



19. ožujka 20:00:00

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

Marin

Veliki festival tržišnih komunikacija, kreativnosti i medija Dani komunikacija, koji će se od 7. do 10. svibnja održati u Rovinju, i...





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 utrckama, 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 uloženi visoki, medijski ciklusi brzi, a poruke moraju pogoditi točno gdje treba, Dora Pekeč često je dio tima koji ih oblikuje.

[Dramatičan prizor iz aviona šokirao Europu, Denis snimio vatrenu kuglu na nebu: 'Mislio sam da je eksplozija'](#)

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 naslovnica 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.

[Stručnjak otkrio treba li ispirati grah iz konzerve: 'Tu mnogi rade pogrešku'](#)

O DANIMA KOMUNIKACIJA:

Dani komunikacija prepoznati su kao **jedan od najboljih evenata na svijetu** prema britanskom Association Excellence Awardsu zbog svog out of the box pristupa, jedinstvene festivalske ponude, visokokvalitetne produkcije i organizacije. Dvanaesto izdanje festivala – koji je poznat po tome da se na njemu okupljaju ključni predstavnici oglašivača, agencija, stručnjaci za odnose s javnošću, predstavnici medija i ostali profesionalci iz komunikacijske industrije ključni za stvaranje i pokretanje promjena – i sljedećeg će proljeća u rovinjskom Loneu dočekati sve one koji komunikacijsku industriju istovremeno mrze i vole, ali prema njoj, zahvaljujući ovom festivalu koji zdušno okuplja komunikacijsku zajednicu, nikako ne mogu biti ravnodušni. Više informacija pročitajte na službenim stranicama festivala www.danikomunikacija.com.

O ORGANIZATORIMA:

Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje (HURA) vodeća je strukovna udruga u sektoru tržišnih komunikacija u Hrvatskoj. Članice HURA-e neke su od najboljih i najnagrađivanijih domaćih agencija. HURA organizira nacionalni festival tržišnog komuniciranja Dane komunikacija s pripadajućim natjecanjima Effie, IdejaX, MIXX i Young Lions, marketinšku akademiju HOWtoWOW, regionalnu reviju reklamnih agencija BalCannes, redovne edukacije i mnoge druge projekte. Bori se za poboljšanje tržišnih uvjeta i napredak čitave industrije, što uključuje lobističke aktivnosti, pregovaranje sa zakonodavcem, promociju struke, brojna istraživanja i statistike u industriji, savjetovanje i drugo. Izvan granica djeluje u sklopu svjetskog udruženja agencija VoxComm, EACA-e (Europskog udruženja agencija za tržišno komuniciranje), ekskluzivni je predstavnik organizacija Cannes Lions i Effie Worldwide za Hrvatsku te je kroz Interactive Advertising Bureau (IAB) Croatia dio svjetske mreže IAB Global Network.



Pratite nas na službenim [Facebook](#) i [LinkedIn](#) stranicama, a više o HURA-i saznajte na www.hura.hr.

Interactive Advertising Bureau (IAB) Croatia kolektivni je predstavnik i ambasador industrije interaktivnog marketinga i velike svjetske organizacije IAB Global Network u Hrvatskoj. Djelovanjem unutar Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e), povezuje najvažnije aktere angažirane u rastu interaktivnog marketinga i inzistira na najvišem standardu, a hrvatsko je tržište ovom akvizicijom postalo bogatije za brojne materijale, specijalizirane edukacije, nagrade, istraživanja, analize i network koji će ekskluzivno biti dostupni kroz IAB Croatia.

Marin