè l’any 2009. La novetat de què tothom ha parlat el 2009 ha estat Twitter, que ha anat escalant posicions molt ràpidament, però que a finals d’abril encara ocupava el lloc 71è. Segurament, tot l’enrenou mediàtic generat per aquestes noves eines també ha estat molt important a l’hora que els polítics i els partits es llancesin al Web 2.0. El gràfic 1 indica el nombre acumulat d’articles apareguts a la premsa escrita entre el 2005 i el 2009 (càlcul aproximat de tot un any) que esmenten una selecció de llocs o conceptes Web 2.0 (Twitter, MySpace, Nettby, Flickr, Facebook, YouTube i blocs). Donada la tendència actual, aquesta mostra del Web 2.0 tindrà més repercussió mediàtica que el primer ministre (Jens Stoltenberg) el 2009.

Si fem cas de les afirmacions dels dirigents dels partits i dels responsables dels departaments de comunicació dels partits grans i mitjans que han aparegut a la premsa, tots eren conscients del potencial del Web 2.0, però també dels costos que implicava fer-hi el salt (*Aftenposten*, 19 de febrer de 2007; *Vg.no*, 2007ab). A les entrevistes semiestructurades que es van fer als administradors dels webs dels onze partits, dutes a terme just abans o després de les eleccions del 2007, s’hi van incloure preguntes sobre el Web 2.0 i sobre altres aspectes relacionats amb internet (vegeu la llista d’entrevistes al final d’aquest article). La informació que van facilitar les persones entrevistades de cada partit va confirmar aquesta ambivalència entre la majoria de partits (van ser habituals expressions com ara “oportunitat i malson”).

Gràfic 1. Aparicions en premsa escrita (2005-2009) segons dades de Retriever



Font: Retriever [En línia] <https://Web.retriever-info.com/services/archive.html> (Consulta: 24 d'abril de 2009).

### Web 2.0: "E-ruptures" o "Web 1.5"?

En aquest apartat posarem cara a cara dos escenaris enfrontats: l'un basat en l'"e-ruptura" i l'altre en el "Web 1.5". El plantejament de l'e-ruptura es fonamenta en la suposició que hi ha diferències importants entre les tecnologies web antigues i les noves, tal com reflecteix la divisió conceptual entre Web 1.0 i Web 2.0. La revista *Time* descrivia el 2006 aquest fenomen com "la multitud que arrabassa el poder de la minoria i s'ajuda de manera desinteressada i el fet que això no sols canviarà el món sinó també la manera com el món canvia" (revista *Time*, 2006). El concepte d'"e-ruptura" descrit per Pascu *et al.* fa referència al "poder potencialment distorsionador" que conté el Web 2.0 (2007). Tot i que no se centra especialment en política, planteja la hipòtesi que aquestes tecnologies poden ser agents de canvi més potents que els concebuts com a Web 1.0. Un primer tipus de canvi vertical es pot deduir gairebé per definició, ja que l'usuari té la capacitat de produir continguts i crear xarxes o participar-hi. El segon tipus de canvi és horitzontal, ja que els canvis tecnològics poden donar noves armes a actors nous o que abans jugaven amb desavantatge. Si traslladem això a la política de partits en l'àmbit d'internet, el primer efecte de ruptura seria que les organitzacions nacionals dels partits perdrien el control sobre les delegacions i els militants locals (o els el cedirien); i el segon seria que els partits nous o més petits tindrien l'oportunitat d'esdevenir més visibles i d'atraure seguidors nous.

L'anàlisi que fan Jackson i Lilleker del Web 2.0 al Regne Unit presenta un escenari menys rupturista (Jackson i Lilleker, 2009). El seu plantejament es basa en la suposició que els partits més sòlids han entrat en el Web 2.0 sense desprendre's dels seus "paradigmes" i carregats d'objectius i normes preexistents. Això no ha de ser necessàriament compatible amb el "paradigma" inherent al Web 2.0, en què el control, la participació i la transparència per part de l'usuari són normes

aparentment compatibles amb les tecnologies. Aquest "paradigma" de partit és el mateix que descrivíem en l'apartat anterior, en què els partits es consideren actors col·lectius orientats a guanyar les eleccions i institucions reticents als canvis. Per tant, molt probablement els partits decidiran "pujar al tren" del Web 2.0, ja sigui per atreure votants o simplement per adaptar-se a aquest fenomen i no quedar fora del focus dels mitjans de comunicació. Però fer-ho no implica necessàriament sucumbir al "paradigma" del Web 2.0.

Així, la presència dels partits polítics al Web 2.0 pot posar de manifest un xoc de paradigmes, en què els partits incorporen algunes de les tecnologies o aplicacions del Web 2.0 però mantenen un control ferri dels efectes dels actes dels usuaris i de la creació de xarxes. Dels resultats de l'estudi dut a terme al Regne Unit, Jackson i Lilleker conclouen que el "Web 1.5" ofereix una descripció més precisa com a híbrid entre el Web 1.0 quant a control i continguts i el Web 2.0 quant a aparença formal.

Perquè la hipòtesi de l'"e-ruptura" tingués validesa caldria que almenys algun partit fes servir els elements del Web 2.0, ja fos incorporant-los al seu lloc web o creant perfils i grups en llocs Web 2.0 específics. Una segona prova per validar la hipòtesi té a veure amb l'abast d'aquests elements del Web 2.0 en termes d'usuaris reals. Si tenim elements del Web 2.0 però no aconseguim atreure un nombre significatiu d'usuaris, la validesa de la tesi de l'e-ruptura queda en entredit. Per tant, no podem considerar que això siguin "e-ruptures". Els elements formals del Web 2.0 poden perfectament reproduir les actuals estructures dels sistemes de partits, com també les estructures internes dels mateixos partits. Naturalment, caldria una última prova que determinés els efectes reals sobre el comportament dels votants.

Les dades que es presenten en aquest article es basen en un estudi quantitatiu que pretén determinar l'adopció del Web 2.0 per part dels partits i que no té l'objectiu de fer una anàlisi qualitativa dels continguts. Cal reconèixer que aquest estudi pre-

senta certes limitacions perquè sols comprova determinats aspectes de la hipòtesi. Però sí que assenyalava uns requisits mínims que caldria satisfer abans d'emprendre anàlisis qualitatives més profundes sobre els continguts dels llocs web concrets. Prenent un lloc web determinat, si en volguéssim avaluar l'"e-ruptura" en l'estructura del sistema del partit, hauríem de tenir en compte unes desviacions mínimes entre la grandària del partit i l'activitat del partit en el Web 2.0, tenint en compte també l'activitat que aquest mateix fet desencadenaria. Seria previsible que els partits més petits o menys sòlids principalment fessin servir aquestes tecnologies per esdevenir més visibles i per comunicar-se amb els votants als quals no poden arribar per altres canals. Pel que fa a l'"e-ruptura" en les estructures internes dels partits, les activitats del Web 2.0 haurien d'estar liderades per les bases més que no pas proposades i gestionades de dalt a baix, a través de la jerarquia oficial del partit.

### **Anàlisi: els partits polítics i el Web 2.0 a Noruega**

Actualment hi ha registrats oficialment a Noruega 23 partits polítics (Brønnøysundregistrene 2009). La nostra mostra inclou onze d'aquests partits: els set partits amb representació parlamentària i els quatre partits més importants de fora del Parlament. La mostra ofereix prou varietat pel que fa als factors contextuals, com ara la grandària dels partits, la tendència ideològica i el seu grau d'institucionalització, tal com resumeix la taula 1. Les dades relatives a la presència d'aquests partits en

el Web 2.0 es van recollir els dos últims anys electorals del 2007 i el 2009; el primer any es van celebrar eleccions municipals i provincials i, el segon, eleccions al Parlament. Aquests dos tipus de comicis s'alternen regularment el setembre de cada dos anys. Cal tenir en compte que les dades del 2009 es van recollir durant la primera fase de la campanya electoral, mentre que les dades del 2007 reflecteixen tota la campanya.

#### **La dimensió horitzontal**

L'any 2005 no hi havia indicis de cap element del Web 2.0, més enllà de material d'RSS en un parell de llocs web. A les eleccions locals del 2007 la majoria de partits havien començat, si més no, a provar les noves tecnologies. Però ben pocs hi confiaven prou com per reservar-hi un lloc a les respectives pàgines principals. L'excepció més destacada va ser el Partit Laborista, el qual anunciava la seva presència oficial a Facebook, VG-Blog, YouTube i Flickr. La majoria dels altres partits es mostraven més prudents i sols anunciaven un element, ja fos Facebook o algun bloc, tot i que hi ha dades que indiquen que també eren presents a més llocs. Només el Partit del Progrés, el Partit dels Jubilats i el Partit de la Costa no anunciaven res relacionat amb el Web 2.0. La taula 2 indica l'evolució dels partits en l'ús dels instruments del Web 2.0 de manera oficialment integrada des del 17 de maig del 2009, en què 1 indica presència i 0 indica absència.

Aquests 35 elements de l'entorn del Web 2.0 representen un salt considerable respecte dels 12 elements registrats el 2007. L'organització del Partit Laborista segueix al capdavant, però

**Taula 1. Partits polítics noruecs estudiats**

Partit	Vots (%) a les municipals del 2007	Any de fundació del partit	Tendència ideològica
<b>Partits amb representació parlamentària</b>			
Partit Laborista	29,6	1887	Esquerra
Partit Conservador	19,3	1884	Dreta
Partit del Progrés	17,5	1973*	Dreta
Partit del Centre	8,0	1920*	Centre
Partit del Poble Cristià	6,4	1933	Centre
Partit de l'Esquerra Socialista	6,2	1961*	Esquerra
Partit Liberal	5,9	1884	Centre
<b>Partits sense representació parlamentària</b>			
Rojos	1,9	1973*	Esquerra
Partit dels Jubilats	0,9	1985	Centre
Partit de la Costa	0,2	1999	Centre
Demòcrates	0,2	2002	Dreta

1 Aquests partits han canviat de nom des que es van fundar o s'han fusionat amb altres partits.

Font: Kommunal- og regionaldepartementet. [En línia] <<http://www.regjeringen.no/krd/html/valg2007/bk5.html>>

**Taula 2. Elements del Web 2.0 a la pàgina d'inici del lloc web del partit, 17 de maig del 2009**

Partit	Facebook	Twitter	Blocs	YouTube	Flickr	Altres	TOTAL
Partit Laborista	1	1	1	1	1	1	6
Partit de l'Esquerra Socialista	1	1	1	1	1	1	6
Partit Liberal	1	1	1	1	1	1	6
Partit Conservador	1	1	1	1	1	0	5
Aliança Electoral Roja	1	1	0	1	1	1	5
Partit del Centre	1	1	0	0	1	1	4
Partit del Poble Cristià	0	0	1	0	0	0	2
Partit del Progrés	0	0	0	0	0	1	1
Partit de la Costa	0	0	0	1	0	0	1
Partit dels Jubilats	0	0	0	0	0	0	0
Demòcrates	0	0	0	0	0	0	0
	6	6	5	6	7	6	35

Font: Elaboració pròpia.

n'hi ha d'altres que s'han posat al dia. A l'altre extrem, els partits no socialistes més petits, a més del Partit del Progrés i en part també del Partit del Poble Cristià, mantenen la mateixa actitud vacil·lant que el 2007. Això, juntament amb la presència oficial relativament forta d'altres partits mitjans o petits, indica que la grandària del partit només importa en el sentit d'establir un llindar mínim per sota de l'1,9% dels Rojos. Per damunt d'aquest llindar tot es redueix al fet de prendre la decisió estratègica de si el Web 2.0 es prou important com per dedicar-hi els recursos propis.

La taula 3 presenta diversos indicadors clau sobre els percentatges relatius de participació dels partits polítics en els llocs web o les activitats de l'entorn Web 2.0 més importants. Si bé aquests indicadors són xifres ordinàries i superficials, posen de manifest variacions significatives entre els partits, com també entre les activitats. Hi ha cinc partits amb aproximadament un 10% o més de l'activitat cadascun, entre els quals el Laborista guanya de lluny. En total, aquests cinc partits acumulen el 87,29% de l'activitat i deixen una mica més del 12% als altres sis partits.

No sorprèn que el percentatge de participació dels partits en el Web 2.0 es correspongui estretament amb el seu percentatge de vots ( $r^2=0,79$ ). Així doncs, potser caldria considerar directament falsa la tesi de l'"e-ruptura".

Això no obstant, hi ha variacions que indiquen opcions estratègiques diferents en relació amb l'activitat al Web 2.0 com també variacions en la capacitat de mobilització. Una dada simple seria el percentatge de participació al Web 2.0 en relació amb el percentatge de vots, en què un resultat d'1 voldria dir una presència al Web 2.0 més gran que la prevista pel percentatge de vots i un resultat inferior a 1 indicaria una presència més baixa. Tal com s'exemplifica al gràfic 2, es pot observar que un dels tres partits més grans (>15%), dos dels quatre partits mitjans (5-10%) i tres dels quatre partits petits (<5%) obtenen uns resultats més bons dels previstos. Els

Laboristes, els Liberals, el Partit de l'Esquerra Socialista i els Rojos van ser els partits amb una estratègia més meditada respecte al Web 2.0, la qual cosa també es corrobora amb la promoció que es fa d'aquests elements als respectius llocs web. En tots els casos, la relació negativa entre grandària del partit i mobilització és forta ( $r^2=-0,4$ ). Amb tot, si bé dos dels tres partits més petits obtenen uns resultats molt més bons dels previstos, encara estan molt lluny dels altres partits en gairebé tots els indicadors, a causa principalment del baix percentatge de vots que tenen. Sembla que podríem establir una mena de llindar mínim pel que fa a la ruptura en la mobilització del Web 2.0 per sota del nivell de l'1,9% que obtenen els Rojos. Per damunt d'aquest, els partits poden mobilitzar i provocar ruptures, en la qual cosa els Rojos i els Liberals han estat els que millor se n'han sortit, per bé que la mida del Partit Laborista implica que els partits grans també poden utilitzar el Web 2.0 com a eina de dominació.

Amb tot, tal com diem a la introducció sobre els partits com a organitzacions institucionalitzades, no hem de pressuposar que senzillament han adoptat el Web 2.0 de manera automàtica. Com molt bé demostra el fet que els dos partits més antics (els Laboristes i els Liberals) siguin usuaris entusiastes del Web 2.0, els partits sòlids no s'oposen necessàriament al tipus de canvi que comporta el Web 2.0. Entre els partits més nous, el Partit del Progrés i el Partit dels Pensionistes mostren una certa resistència o, si més no, indecisió, respecte al Web 2.0. El gràfic 4 fa servir la mateixa mesura d'activitat al Web 2.0 en relació amb la grandària del partit a l'eix y, i l'any de fundació del partit a l'eix x. Aparentment hi ha una relació curvilínia entre l'antiguitat del partit i l'adopció del Web 2.0, encara que els partits fundats després del 1960 són els més predisposats a fer servir el Web 2.0. Aplicant un coeficient de correlació simple per rangs, un valor de -0,27 en el coeficient tau de Kendall confirmaria aquest patró.

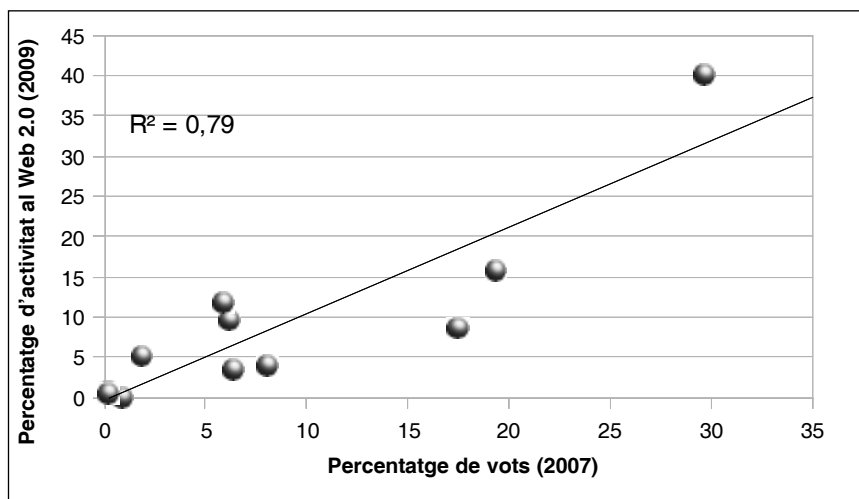
Taula 3. Activitat dels partits al Web 2.0. Primavera del 2009

PARTIT	Blocs <sup>1</sup>		Twitter <sup>2</sup>		Facebook <sup>3</sup>		YouTube <sup>4</sup>		Mitjana
	Polítics	Líder	Polítics	Seguidors	Grups	Members	Vídeos	Reproduccions	
Partit Laborista	20,83	29,7	47,69	50,69	17,31	24,99	36,89	92,96	40,13
Partit del Progrés	8,33	22,17	1,92	1,45	12,06	20,82	1,87	0,18	8,6
Conservadors	15,97	14,13	11,54	15,13	34,16	21,87	13	0,81	15,83
Partit del Centre	5,56	5,68	5	2,45	5,26	3,5	3,41	0,6	3,93
Partit del Poble Cristià	12,5	3,86	2,69	2,23	2,16	3,61	0,22	0	3,41
Partit de l'Esquerra Socialista	11,81	15,73	15	14,76	8,96	7,08	3,52	0,11	9,62
Liberals	12,5	5,66	10,77	8,82	13,6	11,1	30,07	2,29	11,85
Rojos	11,11	1,42	5,38	4,48	4,79	5,32	7,6	0,87	5,12
Partit dels Jubilats	0	0,01	NA	NA	0,15	0,01	0,33	0	0,06
Demòcrates	0	1,59	NA	NA	0,77	0,92	0,99	1,88	0,77
Partit de la Costa	1,39	0,05	NA	NA	0,77	0,8	0,99	0,31	0,54
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>99,99</b>	<b>100,01</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>99,86</b>
<b>Nre.</b>	<b>144</b>	<b>85.098</b>	<b>260</b>	<b>55.503</b>	<b>647</b>	<b>45.766</b>	<b>908</b>	<b>189.316</b>	

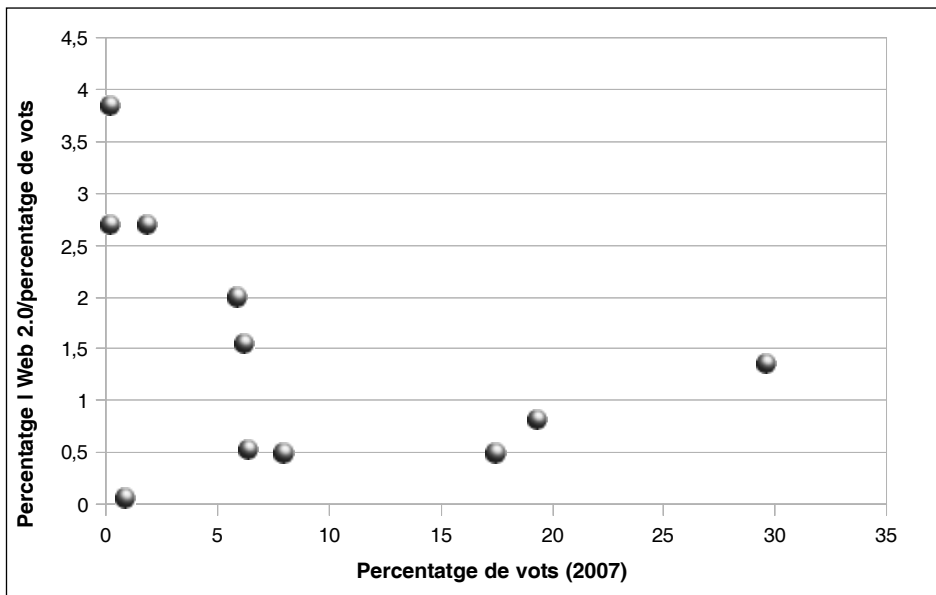
- 1 Polítics amb blocs actius [En línia] <<http://valgprat.no/bloggoversikt/>> (Consulta: 2 de juliol de 2009). No hi ha categories per als Demòcrates ni el Partit dels Jubilats. Mencions del líder del partit a la blocosfera [En línia] <<http://blogsearch.google.com/>> (Consulta: 10 d'abril de 2009).
- 2 Nombre de polítics i dels seus seguidors. No hi ha registres dels tres partits més petits. Això no obstant, fent una cerca pel nom del partit es va trobar un petit grup de suport als Demòcrates amb 55 seguidors. Twittertinget [En línia] <http://www.twittertinget.no/> (Consulta: 19 de maig de 2009).
- 3 Cerca a partir del nom del partit i de les sigles (Consulta: 9 d'abril de 2009).
- 4 Cerca a l'apartat de "Notícies i Política" i "Organitzacions sense ànim de lucre i Activisme". (Consulta: 9 d'abril de 2009).

Font: Elaboració pròpia.

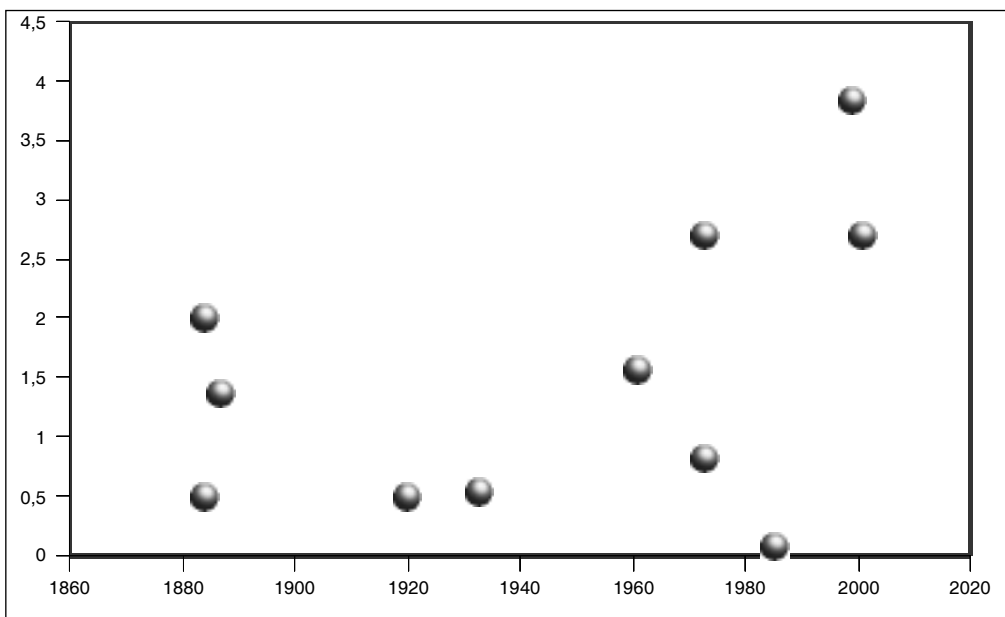
Gràfic 2. Percentatge d'activitat al Web 2.0 el 2009 i vots el 2007



Font: Elaboració pròpia.

**Gràfic 3. Mobilització relativa del Web 2.0**

Font: Elaboració pròpia.

**Gràfic 4. Activitat relativa al Web 2.0 i any de fundació dels partits**

Font: Elaboració pròpia.

Pel que fa a l'aspecte ideològic, el gràfic 5 indica que tots els partits d'esquerra han entrat en el món del Web 2.0, mentre que els partits de centre i de dreta es mostren més ambivalents o insegurs. Aplicant una ordenació per rangs tant a la dimensió ideològica com a la d'activisme, obtenim un coeficient tau de Kendall del 0,55. Això pot voler dir que el paradigma de l'esquerra és més proper al paradigma del Web 2.0, tot i que no sembla una condició necessària si tenim en compte l'activitat dels Liberals en l'àmbit del Web 2.0. Això no obstant, la postura ideològica dels Liberals també és ambigua, ja que és un partit que es declara obertament no socialista, però que certament té molt interès en qüestions clàssicament postmaterialistes com ara el medi ambient i l'antiautoritarisme, la qual cosa el situa a prop del Partit Laborista. En aquest sentit, el Web 2.0 seria aleshores l'expressió d'uns nous valors d'esquerra, la qual cosa té sentit des del punt de vista del que anomenem el "paradigma del Web 2.0".

### La dimensió vertical

Durant la primavera del 2007 les bases van registrar una activitat frenètica. Els militants locals, les delegacions dels partits i els simpatitzants creaven blocs i grups a Facebook i penjaven vídeos fets per ells mateixos. Pel que fa a l'organització dels partits, les entrevistes dutes a terme el 2007 amb els administradors dels llocs web posaven de manifest un paradigma "Web 1.0" més professionalitzat. Els preocupaven qüestions com ara el control i els recursos per garantir la qualitat, en el sentit que les activitats del Web 2.0 no fessin mala propaganda del partit en qüestió. Les organitzacions dels partits, però, dubtaven a l'hora d'intervenir i ningú no esperava poder controlar o fer un seguiment exhaustiu dels esdeveniments. Les tecnologies del Web 2.0 facilitaven que determinades persones o grups de persones utilitzessin el nom —i fins i tot el logotip— dels partits,

sense el coneixement ni l'autorització d'aquests.<sup>3</sup> Fins i tot l'administrador del web dels Liberals, el partit que en principi semblava més entusiasta respecte al Web 2.0, pensava el següent:

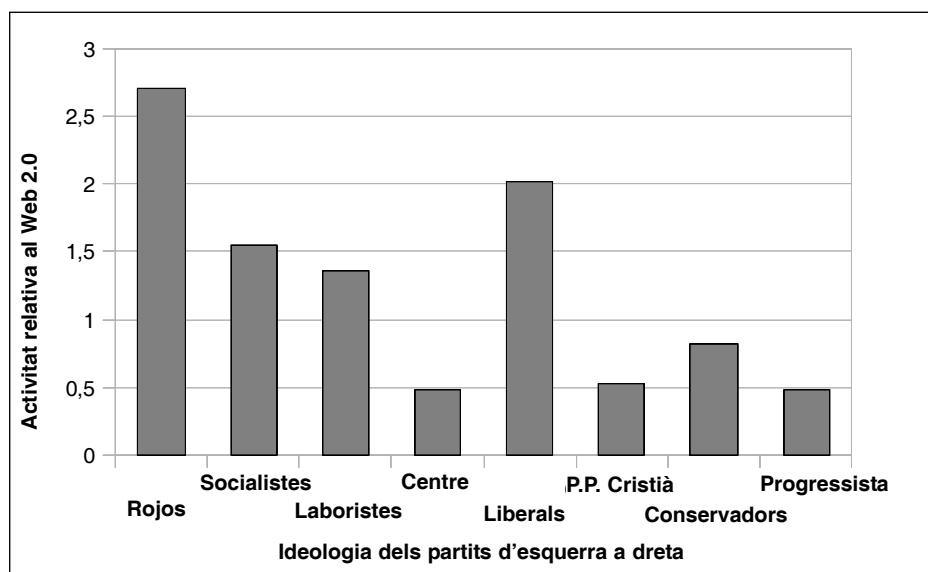
Fins fa dos anys pensàvem que n'hi hauria prou amb tenir el nom del domini, però ara s'obren diàriament llocs nous que fan servir el nostre nom i fins i tot el nostre logo. Moltes de les persones que hi ha darrere d'això segurament són membres (del partit) amb bones intencions, però la realitat és que no ho podem controlar.

Tal com informàvem en l'apartat anterior, les organitzacions dels partits van esdevenir cada vegada més actives en l'entorn del Web 2.0 entre el 2007 i el 2009, amb la creació de llocs o pàgines oficials que podien controlar i en les quals confiaven prou com per anunciar-les. No obstant això, per sota d'aquesta capa de llocs web i pàgines oficials de l'entorn Web 2.0, l'enorme estrat no oficial i no anunciat creat des del principi encara existeix.

Els blocs constitueixen potser el gruix d'aquest estrat, ja que es poden considerar estrictament els elements més individuals i personals del "paradigma" del Web 2.0. Les persones entrevistades dels partits van reconèixer aquesta realitat i van admetre que els blocs eren un tema en què l'organització del partit no havia d'interferir. D'altra banda es mostraven preocupats pel fet que els lectors dels blocs poguessin confondre les opinions personals amb les línies polítiques oficials del partit. En aquest sentit, això posa de manifest que són conscients de les diferències principals entre el Web 1.0 i el Web 2.0.

Es desconeix exactament quants blocs de partits polítics hi ha. No obstant això, el lloc web de Noruega que recull més informació sobre aquest tema (Valgprat.no, 2009) té registrats 5.675 apunts i 173 blocs polítics que corresponen a diversos

Gràfic 5. Activitat relativa dels partits al Web 2.0 i ideologia dels partits



Font: Elaboració pròpia.



partits. Els líders dels partits són majoritàriament poc inclinats als blocs. De la campanya electoral del 2005 ençà, els mitjans de comunicació han creat fòrums en format bloc específics per als partits, amb la qual cosa els deixen poques alternatives. El VG-Blog de l'edició digital de VG ha estat el més important: el 2009 tots els dirigents dels partits polítics, tret del líder del Partit dels Pensionistes, hi tenien els seus propis blocs. Però a banda dels líders dels Liberals i en part també dels Conservadors, dels Demòcrates i dels del Partit de la Costa, el nivell d'activitat ha estat més aviat baix des que va acabar la campanya electoral del 2007.

A més, tan sols tres partits (els Liberals, els Conservadors i el Partit del Poble Cristià) van trobar que valgués la pena que al VG-Blog o en d'altres llocs web hi aparegués un enllaç al bloc dels seus líders. Això pot ser un reflex del problema que suposa escriure un bloc en nom d'institucions com els partits polítics. Més enllà de la publicitat negativa que lògicament comporta el fet de no tenir temps d'actualitzar-los, un bloqueig individual com ara un dirigent d'un partit també actua de representant de la institució. Es tracta d'una realitat lligada a la condició de bloqueig, però per al partit un bloqueig que no estigui subjecte a cap restricció pot ser una mena de perill públic. No cal dir que un bloc despersonalitzat o (auto)censurat segurament serà poc atractiu per als lectors de blocs.

Mentre que almenys cinc blocs de la llista Twingly Top 100 de blocs noruecs estaven relacionats d'una manera o altra amb polítics d'algun partit, cap d'aquests blocs no pertanyia a cap líder polític. Quatre d'aquests tenien deu vegades més enllaços a internet que el bloc més popular d'un líder polític, i el cinquè fins i tot superava tots els blocs de líders de partits polítics junts (347 davant de 256 enllaços) (Google Web). Així, l'èxit dels blocs d'altres polítics que ocupen llocs més baixos a la classificació indica el potencial per captar l'atenció pública, perquè dediquen més temps a actualitzar-los i s'ajusten més al "paradigma del Web 2.0". Amb tot, entre els bloqueigs hi ha força interès pels líders dels partits polítics,<sup>4</sup> en estreta correlació amb la grandària del partit ( $r^2=0,85$ ). Si bé el fet de ser el líder d'un partit polític no garanteix l'èxit com a bloqueig, aquest mateix èxit no és una condició imprescindible perquè els líders polítics atreguin l'atenció a la blocosfera. La postura del líder del partit i la grandària del partit polític són els factors decisius.

El 2009, els microblocs i Twitter en particular van esdevenir les comunitats que van créixer més ràpidament a internet no sols a Noruega sinó a tot el món (Nielsen 2009; Tvitre.no 2009). Pel que sembla, les organitzacions dels partits han adoptat una actitud molt activa i participativa a Twitter des del començament. El maig del 2009, nou dels onze partits estudiats ja hi eren presents amb un perfil oficial del partit, del líder del partit o de tots dos, i sis ja hi tenien enllaços al lloc web del partit. Aquests onze perfils aplegaven el 30% del total de 65.235 seguidors dels 260 polítics amb perfils registrats a Twitter (Twitteringet 2009). Això no obstant, només havien publicat el 6,27% dels tweets, la qual cosa indica que Twitter

era una via de fuga per a altres persones més que no pas per a les organitzacions dels partits o per als líders, per bé que hi ha un biaix en l'atenció a favor del líder de l'organització.

Pel que fa als vídeos polítics que els partits tenen en línia, a l'inici de la campanya electoral del 2007 YouTube era el lloc web més destacat. Però el 2007 altres llocs web oferts pels mitjans de comunicació nacionals, com ara *snutter.no*, de VG, i Nettavisen Video (<<http://www.2play.no/>>) eren importants aparadors de vídeos en què dominaven les delegacions, els candidats i els militants d'àmbit local. El 2009 el paper de YouTube sembla fins i tot més potent, gràcies a un augment de l'activitat de les organitzacions nacionals dels partits, mentre que l'activitat d'àmbit local que trobàvem en altres llocs web s'ha refredat un cop passades les eleccions municipals. Cinc organitzacions nacionals de partits (els Liberals, els Laboristes, els Conservadors, el Partit del Centre i els Rojos) havien creat canals oficials a YouTube cinc mesos o menys abans de les eleccions del 2007, i l'abril del 2009 tan sols hi faltaven el Partit dels Pensionistes i el Partit del Poble Cristià. El fet que només un dels cinc canals estigués enllaçat des del lloc web del partit el 2007, davant dels sis de nou que trobem el 2009, reforça encara més la idea que YouTube està en el camí d'esdevenir un element sòlid en les estratègies de comunicació dels partits. Tot i això, les cerques fetes a partir del nom del partit indiquen que el nombre de vídeos relacionats amb els partits fora dels canals oficials iguala com a mínim els 268 i 420 vídeos que hi trobàvem el 2007 i 2009, respectivament.

Juntament amb el creixement explosiu de Facebook a Noruega el 2007, en els mesos previs a les eleccions municipals del setembre es van crear almenys 326 grups amb 21.721 membres simpatitzants d'un o altre partit noruec.<sup>5</sup> Tan sols els Conservadors, el Partit Laborista i el Partit del Centre van crear grups que representessin les organitzacions nacionals dels partits,<sup>6</sup> autoritzats a través d'un enllaç des de la pàgina web principal del partit. Des de l'abril del 2009, quan els partits es preparaven per a la campanya de les parlamentàries, aquesta situació ha canviat una mica. Actualment hi ha cinc partits amb pàgina o grup nacionals de tipus oficial, visiblement enllaçades des del lloc web del partit, i tots els partits compten amb grups de seguidors a Facebook. El nombre de grups destacats dels partits i els membres respectius s'ha més que doblat, fins arribar almenys a 647 grups amb 45.766 membres. Un altre canvi important a Facebook el 2009 van ser els sis grups o pàgines oficials de seguidors dels líders dels partits més grans o mitjans (tret del Partit del Poble Cristià i el Partit de l'Esquerra Socialista), a més d'una del líder dels Demòcrates. En conjunt aquests grups o pàgines tenien 39.439 membres o seguidors, la qual cosa suposa gairebé la totalitat dels membres de grups de partits.

Les xarxes socials d'internet a Noruega, comparades amb Facebook, contenen poca activitat relacionada amb els partits polítics. La popular *Nettby.no* tenia 38 grups locals no oficials amb 2.780 membres partidaris de gairebé tots els partits polítics. Això no obstant, la xarxa *Origo.no* (<<http://origo.no/>>),

molt més petita, és més interessant, ja que pot ser un indicatiu de la nova estratègia integrada i nacional dels partits a internet. Recentment, set partits polítics d'àmbit nacional han creat les seves pròpies "zones", les quals poden contenir blocs, eines de col·laboració, calendaris o pàgines web tradicionals, en què també s'incorporen les activitats de les delegacions locals i de cada polític en concret. El 23 de juny del 2009 aquestes set "zones" tenien 1.145 membres, amb el Partit Laborista ocupant novament un lloc destacat amb 961 d'aquests membres a la seva "zona". Com que té pocs membres, *Origo.no* pot semblar insignificant a primer cop d'ull, però marca la tendència futura cap a una major integració, amb el Partit Laborista al capdavant. Aquest s'inspira clarament en Obama, i fins i tot n'imita l'adreça i el nom, que es traduirien per *mylabourparty.no*.

Com que l'activitat política en general dels partits al Web 2.0 s'ha més que doblat entre el 2007 i el 2009, les organitzacions dels partits nacionals centren ara els esforços a coordinar aquesta activitat. Les característiques *ad hoc* i també en certs aspectes catòiques de la campanya del 2007 en l'entorn del Web 2.0 s'estan redreçant. La majoria dels llocs web dels partits nacionals exhibeixen clarament la seva presència oficial al Web 2.0, mentre que els polítics més destacats hi tenen una presència cada vegada més sòlida a través de blocs, perfils i pàgines oficials de seguidors. A més a més, tal com s'ha indicat, l'ús d'*Origo.no* apunta cap a una major integració de les activitats a internet. La mateixa naturalesa del Web 2.0 fa que encara hi hagi —i que hi continuï havent en el futur— milers de blocs polítics independents, perfils de Twitter, grups extraoficials de Facebook i canals no oficials de YouTube. En conjunt, però, podríem dir que els senyals d'una "e-ruptura" vertical i moderada el 2007, desencadenada per la ràpida introducció de les noves tecnologies en el context especial de les eleccions municipals —més que no pas generals—, són cada vegada més febles.

## Debat i conclusió

Tal com apuntàvem al principi d'aquest article, l'evolució del web (1.0) fa pensar que, després d'un període de transició, els partits polítics s'han adaptat a les noves tecnologies segons un model de partit "electoral-professional". Pel que fa al Web 2.0, l'escenari d'"e-ruptura" que plantejaven Pascu *et al.* (2007) feia pensar que aquestes tecnologies podien ser agents de canvi més potents que els concebuts com a Web 1.0, mentre que l'escenari del "Web 1.5" suggeria la idea que les tecnologies s'adaptarien als models de partits existents.

Amb totes les seves limitacions, el material que presentem aquí sobre el cas noruec posa de manifest unes "e-ruptures" més aviat febles, principalment en la fase primerenca d'aplicació de la tecnologia Web 2.0 en l'àmbit polític. Les "e-ruptures" en la dimensió horitzontal s'haurien de manifestar amb el fet que els partits nous o més petits del sistema de partits tinguessin l'oportunitat d'esdevenir més visibles i d'atraure nous

seguidors, a expenses dels partits més grans i sòlids. Es detecten algunes tendències en aquest sentit que indiquen que, amb uns recursos mínims, els partits i els militants poden decidir ser "grans" en el món de la política al Web 2.0 o poden decidir no ser-ho. Amb tot, el percentatge d'activitat dels partits al Web 2.0 es correspon principalment amb el que es podria esperar pel seu percentatge de vots el 2007. Segurament les desviacions són massa petites com per tenir un pes significatiu en la competència pels vots. D'altra banda, alguns dels partits grans que abans s'havien mostrat més reticents, el 2009 semblen haver-se activat una mica més, la qual cosa posa de manifest que qualsevol possible efecte de ruptura s'aniria equilibrant amb el pas del temps. En la dimensió vertical, un efecte de ruptura seria que les organitzacions nacionals dels partits perdessin el control de les delegacions i dels militants locals (o que els el cedissin). El material indica que el paper de les organitzacions dels partits nacionals i els seus líders s'ha reforçat de manera significativa entre el 2007 i el 2009. La situació el 2007 es pot interpretar en part com una anarquia *ad hoc*, a causa de la introducció sobtada de les noves tecnologies juntament amb el fet que fos un any d'eleccions locals. Això no obstant, amb el pas del temps els cicles de dos anys d'eleccions locals i nacionals tindran segurament per si mateixos un efecte important. És probable, però, que aquest cicle d'activitat tingui lloc en el marc d'una estratègia de partit més integrada i participativa, per la possibilitat d'oferir consells i opinions en els llocs web dels partits i per l'establiment de xarxes o "zones" específiques dels partits en llocs com ara *Origo.no*.

L'evolució dels fets que hem analitzat indica que el potencial d'"e-ruptura" és inherent en si mateixa però que no es concreta amb el temps, almenys en el nostre cas particular. L'escenari menys e-rupturista que plantejaven Jackson i Lilleker del Web 1.5 (2009) sembla més realista. De fet, els partits més sòlids poden entrar en el món del Web 2.0 arrossegant encara el seu "paradigma" de normes i objectius preexistents, tan propi de les organitzacions institucionalitzades. Tot i desviar-se del proclamat "paradigma" del Web 2.0, caracteritzat pel control per part de l'usuari, la participació i l'obertura, els partits "pugen al tren" sense que això impliqui necessàriament combregar-hi. Naturalment, això també pot qüestionar en primer lloc la validesa de l'afirmació que efectivament hi ha un "paradigma" clar i definit característic del Web 2.0. El fet que els partits incorporin algunes de les tecnologies i aplicacions del Web 2.0 però que mantinguin un control ferri dels efectes de les xarxes i de l'ús que en fan els usuaris és una mostra clara del determinisme tecnològic que hi ha darrere d'aquestes afirmacions.

Això no obstant, el Web 2.0 possiblement tingui poca importància política, tant en el format d'"e-ruptura" com en el de "Web 1.5", atès l'abast modest que té en termes d'usuaris reals. No cal dir que això és el punt més transcendent per validar la tesi de l'"e-ruptura", ja que fins i tot una "e-ruptura" real en el context de l'esfera del Web 2.0 tindria uns efectes reduïts sobre el comportament de vot o la generació d'un activisme polític més exigent. Perquè qualsevol "e-ruptura" transcendeixi

a la política electoral, cal que els elements del Web 2.0 atreguin —i influeixin en les decisions de— una part significativa dels 3,5 milions de votants noruecs. Tot i que l'ús que fan els partits polítics del Web 2.0 ha crescut força des del 2007, l'abril del 2009 encara hi havia tan sols 55.503 seguidors de polítics a Twitter i 45.766 membres de grups de partits polítics a Facebook, mentre que els vídeos dels canals dels partits a YouTube havien estat vistos un total de 189.316 vegades. No hi ha dubte que l'activitat augmentarà, sobretot en els mesos previs a les eleccions del setembre de 2009. Però ara com ara, el “poder potencialment rupturista” que la tesi de l’“e-ruptura” atribuïa al Web 2.0 hauria de considerar-se, en el millor dels casos, un poder que encara s’ha de demostrar en la dimensió horitzontal de la competència entre els partits. L’estratègia del Partit del Progrés, que gairebé ha renunciat al Web 2.0 a favor dels mitjans de comunicació de tota la vida i de la pàgina web del partit, sembla raonable almenys a curt termini.

Una possible reserva a aquest argument, que no ha estat analitzada aquí, és que el caràcter víric que se li ha atribuït al Web 2.0 no té per què limitar-se al Web 2.0 pròpiament. Aquesta reserva es fonamenta parcialment en la hipòtesi de “dues fases” formulada per Lazarsfeld i els seus col·laboradors (Lazarsfeld *et al.* 1944; Katz i Lazarsfeld 1955). Segons la tesi de Lazarsfeld, les decisions de vot de relativament pocs votants poden canviar directament com a conseqüència dels missatges mediats. Però també es poden produir efectes més considerables si els pocs usuaris dels mitjans actuen com a líders d’opinió dins de les seves pròpies xarxes socials. A més, també hi podem afegir un efecte indirecte en “dues fases” a través dels mitjans de comunicació tradicionals, ja que els periodistes informen de l’ús que els partits fan del Web 2.0, busquen informació a llocs Web 2.0 com ara Twitter, o poden fins i tot simpatitzar més amb un partit o un altre a través d’aquests llocs. Per tant, la minoria que participa en les xarxes socials digitals del Web 2.0 pot fer de punt d’interconnexió entre els qui ja participen en xarxes socials i el públic més general. La tesi de Lazarsfeld ens recorda que tal vegada subestimem la importància del Web 2.0 com a eina per mobilitzar i organitzar els votants i els militants en les actuals xarxes socials. Caldria afegir, però, que com que el Web 2.0 és sinònim de comunicació multilateral, també articularà el suport o l’oposició a aquestes xarxes.

Els exemples de bones campanyes a internet, i sobretot les campanyes de Howard Dean i més recentment de Barack Obama, han tingut un impacte important en els mitjans de comunicació i en els estratègics dels partits noruecs (*Digi.no*, 2008ab). Comentaris com el que reproduïm a continuació són força habituals:

“Els partits noruecs han d’aprendre molt d’Obama i del seu equip a l’hora d’organitzar campanyes electorals. Sobretot s’haurien de fixar en la prioritat que ha donat als mitjans digitals, una part de la campanya que es pot organitzar sense uns costos especialment alts. (*Digi.no*, 2008a, traducció pròpia)”

Amb tot, caldria assenyalar diverses diferències contextuals essencials entre els sistemes de partits nord-americans i noruecs. El sistema de partits i l’organització dels partits als EUA i a Noruega són entitats simplement diferents. La grandària i la diversitat tant de la seva població com del territori generen demandes diferents en les xarxes d’àmbit local i en termes d’autonomia, com també pel que fa a la coordinació i la comunicació efectives entre les localitats. D’una banda, l’estructura organitzativa dels partits nord-americans és molt més flexible, amb menys membres en termes relatius i amb unes delegacions locals que sovint romanen inactives. Els partits noruecs, d’altra banda, encara són organitzacions relativament fortes i menys dependents de la creació de xarxes *ad hoc*. Finalment, les eleccions nord-americanes se centren en el candidat, davant del plantejament centrat en el partit que es dona a Noruega. Pot ser que aquestes diferències es redueixin amb el pas del temps, ja que Noruega —juntament amb altres països europeus— comença a adoptar un model basat en delegacions locals desvinculades, votants deslleials, menys membres i més atenció a la persona dels líders. Però encara són prou importants per justificar la pregunta de si el Web 2.0 és més funcional per als partits nord-americans i per tant el seu ús és més “racional” de cara a guanyar les eleccions, justament perquè aquests partits són en primer lloc una mena de partits en xarxa (Anstead i Chadwick 2008).

## Notes

- 1 Cormode i Krishnamurthy (2008) examinen a fons les diferències entre el Web 2.0 i el Web 1.0.
- 2 La manca de control en el cas noruec s’agreuja encara més a causa de la prohibició (de fa molts anys) d’emetre publicitat política a la televisió. És possible que s’acabi aixecant aquesta prohibició després d’una sentència recent del Tribunal Europeu de Drets Humans (2008).
- 3 Quan es preguntava als entrevistats dels partits sobre l’activitat al Web 2.0, molts afegien la frase “... que jo sàpiga” a les seves afirmacions.
- 4 Mencions de líders de partits (nom complet) en blocs, segons la cerca de blocs de Google (Consulta: el 10 d’abril de 2009).
- 5 Cerca a partir del nom i les sigles del partit (Consulta: 15 d’agost de 2007).
- 6 Identificacions dels grups de Facebook: Conservadors - 2431161089, Partit Laborista - 2421715973 i Partit de Centre - 2256306844.

## Bibliografia

- AALLEN, I. "Deler og deltar". A: *Aftenposten Morgen*, 8 de maig de 2009.
- AARDAL, B. "Velgere på evig vandring?". A: AARDAL, B. (ed.) *Norske velgere*. Oslo: Damm, 2007a, pàg. 13-40.
- AARDAL, B. *Table on internet use*, 2007b. [En línia] <<http://home.online.no/~b-aardal/vedlegg.pdf>> (Consulta: 13 de juliol del 2008).
- AARDAL, B.; KROGSTAD, A.; NARUD, H. M.; WALDAHL, R. "Strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet". A: AARDAL, B.; KROGSTAD, A.; NARUD, H. M. (ed.) *I valgkampens hete. Strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet*. Oslo: Universitetsforlaget, 2004, pàg. 13-32.
- AARDAL, B.; STAVN, G. "Enda flere skifter parti". A: *Samfunnspeilet*. 2006, vol. 20, núm. 6, pàg. 2-8.
- ABCNYHETER. *Facebook kan avgjøre valget*. Oslo: ABCNyheter, 2007. [En línia] <<http://www.abcnyheter.no/node/46264>> (Consulta: 18 de maig de 2007).
- AFTENPOSTEN (2007). "Få toppolitikere bruker blogger - . . . men alle er enige om at Internett blir viktigere". A: *Aftenposten Morgen*, 19 de febrer de 2007.
- AFTENPOSTEN (2009). *Unge fjes går for Facebook*. Oslo: Aftenposten.no, 2009. [En línia] <[http://www.aftenposten.no/kul\\_und/article3019774.ece](http://www.aftenposten.no/kul_und/article3019774.ece)> (Consulta: 10 d'abril de 2009).
- ALLERN, S. *Flokkdyr på Løvebakken: søkelys på Stortingets presselosje og politikkens medierammer*. Oslo: Pax, 2001.
- ANDERSON, N. *Tim Berners-Lee on Web 2.0: "nobody even knows what it means"*. Ars Technica, 2006. [En línia] <<http://arstechnica.com/news.ars/post/20060901-7650.html>> (Consulta: 25 de febrer de 2008).
- ANSTEAD, N.; CHADWICK, A. "Parties, Election Campaigning and the Internet: Toward a Comparative Institutional Approach". A: CHADWICK, A.; HOWARD, P. N. (ed.) *The Handbook of Internet Politics*. Routledge, 2008, pàg. 56-71.
- AURA AVIS. *Tar valgkampen på nett*. Aura Avis, 2009. [En línia] <[http://www.auraavis.no/lokale\\_nyheter/article4417799.ece](http://www.auraavis.no/lokale_nyheter/article4417799.ece)> (Consulta: 23 de juny de 2009).
- BARNETT, S. "New media, old problems: New technology and the political process". A: *European Journal of Communication*. Becker, G.S. 1997, vol. 12, núm. 2, pàg. 193-218.
- BJØRKLUND, T. "Election campaigns in post-war Norway (1945-1989): From party-controlled to media-driven campaigns". A: *Scandinavian Political Studies*. 1991, vol. 14, núm. 3, pàg. 279-302.
- BRØNNØYSUNDREGISTRENE. *Partiregisteret*. Brønnøysund: Brønnøysundregistrene, 2009. [En línia] <<http://w2.brreg.no/partireg/>> (Consulta: 9 de juny de 2009).
- CORMODE, G.; KRISHNAMURTHY, B. *Key differences between Web 1.0 and Web 2.0*. Chicago: First Monday, 2008. [En línia] <<http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2125/1972>> (Consulta: 13 d'agost de 2008).
- DAGBLADET. *Election pages*. Oslo: Dagbladet.no, 2007. [En línia] <<http://www.dagbladet.no/valg2007/resultater/?fk=K&fylke=&r=05&vis=2>> (Consulta: 15 de maig de 2008).
- DALTON, R. *Citizen politics in Western democracies*. Chatham, NJ: Chatham House Publishers, 1988.
- DEAN, H. *Wikipartia. How the Web is restoring democracy to politics*. Forbes.com, 2007. [En línia] <<http://www.forbes.com/forbes/2007/0507/094.html>> (Consulta: 7 de juliol de 2009).
- DIGI.NO. *Nettet avgjør valget i 2009*. Oslo: Digi.no, 2008a. [En línia] <<http://www.digi.no/php/art.php?id=786162>> (Consulta: 15 de setembre de 2008).
- DIGI.NO. *Slik skal Arbeiderpartiet vinne nettvalget*. Oslo: Digi.no, 2008b. [En línia] <<http://www.digi.no/787118/slik-skal-arbeiderpartiet-vinne-nettvalget>> (Consulta: 20 de setembre de 2008).
- DIGI.NO. - *IT-ledere må delta i nettsamfunn*. Oslo: Digi.no, 2009. [En línia] <<http://www.digi.no/812799/it-ledere-maa-delta-i-nettsamfunn>> (Consulta: 10 de maig de 2009).
- DOWNS, A. *An economic theory of democracy*. Nova York: Harper and Row, 1957.
- DUVERGER, M. *Political parties: Their organization and activity in the modern state*. Londres: Methuen, 1954.
- EUROPEAN COURT OF HUMAN RIGHTS (2008), *Chamber Judgment. TV Vest AS & Rogaland Pensjonistparti vs. Norway, Press release issued by the Registrar*. 11 de desembre de 2008.

- EUROPEAN SOCIAL SURVEY. *Dataset on trust*. Bergen: NSD, 2007. [En línia] <<http://essedunet.nsd.uib.no/cms/data/stat-data/TrustData.exe>> [consultat el 15 de maig de 2008].
- FENN, J.; LINDEN, A. *Gartner's hype cycle special report for 2005*. Gartner Group, 2005. [En línia] <[http://www.gartner.com/resources/130100/130115/gartners\\_hype\\_c.pdf](http://www.gartner.com/resources/130100/130115/gartners_hype_c.pdf)> (Consulta: 20 d'abril de 2007).
- GARTNER GROUP. *Understanding hype cycles*. Gartner Group, 2007. [En línia] <<http://www.gartner.com/pages/story.php.id.8795.s.8.jsp>> (Consulta: 20 d'abril de 2007).
- HARMEL, R.; JANDA, K. "An integrated theory of party goals and party change". A: *Journal of Theoretical Politics*. 1994, vol. 6, núm. 3, pàg. 259-287.
- HESTVIK, H. "«valgkamp2001.no» Partier, velgere og nye medier. Ny kommunikasjon?". A: AARDAL, B.; KROGSTAD, A.; NARUD, H. M. (ed.) *I valgkampens hete. Strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet*. Oslo: Universitetsforlaget, 2004, pàg. 230-252.
- JACKSON, N. A.; LILLEKER, D. G. "Building an Architecture of Participation? Political Parties and Web 2.0 in Britain". A: *Journal of Information Technology & Politics*, ITP Section of the American Political Science Association, 2009, vol. 6, núm. 3, pàg. 232-250.
- KALNES, Ø. "Norwegian Parties and Web 2.0". A: *Journal of Information Technology & Politics*, ITP Section of the American Political Science Association, 2009, vol. 6, núm. 3, pàg. 251-266.
- KARLSEN, R. "Den første internetvalgkampen? Velgernes informasjonskilder". A: AARDAL, B., ed. *Norske velgere*. Oslo: Damm, 2007, pàg. 281-302.
- KATZ, R. S.; MAIR, P. "Changing models of party organization and party democracy. The emergence of the cartel party". A: *Party Politics*, Political Organizations and Parties Section, American Political Science Association. 1995, vol. 1, núm. 1, pàg. 5-28.
- KOMMUNAL- OG REGIONALDEPARTEMENTET. *Resultats electorals 2007*. Oslo: Kommunal- og regionaldepartementet, 2007. [En línia] <<http://www.regjeringen.no/krd/html/valg2007/bk5.html>> (Consulta: 25 de novembre de 2007).
- KATZ, E.; LAZARSFELD, P.F. *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*. Nova York: The Free Press, 1955.
- LAZARSFELD, P. F.; BERELSON, B.; GAUDET, H. *The People's Choice: How The Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. Nova York: Columbia University Press, 1944.
- LUSOLI, W. "A second-order medium? The Internet as a source of electoral information in 25 European countries". A: *Information Polity*. Government and Democracy in the Information Age 2005, vol. 10, núm.3 i 4, pàg. 247-265.
- NETTAVISEN, *Se valgvideoene ekspertene slakter*. Oslo: Nettavisen, 2007. [En línia] <<http://pub.tv2.no/nettavisen/innenriks/valg07/article1266375.ece>> (Consulta: 9 de novembre de 2007).
- NIELSEN. *Twitter's Tweet Smell Of Success*. Nielsen Wire, 2009. [En línia] <[http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online\\_mobile/twitters-tweet-smell-of-success/](http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/twitters-tweet-smell-of-success/)> (Consulta: 2 d'abril de 2008).
- STATISTISK SENTRALBYRÅ. *Norsk mediebarometer Internett*. Oslo: Statistisk Sentralbyrå, 2007. [En línia] <<http://www.ssb.no/emner/07/02/30/medie/sa86/internett.pdf>> (Consulta: 27 de febrer de 2008).
- OECD FOCUS ON CITIZENS. *Public Engagement for Better Policy and Services*. OECD Studies on Public Engagement. OECD Publishing, 2009.
- O'REILLY, T. *What is Web 2.0. Design patterns and business models for the next generation of software*. O'Reilly, 2005. [En línia] <<http://www.oreilly.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-Web-20.html>> (Consulta: 27 de febrer de 2008).
- PANEBIANCO, A. *Political parties: organization and power*. Cambridge: Cambridge University Press, 1988.
- PASCU, C.; OSIMO, D.; ULBRICH, M.; TURLEA, G.; BURGELMAN, J. C. *The potential disruptive impact of Internet 2 based technologies*. Chicago: First Monday, 2007. [En línia] <<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1630/>> (Consulta: 13 de novembre de 2008).
- PROPAGANDA, *Valgkampen kjempes på nettet*. Oslo: Propaganda, 2005. [En línia] <<http://www.propaganda-as.no/php/art.php?id=116753>> (Consulta: 20 d'abril de 2005).
- SAGLIE, J. "Massepartier i cyberspace? Om bruk av IKT i norske partier". A: *Norsk statsvitenskapelig tidsskrift*. 2007, núm. 2, pàg. 123-144.
- SAGLIE, J.; VABO, S. I. "Elektronisk politisk deltakelse - en aktivitet for de få?". A: SAGLIE, J.; BJØRKLUND, T. (ed.) *Lokalvalg og lokalt folkestyre*. Oslo: Gyldendal Akademisk, 2005, pàg. 161-177.

SCARROW, S.E. "Parties without members? Party organization in a changing electoral environment". A: DALTON, R. J.; WATTENBERG, M. P. (ed.) *Parties without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*. Oxford: Oxford University Press, 2000, pàg. 79-101.

TVITRE.NO. *Statistikk*. Tvitre.no, 2009. [En línia]  
<<http://tvitre.no/stats>> (Consulta: el 19 de maig de 2009).

VALGPRAT.NO. *Twittertoppen - lymmeldinger fra Norges politikere*. Valgprat.no, 2009. [En línia] <<http://valgprat.no/twittertoppen>> (Consulta: 18 de maig de 2009).

VG.NO. *Jens åpnet Ap-kanal på YouTube*. Oslo: Vg.no, 2007a. [En línia]  
<<http://www.vg.no/nyheter/innenriks/norsk-politikk/artikkel.php?artid=172252>> (Consulta: 6 de novembre de 2007).

VG.NO. *Uten nettsatsing mister du velgere*. Oslo: Vg.no, 2007b. [En línia]  
<<http://www.vg.no/nyheter/innenriks/norsk-politikk/artikkel.php?artid=144597>> (Consulta: 10 d'octubre de 2007).

### Entrevistes amb informadors dels partits

- Ingrid Sagranden, administradora del web del Partit Laborista. Oslo, 12 de juliol de 2007.
- Frode Fjeldstad, conseller i administrador del web dels Liberals. Oslo, 12 de juliol de 2007.
- Jan Kenrick Glad Jackson, administrador del web dels Rojos (Aliança Electoral Roja). Oslo, 12 de juliol de 2007.
- Sunniva Flakstad Ihle, administradora del web dels Conservadors. Oslo, 9 d'agost de 2007.
- Ole Martin Nicolaisen, editor del diari del partit *Fremskritt* i editor de la secció de notícies del lloc web del partit. Oslo, 9 d'agost de 2007.
- Arun Gosh, conseller i administrador del web del Partit de l'Esquerra Socialista. Oslo, 18 de setembre de 2007.
- Ragnar Kvåle, conseller i administrador del web del Partit del Centre. Oslo, 18 de setembre de 2007.
- Christen Krogvig, administrador del web dels Demòcrates. Oslo, 28 de setembre de 2007.
- John Herfindal, administrador del web del Partit del Poble Cristià. Oslo, 4 d'octubre de 2007.
- Mona Berg Brustad, administradora del web del Partit dels Pensionistes. Entrevista feta per telèfon el 9 d'octubre de 2007.
- Kjell Ivar Vestå, dirigent del partit i administrador del web del Partit de la Costa. Entrevista feta per telèfon el 26 de setembre de 2007.