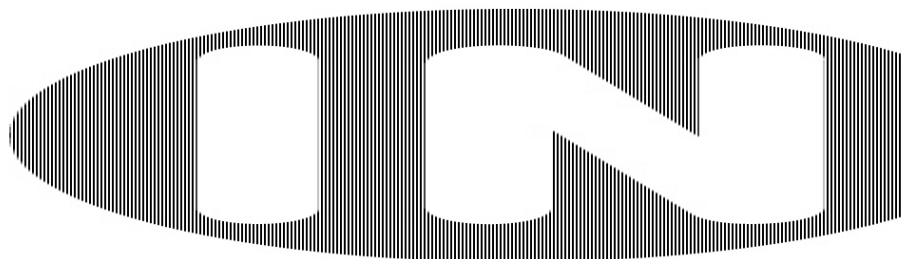
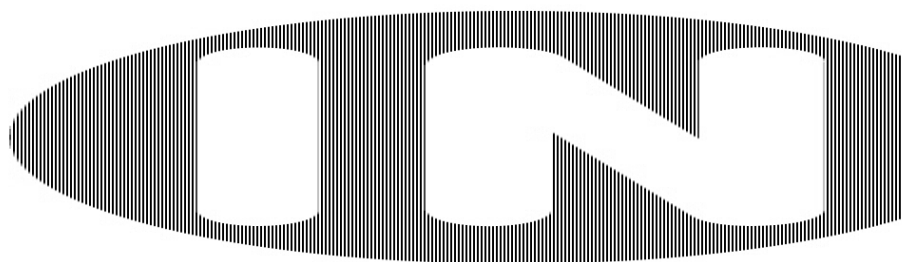




instore.hr



Na **Danima komunikacija** bez filtera o Fyre Festivalu – je li fake news cijena spektakla?



Događaji

25.03.2024

Tezu da na **Danima komunikacija** nikada nije dosadno organizatori će još jednom potvrditi u intervju koji će do najneugodnijih detalja secirati tamnu stranu marketinga u virtualnom razgovoru s osuđenim organizatorom Fyre-a Billyjem McFarlandom.



Koja je cijena spektakla u današnjem društvu i zašto smo ga, bez obzira na cijenu, toliko gladni? Jedna je od ključnih premisa marketinga istinitost – a tamo gdje nestaje istinitost, završava marketing i počinje obrana, što primjeri poput notornoga američkog Fyre Festivala Billyja McFarlanda jasno pokazuju. Ne čudi da se upravo ta globalno poznata obrana – čijem su raskrinkavanju posvećena čak dva dokumentarca – na američkim poslovnim fakultetima detaljno analizira kao primjer kako ne poslovati i što marketing ne smije biti. U potrazi za odgovorima na ova pitanja na [Danima komunikacija](#), koji će se u Rovinju održati od 11. do 14. travnja, razgovor s Billyjem McFarlandom, koji će se pridružiti virtualno, vodit će Davor Bruketa.

McFarland je osnivač glazbenoga festivala koji je 2017. grandiozno najavljen kao jedinstveno luksuzno iskustvo i san svih partijanera instagramske ere, koji su podržale poznate osobe poput Belle Hadid i Kendall Jenner, a na licu mjesta ispostavio se kao jedna od najvećih prevara današnjice. Umjesto gumanskih obroka i luksuznih vila, za koje su posjetitelji festivala platili stotine i tisuće dolara, dočekali su ih samo brojni problemi, a prvotno najavljeni izvođači povukli su se s festivala i prije njegova početka.

Nakon što je zbog prevare odslužio zatvorsku kaznu zaključno s 2022. godinom, The Guardian je opisao McFarlandove postupke poručivši da smo, koliko ga god mrzili, kao publika ujedno očarani razmjerom njegovih zabluda, a možda i razmjerima vlastite želje da u njih povjerujemo. Većina nas s vremena na vrijeme želi nečemu pripadati; privlačnosti vodstva bilo koje vrste može biti teško odoljeti – a nema boljeg primjera na kojem se može učiti o važnosti bihevioralnog marketinga u konzumerističkom društvu od Fyre Festivala.

„Ključno pitanje nije zašto su ulaznice za još jedan Fyre Festival ponovno u prodaji. Pitanje je – zašto su preprodajne karte već navodno rasprodane? Je li i to samo još jedan od trikova odnosno prevara na koju neki ljudi možda ponovo nasjedaju ili ljudi zaista i dalje vjeruju McFarlandovu osjećaju za spektakl – saznat ćemo na glavnoj pozornici [Dana komunikacija](#)“; poručio je Davor Bruketa, član organizacijskog odbora [Dana komunikacija](#).

U komunikacijskom biznisu brojni su primjeri pomoću kojih možemo kritički promatrati svijet oko sebe, a potom i preispitati sve što znamo – što je vještina koju [Dani komunikacija](#) zajedno sa svojom zajednicom kontinuirano vježbavaju, ne bježeći od teških tema industrije. Je li McFarland, kako je samoga sebe nazvao, kreator turbulencija ili jednostavno – ustrajni prevarant? U intervjuu naziva The Secret to Going Viral, koji će voditi Davor Bruketa, [Dani komunikacija](#) pokazat će i drugu stranu medalje u studiji slučaja brenda koji je iz krivih razloga postao jedan od najprepoznatljivijih na svijetu, suočiti se s njom otvorenih očiju i siccirati je do najneugodnijih detalja.

Podsjetimo, već je objavljen festivalski raspored te najavljen niz predavača izuzetnog postava tipično-netipičnih [Dana komunikacija](#) – sudionicima će se u Rovinju pridružiti i svjetski poznati bihevioralni ekonomist, psiholog i znanstvenik koji se bavi ljudskim ponašanjem Dan Ariely; kreativni buntovnik iz Azije s više od tisuću priznanja za svoj rad Eugene Cheong powered by ENNA; futuristica i stručnjakinja svjetskoga glasa koja znanošću dekonstruira stres i motivaciju Shivvy Jervis; vodeći komunikator Googleova AI Laba Deepmind, SpaceX-a i Facebooka Dex Hunter-Torricke powered by Google; prva odvjetnica specijalizirana za regulacije i autorska prava videoigara koja će nas povesti na putovanje kroz kontroverzni metaverse Micaela Mantegna; neuroznanstvenik svjetskoga glasa i predvodnik nove generacije marketinških lidera Moran Cerf powered by Hrvatski Telekom; osnivač viralnih Facebook stranica UNILAD i LADbible i jedan od prvih koji su shvatili koliko društvene mreže mogu biti istinski utjecajne Alex Partridge powered by Konzani; najveći prankster današnjice u još jednoj proslavljenoj ulozi Oobah Butler; brend-strateg svjetske reputacije koji stvara jedinstvena iskustva brendova, predvođeci ih do njihovih poslovnih ciljeva Brian Collins; proslavljeni umjetnik, dizajner, ilustrator, muralist i autor koji je dizajnirao i naslovnice Timea Timothy Goodman; globalno nagrađivani govornik, autor i komunikacijski trener koji tvrtke, menadžere i lidere pretvara u majstore komunikacije Mamick Vandebroek; marketinška stručnjakinja specijalizirana za rast brendova te autorica bestsellera The Laws of Brand Storytelling Jessica Gioglio – te niz drugih velikih svjetskih imena industrije koja će ponuditi neprocjenjiva iskustva, zavidna znanja i vrhunske uvide.

Svi kreativci, marketinški, digitalni, mediji i drugi komunikatori koji se i ove godine žele naći u društvu domaćih i svjetskih tržišnih lidera informacije o sudjelovanju mogu pronaći na [www.danikomunikacija.com](#).