

AValiação Comparativa de Ferramentas Gráficas no Contexto do Marketing Digital

COMPARATIVE EVALUATION OF GRAPHIC TOOLS IN THE CONTEXT OF DIGITAL MARKETING

Rafaela G. Cararreto¹, Fabiana P. M. Caravieri²

¹Faculdade de Tecnologia Professor José Camargo – Fatec Jales, rafaela.cararreto@fatec.sp.gov.br

²Faculdade de Tecnologia Professor José Camargo – Fatec Jales, fabiana.caravieri@fatec.sp.gov.br

Informação e comunicação
Subárea: Tecnologia da informação

RESUMO

A identidade visual consiste em uma representação gráfica que comunica a personalidade, os valores e a missão de uma empresa ou marca. Ela engloba elementos como logotipo, tipografia, cores, imagens e outros elementos visuais, que juntos estabelecem uma identidade única e facilmente reconhecível para a empresa ou marca. A construção cuidadosa da identidade visual tem o poder de transmitir confiança, profissionalismo e credibilidade aos clientes e parceiros de negócios. Manter consistência visual em todos os materiais de comunicação é crucial, abrangendo desde o logotipo até as embalagens, o site e as redes sociais. Essa abordagem garante um crescimento significativo nas vendas por meio do *marketing* digital. Atualmente, essa estratégia é essencial para o sucesso das empresas, pois permite alcançar um público mais amplo e diversificado, além de ser uma forma eficiente e econômica de promover produtos e serviços. Nesse contexto, o presente trabalho visa realizar um estudo comparativo entre as ferramentas gráficas “Canva” e “Adobe Photoshop”, além de avaliar sua usabilidade na criação de conteúdo para mídias digitais. Dessa maneira, foi possível identificar as semelhanças e diferenças no processo de criação e usabilidade de artes digitais, desde a fase de finalização até a publicação nas redes sociais.

Palavras-chave: identidade visual; logotipo; marketing digital; ferramentas gráficas.

ABSTRACT

Visual identity consists of a graphic representation that communicates the personality, values, and mission of a company or brand. It encompasses elements such as a logo, typography, colors, images, and other visual elements, which together establish a unique and easily recognizable identity for the company or brand. Careful construction of visual identity has the power to convey trust, professionalism, and credibility to clients and businesses partners. Maintaining visual consistency across all communication materials is crucial, ranging from the logo to packaging, website, and social media. This approach ensures significant sales growth through digital marketing. Currently, this strategy is essential for the success of companies as it allows reaching a broader and more diverse audience, besides being an efficient and cost-effective way to promote products and services. In this context, the present paper aims to conduct a comparative study between the graphic tools “Canva” and “Adobe Photoshop” in addition to evaluate their usability in creating content for digital media. In this way, it was possible to identify the similarities and differences in the process of creating and using digital artwork, from the finalization phase to publication on social media.

Keywords: visual identity; logo; digital marketing; graphic tools.

1 INTRODUÇÃO

As organizações, sejam elas públicas ou privadas, possuem uma identidade visual, sendo representada por um logotipo e reconhecido no segmento a qual pertence. Um logotipo consegue transmitir os valores que a empresa deseja demonstrar aos seus clientes. A criação de logotipos vem desde a pré-história, com a necessidade de os seres humanos marcarem seu território e se diferenciar uns dos outros por meio das pinturas rupestres (BATISTA, 2021).

Segundo a Faculdade de Direito de Cornell (2019), em 15 de julho de 1946, foi aprovada nos Estados Unidos a Lei Lanham, que estabelece um sistema nacional de registro de marcas e protege o proprietário contra o uso de marcas semelhantes que possam causar confusão ao consumidor ou prejudicar a marca famosa.

Assim como a moda, a criação de marcas, logotipos possuem uma tendência e estilo próprio, sempre buscam estar atualizada conforme o momento atual. Segundo Meller (2019), cada projeto de marca tem suas peculiaridades e estão inseridos em um cenário específico, por isso, vale a pena analisar com atenção o que melhor se aplica ao seu negócio.

Após determinada a identidade visual da empresa através do logotipo, entra o marketing digital que de acordo com Benetti (2023), além de contribuir com a comunicação entre entidade e consumidor de maneira direta e customizada. Outro movimento imprescindível é a análise dos indicadores de performance (KPIs), no qual identificam quando uma ação ou maneira de satisfazer os clientes e até mesmo alcançar novos está funcionando ou não, sendo possível realizar os ajustes nas estratégias digitais adotando novas ferramentas para alcançar seus objetivos.

Neste contexto, o presente estudo visa realizar uma análise comparativa de ferramentas gráficas utilizadas na criação de artes digitais destinadas a redes sociais. O foco reside nas semelhanças e diferenças em termos de aspectos visuais e usabilidade, desde a concepção até a publicação nas plataformas digitais.

Para tanto, a Seção 2 apresenta o embasamento teórico, abordando conceitos fundamentais relacionados à profissão de designer gráfico e seu papel no estabelecimento da identidade visual dentro das organizações. A Seção 3 descreve a metodologia adotada, bem como os aplicativos empregados no desenvolvimento do marketing digital. Na Seção 4, são expostos os resultados e discussões referentes ao estudo comparativo das aplicações utilizadas e das artes criadas. Por fim, a Seção 5 contempla as considerações finais deste trabalho.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este artigo é embasado em pesquisas bibliográficas, estudos sobre a importância do designer gráfico nas empresas e o seu papel no processo, desde a criação da identidade visual, até o processo de divulgação por meio de marketing digital. São abordadas quais ferramentas gráficas são mais utilizadas pelos designers para desenvolver a imagem da empresa perante o mercado e suas principais diferenças e semelhanças.

O designer gráfico é o profissional responsável por engajar sua empresa no mercado, é ele quem criará sua identidade visual perante seus clientes com o intuito de vender a imagem do seu produto (PANAMERICANA ESCOLA DE ARTE E DESIGN, 2020).

O profissional da área de design gráfico é procurado cada vez mais pelas empresas para cuidarem da parte do marketing digital. Segundo Chagas (2016), o designer gráfico desempenha um papel fundamental nas empresas, sendo responsável por criar as

postagens gráficas dos produtos que são disponibilizadas aos clientes por meio das mídias digitais, sendo o primeiro contato com o consumidor final.

Segundo US Bureau of Labor Statistics (2022), prevê um crescimento de 3% no emprego de designers gráficos de 2021 a 2031, taxa inferior à média comparada as outras ocupações. No entanto, em média, espera-se que sejam criadas cerca de 24.800 vagas por ano ao longo da década, principalmente devido à necessidade de substituição de trabalhadores que mudam de profissão ou se aposentam.

Conforme a Panamericana Escola de Arte e Design (2020), a profissão de designer gráfico tem um grande mercado, visto que eles têm a habilidade de definir a posição de uma marca no mercado, proporcionando ao cliente diversas experiências, fazendo com que eles entendam seus valores e propósito.

Atualmente os conceitos sobre Design estão cada vez mais presente vida das pessoas, sobretudo no comércio de maneira geral, como, por exemplo, a logomarca e a faixa de uma empresa e como chamar a atenção das pessoas. Segundo Figueirêdo (2017), elementos como cor, iluminação, estilo, layout e higiene são reconhecidos como alguns pontos que fazem com que os clientes tomem alguma decisão de compra. A teoria de Gestalt ressalta que a percepção das pessoas ao ver uma imagem transmite a elas a ideia do todo e não de partes isoladas. Dessa maneira, conhecer todos os elementos utilizados no design e saber aplicá-los é de extra relevância (TAVARES, 2007).

Nesse sentido, de acordo com Vazquez (2007), o essencial de um produto ou organização é possuir uma identificação clara e objetiva da sua marca. Logo o logotipo deve ser distinto, com características visuais específicas que formam a identidade visual da organização ou produto. Para Crisóstomo (2020), o resultado do design de um produto consegue influenciar as emoções dos consumidores, provocando respostas que variam entre a satisfação, irritação, animação, frustração, dentre outras, sendo denominado como “Design Emocional”.

O conceito de identidade visual é muito utilizado na atualidade, principalmente pelo Marketing Digital, que objetiva promover o produto ou marca por meio dos canais digitais, de maneira que possa aproximar empresas com seu público de uma forma mais direta (PEÇANHA, 2020).

A identidade de marca corresponde à representação visual e verbal de uma marca. Por conseguinte, a importância de uma identidade de marca eficaz transcende os setores público e privado, e deve conseguir produzir impactos na sociedade, independentemente da sua classificação (WHEELER, 2012). De acordo com Martins (2006), a identidade visual compreende todos os atributos tangíveis e intangíveis simbolizados em um logotipo que exercem influência e agregam valor a uma empresa, produto, serviço, projeto, entre outros.

A fim de que uma identidade visual transcenda a esfera econômica e adquira relevância cultural, exercendo influência na vida das pessoas, é imprescindível que esta apresente sensibilidade aos sentidos. Dessa maneira, proporciona o reconhecimento e experiências positivas, além de conter informações substanciais que sintetizem os conceitos e características relevantes da instituição representada. Nesse sentido, a criação de uma identidade visual requer não apenas habilidades investigativas e capacidade de condensar informações, mas também um pensamento estratégico (WHEELER, 2012).

Conforme afirmado por Vazquez (2007), a identidade de marca pode ser dividida em dois aspectos distintos: a identidade de marca da empresa e a identidade de marca do produto. Para construir uma imagem sólida, tanto os elementos internos quanto os externos, incluindo a identidade visual, devem trabalhar em harmonia. O processo de criação de uma identidade visual começa com uma pesquisa minuciosa sobre o objetivo que a organização deseja alcançar, passando por todas as etapas de concepção de um

projeto. Para criar uma identidade visual de qualidade, não basta apenas possuir habilidades técnicas no uso de editores de imagem. É essencial ter uma compreensão empírica dos fundamentos teóricos, incluindo conceitos como Gestalt, Semiótica e programação visual (MELLO, 2022).

2.1 SURGIMENTO DOS LOGOTIPOS

Os logotipos surgiram de a necessidade do ser humano retratar a sua experiência de vida. De acordo com Batista (2021), desde os tempos pré-históricos, quando as pessoas daquela época começaram a ter uma compreensão mais ampla da vida, foram criados os primeiros registros gráficos que retratavam suas experiências por meio de pinturas rupestres. Essas pinturas ilustravam suas atividades cotidianas e ofereciam uma visão da vida naquele período.

Segundo Batista (2021), o primeiro registro formal de um logotipo foi feito durante a Revolução Industrial, em 1876. Com o advento dessa nova realidade econômica, as indústrias sentiram a necessidade de distinguir suas empresas e produtos no mercado. Nesse contexto, a cervejaria Bass Brewery registrou sua marca com um design inovador, simples e minimalista, como apresentado na Figura 1, sendo a primeira empresa a registrar uma marca.

Figura 1 – Rótulo e Logotipo da cervejaria Bass Brewery



Fonte: MOTA, 2023.

Para Leocádio (2020) o logotipo é um símbolo que representa ou identifica uma marca, empresa ou produto. Em conjunto com a figura, tem também uma escrita no qual juntos compõe o logotipo (ícone + texto). Embora a primeira marca tenha sido registrada em 1876, somente em 1946 foi promulgada a Lei *Lenham Act*, que, segundo a Faculdade de Direito de Cornell (2019), foi determinado o registro legal de marcas, a fim de proteger os proprietários das que já foram registradas contra a violação e o uso indevido de sua imagem.

Após a revolução industrial, as grandes marcas, como Nike e Apple, começaram a surgir com suas próprias logomarcas. De acordo com Mota (2023), essas logomarcas sempre possuem uma história por trás e, com certeza, uma evolução em busca da perfeição. Na Figura 2 é ilustrado alguns logotipos da empresa Nike, sendo em 1971, o primeiro logotipo, o segundo alterado em 1978, já o terceiro, em 1985, apresentava uma versão simples e minimalista, evoluindo até os dias atuais a partir de 1995.

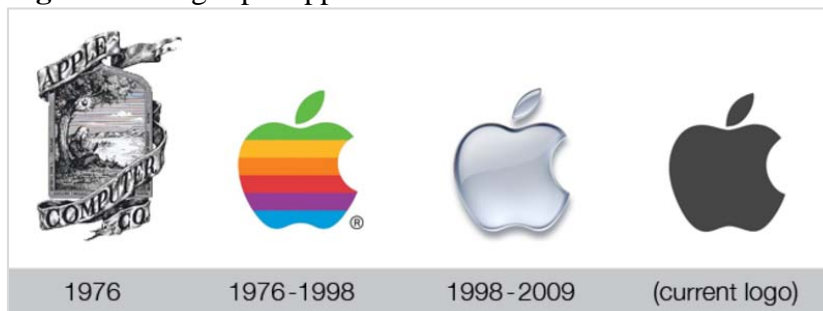
Figura 2 – Logotipo Nike



Fonte: MOTA, 2023.

A empresa Apple, uma das principais marcas de tecnologia e eletrônicos, criou o seu primeiro logotipo em homenagem ao famoso cientista Isaac Newton e a descoberta da teoria da gravidade. Na Figura 3 é ilustrado alguns logotipos da empresa Apple, sendo até 1976, o primeiro logotipo com um design mais elaborado, semelhante à de um xarope; o segundo alterado em 1976 e utilizado até 1998, com cores monocromáticas remetendo as cores do arco-íris; já o terceiro, foi utilizado a partir de em 1998 até 2009 e o quarto de 2009 até os dias atuais, apresentava uma versão simples e minimalista, como uma forma de transmitirem a mensagem de que a empresa amadureceu.

Figura 3 – Logotipo Apple



Fonte: PANTENTUS, 2023.

Os logotipos desempenham um papel de extrema importância no que diz respeito à identidade visual de uma empresa ou marca. Tais elementos visuais conseguem transmitir de maneira concisa e memorável a essência, os valores e a personalidade da organização.

Nesse contexto, os profissionais especializados em design gráfico desempenham um papel indispensável no processo de criação e desenvolvimento de logotipo que sejam distintos, memoráveis e representativos de uma marca.

2.2 CONCEITOS-CHAVE DO MARKETING DIGITAL

O surgimento do Marketing Digital em 1990 revolucionou a maneira como as empresas promovem seus produtos. De acordo com Siqueira (2021), à medida que as pessoas utilizam mais meios digitais para divulgação de seus itens, esse termo se torna mais conhecido.

Na área do Marketing Digital, existem diversas estratégias, como o Marketing de Conteúdo, que, segundo Peçanha (2020), é o processo de divulgação de materiais e conteúdos atraentes para o cliente, com o objetivo de convertê-lo e encantá-lo, fazendo com que ele consuma o produto.

De acordo com Rocha (2023), o Marketing se baseia em três pilares: foco no cliente, entrega de valor e satisfação do cliente. Dessa maneira, o Marketing Digital deve utilizá-los como base e aprimorá-los, em razão do desenvolvimento da internet. O uso do Marketing Digital oferece diversas vantagens, como, por exemplo, maior interatividade

com o público e custo acessível, sendo atualizado conforme tendências atuais (HOTMART, 2022).

Segundo Cakanel (2022), algumas tendências do design estão em constante atualização, sendo definidas da seguinte maneira:

- a) Personagens em 3D, que podem acompanhar os usuários em diversos ambientes, desde sites de empresas até aplicativos;
- b) Paletas de cores suaves e harmônicas, conhecida por “*Candy Colors*”. Os tons apresentados nessa proposta são voltados aos sentimentos positivos de um projeto;
- c) Design holográfico, são elementos visuais transparentes com efeitos no estilo “*neon*”;
- d) Utilização de formas e fontes psicodélicas que adotam as cores brilhantes, imagens abstratas, uma ilustração totalmente futurística;
- e) Elementos visuais inclusivos, através da utilização de recursos visuais que sejam acessíveis a todos.

Segundo Crowd (2023), o marketing digital tem evoluído consideravelmente e cada vez mais empresas estão utilizando essa ferramenta como um método de divulgação de seus produtos visando converter e fidelizar clientes. Este segmento apresenta as seguintes tendências:

- a) Marketing de influência, trata-se da divulgação de produtos por meio de influenciadores digitais;
- b) Inteligência artificial, essa tecnologia está presente em vários lugares, incluindo publicidade paga, *chatbots*¹ e atendimentos virtuais como o Siri e Alexa;
- c) Experiência do cliente, refere-se a tornar o ambiente digital um espaço para compras;
- d) Marketing de vídeo, é uma estratégia que utiliza conteúdo audiovisual em plataformas, como, por exemplo, Instagram, Facebook, YouTube, entre outras mídias sociais;
- e) Terceirização das demandas de marketing, consiste na contratação de *freelancers* e equipes remotas para realizar quaisquer serviços relacionados ao marketing digital da empresa. Ao invés de direcionarem essa tarefa a uma equipe interna que se dedicam exclusivamente à essas tarefas, optam em contratar uma empresa externa especializada em promoção, publicidade e estratégias relacionadas ao marketing.

Atualmente o Marketing Digital desempenha um papel fundamental nas empresas, ao ser por meio dessa estratégia em que são construídas as relações com os clientes, principalmente nos ambientes digitais como as redes sociais.

As organizações que investem nesse tipo de estratégia conseguem se manter estáveis e competitivas no mercado, além de impulsionar suas vendas e atrair cada vez mais a fidelidade dos clientes.

3METODOLOGIA

Inicialmente, foi conduzido um estudo bibliográfico com base em artigos acadêmicos nacionais e internacionais provenientes de bases científicas, como: IEEE *Xplore Digital Library*, ACM *Digital Library* e *Google Scholar*, além de diversos sites e

¹ *chatbots*: é um *software* baseado em uma Inteligência Artificial capaz de manter uma conversa em tempo real por texto ou por voz.

livros, visando abordar a relevância das ferramentas gráficas no contexto da edição e criação de conteúdo visando criar a identidade visual das empresas por meio das artes digitais.

Após a conclusão do estudo bibliográfico, um questionário contendo quatro perguntas foi elaborado. Esta pesquisa sobre Design Gráfico e Marketing Digital foi distribuída para 77 indivíduos que possuem conhecimento ou trabalham na área, no período de 21 a 28 de março de 2023, utilizando a plataforma *Google Forms*.

Posteriormente à aplicação do questionário, uma análise estatística dos dados foi realizada por meio da própria ferramenta *Google Forms*, permitindo a apresentação dos resultados por meio de gráficos para facilitar a comparação dos resultados. Com base nos resultados da pesquisa, procedeu-se à comparação entre dois programas amplamente empregados, a saber, o Canva e o Adobe Photoshop. Foi elaborada uma arte com a finalidade de divulgação utilizando-se ambas as ferramentas, permitindo-se, desse modo, a identificação das discrepâncias entre elas.

Este trabalho tem por finalidade realizar uma análise comparativa entre as ferramentas “Canva” e “Adobe Photoshop”, a fim de avaliar as diferenças e usabilidade de cada *software* na criação de artes digitais para publicação em mídias digitais. Essa diferença foi constatada por meio de um processo de criação de uma arte digital por meio das ferramentas gráficas já mencionadas.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Foi realizada uma pesquisa a fim de identificar quais ferramentas gráficas são mais utilizadas pelos designers para elaboração de uma identidade visual por meio do marketing de conteúdo. Essa pergunta em especial foi uma questão na qual os investigados poderiam escolher mais de uma opção de *software* que utilizam. Entre as diversas opções avaliadas, destacam-se as ferramentas gráficas Canva, Adobe Photoshop, e outros. Conforme é apresentado no Gráfico 1, Canva é uma ferramenta de criação de design que oferece uma versão gratuita e diversas ferramentas pagas, aspirando possibilitar uma promoção de marca de forma prática e eficiente. O *software* Adobe Photoshop, empatou com o Canva em relação aos aplicativos mais utilizados para criação de artes digitais, com 33% de usabilidade entre as pessoas. Já 38% das pessoas optam por utilizar outras ferramentas, porém não as especificaram.

Por meio desta pesquisa, tornou-se evidente a notável relevância das ferramentas gráficas no contexto da edição e criação de conteúdo visual. O Adobe Photoshop, reconhecido como um *software* profissional de edição de imagens, oferece uma ampla variedade de recursos avançados e ferramentas de manipulação, direcionados especialmente a designers gráficos e profissionais de mídia. Por outro lado, o Canva é uma plataforma *online* de design acessível e intuitiva, desenvolvida para atender usuários com pouca ou nenhuma experiência em design. A comparação dessas duas ferramentas possibilita a compreensão de suas respectivas vantagens e limitações, auxiliando na seleção da opção mais adequada para atender às necessidades específicas de edição e criação de cada usuário. A pesquisa visa abordar aspectos como funcionalidades, facilidade de uso, flexibilidade, custo-benefício e resultados obtidos, fornecendo informações valiosas para indivíduos, empresas e profissionais que buscam embasar suas decisões quanto à escolha da ferramenta mais apropriada para suas atividades criativas.

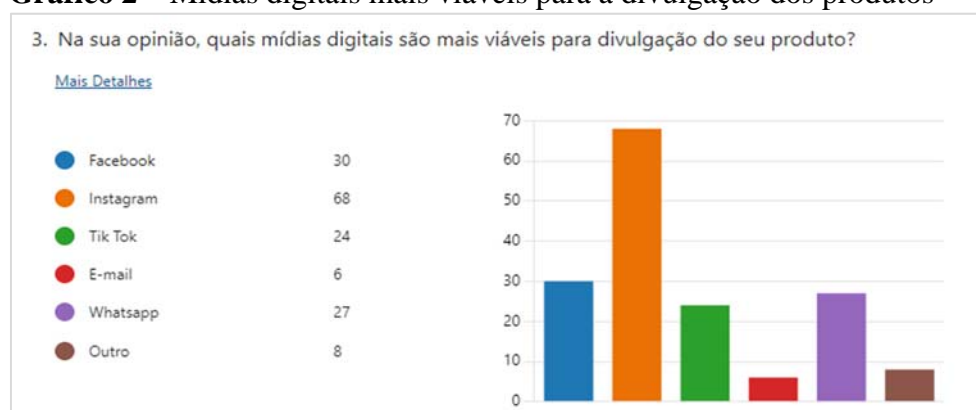
Gráfico 1 – Ferramentas utilizadas pelos Designers gráficos



Fonte: Elaborado pelos autores.

Com base nessa mesma pesquisa, conforme o (Gráfico 2) foi possível identificar que a rede social *Instagram* é o meio de divulgação que os usuários preferem utilizar para anunciar seu produto com 68 votos. Essa rede social é tida pelos usuários como mais versátil para comunicação entre seus usuários, possui métodos para alcançá-los sem muito investimento. Já em segundo lugar ficou a rede social *Facebook*, no qual 30 pessoas informaram ser um meio de divulgação viável, seguido do *WhatsApp* com 27 votos; *TikTok* com 24 votos; outros com 8 votos e *E-mail* com 6 votos.

Gráfico 2 – Mídias digitais mais viáveis para a divulgação dos produtos



Fonte: Elaborado pelos autores.

A partir da pesquisa realizada, foi identificado que o Canva e o Adobe Photoshop são as ferramentas que os usuários mais utilizam para criação de artes digitais e outros tipos de Design. Tendo em vista esse resultado, foi realizado um experimento nos dois *softwares* com o intuito de identificar as semelhanças e diferenças no processo de criação da mesma arte em ambos os aplicativos.

4.1 FERRAMENTAS UTILIZADAS NA CRIAÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL

Para produzir um conteúdo para sua empresa, é necessário utilizar uma ferramenta adequada (CHAGAS, 2016), sendo necessário identificarmos qual ferramenta possui os recursos necessários para a criação do projeto.

É importante destacar que a criação de uma arte digital de qualidade requer tempo e conhecimento para atender às expectativas do cliente e dos usuários. Na Figura 4 é apresentada uma ilustração da visão geral do processo de criação de uma arte digital propostas neste trabalho.

Figura 4 – Processo de criação de uma arte digital



Fonte: Elaborado pelos autores.

O processo de desenvolvimento e criação de artes digitais para publicação em mídias digitais é definido em cinco etapas, conforme é apresentado na ilustração da Figura 4: planejamento, definição, elaboração, finalização e publicação. A etapa de **Planejamento** é a parte inicial no processo de criação de artes digitais para publicação em mídias digitais. Nessa etapa, é definido qual o projeto será desenvolvido. Após o planejamento é efetuada a **Definição**, nesse processo são definidos os elementos que serão utilizados para a composição da publicação como, por exemplo: paletas de cores, imagens e filtros. Após definido, todos os elementos que irão compor o projeto, começa a **Elaboração**, essa é a principal fase em que é elaborada toda a arte digital; é de extrema importância que nessa fase mantenha o contato direto com o cliente para que ele dê o *feedback* de como está ficando o projeto. Na etapa de **Finalização** são efetuadas as melhorias, se necessário e, por fim, a aprovação do cliente. Depois da arte pronta é só efetuar sua **Publicação** para os clientes terem acesso ao seu produto.

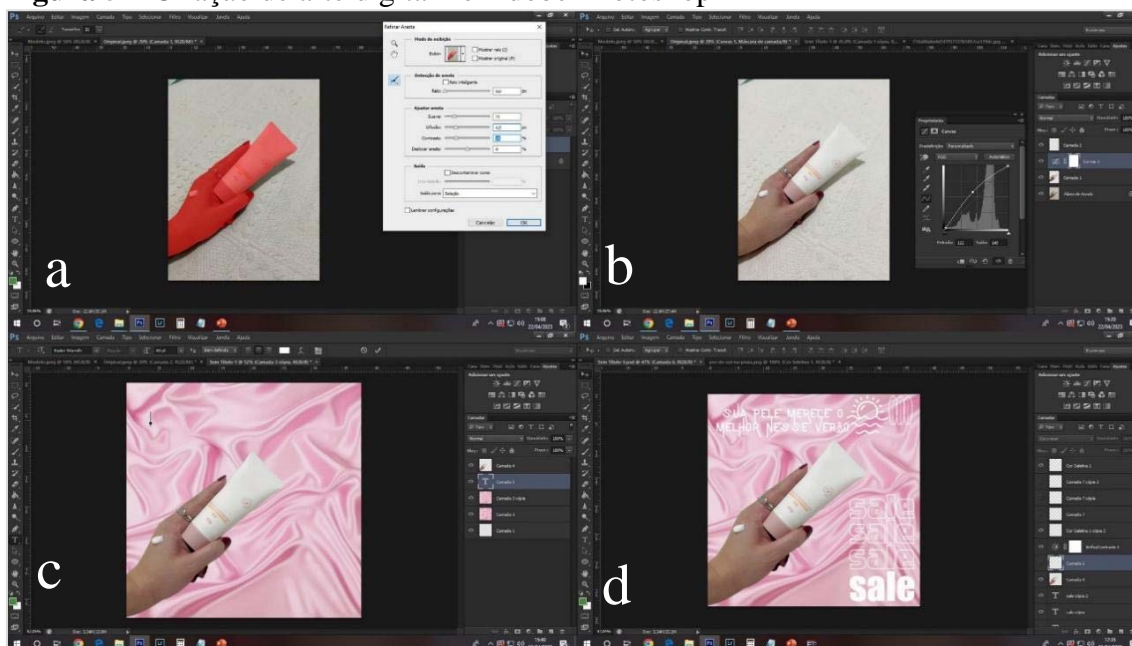
Tendo em vista o processo de concepção de uma arte digital, o Adobe Photoshop é uma das ferramentas mais conhecidas e versáteis para design, é possível trabalhar com imagens *bitmap* (forma de armazenar e exibir imagens digitais, onde cada pixel é representado por um valor numérico que define sua cor e intensidade) e amplamente utilizada para o tratamento de imagens e criação de montagens.

O Adobe Photoshop está na versão 24.4.1 e oferece uma ampla variedade de ferramentas de edição de imagem, como seleção, corte, redimensionamento, ajuste de cor, desfoque, nitidez, remoção de olhos vermelhos, utilização de camadas no qual é possível adicionar elementos e efeitos à imagem sem alterar a imagem original. Suporta uma ampla variedade de formatos de arquivo de imagem, incluindo JPEG, TIFF, PSD, PNG, GIF, entre outros.

Na Figura 5 são exibidas as etapas de um processo simplificado para a criação de uma arte digital utilizando o *software* Adobe Photoshop. Na Figura 5(a) foi realizada a detecção da imagem, processo pelo qual a imagem principal foi separada do fundo. Esse procedimento gerou diversas camadas, como é possível visualizar na Figura 5(b). Utilizando-se dessas camadas, torna-se possível trabalhar exclusivamente com a imagem principal, o elemento de foco. Na Figura 5(c), foi adicionada uma nova camada para o novo fundo do projeto e outra camada para inclusão do slogan e montagem de elementos. Já na Figura 5(d), foi criada uma camada específica para o elemento “Sale”, a partir da

qual foram produzidas outras três cópias para gerar um efeito específico. Foi criada, ainda, outra camada para inserção de uma imagem remetendo a um dia de sol e verão.

Figura 5 – Criação de arte digital no Adobe Photoshop



Fonte: Elaborado pelos autores.

Foi constatado no *software* Adobe Photoshop que até mesmo para tarefas simples, são exigidos vários subprocessos. Além disso, não há uma biblioteca de elementos disponíveis para agilizar o processo de criação de projetos, levando a desperdício de tempo ao ter que criá-los do zero.

Essa ferramenta, apesar de ter um custo associado, oferece uma variedade de planos com diferentes níveis de acessibilidade. O plano mais econômico no ano de 2023, que está disponível por R\$43,00 e inclui recursos como: Lightroom, Lightroom Classic, Photoshop para iPad e desktop, além de 20 GB de armazenamento na nuvem.

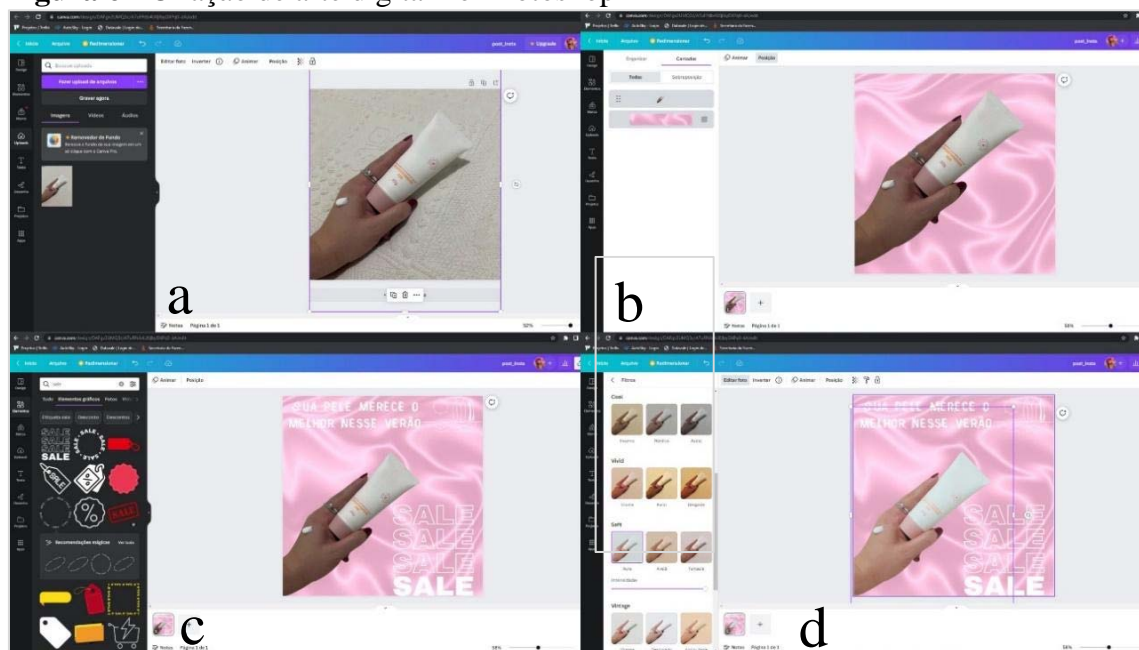
Igualmente, Canva é uma plataforma de design gráfico *online* utilizada para descrever, desenhar, discutir, inventar e pivotar modelos de negócios. A princípio é uma ferramenta gratuita, mas há opções de contratar o plano “pró”. No ano do desenvolvimento deste trabalho o plano anual custa o valor de R\$ 24,90 que fica em torno de R\$ 289,90 anualmente, com acesso a maiores recursos.

A plataforma Canva permite a criação de gráficos vetoriais, linhas, arcos, círculos, retângulos, imagens e textos utilizando *JavaScript*. É possível criar animações em tempo real utilizando a linguagem *JavaScript*, permitindo a criação de jogos, gráficos interativos e outras aplicações dinâmicas. Ademais, pode ser integrada com outras tecnologias *web*, como, por exemplo, *Cascading Style Sheets* (CSS) e *Hyper Text Markup Language* (HTML), para criar interfaces web mais interativas. Também, oferece suporte a filtros e efeitos, como sombras, desfoque, saturação, entre outros, permitindo a criação de gráficos mais elaborados.

Na Figura 6 é apresentada as etapas de um processo de criação de arte gráfica na plataforma Canva. Na Figura 6(a) é demonstrado o *upload* da imagem a ser trabalhada e a remoção do fundo com uma ferramenta automática. Na Figura 6(b), foi adicionada uma nova camada com o novo fundo para compor o projeto. Na Figura 6(c), o *slogan* do produto foi inserido, juntamente com o elemento “Sale” e uma imagem de verão, todos encontrados na biblioteca de itens do Canva para criar uma arte mais autêntica. Por fim,

na Figura 6(d), foi realizada a edição da imagem inicial da mão segurando o hidratante, adicionando um filtro clareador para dar mais delicadeza ao projeto.

Figura 6 - Criação de arte digital no Photoshop



Fonte: Elaborado pelo autor.

4.2 COMPARATIVO ENTRE “ADOBE PHOTOSHOP” E “CANVA”

Foi realizado um estudo comparativo entre o software Photoshop e a plataforma *online* Canva para a produção de uma arte digital. As ferramentas gráficas analisadas neste trabalho, possuem diversos pontos em comum, como, por exemplo, a edição de fotos em camadas (edição e manipulação de diversos elementos individualmente). A maneira de criar uma arte em cada *software* propõe uma experiência que os diferencia em alguns aspectos.

A comparação entre o Canva e o Adobe Photoshop revela que ambas as ferramentas gráficas têm suas vantagens e aplicações específicas. No **Quadro 1** é apresentado um comparativo das características entre as ferramentas Adobe Photoshop e Canva, com base em experiências realizadas na criação de uma mesma arte digital em ambos os *softwares*.

O *software* Adobe Photoshop é amplamente reconhecido como um programa de edição de imagens avançado e completo, com um conjunto de recursos que permite aos usuários trabalhar em imagens em 2D e 3D, como em edição de vídeo. Por outro lado, a plataforma Canva é mais focado em design gráfico, sendo particularmente adequado para iniciantes e usuários que não possuem muita experiência em edição de imagens, mas que ainda assim desejam criar projetos gráficos de qualidade.

A mesma dispõe de uma extensa biblioteca de modelos prontos para uso, que oferece aos usuários uma ampla gama de opções para a criação de projetos gráficos simples e rápidos. Por outro lado, o *software* Adobe Photoshop não possui um recurso semelhante de modelos prontos, mas, em contrapartida, oferece um vasto conjunto de pincéis personalizados, filtros e efeitos que podem ser utilizados na criação de projetos mais complexos.

Quadro 1 – Comparação dos *softwares* utilizados

	Adobe Photoshop	Canva
Utilização	Aplicativo disponível para <i>download</i> Desktop e iPad	Execução na web e disponível para <i>download</i> em dispositivos móveis
Ano de lançamento	1990	2012
Extensão de arquivos	AI, PNG, BMP, PSD, SVG, GIF, JPG, TIF, PDF, HEIC, HEIF e DNG	PNG, JPG, PDF, SVG, MP4, GIF
Suporte à comunidade	Sim	Sim
Acessibilidade	Possui versão paga e uma opção de plano acessível no valor de R\$43,00 mensal	Possui a versão gratuita e outra paga com mais recursos no valor de R\$289,90 anual.
Disponibilidade de modelos prontos	Não	Sim

Fonte: Elaborado pelo autor.

A plataforma *online* Canva apresenta uma interface considerada “amigável” com recursos simplificados e com facilidade de uso, tornando-se uma ótima opção para usuários iniciantes ou aqueles que precisam criar designs rápidos e simples, porém é uma plataforma com recursos limitados, não sendo possível criar designs mais complexos e caso queira acessar recursos melhores, precisa pagar, além do fato de depender de uma conexão com a internet para funcionar.

Por outro lado, o Adobe Photoshop oferece um conjunto mais completo de recursos avançados de edições e manipulações de imagens, possibilitando um controle preciso sobre cada detalhe do design, mas também possui algumas desvantagens como pelo fato de ser uma interface mais complexa, exige um maior tempo de estudo para utilizá-lo e torna-se necessário uma máquina mais potente para ser possível sua execução e possui um preço elevado para utilizar seus recursos. É a escolha ideal para profissionais que necessitam de um alto nível de personalização e exigem ferramentas mais avançadas.

Ambas as ferramentas têm um lugar importante no arsenal de designers gráficos e criadores de conteúdo, e a escolha entre elas dependerá das necessidades individuais, nível de habilidade e preferências pessoais. Em última análise, seja utilizando o Canva ou o Photoshop, o objetivo principal é criar designs visualmente atraentes e impactantes que atendam às demandas e objetivos específicos de cada projeto.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A profissão de designer gráfico experimenta um crescimento significativo nos últimos anos, uma vez que as artes digitais desempenham um papel crucial na divulgação de produtos por meio das mídias. É por meio dessas artes que as empresas estabelecem contato com seus clientes. Nesse contexto, é essencial possuir um *software* de qualidade para produzir esse conteúdo, pois o investimento em uma ferramenta adequada, aliado a um profissional qualificado, aumenta consideravelmente as chances de sucesso no marketing digital.

Embora a tecnologia ofereça uma ampla variedade de recursos no campo do design, alguns deles ainda não são suportados em *smartphones* e computadores tradicionais. No entanto, é esperado que novas aplicações estejam disponíveis futuramente, tanto para *download*, como o Adobe Photoshop, quanto para design na web, como o caso do Canva.

O estudo realizado neste trabalho investigou as ferramentas gráficas Adobe Photoshop e Canva, adotadas pelos designers no desenvolvimento das artes digitais, assim como suas principais características, e funcionalidades e diferenças em termos de usabilidade.

Essas ferramentas abordadas oferecem suporte abrangente para a elaboração de artes digitais destinadas às redes sociais, desde a criação até a utilização dessas artes. Além de recursos avançados para edição e manipulação de imagens, permitem que os designers gráficos produzam conteúdo visualmente atraente e profissional. Com Adobe Photoshop, é possível trabalhar em detalhes mais complexos e ter um controle mais preciso sobre cada elemento da imagem. No entanto, a versão mais atual do Adobe Photoshop só está disponível para *download* em computador com sistema operacional Windows e IOS, além de possuir uma versão específica para Ipad. Por outro lado, a plataforma Canva é conhecida por sua interface intuitiva e amigável, tornando-a acessível até mesmo para usuários iniciantes. Essa plataforma está disponível para utilização na Web e pode ser acessada por computadores, além de disponibilizar o *download* de aplicativos para dispositivos móveis.

Portanto, as ferramentas comparadas são duas opções populares para designers gráficos, cada uma com suas vantagens e desvantagens. A escolha entre elas depende das necessidades específicas de cada projeto, do nível de habilidade do usuário e do objetivo final desejado.

REFERÊNCIAS

BATISTA, E. **Uma breve história sobre a origem dos logotipos**. 2021. Disponível em: <https://www.designerd.com.br/uma-breve-historia-sobre-a-origem-dos-logotipos/>. Acesso em: 25 fev. 2023.

BENETTI, R. **Marketing digital em 2023: O que é e como funciona?** 2023. Disponível em: <https://www.organicadigital.com/blog/afinal-como-funciona-o-marketing-digital/>. Acesso em: 16 fev. 2023.

CAKANEL, E. **As 14 maiores tendências de design gráfico em 2023**. 2022. Disponível em: <https://userguiding.com/pt-br/blog/tendencias-design-grafico/>. Acesso em: 5 mar. 2023.

CHAGAS, Z. **Tudo sobre design gráfico e como ele se aplica no marketing de conteúdo**. 2016. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/design-grafico/>. Acesso em: 25 fev. 2023.

CRISÓSTOMO, B. D. **A importância do design emocional no comportamento de compra do consumidor: um estudo empírico sobre o impacto do design das embalagens na tomada de decisão de compra**. 2020. Tese (Mestrado em Design) – Universidade Europeia, Lisboa, 2020.

CROWD. **As 15 principais tendências de marketing digital em 2023**. 2023. Disponível em: <https://blog.crowd.br.com/15-tendencias-de-marketing-digital-2023/>. Acesso em: 5 mar. 2023.

FACULDADE DE DIREITO DE CORNELL. **Lei Lanham**. Disponível em: https://www.law.cornell.edu/wex/lanham_act. Acesso em: 19 fev. 2023.

FIGUEIRÊDO, M. G. M. O poder da identidade visual dos restaurantes de shopping mediante uma abordagem gestáltica. **Revista Ciências Administrativas**, Salvador, v. 23, n. 15, out. 2017. Acesso em: 27 abr. 2023.

HOTMART. **Marketing digital**: aprenda o que é, como fazer e principais estratégias. 2022. Disponível em: <https://hotmart.com/pt-br/blog/o-que-e-marketing-digital>. Acesso em: 4 mar. 2023.

LEOCÁDIO, R. **O que é logotipo?**: definição, características e modelos. 2020. Disponível em: <https://www.futuraexpress.com.br/blog/o-que-e-logotipo/>. Acesso em: 2 mar. 2023.

MARTINS, J. R. **Branding**: um manual para você criar, gerenciar e avaliar marcas. 3. ed. Jundiaí: Global Brands, 2006.

MELLER, D. **Tendências de criação de logo para sua empresa**. 2019. Disponível em: <https://www.consolidesuamarca.com.br/blog/tendencia-criacao-de-logo>. Acesso em: 16 fev. 2023.

MELLO, C. **Criatividade**: a importância das referências na produção de conteúdo. 2022. Disponível em: <http://usinadenoticias.com.br/2022/04/criatividade-a-importancia-das-referencias-na-producao-de-conteudo/>. Acesso em: 21 abr. 2023.

MOTA, G. **6 logomarcas famosas e sua evolução criativa**. Disponível em: <https://blog.wedologos.com.br/logomarcas-famosas/>. Acesso em: 2 mar. 2023.

PANAMERICANA ESCOLA DE ARTE E DESIGN. **A importância do design gráfico para reinventar a imagem das marcas**. 2020. Disponível em: <https://www.escola-panamericana.com.br/a-importancia-do-design-grafico-para-reinventar-a-imagem-das-marcas/>. Acesso em: 2 mar. 2023.

PAMENTUS. **Como criar um logo de sucesso**: a história da criação do logotipo da Apple. Disponível em: <https://tableless.com.br/como-criar-um-logo-de-sucesso-a-hist%C3%B3ria-da-cria%C3%A7%C3%A3o-do-logotipo-da-apple/>. Acesso em: 27 abr. 2023.

PEÇANHA, V. **O que é marketing digital?**: tudo sobre o conceito, como fazer e começar sua estratégia de marketing *online* em 2023. 2020. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/marketing-digital/>. Acesso em: 25 fev. 2023.

ROCHA, E. **4 lições de Kotler para o marketing digital**. Disponível em: <https://www.ignicaodigital.com.br/4-licoes-de-kotler-para-o-marketing-digital/>. Acesso em 04 mar. 2023.

SIQUEIRA, A. **Tudo sobre marketing digital**. 2021. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/o-que-e-marketing-digital/>. Acesso em: 4 mar. 2023.

TAVARES, A. D. S. **Factores da percepção visual humana na visualização de dados**. Porto, Portugal: APMTAC, 2007.

US BUREAU OF LABOR STATISTICS. **Designers Gráficos**. Disponível em: <https://www.bls.gov/ooh/arts-and-design/graphic-designers.htm>. Acesso em: 5 maio 2023.

VAZQUEZ, R. P. Identidade de marca, gestão e comunicação. **Organicom**, v. 4, n. 7, p. 198-211, 2007. Disponível em:
<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138952/134300>. Acesso em: 5 maio 2023.

WHEELER, A. **Design de identidade de marca**: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.