

Kako su političke poruke iz kampanje Zohrana Mamdanija osvojile internet, a onda i New York?

I. D.

Saznajte na Danima komunikacija



Dani komunikacija u Rovinju dovode **Doru Pekeč**, jednu od ključnih komunikacijskih stručnjakinja iz kampanje **Zohrana Mamdanija** za gradonačelnika New Yorka, koja je postala globalni primjer kako se političke poruke mogu pretvoriti u sadržaj koji osvaja internet.

Veliki festival tržišnih komunikacija, kreativnosti i medija Dani komunikacija, koji će se od 7. do 10. svibnja održati u Rovinju, i ove godine okuplja međunarodne stručnjake koji oblikuju način na koji danas nastaju poruke, kampanje i javne rasprave. Među njima je i Dora Pekeč, glasnogovornica Ureda gradonačelnika New Yorka i glasnogovornica kampanje Zohran for NYC, jedne od najpraćenijih i najkomentiranih političkih kampanja u novijoj američkoj politici.

Ako marketing oblikuje percepciju, politička komunikacija oblikuje stvarnost i uvijek dolazi s realnim posljedicama za društvo. Upravo se na tom presjeku poruka, strategije i javnog utjecaja razvijala karijera Dore Pekeč. Sa samo 25 godina postala je glasnogovornica kampanje Zohrana Mamdanija za gradonačelnika New Yorka, sudjelujući u komunikacijskoj strategiji kampanje koja je uspjela kompleksne političke teme poput stanovanja, javnog prijevoza i troškova života pretvoriti u poruke koje su mobilizirale birače u jednom od najdinamičnijih i najzahtjevnijih političkih okruženja na svijetu.

Odrasla između Sjedinjenih Američkih Država i Hrvatske te obrazovana na Duke Universityju, Dora Pekeč vrlo je rano ušla u svijet američkih političkih kampanja. Sudjelovala je u komunikacijskim strategijama na nacionalnoj razini u SAD-u, radeći na kongresnim utrkama,

kampanji za reizbor guvernera Illinoisa te pobjedničkoj kampanji za gradsko vijeće Chicaga, kao i na nizu političkih projekata unutar Demokratske stranke. Drugim riječima – kada su ulozi visoki, medijski ciklusi brzi, a poruke moraju pogoditi točno gdje treba, Dora Pekeč često je dio tima koji ih oblikuje. Kampanja za gradonačelnika New Yorka, u kojoj je imala važnu komunikacijsku ulogu, ubrzo je postala globalni primjer političke komunikacije koja se širi brzinom interneta. Njezine poruke, vizuale i komunikacijske taktike analizirali su novinari, stratezi brendova, dizajneri i komunikacijski stručnjaci diljem svijeta, pokušavajući razumjeti kako je kampanja uspjela pretvoriti političke teme u sadržaj koji dominira online raspravama.

Na Danima komunikacija Dora Pekeč donosi rijedak uvid iza kulisa kampanje koja je osvojila internet – kako se oblikuju političke poruke, kako se kontrolira narativ i kako nastaju izjave koje završavaju na naslovnicama u vremenu kada svaka rečenica može postati viralna. Nakon predavanja Pekeč će odgovarati na pitanja publike, a ovaj će segment moderirati članica Uprave HURA-e Kristina Laco (Komunikacijski ured **Colić, Laco** i partneri).

Na glavnoj pozornici Pekeč se pridružuje Jürgenu Schmidhuberu, nekonvencionalnom profesoru i ocu moderne umjetne inteligencije, Julie Supan, elitnoj brend strateginji koja je postavila temelje YouTubea, Airbnba, Dropboxa, Reddita i Discorda, Marku Pollardu, jednom od najutjecajnijih svjetskih stratega današnjice, **Chrisu Dou**, kreativnom mentoru poznatom po redefiniranju načina na koji kreativci pozicioniraju i naplaćuju svoj rad, Steveu Kelleru, stručnjaku za sonični branding, **Alex Cattoni**, osnivačica platforme The Copy Posse koja okuplja zajednicu s više od pola milijuna marketinških stručnjaka, **Mikeu Follettu**, pioniru ekonomije pažnje i mjerenja, te **Neilu Patelu**, stručnjaku za digitalni marketing i growth, dodatno potvrđujući poziciju Dana komunikacija kao mjesta susreta ideja koje dugoročno oblikuju industriju.

Dani komunikacija i ove godine u Rovinj dovode globalne perspektive i konkretna znanja – na mjestu susreta industrije koja traži više od inspiracije.

Više informacija dostupno je na www.danikomunikacija.com.

I. D.