



DIGITAL CHALLENGE



DESAFIO

O ano de 2019 foi de desafios e mudanças para a MOP. Realizámos uma campanha em que desafiámos 15 agências de publicidade a homenagear o OOH, explorando todo o potencial do meio, ao mesmo tempo que nos renovámos e nos apresentámos com uma nova cara e ainda mais ativos no mercado.

Neste ano de 2020 também estamos a agitar o mercado com a introdução de **3 novos produtos digitais** no nosso portefólio. O investimento nos suportes digitais é claro: serão cerca 1400 faces digitais que irão representar cerca de 20% das nossas redes, até 2021.

Isto é já um marco para a MOP e para o mercado do OOH, mas queremos ir mais longe: **o ano passado desafiámos os profissionais de hoje, este ano queremos desafiar os profissionais do amanhã**. A MOP, seguindo a sua linha de posicionamento, querendo distinguir-se como um *player* válido do mundo criativo e afastar-se de ser

apenas mais um operador de OOH, pretende fomentar o desenvolvimento do hub criativo e, neste caso, nos novos talentos.

Assim, para a segunda fase do lançamento dos Digitais, pomos **o foco na educação e no futuro criativo**.

À semelhança do que foi feito com as agências de publicidade, vamos agora desafiar as escolas e os seus alunos a explorar todas as potencialidades dos novos produtos Digitais da MOP e os melhores trabalhos serão expostos nos novos suportes digitais de maior visibilidade nas cidades de Lisboa e Porto que integram o circuito MOP.

O desafio será composto por duas fases.

1ª Fase Nesta fase, cada escola lança o desafio aos seus respetivos alunos. O tema (não devendo ser temáticas fraturantes da sociedade em geral), o modelo de participação e de avaliação interna será definido por cada instituição que, no final desta primeira fase (15 de janeiro 2021), apurará os 5 projectos que passarão à fase seguinte.

2ª Fase Todos projetos finalistas de cada uma das escolas participantes serão sujeitos a uma segunda avaliação por parte de um júri, composto por um representante de cada instituição participante, um representante da MOP e um profissional do setor criativo (a anunciar brevemente). Os cinco trabalhos mais votados por parte deste júri serão divulgados no Instagram da MOP para votação pública. Com base no número de “likes” que cada projeto conseguir obter será atribuído o 1º, 2º e 3º lugares. Estes vencedores serão então expostos nos suportes digitais da MOP, com a devida creditação dos autores e da escola. Todos os trabalhos que chegarem à segunda fase e que não tenham ficado nos lugares premiados, podem, eventualmente, ter a possibilidade de serem expostos nos suportes digitais da MOP, caso haja disponibilidade de espaço ao longo do ano.

O “Briefing”

Da parte da MOP não há um briefing ou tema fechado. Cada instituição poderá fazê-lo, se assim o entender, mas não tem qualquer influência da MOP.

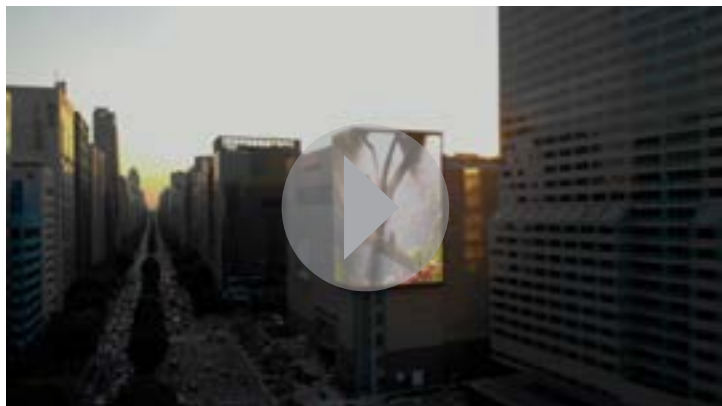
O “briefing” que passamos é que estes novos formatos aumentam as possibilidades de criatividade e a probabilidade de um resultado **“UAU”**, e é isso que esperamos dos alunos. Estamos a dar espaço para que os futuro profissionais tenham **a liberdade de criar “sem limites” criativos, tentando sempre captar a atenção.**

Infelizmente, há limites pelos quais a MOP tem de responder, neste caso junto dos concedentes do espaço onde estão montados os suportes digitais. Desta forma, apelamos a que todas as criatividade sejam desenvolvidas com o melhor bom senso para evitar temas que possam ser sensíveis/fraturantes da sociedade em geral.

O que se pretende

Mostrar criatividade que sejam “UAU”, que dêem vida, cor e arte a estes espaços, tornando mais interessante o tempo que as pessoas passam diariamente nos seus trajetos.





Inspiração

Sabemos que nem sempre é fácil saber por onde começar, saber o que já foi feito ou é possível fazer. Uma vez que apresentamos um briefing completamente aberto, deixamos alguns exemplos que achamos que são uma ótima fonte de inspiração para poderem tirar o máximo partido da vossa criatividade e dos formatos da MOP.





Júri

1ª Fase: O júri e respetivos critérios de avaliação são definidos internamente em cada uma das instituições de ensino participantes.

2ª Fase: O júri será constituído por um representante de cada uma das escolas participantes, um representante da MOP e um profissional do setor criativo.

Critérios de avaliação




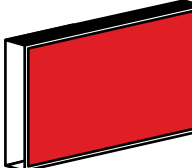
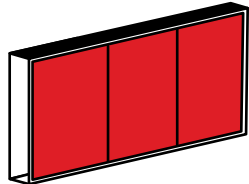
Insight Criativo
(a ideia, inovação)

50 / 50

Execução do Conceito

Especificações Técnicas

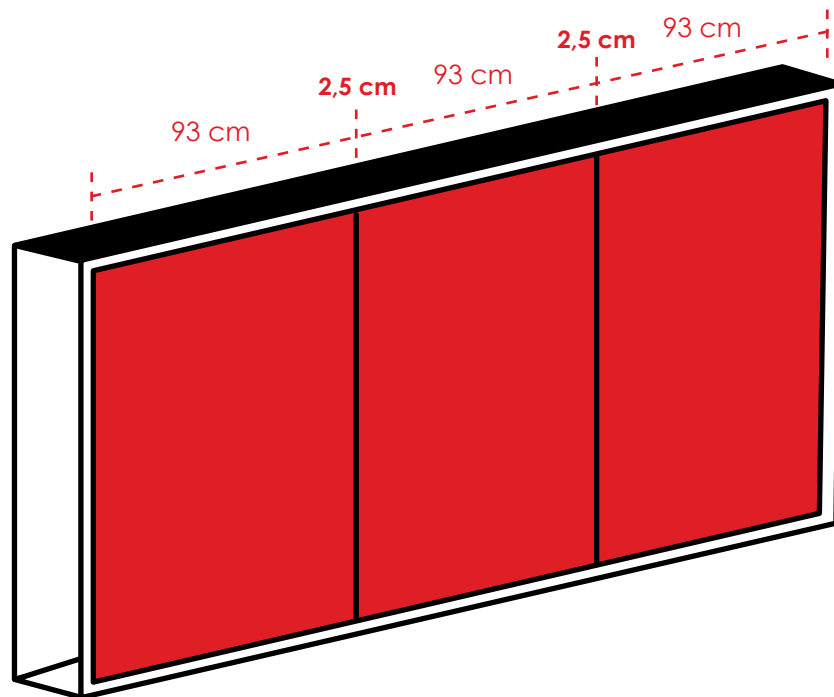
Cada participante deve entregar uma versão da sua criatividade para cada um dos formatos abaixo.

	FORMATO VERTICAL	FORMATO HORIZONTAL			
Dimensões	L 1080 x A 1920 px (Full HD)	L 1920 x A 1080 px (Full HD)			
Tempo		10 segundos			
Formato		mp4			
Codec		H264			
Bitrate		Máximo de 6 Mbps			
Peso máximo		100 mb por filme			
Formatos	TOMI OOH 	Mupi Digital 	TOMI Spot TV 	LED 	3 ecrãs 

VISUALIZAÇÃO NO SUPORTE 3 ECRÃS

Zonas de quebra

Na junção entre os três ecrãs existe uma separação de 2,5 cm (medida real) que divide, parte e separa a imagem total. Este facto deve ser tido em conta para evitar que frases ou elementos relevantes possam ficar deformados ou cortados.





ideias
fora
do formato