



**Estudo de Semiótica
e Branding**

DON BÍSARO

2023

*A Fusível é um gabinete de comunicação digital,
especializado na criação de conteúdo,
produção audiovisual, storytelling,
design e desenvolvimento web.*



FUSÍVEL®

www.fusivel.net

+351 938 640 767
mc.dev@fusivel.net

+351 936 079 763
desk@fusivel.net

Loteamento Santo Estevão, C1
Braga

Portugal

Índice

Introdução	5
Breve Análise do Mercado e Tendências Atuais	7
O Mercado de Restauração em Portugal	7
Tendências atuais na Restauração	7
Análise da Identidade atual	11
Análise de Semiótica	11
Propostas de Transformação da Identidade Visual	11
Origem do Monóculo e Bigode	13
Tendências Atuais em Redes Sociais e Reajustes	15
Reajustes na Estratégia de Redes Sociais	15
Estratégias de Comunicação	19
Estratégias de Comunicação Nacional	19
Estratégias de Comunicação Internacional	21
Conclusão	23



Introdução

Este estudo de semiótica e rebranding tem como objetivo analisar a identidade visual atual da marca Don Bísaro, um restaurante especializado em leitão Bísaro assado que está presente no mercado desde 2013. No próximo dia 17 de novembro, o Don Bísaro comemorará 10 anos de existência, e este marco pode ser o momento adequado para a apresentação de uma nova identidade visual que reflita a evolução do restaurante ao longo dessa década. A análise busca apresentar recomendações para a alteração da identidade visual da marca, de modo a atrair um público mais seletivo e moderno, mantendo o seu prestígio. A pesquisa baseia-se na compreensão dos elementos visuais que compõem a marca atual, pesquisas de mercado e nas tendências atuais em comunicação e branding.



Breve Análise do Mercado e Tendências Atuais

A indústria da restauração em Portugal é um mercado dinâmico e competitivo, marcado por uma diversidade de opções culinárias.

O Don Bísaro, um restaurante especializado em leitão Bísaro assado, posiciona-se como um estabelecimento de referência neste setor. A análise do mercado e a compreensão das tendências atuais são cruciais para direcionar a estratégia de rebranding e comunicação deste restaurante.

O Mercado de Restauração em Portugal

O mercado de restaurantes em Portugal tem vivenciado um crescimento notável nos últimos anos. A procura por experiências culinárias autênticas e de alta qualidade atrai tanto os locais como os turistas. Este cenário competitivo requer que os restaurantes se destaquem, não apenas pela qualidade da comida, mas também pela sua identidade visual e estratégia de comunicação.

Tendências Atuais na Restauração

Ênfase na Experiência do Cliente: Os consumidores valorizam não apenas a comida, mas também a experiência global num restaurante. A atmosfera, o atendimento e a apresentação dos pratos desempenham um papel fundamental

Sustentabilidade e Ingredientes Locais: A preferência por ingredientes locais e a preocupação com a sustentabilidade ambiental são tendências crescentes na indústria da restauração. Os restaurantes que incorporam esses valores na sua identidade e na sua comunicação têm uma vantagem competitiva.



Presença Online e Redes Sociais: A presença nas redes sociais é fundamental para a promoção e alcance de novos clientes. Os consumidores consultam plataformas online para pesquisar restaurantes e compartilhar as suas experiências.

Segmentação de Público: Os restaurantes estão cada vez mais segmentando o seu público-alvo. Alguns buscam atrair um público mais seletivo, enquanto outros apostam na acessibilidade e no acolhimento a todas as faixas etárias.

Inovação na Identidade Visual: A identidade visual desempenha um papel vital na criação de uma marca única e memorável. A evolução da identidade visual pode ser uma estratégia eficaz para acompanhar as mudanças no mercado e nas preferências do público.

O Don Bísaro, com a sua transformação na identidade visual, está alinhado com a tendência atual de inovação na identidade visual. Esta mudança reflete a sua busca por atrair um público mais seletivo, mantendo a qualidade pela qual é conhecido.

A compreensão do mercado e das tendências atuais é crucial para o sucesso do Don Bísaro. A transformação da sua identidade visual não é apenas uma resposta às tendências, mas também uma afirmação do seu compromisso contínuo com a excelência e a evolução para atender às expectativas do público moderno.



Análise da Identidade Visual Atual

A marca Don Bísaro possui um logótipo com a caricatura da face de um porco usando óculos de sol e um chapéu de chef sobre um fundo amarelo. Essa representação é lúdica e descontraída, apropriada para um ambiente de restaurante. No entanto, o restaurante busca reposicionar a sua imagem para atrair um público com um perfil mais seletivo, sem perder a sua reputação de alta qualidade.

Análise de Semiótica

A semiótica é a ciência que estuda os signos e símbolos usados na comunicação. No contexto da marca Don Bísaro, a análise semiótica revela que a identidade visual atual transmite uma mensagem de descontração e informalidade. Esses elementos podem não estar alinhados com a nova visão da marca, que busca uma imagem mais sofisticada e refinada.

Propostas de Transformação da Identidade Visual

Para atingir um público mais seletivo e moderno, propomos uma transformação na identidade visual da marca Don Bísaro. Essa transformação incluirá:

Silhueta Estilizada da Face de um Porco: Será criada uma silhueta estilizada da face de um porco, mantendo um design minimalista e elegante. Essa representação será mais adequada para um público que busca sofisticação.



Monóculo e Bigode para Sofisticação: A escolha do monóculo e do bigode não é arbitrária; esses elementos foram selecionados para conferir à figura do porco uma persona requintada e distinta. O monóculo historicamente representa um toque de classe, sofisticação e distinção, enquanto o bigode evoca elegância e charme. Esses detalhes adicionam um toque de classe à identidade da marca e refletem a nova abordagem de atração de um público seletivo.

O Lettering: O lettering “Don Bísaro” será redesenhado com letras espessas e um design arredondado em alguns pontos. Será baseado numa fonte adequada à restauração o que conferirá um ar mais comercial e moderno, mantendo a legibilidade e o apelo visual.

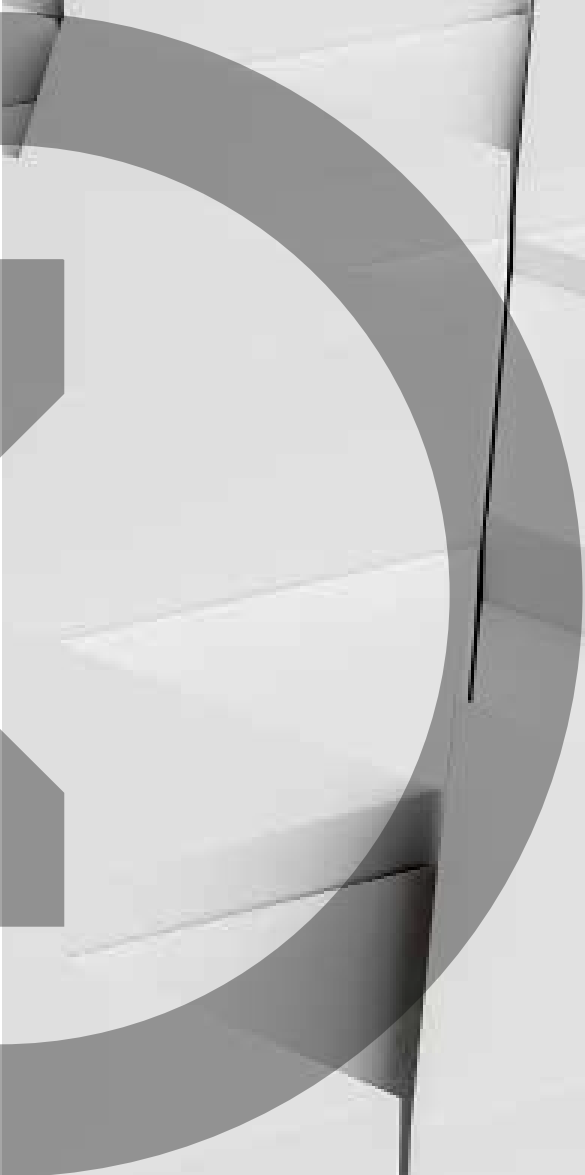
Paleta de Cores Elegante: As cores predominantes serão o castanho e o amarelo torrado, transmitindo uma sensação de elegância e tradição, mantendo uma abordagem moderna.

Origem do Monóculo e Bigode

A escolha do monóculo e do bigode como elementos da nova identidade visual do Don Bísaro não é arbitrária, mas sim uma representação cuidadosamente selecionada. Ambos os elementos têm uma origem histórica que evoca um sentido de sofisticação e distinção.

O monóculo, um único óculo usado como acessório, era uma marca de distinção nas classes aristocráticas do passado. Representa um toque de classe e elegância que a marca Don Bísaro deseja associar à sua imagem.

O bigode, por sua vez, tem sido um símbolo de charme e elegância ao longo da história. Muitos homens notáveis, como artistas e aristocratas, usaram bigodes como parte da sua imagem distinta. Ao incorporar esses elementos na nova identidade visual, o Don Bísaro busca evocar um ar de sofisticação e distinção, alinhando-se com o seu objetivo de atrair um público seletivo.



Tendências Atuais em Redes Sociais e Reajustes

No cenário das redes sociais, é fundamental acompanhar as tendências atuais e adaptar a estratégia de comunicação. Atualmente, observamos mudanças nas preferências dos consumidores, tais como a busca por autenticidade e engajamento. Isso requer uma abordagem mais direta e personalizada, onde a marca Don Bísaro pode destacar-se.

Reajustes na Estratégia de Redes Sociais

Consolidar Conteúdo: É importante consolidar o conteúdo em todas as contas relacionadas à Don Bísaro, eliminando duplicações e publicações excessivamente frequentes. Isso reduzirá o ruído e proporcionará uma experiência mais coerente para os seguidores.

Personalização da Mensagem: Em vez de uma abordagem genérica, direcionar as mensagens e interações nas redes sociais para atender às necessidades e preferências específicas dos seguidores. Isso ajudará a construir um relacionamento mais sólido com o público.

Foco na Autenticidade: Destacar a autenticidade e a singularidade da Don Bísaro nas redes sociais. Mostrar os bastidores do restaurante, compartilhar histórias sobre a origem dos pratos e demonstrar o compromisso com a excelência na culinária.



Estratégias de Conteúdo Coerentes: Desenvolver estratégias de conteúdo coesas em todas as plataformas, garantindo que o conteúdo seja relevante, envolvente e alinhado com a nova identidade visual.

Monitorização Ativa: Monitorizar ativamente as redes sociais para responder rapidamente a comentários e mensagens, demonstrando um compromisso com o envolvimento direto e um serviço de qualidade.

Análise de Métricas: Utilizar métricas de desempenho para avaliar o impacto das ações nas redes sociais e adaptar continuamente a estratégia com base nos resultados.

Esses reajustes permitirão à Don Bísaro criar uma presença mais coesa e eficaz nas redes sociais, alinhada com a nova identidade visual e as tendências atuais de comunicação.



Estratégias de Comunicação

Estratégias de Comunicação Nacional

Redes Sociais Personalizadas: Manter uma presença ativa nas redes sociais é essencial. No entanto, as postagens devem refletir a nova identidade da marca, destacando a elegância e a sofisticação da experiência no Don Bísaro. Fotos de pratos refinados, eventos temáticos e a nova silhueta do porco com monóculo e bigode podem ser compartilhados para atrair o público-alvo.

Engajamento Direto: Responder diretamente aos comentários e mensagens dos seguidores, criando um relacionamento mais próximo e pessoal. Isso demonstra atenção aos clientes e gera lealdade à marca.

Conteúdo Visual Atraente: A tendência atual é focar em conteúdo visual, como imagens de alta qualidade de pratos, vídeos de preparação de alimentos e detalhes de eventos especiais. A nova silhueta do porco com monóculo e bigode pode ser incorporada de maneira criativa em todo o conteúdo visual.

Colaboração com Influenciadores: Considerar parcerias com influenciadores digitais ou críticos gastronômicos para aumentar a visibilidade da marca e alcançar um público mais amplo.

Eventos Temáticos e Experiências Exclusivas: Organizar eventos temáticos e oferecer experiências gastronômicas exclusivas que se alinhem à nova imagem de sofisticação. Promover esses eventos nas redes sociais para criar expectativa e interesse.



Estratégias de Comunicação Internacional

Enquanto a marca Don Bísaro se concentra no mercado português, também pode explorar oportunidades de comunicação internacional, atraindo turistas e residentes estrangeiros. Para isso:

Conteúdo Multilíngue: Além do conteúdo em português, oferecer informações em outros idiomas, como inglês e espanhol, para atender a um público mais diversificado.

Destaque em Portais de Turismo: Colaborar com portais de turismo e guias de viagem para promover o Don Bísaro como um destino gastronómico em Portugal.

Participação em Eventos Internacionais: Participar em feiras de turismo internacionais e eventos gastronómicos para aumentar a visibilidade da marca no cenário internacional.

Publicidade Online Segmentada: Utilizar publicidade online segmentada para alcançar potenciais visitantes estrangeiros que estejam a planear uma viagem a Portugal.



Conclusão

A transformação da identidade visual do Don Bísaro, com a incorporação de uma silhueta de porco estilizada com monóculo e bigode, representa uma estratégia sólida para atrair um público mais seletivo e moderno, mantendo o seu prestígio e sofisticação. A escolha do monóculo e do bigode não é arbitrária, mas sim uma representação cuidadosamente selecionada para evocar um senso de classe e distinção.

Além disso, a adaptação das estratégias de comunicação para as tendências atuais nas redes sociais e a consideração de oportunidades de comunicação internacional contribuirão para a promoção bem-sucedida do Don Bísaro no cenário gastronômico.

Este estudo de semiótica e rebranding proporciona orientações valiosas para uma transformação eficaz da identidade visual da marca, ajudando o Don Bísaro a alcançar seus objetivos e atrair um público diversificado, tanto nacionalmente quanto internacional.

A comemoração dos 10 anos de existência em 17 de novembro de 2023 pode ser uma ocasião especial para lançar a nova identidade e destacar as conquistas da marca ao longo da década.



FUSIVEL®

www.fusivel.net

+351 938 640 767
mc.dev@fusivel.net

+351 936 079 763
desk@fusivel.net

Loteamento Santo Estevão, C1
Braga

Portugal