

Маја С. Павловић¹
Универзитет у Београду, Факултет политичких наука
Београд (Србија)
Љубиша М. Бојић²
Универзитет у Београду,
Институт за филозофију и друштвену теорију
Београд (Србија)

316.658.4:316.77(87:81)
316.776.3:004]:32
659.4:32
Прејледни научни рад
Примљен 07/08/2020
Измењен 02/12/2020
Прихваћен 02/12/2020
doi: [10.5937/socpreg54-27846](https://doi.org/10.5937/socpreg54-27846)

ПОЛИТИЧКИ МАРКЕТИНГ И СТРАТЕГИЈЕ ДИГИТАЛНИХ ИЛУЗИЈА – ПРИМЕРИ ИЗ ВЕНЕЦУЕЛЕ И БРАЗИЛА³

Сажетак: Држава представља феномен који стално мења своју форму, као и политички актери унутар ње. Правац тих промена у одређеној мери зависи од развоја технологије. Нове информационо-комуникационе технологије и успон друштвених мрежа утицали су на модерну политичку комуникацију. Овај рад разматра на који начин се експлоатишу дигитални алати у непредвидљивом друштвеном амбијенту којег одликују бројне политичке кризе. Посебну пажњу посветили смо феномену дигиталног астротурфинга и ширења политичких дезинформација у Венецуели и Бразилу. Брзи технолошки развој у комбинацији са коришћењем политичких ботова ствара потенцијал за ширење лажних вести, што утиче на демократичност изборног процеса. Стога је неопходно подробије истражити ове феномене.

Кључне речи: политички маркетинг, јавно мњење, илузије, астротурфинг, дезинформације, Бразил, Венецуела

1. Увод

Политичке странке представљају феномен који се од самих својих историјских полазишта налази у језгру социолошко-политиколошких истраживања. Међутим, оне су изазвале и знатан ниво заинтересованости и међу истраживачима из других друштвено-хуманистичких дисциплина, а чак и код оних који припадају сфери техничко-технолошких наука – захваљујући успону нових технологија.

¹ majapavlovic995@gmail.com

² ljubisa.bojic@instifdt.bg.ac.rs

³ Захваљујемо на подршци Пројекту III 43007 Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије – „Истраживање климатских промена и њиховог утицаја на животну средину – праћење утицаја, адаптација и ублажавање”.

Осим тога, оне су под константном присмотром и обичних грађана, што не би требало да нас чуди јер је сасвим логично да су оне у жижи интересовања као друштвене организације.

Ове друштвене организације су изложене многим критикама. Но, и поред тога, политичке партије представљају окосницу – не само политичког, већ и целокупног друштвеног живота. Друштвено-политички поредак се не може разматрати без сагледавања партијског живота, који је један од основних градивних елемената тог поретка. (Lukić, 1981) истиче репрезентативну функцију политичких партија, као једну од главних. Он у свом делу „Политичке странке” дели функције политичких партија на главне и споредне. (Orlović, 2008) истиче да су политичке партије примарни носиоци изборног процеса и да, као такве, обликују не само владу и парламент, већ и целокупну државу.

Ако бисмо желели да са политиколошког становишта боље разумемо политичке институције и механизме унутар одређеног друштвеног колективитета, нужно је да се према политичким партијама поставимо као према примарним носиоцима политичких активности. Сходно томе, велики број истраживача, аналитичара и аутора дефинише политичке странке као својеврсне друштвено-политичке организације захваљујући којима се могу ексхумирати готово сви расцепи који су присутни унутар одређеног друштвеног ткива. Рокан и Липсет, на пример, у својим теоријским разматрањима нарочито истичу експресивну функцију политичких странака – они сугеришу да се политички обриси друштвених расцепа јављају у јавном животу управо услед деловања политичких странака (Lipset & Rokkan, 1967, str. 5).

Експресивна функција политичких партија се нарочито истиче у претходне две деценије, које су обележиле бројне кризе – економска имигрантска криза, између осталих. Све те кризе су прерасле у својеврсну глобалну кризу поверења у институције репрезентативне демократије и управо се тиме могу објаснити учестале појаве популистичких партија које обухватају оба пола политичког спектра (дакле, и десницу и левицу) – како у Европи (Mudde, 2007; Rooduijn & Akkerman, 2017), Азији (Moffitt, 2014; Hellman, 2017), Северној Америци (Wodak & Krzyżanowski, 2017), тако и на подручју Латинске Америке (Mudde & Kaltwasser, 2013).

Већина популистичких партија које су доживеле успон у претходне две деценије покрећу антисистемски сентименти. Оне су махом фокусиране на онај део бирачког тела који је потлачен, искључен и/или маргинализован од стране естаблираних партија. Иако то на први поглед не делује проблематично, јер је инклузија маргинализованих група у својој бити демократска пракса – ове партије су, нажалост, у највећем броју случајева успеле да проузрокују својеврсно обесмишљавање, па чак и затирање демократских пракси и институција. Нарочито је интересантан пример Покрета пет звезда, италијанске партије која је за веома кратак временски период успела да придобије широке симпатије и постане водећа политичка снага у Италији захваљујући томе што је партијским члановима пружила привид партијског одлучивања по принципу одоздо нагоре, симулирајући тако демократично унутарпартијско одлучивање. Наиме, ова партија је код својих партијских чланова створила осећај директне партиципације у креирању партијског програма кроз примену нових технологија. Реч је о томе да се партијске одлуке доносе преко дигиталне

платформе Русо, на којој је тренутно активно око 100 хиљада чланова (Deseriis, 2017). Оно што је сумњиво у вези са овом платформом јесте то што се ова бројка базира на тврдњама страначких првака, а не на адекватној провери стручњака. Стога је сумња у демократичност ове идеје оправдана. Партијски лидери би уз нешто програмерског умећа могли да створе опсену распрострањене партиципације партијског чланства.

Када је у питању Латинска Америка, популизам се појавио током 30-их и 40-их година, конкретно у Бразилу и Аргентини, као тежња да се радничка класа, која је тада била у настајању, укључи у процес доношења политичких одлука. Фундаментална верзија овог популизма настојала је да постигне „националну економску независност, сруши полуфеудалне односе унутар друштва и промовише социјалну правду, али је због ослањања на лидерство, централизацију, новац и награде популизам завршио као проширење, а не као реструктурирање природе политике” (Krstić, 2014, стр. 94). Такође, битно је истаћи да је једна од особености латиноамеричког популизма борба против хегемоније и империјализма Сједињених Америчких Држава (Krstić, 2014, стр. 30). Занимљиво је и то што популизам не можемо посматрати искључиво као идеологију, већ као и својеврсну форму друштвеног покрета. Наиме, перонизам, који се заснива на политичком диктатору Хуану Перону (esp. Juan Perón), је истовремено идеологија која се у својој бити залаже за социјалну редистрибуцију, али и покрет угрожених. Одбацујући марксизам и либерални капитализам, Перон је понудио своју варијанту звану „Трећа позиција” која је подразумевала социјалну интеграцију нижих друштвених слојева, харизматског вођу и већу државну контролу када се ради о економији и политици (Krstić, 2014).

Треба имати у виду да глобализација фаворизује поједине државе и народе, поједине регионе, онако како одговара носиоцима крупног капитала (Smiljković, 2013). У том погледу, целокупна политичка историја Латинске Америке обележена је сменама револуција и контрареволуција и утицајем САД-а које су мноштво пута имале пресудну улогу у обликовању и усмеравању политичких догађаја на овој територији.

Такође, свеprisутно је и константно надметање либералног концепта демократије, десничарског режима и диктатура. Према појединим ауторима, у првом реду Емира Садера, наводи се постојање три таласа борбе на овом простору. Први талас, започет Кубанском револуцијом, резултирао је успоном латиноамеричке левице и отворио је еру преокрета. Други талас, од 1973. године до краја 80-их, довео је до консолидације војних диктатура и борбе герилских група. Коначно, трећи талас водио је формирању режима који акценат стављају на отпор неолиберализму и утицају САД-а (Sader, 2008, стр. 8).

Намера овог рада јесте да прикаже како политичке партије на овим подручјима – а пре свега у Бразилу и Венецуели – потенцијално оперишу манипулацијама јавног мњења у дигиталној сфери. У првом делу рада ће стога читаоци бити упознати са тиме како је успон информационо-комуникационих технологија утицао на процесе политичког комуницирања, а пре свега на политички маркетинг. Потом ће бити речи о друштвено-историјском контексту у Бразилу и Венецуели, како би читаоци боље разумели примере „дигиталних илузија” у поменутим државама.

2. Политички маркетинг у дигиталном свету

Држава је изузетно динамична категорија која је мењала своје форме кроз историју, баш као и технологија. Важно је указати да се ова два процеса прожимају – било која промена која се догоди у технолошкој сфери на непосредан или посредан начин утицаће на простор у којем држава делује. Самим тим, уз технолошки развој се мења и начин комуникације између политичких актера.

У том контексту изузетно је важно обратити пажњу на медије. „Медији су постали главни медијатори, комуникациони канали, али и арена за партијске гладијаторе” (Orlović, 2015, str. 198). Другим речима, готово свака промена у домену медија ће утицати на амбијент деловања не само политичких партија, већ готово сваког политичког актера. Сходно томе, не би требало да будемо изненађени што је успон информационо-комуникационих технологија довео и до измене начина деловања политичких актера.

Пре свега, треба указати на то да су тзв. друштвене мреже (eng. *social networks*) те које су знатно обликовале актуелне праксе у политичкој комуникацији и политичком маркетингу. Оне су допринеле да се створи својеврсни јаз између традиционалних (масовних) медија и нових (онлајн) медија. Оваква дихотомија је омогућена и због тога што традиционални и нови медији функционишу по сасвим другачијој логици. Наиме, нови медији, то јест друштвене мреже се базирају на интерактивности и самим тим оне обезбеђују оквир којим би требало да буде знатно олакшана међусобна комуникација између политичара и грађана. Иако би се интерактивност могла одредити на више начина, већина теоретичара се слаже у следећем: интерактивност подразумева двосмерну комуникацију (Kioussis, 2002).

Визионари нових медија и друштвених онлајн платформи управо истичу овај својеврсни принцип реципрочности као главни адут информационо-комуникационих технологија (Poster, 1997). Међутим, не смемо нипошто изгубити из вида да се захваљујући дигиталним мрежама може створити својеврсни привид демократичности и подршке јавног мњења. То се, чини се, дешава у бројним државама широм света, а између осталог и у појединим државама Латинске Америке, као што су Бразил и Венецуела. Притом, покушаји манипулисања јавним мњењем помоћу дигиталних алатки су све успешнији, а то је између осталог због својеврсне кризе легитимитета традиционалних, мејнстрим (eng. *mainstream*) медија. Наиме, нови комуникациони медији у извесној мери доводе до огољавања политичких институција, при чему за политичке актере постаје тешко да искључиво уз помоћ традиционалних медија (попут телевизија и таблоида) одрже контролу над јавним дискурсом. Разлог јесте губитак поверења грађана и у традиционалне медије, које почињу доживљавати као својеврсне чуваре истих оних институција чији су деловање и углед доведени у питање. Стога друштвене мреже почињу постепено попуњавати новонасталу „празнину” у јавној сфери, што је нарочито видљиво на подручју Латинске Америке, где, према последњим истраживањима, готово сваки други становник има апсолутно поверење у истинитост информација које циркулишу друштвеним мрежама, док оквирно две трећине грађана још увек верује традиционалним медијима, што је много више у односу на остале регионе света где је истраживање вршено (Edelman, 2019, в. [Графикон 1](#)).

На том трагу, у наредном одељку ће бити речи о томе на које све начине политички актери могу злоупотребљавати друштвене мреже и шта све то подразумевају „стратегије дигиталних илузија”, а потом ће бити приказани примери из Бразила и Венецуеле.

3. Стратегије дигиталних илузија

Пре него што се упустимо у разматрање примера са подручја Латинске Америке неопходно је указати на то шта су стратегије дигиталних илузија, односно које су то активности помоћу којих се креира и одржава слика искривљене политичке реалности. Неке од најучесталијих јесу ширење дезинформација⁴, пракса дигиталног астротурфинга, као и подстицање тзв. информационог хаоса.

Када говоримо о „дезинформисању” треба указати да је то, етимолошки посматрано, релативно нова реч. Већина теоретичара сматра да је порекло ове речи у руском језику (рус. дезинформация). Наиме, термин дезинформација су Совјети користили како би описали једну крајње специфичну праксу која се развила средином претходног века – реч је о планском ширењу лажних извештаја посредством радија и штампе како би се спроводила обмана јавног мњења (Bittman, 1981). Оно о чему постоји консензус међу теоретичарима јесте да су дезинформације готово увек сврсисходне, као и да оне не морају бити нужно састављене од неистина, већ се могу састојати од претежно истинитих чињеница које су заправо истргнуте из контекста (Lanoszka, 2019).

Дезинформисање у дигиталној сфери је поприлично занимљив феномен за посматрање, јер представља једну од стратегија дигиталних илузија која се може користити не само на домаћем плану, већ и за сврхе међународних хибридних ратова. Захваљујући огромној пропусној моћи информација коју су омогућиле нове технологије, готово сви безбедносни аспекти једне државе су доведени у опасност. Међу тим аспектима се између осталих налазе: обавештајне и контраобавештајне мере, дипломатске активности, размена информација и сви нивои кооперације у сектору безбедности и одбране, одређена дејства у дигиталном простору, стратешка комуникација и информисање, оснаживање и заштита критичне инфраструктуре, одбрана енергетских и економских капацитета, цивилно-војна сарадња на локалном, регионалном, националном и међународном нивоу, приватност цивила и поверљиви лични подаци грађана, конвенционална борбена дејства итд. (Alexander & Smith, 2010; Lanoszka, 2019). Када је реч о посезању за стратегијом дезинформисања на националном плану, истраживања су махом потврдила сумње да друштва просто не могу одолети њеним погубним утицајима, а нарочито у амбијенту када су медијске слободе и плуралитет мишљења ограничени (Bayer et al, 2019).

⁴ За потребе разјашњавања термиолошких недоумица неопходно је указати на то да дезинформације и мисинформације нису исто, иако је реч о сличном феномену. Дакле, иако обе представљају ширење погрешних информација, у случају дезинформација реч је о погрешним чињеницима (или ти лажима) које се свесно пласирају у јавни дискурс са намером обмањивања грађана. Код мисинформисања, код актера који пласира погрешне информације не постоји свест о њиховој истинитости нити намера обмањивања јавности (Hernon, 1995).

Још једна стратегија дигиталних илузија на коју је потребно обратити пажњу јесте тзв. дигитални астротурфинг (енг. *digital astroturfing*). Иако је реч о пракси која је вероватно стара као и сама политика, астротурфинг је слабо познат појам не само међу обичним грађанима, већ и међу социолозима. Иако се о њему као широко распрострањеном друштвеном феномену не пише превише у медијима, доста се полемише о његовим последицама, а неретко се у јавном дискурсу спомињу неки од његових појавних облика, као што су, примера ради, тзв. ботови (енг. *social bots*).

Праксу астротурфинга могуће је повезати са разноврсним политичким покретима, геополитиком, па и праксом лобирања. Један од најраније забележених примера астротурфинга је верно описан у Шекспировој драми „Јулије Цезар”. У поменутој драми Шекспир је на основу историјске грађе верно показао како астротурфинг може утицати на политичко одлучивање. Једна од упечатљивијих сцена јесте она у којој сенатор Гај Касије (Caius Cassius Longinus) пише неколицину писама у име народа и доставља их Бруту. У писмима је Цезар описан као тиранин који представља претњу по добробит свих Римљана, те се сугерише да је једини начин да се спасу потенцијалне опасности – Цезарова смрт. Управо се захваљујући овим писмима Брут одлучује на његово убиство, те нам стога овај пример указује на негативне конотације астротурфинга. Пре свега, реч је о зававајућој пракси која представља озбиљну претњу кредибилитету политичких организација, а дугорочно посматрано – претњу по целокупан друштвено-политички поредак. Астротурфингом се користио и белгијски краљ Леополд II како би прикрио злочине који су се одвијали у Конгу под његовом колонијалном управом (Stanard, 2011).

Етимолошки посматрано, први пут се појам астротурфинг појавио пре више од пола века – 1966. године. Реч о облику вештачке траве (енг. астротурф) који је постављен на једном стадиону у Хјустону. У контексту манипулација јавног мњења, ову кованицу је први употребио сенатор Лојд Бенстен (Lloyd Bensten) као коментар на мноштво писама које је добио од осигуравајућих друштава, а која су била потписана у име „забринутих грађана”. Он је истакао да, као неко ко је пореклом из Тексаса⁵, уме да направи разлику између природне траве (енг. *grassroots*) и вештачке траве (енг. *astroturf*).

Дакле, реч је о томе да се кроз астротурфинг симулира подршка или забринутост широке групе грађана за одређено питање, по узору на спонтане друштвене покрете (енг. *grassroots movements*). Међутим, у самом почетку овај феномен није имао толико негативних конотација као данас и искључиво је повезиван са политичким праксама. Првобитно се ова пракса базирала на слању мноштва писама одређеним особама и/или организацијама које су кључне у процесу креирања јавних политика, како би се извршио својеврсни притисак. Као што је могуће приметити из поменутог примера, писма би махом била лажно потписана. Поред тога, треба указати на то су се најранији облици астротурфинга користили као и средство за стварања привида подршке некој идеји, особи и/или организацији (Lee, 2010).

Наравно, упоредо са напретком технологије и вештине стратешког комуницирања развијала се и пракса астротурфинга. Уз успон интернета и друштвених мрежа постало је изузетно тешко разликовати прави, искрени утицај од лажног утицаја.

⁵ Хјустон се налази у Тексасу (прим. аут.).

Другим речима, постало је тешко рећи да ли нека идеја, особа или организација ужива истинску подршку народа или је реч о привиду. То је било далеко лакше у доба док појавне форме астротурфинга нису биле софистициране у мери у којој су данас.

У том смислу, астротурфинг можемо одредити и као својеврсни лажни друштвени покрет. Међутим, њему ће увек недостајати кључни елемент, а то је стварно заједништво и солидарност у остварењу заједничког циља.

Неке од најчешћих појавних форми астротурфинга у дигиталној сфери јесу плаћени коментатори и ботови. Треба правити дистинкцију између ова два појма иако служе истој сврси. По једној од дефиниција, ботови јесу програми који опонашају људско понашање на различите начине. Четботови (енг. *chatbots*), на пример, могу веома уверљиво симулирати интеракцију са муштеријама или чак обављати посао асистента. Политички ботови (енг. *political bots*) су, с друге стране, испрограмирани да изражавају подршку у коментарима на друштвеним мрежама и на порталима, критикују политичке противнике и новинаре серијом коментара или да кликовима вештачки повећавају популарност одређеног коментара који подржава циљ за који се они „боре”. Плаћени коментатори функционишу по сличном принципу, с тим што они не постављају аутоматизовани садржај јер је реч о људима а не машинама. Међутим, није тешко раскринкати их у оба случаја јер им још увек недостаје извесна доза софистицираности да би могли да заварају грађане. Ботови углавном деле аутоматизовани, једнолични садржај, а плаћени коментатори најчешће одају утисак неписмених особа које започињу дискусију без икаквих валидних аргумената (Woolley, 2016).

4. Дигиталне илузије у Латинској Америци – случај Бразила и Венецуеле

Пре него што се позабавимо примерима политичких илузија Бразила и Венецуеле, потребно је рећи нешто о региону Латинске Америке, као и о политичким ситуацијама у поменутиим државама. Латинска Америка представља један од највећих светских региона, а комплексност и динамичност друштвеног и политичког живота је чине непресушним извором тема за истраживаче из најразличитијих дисциплина, па тако и за политикологе.

Пре свега, у контексту нашег истраживања, неопходно је указати на чињеницу да су персоналистички, војни и диктаторски режими били присутни на тлу Латинске Америке током 20. века, као на пример Трухиљова диктатура у Доминиканској Републици, династичка Сомозина диктатура у Никарагви, владавина Перона у Аргентини и Пиночеова диктатура у Чилеу. Међутим, треба истаћи да су многе државе Латинске Америке још од стицања независности биле иницијатори либералних идеја, и већина земаља и даље иде путем изградње стабилних система. Већина ових држава прошла је кроз својеврсну демократску трансформацију, иако у тим процесима није баш увек долазило до суштинског преображаја друштва и учвршћивања политичких институција. Велики изазови по консолидацију демократије који се налазе пред овим државама су „изостанак широке подршке прореформским елитама, непостојање културе демократије, криза институција представничке власти, дубока социјално-економска подељеност друштва” (Krstić, 2014, str. 119). У складу с тим, неоспорно је да све то снажно обликује политичку културу и свест грађана, чинећи плодно тло за манипулативне радње.

Уколико посматрамо Бразил, његова целокупна историја се може представити као низ корака ка формирању државе или ка демократији, што зависи од угла сагледавања. Бразил има модел консоцијативне демократије, чије главне детерминанте почивају на „сложеним процедурама одлучивања, које омогућавају мањим државама спречавање доношења важних државних одлука”, то јест потребна су опсежна преговарања између централне власти и федералних држава (Krstić, 2014, str. 132). За разлику од осталих држава Латинске Америке, Венецуела је увек ишла корак испред свог времена и, док су у осталим владале војне диктатуре, она је била стабилна демократија (Kos-Stanišić, 2004, str. 109). Битно је истаћи да се од 1999. године она налази у револуционарном процесу, те ју је потребно посматрати вишедимензионално, у реалним оквирима надметања на релацији либерална демократија - директна демократија, што неминовно повезује и САД са тим питањем. С тим у вези, неопходно је спровести више независних истраживања како би се реалистичније приказала политичка ситуација у овој земљи.

За потребе овог рада треба напоменути да је венецуеланска влада годинама студентима поклањала таблете и паметне мобилне телефоне домаће производње (Repeating Islands, 2011), што је за последицу имало и већу активност на интернету. Политички ботови имају малу, али стратешку улогу у венецуеланском политичком комуницирању. Ове аутоматизоване машине генеришу садржај који прослеђују у јавну сферу путем друштвених мрежа и покушавају да врше утицај на јавно мњење. У једној студији која је спроведена пре неколико година (Forelle, 2015) откривено је присуство ботова у политичком животу у Венецуели. Треба имати у виду да, за разлику од осталих држава Латинске Америке, Венецуела има једну од највиших стопа коришћења друштвене мреже Твитер. Штавише, недавна истраживања показала су да је становништво Венецуеле склоније од било ког другог народа у Латинској Америци да дели политичке ставове на друштвеним мрежама. Самим тим, Твитер представља једно од значајних места за остваривање утицаја на политичко мишљење. Иако је поменута студија из 2015. године показала да су у том тренутку ботови генерисали изузетно мали удео онлајн садржаја који се тицао политичке ситуације у земљи и да је ефекат који они остварују крајње суптилан, откривено је да се овом стратегијом највише служила радикална опозиција. Стога би се могло тврдити да је ова активност у извесној мери допринела и креирању поларизације друштва, што представља идеалан амбијент за свргавање режима и урушавање постојећих политичких институција.

Међутим, не може се занемарити чињеница да се Николас Мадуро служио сличним тактикама. Наиме, у извештају Фридом Хауса (Freedom House) о глобалном стању слободе на интернету 2013. године наводи се да, осим што је умешана у значајну цензуру, венецуеланска влада користи и друштвене мреже за ширење и промоцију својих становишта, као и за вођење кампања против опозиције. Кроз истоветни извештај је потврђено и да је у том тренутку Николас Мадуро био трећи најефикаснији светски лидер на Твитеру (мерено просечним бројем ретвитова по твиту), али је примећено да су му твитови фаворизовани десет пута мање, што указује на чињеницу да су ботови ти који раде већину овог ретвитовања. Један од дисидената је потом изнео чињеницу да су неколико хиљада корисничких налога који су ретвитовали објаве председника Мадуре заправо били налози ботова (Forelle, 2015, str. 6).

У прошлости је и сам Мадуро изјављивао: „Ако лажи дођу преко Твитера, ми ћемо узвратити ударац путем Твитера“.

С тим у вези, садржаји који се објављују на Твитеру, а који се односе на венецуеланску политику, проучавани су са циљем откривања утицаја ботова на политичку расправу која се одвија на интернету.

Будући да Твитер представља платформу за публикавање и ширење информација, поставља се питање да ли и у којој мери политичке партије и њихови лидери користе ботове како би повећали своју популарност и видљивост на друштвеним мрежама, а последично и подршку грађана. Да би се дошло до адекватног одговора, група истраживача је идентификовала 6 политичких личности, од којих су четворо припадали владајућој странци а двоје опозиционој, и анализирали њихове објаве постављене на Твитеру у временском интервалу од 1. јануара до 31. маја 2015. године (Forelle, 2015). Сачињена је листа објава које су често дељене заједно са информацијама о профилима задуженим за то, као и платформама којима су се корисници служили. Под платформама се, у овом истраживању, подразумевају апликације попут Твитер апликације за паметне телефоне. Битно је напоменути да постоје и посебно дизајниране платформе за ботове попут Ботизеа и Матерфолова. Наиме, оне пружају услугу формирања бот налога за који ће имати одређени сет задатака, на пример да подели (ретвитује) неколико туђих садржаја истовремено. Захваљујући прикупљању информација са ових платформи, истраживачи су препознали подељене објаве за које је извесно да потичу од ботова. Утврђена је разлика између две врсте ботова, оних који су се представљали као политички актери и оних који су „заступали” мишљење грађана. Свакако, сврха им је била иста – повећање популарности водећих партија путем ретвитовања њихових објава и стварање привида подршке јавног мњења.

Твитер је 2013. године без валидног објашњења затворио више од 6.000 корисничких налога који су активно подржавали Николаса Мадуре (Morales, 2019, стр. 4). Ти налози су наводно били бот профили коришћени у сврхе ретвитовања председничких објава. Иако су ови налози чинили само 0,5 процената његових пратилаца, њихово деактивирање је наводно довело до пада од чак 81 одсто просечног броја ретвитовања Мадурових објава. Истраживање је показало да су након гашења ових налога корисници друштвених мрежа били мотивисанији да одговоре на објаве постављане од стране Мадуре, да се број твитова у којима се он помиње повећавао за 33 посто, уз напомену да је дошло до повећања објава које су усмерене против њега, као и да су лидери опозиције у просеку за чак 21 проценат имали више лајкова (енг. *like*) у поређењу са представницима владајуће партије. Ово значи да су грађани, корисници Твитера, који су заступали мањинске ставове, били спремнији да изразе своје неслагање са тренутном политичком ситуацијом (Morales, 2019). Ова студија је од важности зато што на конкретном примеру показује да популарност одређеног политичког актера на друштвеној мрежи (подстакнута ботовима) утиче на раст/опадање подршке грађана. Ипак, потребно је истакнути да наведена истраживања могу бити једнострана, па би било објективније да постоје додатни извори који подржавају овакве налазе.

Када је реч о пракси астротурфинга и осталих манипулативних радњи у Бразилу, недавно⁶ је избио скандал који је указао на потенцијални владин план за стратешко

⁶ У децембру 2019. године (прим. аут)

комуницирање путем друштвених мрежа. Бивши сарадници председника Болсонара и аналитичари позвани су да дају исказе комитету који се бави истрагом о овом случају, а последња седница је указала на то да Бразил има свој „центар за фабриковање лажних вести и манипулисањем јавним мњењем”⁷. Према десеточасовној седници у којој је учествовала и Жојс Хаселман (пт. Joice Hasselmann), бивша шефица владајуће странке у Конгресу, група састављена од председничког особља рутински шири лажне вести и клевете опозицију по друштвеним мрежама као део свог свакодневног посла. Она је у својој изјави дала детаљан опис унутрашње структуре канцеларије која се бави фабриковањем и ширењем лажних вести. Осим тога, она је додала да такозвана „Канцеларија за мржњу”, предвођена председничким синовима Карлосом и Едуардом Болсонаром, производи дневне глобалне и националне изјаве, као и да врши својерсне анализе актуелних сентимената, које се затим користе за усмеравање доношења одлука, као и за одређивање смера активности политичких ботова. Група ради с дневним редом тема и циљева које треба обрадити, напоменула је ова политичарка у својој изјави и додала да се око 5.000 америчких долара из јавног буџета издваја за свако „умножавање порука из председничке канцеларије”. Она је потом сугерисала да је неопходно спровести темељно праћење токова новца из државног буџета.

Специјално оформљена Комисија за лажне вести још увек ради на утврђивању свих чињеница и, заједно са групом из Федералне службе тужилаштва, Бразилског адвокатског удружења и самог Конгреса, настоји да открије истину. Актуелни председник Бразила је одбацио тврдње које је изнела његова некадашња сарадница и описао „канцеларију за пропагандне активности” као изум у који би могли да верују искључиво „луди”.

Увођење аутоматизованих профила (ботова) у политички живот Бразила доноси ризик по демократичност јавне расправе у овој земљи. Истрага о присуству политичких ботова покренута је на основу сумњивих објава које су доведене у везу са кандидатима за председничке изборе у Бразилу 2014. године. Истраживањем је откривена веза између кандидата Аецио Невеса, Дилме Русеф, Марине Силве и компанија које су задужене за њихове кампање, с једне стране, и бот профила на друштвеним мрежама, с друге стране. Наиме, политички ботови су у својим објавама на Твитеру делили сумњиве линкове које су усмеравали на нерегистроване странице изборних кампања ових кандидата и на тај начин им подизали популарност. Заузврат, компанијама које су их ангажовале исплаћиване су велике своте новца. У случају Дилме Русеф, на вебстраници Врховног изборног суда објављен је текст којим се њена коалиција и компанија која јој је пружала техничке услуге оптужују за нелегално коришћење вебстранице (madamais.com.br) за изборну пропаганду (Ruediger et al, 2018). Битно је споменути да је и каснији импичмент бразилске председнице 2016. године био последица манипулације деснице организоване путем дигиталних медија (и подржан материјално из САД-а). Наиме, Сенат ју је склонио са функције оптужујући је за корупцију, чему је претходила вишемесечна пропаганда на интернету, као и у масовним медијима. Ту пропаганду је организовао највећи

⁷ Видети више на: <https://www.zdnet.com/article/fake-news-probe-in-brazil-exposes-office-of-hate-within-government/> (приступљено: 27.2.2020)

медијски конгломерат у Латинској Америци – О Глобо, који заступа интересе конзервативне средње класе и економски доминантног десног крила. Иако није изненађујуће што конзервативни медији критикују левичарску владу, систематском анализом (van Dijk, 2017) је утврђено да се прибегавало пристрасном извештавању и лажном представљању тренутне ситуације у циљу свргавања председнице са власти.

Иако политички ботови делују у корист одређених политичких партија, њихових лидера и донекле теже да одреде и усмере политичку агенду, не значи да у потпуности доминирају дигиталном сфером или да ће коначна оријентација већине људи бити под њиховим директним утицајем. Међутим, бројна истраживања упућују на чињеницу да су они итекако активни у Бразилу, да на софистициран начин, служећи се различитим стратегијама, настоје да утичу на популарност партија, опредељење грађана, као и на стварање поларизације у друштву. Ипак, потребно је критички испитати резултате ових истраживања, јер је могуће да она једнострано представљају слику друштвене стварности, с обзиром на комплексност политичке ситуације у Бразилу и потенцијалне спољашње утицаје којима је овај регион често изложен.

5. Закључна разматрања

Током последње две деценије су се широм земаљске кугле одиграли бројни догађаји који су озбиљно угрозили ниво поверења обичних грађана у традиционалне демократске (репрезентативне) институције. То је омогућило успон бројних популистичких покрета, који се служе разним манипулативним радњама како би се докопали и/или одржали на власти уз одржавање привида демократичности.

Већина ових покрета се служи друштвеним мрежама како би проширили свој утицај, те се чувена крилатица којом се служе искусни војни стратези – „да непријатељ никада не спава” – може применити и на друштвене мреже. Оне су, по својој природи, стално активне и налазе се у специфичном статусу „декларисаних пријатеља”. Међутим, исто тако, оне се у веома кратком року могу претворити у опаког непријатеља и омогућити успостављање дезинформационог хаоса.

Укратко, циљ аутоматизованих профила јесте изражавање подршке политичкој странци и последично утицај на подршку грађана, као и на бољи изборни резултат. Такође, владајућа странка или коалиција користи утицај друштвених мрежа и електронских медија као средство опстанка на власти. Брзи напредак дигиталних медија у комбинацији са постојањем политичких ботова ствара велики потенцијал за ширење лажних вести (енг. *fake news*). Последично, све то може имати пресудан утицај на демократичност изборног процеса. Међутим, не говоримо само о изборима као тренутку изражавања подршке грађана, већ и о целокупним изборним циклусима током којих се ствара константан привид подршке. Политички актери се на тај начин стављају у неравноправан положај, а јавне расправе су засићене огромним бројем непотпуних или чак лажних информација. Дугорочно посматрано, овакав дискурс може имати кључан утицај на степен демократизације политичких процеса унутар државе. Стога је неопходно подробније истраживати феномене политичког дезинформисања и астротурфинга, будући да представљају претњу по сва демократска друштва.

Maja S. Pavlović¹

University of Belgrade, Faculty of Political Sciences

Belgrade (Serbia)

Ljubiša M. Bojić²

University of Belgrade, Institute for Philosophy and Social Theory

Belgrade (Serbia)

POLITICAL MARKETING AND STRATEGIES OF DIGITAL ILLUSIONS – EXAMPLES FROM VENEZUELA AND BRAZIL³

(Translation In Extenso)

Abstract: State represents a social phenomenon which is constantly changing – just like all political actors. The direction of that evolution is determined by the development and current state of the art in technological domain. That explains how the rise of social media and new ICTs has shaped the contemporary political communication. This paper sheds light on the manner in which digital tools are exploited in an unpredictable social ambience which is characterized by numerous political crises. Special attention has been given to the phenomenon of digital astroturfing and political disinformation trends in Venezuela and Brazil. We have found that the dynamic technological development combined with the use of political bots has been creating the potential for fake news, thus impacting election processes and endangering democracy. Therefore, these phenomena need further scientific examination.

Keywords: political marketing, public opinion, illusion, astroturfing, disinformation, Brazil, Venezuela

1. Introduction

Political parties are the phenomenon that has been in the focus of socio-political research from the very beginning. However, thanks to the developments of new technologies, political parties have also attracted substantial attention of researchers from different scientific and humanistic disciplines, even those from the sphere of technical-technological sciences. Moreover, political parties are constantly in the public eye, which is quite natural as they are in the centre of interest as social organizations.

¹ majapavlovic995@gmail.com

² ljubisa.bojic@instifdt.bg.ac.rs

³ We thank for the support to the Research project III 43007 founded by the Ministry of Education, Science and Technological Development, Republic of Serbia – “Climate Change and Its Effects on the Environment – Monitoring, Adapting and Mitigating”

These social organizations are exposed to criticism to a great extent. Despite that, political parties are the backbone – not only of political, but also overall social life. The socio-political order cannot be examined without inspection of political life, which is one of essential building blocks of the system. Lukić (1981) highlights representativeness as one of the major functions of political parties. In his book “Political Parties”, Lukic divides functions of political parties into primary and secondary ones. Orlović (2008) writes that political parties are essential to the election process and as such, they shape not only the government and parliament, but also the whole state.

If we wanted to understand better political institutions and mechanisms inside a certain social collectivity from a political standpoint, it would be necessary to consider political parties as the leading bearers of political activities. In relation to this, most of the researchers, thinkers and authors define political parties as specific socio-political organizations able to provide causes of almost all political outcomes as consequences of underlying social cleavages. For example, in their theoretical considerations Lipset and Rokkan state particularly that the expressive function of political parties is significant – they suggest that political contours of social cleavages emerge in public life because of the actions of political parties (Lipset & Rokkan, 1967).

The expressive function of political parties can be clearly seen in the last two decades, marked with numerous crises, including economic turmoil and migrations, among others. All those crises have grown into a global crisis of trust in institutions of representative democracy. Thus, it is possible to explain frequent emergence of populist parties covering both sides of the political spectrum (right and left) in Europe (Mudde, 2007; Rooduijn & Akkerman, 2017), Asia (Moffitt, 2014; Hellman, 2017), North America (Wodak & Krzyżanowski, 2017) and Latin America (Mudde & Kaltwasser, 2013).

Most of the populist political parties that have had successful election outcomes followed by their expansion in the last two decades are inspired by the anti-systemic sentiments. They are, in most cases, focused on the part of the electorate that is oppressed, excluded and/or marginalized by the elite political parties. Although this does not seem problematic at first sight, as inclusion of marginalized groups is an essentially democratic practice, these parties have unfortunately, in the largest number of cases, made democratic institutions and practices senseless in a specific way, and thus even obsolete. The Five Star Movement in Italy is particularly illustrative. This political party attracted the support of a vast number of people in a very short period of time and became the leading political party in Italy because it gave its members the impression of party decision-making from the base up, thus simulating democratic decision-making within the party. Namely, this political party created the feeling of direct participation among its members in regard to creation of party's program through the use of new technologies. Thus, decisions within the party are made through the Rousseau digital platform with around 100,000 active members at the moment (Deseriis, 2017). However, the issue about the platform is that the number of participants is based on the statements of political party's leading figures, not on an adequate unbiased reviews and statistics provided by experts. Therefore, the doubt directed towards the democratic quality of this idea is justified. With some programming skills, the leaders of the Five Stars could create a false picture of the widespread participation by the party's membership.

As for Latin America, populism appeared during the 30s and 40s in Brazil and Argentina with an idea to include the arising working class into the political decision-making process. At its beginnings, this movement was eager to achieve “national economic independence, decompose semi-feudal relationships within the society and promote social justice, but because of too much reliance on leadership, centralization, money and rewards, populism ended up as an extension and not as reconstruction of the system” (Krstić, 2014, p. 94). It is also important to highlight that one of the important features of populism in Latin America is the struggle against hegemony and imperialism of the United States of America (Krstić, 2014, p. 30). It is interesting that we cannot look at populism merely as an ideology, but also as a form of social movement. For example, Peronism, based on political dictator Juan Perón, is an ideology essentially urging for the social distribution, but also the movement of poor populations at the same time. While denying Marxism and liberal capitalism, Perón offered his own ideology, which was called the Third Position. This meant social integration of the poor, a charismatic leader and a higher state control of economy and politics (Krstić, 2014).

We should take into account that globalization favours some states, nations and regions, more than others, according to the interests of big capital (Smiljković, 2013). In that respect, the whole political history of Latin America is marked by alternate revolutions and counter-revolutions and involvement of the USA, with the decisive role in shaping and directing political events in this region on numerous occasions.

Also, the struggle between the liberal concept of democracy and right wing regimes and dictatorships is constantly present. Some authors, including Emir Sader, see this as three waves of struggle in this region. The first one related to the Cuban Revolution resulted in the rise of the Latin American Left, while initiating the era of change. The second wave from 1973 until the end of the 80s led to the consolidation of military dictatorships and the struggle between guerrilla groups. Finally, the third wave brought about the formation of regimes that put an emphasis on resistance against neoliberal concepts and influence of the USA (Sader, 2008, p. 8).

The purpose of this paper is to explore if political parties in this part of the world, and especially in Brazil and Venezuela, potentially manipulate the public in the digital sphere. In the first part of the paper we seek to introduce how the expansion of the Information and Communication Technologies has been influencing the processes of political communication, with a special focus on political marketing. In the second part of the paper we shall present the social and historical contexts in Brazil and Venezuela, so that readers will find it easier to understand examples of the “digital illusions” in these countries.

2. Political marketing in the digital world

The concept of state is exceptionally dynamic. It has been changing its forms through history, the same as technology. It is significant to point out that these two processes have been overlapping throughout history – any change in the sphere of technology has had an impact on the state, and vice versa. Thus, technological development is accompanied by the changes in the way of communication between political actors.

In this context, we should pay attention to media. “Media have become main mediators, communication channels, but also an arena for political gladiators” (Orlović, 2015, p. 198). In other words, each change in the domain in media will impact not only the ambience of political parties, but also the ambience of every political actor. Therefore, we should not be

surprised by the fact that the changes in the manner of how political actors act was affected by the expansion and the development of information and communication technologies (ICT).

First of all, it should be noted that social media have created significant impact in shaping current practices in political communication and political marketing. Social media have been contributing to the growing divide between mainstream (mass) media on one side and new (online) media, on the other side. This dichotomy is also possible because traditional and new media function quite differently. Namely, new media, or social media, are based on interactivity and provide a framework for substantially easier communication between politicians and citizens. Although interactivity could be defined in different ways, most of the researchers consensually label it as two-way communication (Kiouisis, 2002).

Visionaries of new media and social online platforms point towards the principle of reciprocity as the main argument in favour of the ICT (Poster, 1997). On the other hand, we should not overlook the fact that, thanks to digital media, it is possible to create a false picture of democracy and support of the public opinion. This seems to be happening around the world, among others in some countries of Latin America such as Brazil and Venezuela. At the same time, attempts to manipulate the public sphere through the use of digital tools are more and more successful, because of a specific crisis in mainstream media legitimacy. So, new communication tools make political institutions transparent to a certain extent, while political actors find it difficult to control the public discourse solely by using old media, such as television and tabloids. The reason for that may be the loss of citizens' trust in traditional media too, as they are start considering them as guardians of the institutions whose legitimacy and reputation are also brought into question. Thus, social media gradually fill in the newly-created gap in the public sphere, which can be seen in the area of Latin America, where, according to the latest research, almost every second citizen trusts information from social media, while two thirds of citizens have the absolute trust in information from traditional media. A different situation is registered in other regions of the world where citizens' trust in media is still directed towards mainstream media to a greater extent, while they give less trust to new media (Edelman, 2019, see [Graph 1](#)).

Based on previously presented insights, firstly we shall explain the ways in which political actors can misuse social media, and secondly we shall provide examples of “digital illusions” from Brazil and Venezuela.

3. Strategies of digital illusions

Before we examine examples from Latin America, it is necessary to explain strategies of digital illusions or, in other words, elaborate on activities used to create and sustain the picture of distorted political reality. One of the most frequent digital illusions is the spread of the fake news⁴ the practice of digital astroturfing and support to the so-called information chaos.

⁴ For the purpose of clarifying terminological dilemmas it is necessary to indicate that disinformation and misinformation are not the same phenomenon, although they are similar. Therefore, although both terms denote the spread of wrong information, disinformation refers to wrong facts (i.e. lies) which are intentionally placed in the public discourse with the aim of deceiving citizens. In misinformation, actors who place wrong information are not aware of their truthfulness and they do not intend to deceive the public (Hernon, 1995).

When we attempt to explain misinformation, it should be noted that it is a new word from the etymological point of view. Most of the theorists find the roots of this word in the Russian language (Russ. дезинформация). Soviets used this word to describe a specific practice that began developing in the middle of the last century. This was the planned spread of fake reports through radio and press intended to deceive members of the public (Bittman, 1981). Researchers made a consensus about two points regarding the meaning of that word. The first point is that all the disinformation is almost always intended, and it does not necessarily contain something untrue, but it can consist of true facts actually taken out of the context (Lanoszka, 2019).

Disinformation in the digital sphere is a pretty interesting phenomenon to look at, because it represents one of the digital illusion strategies that can be used both nationally and for international hybrid warfare. The enormous propulsion power of online information, enabled by the new technologies, endangers almost all security aspects of one country. Among these aspects are, inter alia, the following: intelligence and counter-intelligence measures, diplomatic activities; exchange of information and all levels of cooperation in the security and defence sectors; certain activities in the digital sphere; strategic communication and information; strengthening and defending of critical infrastructure; defence of energy and economic capacities; cooperation between civilians and army on local, regional, national and international levels; privacy of civilians and confidential personal data of citizens; conventional warfare etc. (Alexander & Smith, 2010; Lanoszka, 2019). When we focus on the disinformation strategy on national level, it is possible to find research outcomes that confirm the notion that citizens simply cannot resist its devastating effects, especially in the societies where media freedom and plurality opinion are endangered (Bayer et al, 2019).

Another important strategy of digital illusions is digital astroturfing. Although this practice is probably as old as politics itself, astroturfing is a vague term, not only among common citizens, but also with social scientists. Despite being a widespread social phenomenon, astroturfing is mentioned too little in media. On the other hand, consequences of astroturfing are discussed on a large scale, while some of its forms, such as so-called “political bots”, are frequently mentioned in the public discourse.

The practice of astroturfing can be connected with various political movements, geopolitics and even lobbying. One of the earliest examples of astroturfing was described in Shakespeare’s drama “Julius Caesar”. This was where Shakespeare showed how astroturfing affected political decision-making, based on historical data. In one of the scenes from the drama, Roman senator Caius Cassius Longinus writes a few letters introducing himself as representative of “the people”. In those letters Caesar was described as a tyrant threatening the common good of all Romans. It was suggested that the only way for Roman people to be saved was Caesar’s death. As a consequence of these letters, Brutus made a decision to kill Caesar. This example shows negative connotations of astroturfing. Above all, the matter is a deceiving practice, which represents a serious threat to credibility of political organizations. When seen in the long run, astroturfing is a threat to social and political systems. Astroturfing was used by Belgian King Leopold the Second to cover up the crimes taking place in the Congo under his colonial rule (Stanard, 2011).

In terms of etymology, the notion of “astroturfing” first appeared more than half of the century ago, in 1966. The original meaning referred to a kind of artificial grass installed at

one of the stadiums in Houston. On the other hand, Lloyd Bentsen used this coined term in the context of manipulating the public sphere, when he commented many letters received from the insurance companies and signed by the “worried citizens”. He said that someone coming from Texas⁵ could make the difference between natural grass (grassroots) and artificial grass (Astroturf).

Thus, astroturfing simulates support or concern of some group of citizens, which looks like the spontaneous social movement campaigning for some issues or solving problems of widespread social concern (grassroots movements). Astroturfing has not had so many negative connotations in the early days, because it was not connected with political practices. Primarily, this practice was based on sending many letters to some persons or organizations, as important stakeholders in creating public policies, with the intent to exercise pressure. As it is possible to assume from presented example, most of the letters are signed by non-existent persons. Except that, it needs to be noted that the earliest forms of astroturfing were used as means for creation of support to some idea, person or organization (Lee, 2010).

Of course, the practice of astroturfing has been developing with parallel advances in technology and strategic communication skills. The appearance and expansion of the Internet and social media made it extraordinarily difficult to differ between influences of the real grassroots and artificial astroturfing movements. In other words, it is very hard to say if some idea, person or organization gets true support of the people or this is smoke and mirrors. It was much easier to tell whether the support was real or not in the early days of astroturfing, when its forms were not so sophisticated as today.

To sum up, astroturfing can be defined as a false social movement. However, its only missing element, when compared to real movements, is real solidarity and unity directed towards fulfillment of a common goal.

Some of the most frequent forms of astroturfing in the digital sphere are human and computer bots. The distinction should be made between these two terms, although they serve the same purpose. According to one of the definitions, computer bots can be scripts of programming codes that mimic human behaviour in different ways. Chatbots, for example, can be very persuasive in their simulation of personal interaction with customers, or they can even act as personal assistants. On the other hand, computer bots can also be used in politics if they are programmed to express support by comments on social media and on web portals. Political bots usually criticize political opponents and journalists with series of comments, or artificially increase popularity of a comment that supports some important cause they “fight” for. Paid commentators are human bots that function according to the similar principle, while this does not include publishing content automatically, because these are people, not machines. Additionally, it is not difficult to recognize the paid activity of political bots, because they always lack some dose of sophistication in their comments. Despite being human, political bots mostly share similar automatic content, while being low-educated, which can be seen because they have lots of mistakes in writing, usually start their discussion outside the context and without valid arguments (Woolley, 2016).

⁵ Houston is located in Texas (author’s comment).

4. Digital illusions in Latin America – cases of Brazil and Venezuela

Before we examine the examples of political illusions from Brazil and Venezuela, it would be useful to note something about the region of Latin America, including political environment in the mentioned countries. Latin America, being one of the biggest world regions, with a complex and dynamic social and political life, poses an abundant source of topics for researchers from different disciplines, including political scientists.

First and foremost, in the context of our examination, we shall point to the fact that authoritarian and military regimes were frequently present in Latin America during the 20th century, including Rafael Trujillo's dictatorship in the Dominican Republic, Anastasio Somoza Debayle's dynasty in Nicaragua, Juan Domingo Perón's rule in Argentina and Augusto Pinochet's dictatorship in Chile. However, it is important to note that many countries in Latin America have been the initiators of liberal ideas ever since gaining independence. Also, most of them are still on the way to create stable systems. The region underwent so-called democratic transformation, despite the fact that these processes could not alter the society in its essence and support creation of political institutions to their full extent. Challenges that these countries face are "lack in support to pro-reform elites, lack of democratic culture, crisis of institutions of representative power and deep social and economic divide within the society" (Krstić, 2014, p. 119). According to the above-mentioned, this kind of situation shapes the political culture and the public opinion, which creates fertile ground for manipulative operations.

If we look at Brazil, its whole history could be presented as a series of steps towards formation of the state or towards a democracy, which depends on the perspective. Brazil is based on a model of democracy determined on "complex processes of decision-making, enabling smaller states to prevent adoption of important state decisions", i.e. the need to exercise negotiations between the central government and federal states (Krstić, 2014, p. 132). Unlike other countries in Latin America, Venezuela has always been a step ahead. While other countries had military governments, Venezuela was a stable democracy (Kos-Stanišić, 2004, str. 109). It is important to note that Venezuela has been in the revolutionary process since 1999. Thus we need to look at this country through a multidimensional lens, in the context of the struggle between liberal democracy and direct democracy, which inevitably connects the USA with this question as well. In that respect, it is necessary to conduct as many independent studies as possible in order to present realistically the political situation in this country.

For the purpose of this paper, it would be interesting to mention that for years the government of Venezuela has been giving away homemade laptops, tablets and smartphones to schoolchildren and students, which has led to the increasing Internet use (Repeating Islands, 2011). Political bots have a minor but strategic role in Venezuela's political communication. These automatic machines generate content which is spread to the public sphere through social media, thus influencing the public opinion. A study conducted several years ago discovered the presence of bots in the political life of Venezuela (Forelle, 2015). One should be aware of the fact that, among other countries in Latin America, inhabitants of Venezuela are the most frequent users of Twitter. Moreover, recent research inquiries showed that citizens of Venezuela preferred sharing political attitudes on social media, more than citizens of any other country in Latin America. Thus, Twitter is one of the most important fields to exercise influence on the political opinion of the electorate in

Venezuela. Although the 2015 study showed that bots generated extremely small part of online content related to the political situation in the country and that their effect was symbolic at that time, it was discovered this strategy was most frequently used by the radical opposition. That is why it could be concluded this activity contributes to increasing polarization in the society, which represents an ideal ambience for overthrowing the regime and destruction of existing political institutions.

The fact that Nicolás Maduro used similar tactics cannot be ignored. The report of the Freedom House about the global state of online freedom in 2013 publicizes Venezuela's government involvement in censorship as significant. According to the Report, this government also uses social media to promote its views and lead campaigns against the opposition. Except that, it is noted that Nicolás Maduro was the third most effective world leader on Twitter by the average number of retweets per tweet, but it was observed that tweets were liked ten times less when compared to standards. This indicated that political bots had been doing most of these retweets. One of the dissidents stated, that a few thousand of Twitter profiles that had been sharing posts of presidents Maduro were in fact political bots (Forelle, 2015, p. 6). Maduro used to state in the past that “if lies would come through Twitter, then they would get a response by using Twitter”.

Related to this, the contents published on Twitter, from the scope of Venezuela's politics, are analyzed in order to discover impacts of bots on online political discussions.

As a platform for publishing and sharing information, the question arises if and how Twitter is used by political parties and their leaders to increase their popularity and visibility on social media and thus gain the support of citizens. To get an adequate answer, a group of researchers identified 6 political figures, 4 of whom were members of the ruling party, while 2 were members of the opposition. They analyzed the posts of these political figures on Twitter from 1st January until 31st May 2015 (Forelle, 2015). The researchers made the list of posts that were frequently shared, together with the list of the profiles in charge of commenting and sharing those posts. Also, the platforms that were used by political bots were analyzed. These platforms include Twitter apps for smartphones. It is also important to point out that there are also specially designed platforms used to manage political bots, such as Botize and Meterflow. They provide an opportunity to create bot profiles with a certain set of tasks, such as sharing (retweeting) more than one post at once. Thanks to collecting information from these platforms, the researchers recognized shared posts by political bots which definitely came from the same source. Finally it was found out that there were two groups of political bots, those that acted as political figures and others that used to “express” opinions of the public. Anyway, the purpose of both groups was the same – to increase popularity of the leading political parties by retweeting their posts and creating a false picture of supportive public opinion towards them.

In 2013 Twitter closed more than 6000 profiles that were supportive of President Nicolás Maduro, without any valid explanation. (Morales, 2019, str. 4). Those were bot profiles allegedly used to retweet the President's posts. Although those profiles accounted for just 0.5 percents of Maduro's followers, their closure brought to the alleged drop of 81 percent in the average number of retweets of Maduro's posts. The research has shown that after the cancellation of these profiles, social media users were motivated to respond to Maduro's posts by expressing opposing opinions. This figure increased by 33 percent, while negative comments towards the President also increased. Moreover, the leaders of opposition

had 21 percent more likes when compared to the leaders of the ruling party. This means that citizens using Twitter were ready to express their disagreement with the current political situation (Morales, 2019). This study is of importance, because it shows how popularity of certain political figure on social media, supported by political bots, can influence increasing/decreasing support from real citizens. However, it is necessary to point out that noted research inquiries could be one-sided, so it would be more objective to have additional sources supporting these findings.

When we elaborate on astroturfing and other manipulative practices in Brazil, it would be important to point out a recent⁶ scandal which uncovered a potential strategy of the government about social media communication. Former colleagues of President Jair Bolsonaro and analysts were invited to make statements to the Committee in charge of the investigation about this case that discovered the “centre for fabrication of fake news and manipulation of the public sphere in Brazil”⁷. According to the 10-hour session attended by the former government leader in the State Congress Joice Hasselmann, some presidential staff had a routine practice of spreading fake news and hate speech against the leaders of opposition on social media, as part of their everyday job. Hasselmann gave a detailed description of the inner structure of the office that took care of creating and spreading fake news. Except that, she added that the so-called “Office for Hate Speech”, led by the President’s sons, Carlos and Eduardo Bolsonaro, produced comments and posts related to global and national issues on a daily basis. The Office also used to perform the analysis of current sentiments, subsequently used for decision-making and directing activities of political bots. This group worked with a daily list of topics and goals that needed to be covered, as Hasselmann stated. She added that around 5000 US dollars used to be given from the state budget for every action of “sharing messages from the President’s office”. After that, she suggested, it would be necessary to follow thoroughly money flows from the state budget.

This specially established Committee for Fake News is still working to determine all the facts. The Committee cooperates with a group made of representatives of the Federal Prosecutor’s Office, the Brazilian Chamber of Solicitors and the State Congress in order to discover the truth regarding the bots issue. The current president of Brazil has rejected all the accusations made public by his former assistant and said that only “crazy” people could believe in the invention of the “Office for Propaganda Activities”.

Involvement of automated accounts (bots) in the political life of Brazil has endangered the democratic public debate in that country. The investigation about the presence of political bots was initiated because of suspicious posts related to candidates in Brazil’s presidential elections in 2014. The inquiry results uncovered the connection of candidates Aécio Neves, Dilma Rousseff and Marina Silva and the companies in charge of their campaigns, on one side, and bot profiles on social media, on the other side. Namely, political bots had shared suspicious links directed towards unofficial campaign pages of these candidates in order to raise their popularity. In return, the companies that engaged political bots received considerable amounts of money. In case of Dilma Rousseff, the Supreme Court published a text in which her coalition and company that provided technical services were accused of

⁶ In December 2019 (author’s comment).

⁷ See more at: <https://www.zdnet.com/article/fake-news-probe-in-brazil-exposes-office-of-hate-within-government/> (accessed on 27th February 2020)

the illegal use of the web page (madamais.com.br) for the purpose of political propaganda (Ruediger et al, 2018). It is important to highlight that the impeachment of the president of Brazil in 2016 was the consequence of digital manipulation organized by the right wing political parties and financially supported by the USA. The president was removed from political function by the Senate because of corruption accusations, which was followed by the Internet and mainstream media campaign that lasted for months. This was organized by the biggest media conglomerate in Latin America – O Globo, which supports interests of the conservative middle class and the economically dominant right wing. Although it was not surprising that the left wing government was criticized by the conservative media, it was determined that biased reporting had been used, while false pictures of reality were presented in order to impeach the president (van Dijk, 2017).

Although political bots act in favour of some political parties and their leaders attempting to direct the political agenda and prime issues, it does not mean they dominate the digital sphere. It would be an exaggeration to claim that the final orientation of people would be under the direct influence of political bots. Numerous research inquiries show that sophisticated means are employed in Brazil to impact popularity of the parties, direct election choices of citizens and create social polarization. Nevertheless, we need to consider the presented research findings in a critical manner for fear of the likelihood of their being one-sided and therefore seek more sources for further examinations, because of the complex political situation in Brazil and potential outside influences exercised in this region.

5. Concluding remarks

In the past two decades we have witnessed various worldwide events that have seriously endangered the level of common citizens' trust in traditional democratic (representative) institutions. These occurrences have made it possible for numerous populist movements to win or stay in power while keeping the appearance of democracy.

Most of these movements use social media to spread their influence. It is possible to apply the famous saying of experienced army strategists – “The enemy never sleeps” to the state of political communication on social media. They are, by nature, active all the time and thus considered “friendly” by the political parties and organizations. At the same time, social media can quickly turn into a vicious enemy, enabling the spread of the information chaos.

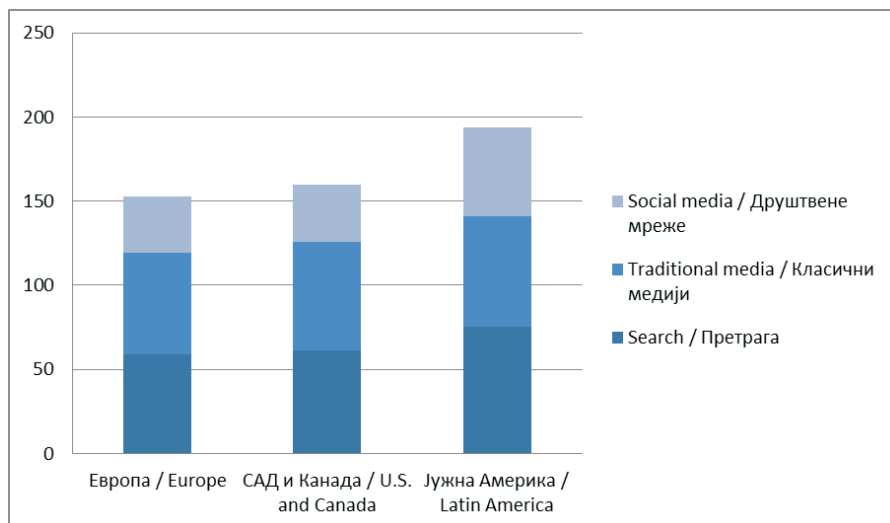
In short, the goal of automated profiles is to show support to some political party, thus attracting the citizens' support and improving election results. Also, a ruling political party or coalition may use the influence of social media and other electronic media as the means of staying in power. Speedy expansion of digital media in combination with political bots creates great potential for spreading fake news. Consequently, all these developments can have crucial impact on the level of democracy in the election processes. However, we do not think only about elections *per se*, when citizens express their will, but also about the whole election cycles, when the appearance of constant support is projected. Political actors are thus placed in an unfair position. Public debates are saturated, with an enormous number of incomplete or even fake information. In the long-term perspective, this discourse can affect crucially the level of democratization of political processes within societies. Therefore it is necessary to focus more scientific exploration on the phenomena of political disinformation and astroturfing, as they threaten all democratic societies.

REFERENCES / ЛИТЕРАТУРА

- Alexander, J., & Smith, J. (2010). *Disinformation: A taxonomy*. IEEE Security & Privacy, 9(1), 58–63.
- Bayer, J., Bitukova, N., Bard, P., Szakács, J., Alemanno, A., & Uszkiewicz, E. (2019). *Disinformation and propaganda—impact on the functioning of the rule of law in the EU and its Member States*. HEC Paris Research Paper No. LAW-2019-1341.
- Bittman, L. (1981). Soviet Bloc ‘Disinformation’ and other ‘Active Measures’. In Pfaltzgraff, R. L., Ra’anan, U., Milberg, W. (eds., 2019). *Intelligence Policy and National Security* (212–228). London: Palgrave Macmillan
- Deseriis, M. (2017). *Direct Parliamentarianism: An Analysis of the Political Values Embedded in Rousseau, the “Operating System” of the Five STAR Movement* In 2017 Conference for E-Democracy and Open Government (CeDEM) (pp. 15–25). IEEE.
- Edelman (2019). *2019 Edelman Trust Barometer: Global Report*. Edelman. https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-02/2019_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report.pdf
- Forelle, M., Howard, P., Monroy-Hernández, A., & Savage, S. (2015). *Political bots and the manipulation of public opinion in Venezuela*. arXiv preprint arXiv:1507.07109.
- Hellmann, O. (2017). Populism in East Asia. In Kaltwasser, C. R., Taggart, P., Espejo, P. O., Ostiguy, P. (eds., 2017) *The Oxford Handbook of Populism* (161–178). Oxford: Oxford University Press.
- Hernon, P. (1995). Disinformation and misinformation through the internet: Findings of an exploratory study. *Government information quarterly*, 12(2), 133–139.
- Kiousis, S. (2002). Interactivity: a concept explication. *New media & society*, 4(3), 355–383.
- Kos-Stanišić, L. (2004). Venezuela – Democracy or Semi-Democracy? *Politička misao: časopis za politologiju*, 41(4), 92–112 [In Croatian]
- Krstić, Z. (2014). *Latin America: Challenges and Obstacles to Democratization*. Beograd: Fakultet političkih nauka [In Serbian]
- Lanoszka, A. (2019). Disinformation in international politics. *European Journal of International Security*, 4(2), 227–248.
- Lukić, R. (1981). *Political parties*. Beograd: Naučna knjiga. [In Serbian]
- Lee, C. W. (2010). The roots of astroturfing. *Contexts*, 9(1), 73–75.
- Moffitt, B. (2014). Contemporary Populism and “The People” in the Asia-Pacific Region. In C. de la Torre (ed.) *The Promise and Perils of Populism: Global Perspectives* (293–316). Lexington (KY): University Press of Kentucky
- Morales, J. S. (2020). Perceived Popularity and Online Political Dissent: Evidence from Twitter in Venezuela. *The International Journal of Press/Politics*, 25(1), 5–27.
- Mudde, C. (2007). *Populist radical right parties in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2013). Exclusionary vs. inclusionary populism: Comparing contemporary Europe and Latin America. *Government and Opposition*, 48(2), 147–174.
- Orlović, S. (2008). *Political life of Serbia: between partocracy and democracy*. Beograd: Službeni glasnik. [In Serbian]

- Poster, M. (1997). *Cyberdemocracy: Internet and the public sphere*. Internet culture, 201, 218.
- Rooduijn, M., & Akkerman, T. (2017). Flank attacks: Populism and left-right radicalism in Western Europe. *Party Politics*, 23(3), 193–204.
- Ruediger, M. A., Grassi, A., Guedes, A. L., Borghi, J., Silva, L. R. D., & Carvalho, D. (2018). *Bots, social networks and politics in Brazil*. Rio de Janeiro: FGV DAPP
- Repeating Islands, (2011, September 21). Venezuela gives free laptops to school children. Repeating Islands. <https://repeatingislands.com/2011/09/21/venezuela-gives-free-laptops-to-school-children/>
- Sader, E. (2008). The weakest link? Neoliberalism in Latin America. *New Left Review*, (52), 5.
- Smiljković, R. (2013). *Serbs in imperial clashes*. Beograd: Službeni glasnik. [In Serbian]
- Stanard, M. G. (2011). *Selling the Congo: A history of European pro-empire propaganda and the making of Belgian imperialism*. University of Nebraska Press
- van Dijk, T. A. (2017). How globo media manipulated the impeachment of Brazilian president Dilma Rousseff. *Discourse & Communication*, 11(2), 199–229.
- Wodak, R., & Krzyżanowski, M. (2017). Right-wing populism in Europe & USA: Contesting politics & discourse beyond ‘Orbanism’ and ‘Trumpism’. *Journal of Language and Politics*, 16(4), 471–484.
- Woolley, S. C. (2016). Automating power: Social bot interference in global politics. *First Monday*, 21(4). <https://doi.org/10.5210/fm.v21i4.6161>

ПРИЛОГ / APPENDIX



Графикон 1: Степен поверења у различите изворе информација у % (Edelman, 2019)
Graph 1: Level of trust towards different sources of information in % (Edelman, 2019)