

A fotografia autoral  
agora ganhou mais  
espaço em projetos  
de decoração

Cris Hapen

## O USO DA FOTOGRAFIA NA decoração de ambientes

Cada vez mais projetos de arquitetos e decoradores incluem a fotografia em vez de quadros e gravuras. Esse é um nicho de mercado para vender projetos autorais

POR LIVIA CAPELI

**E**squeça pinturas e gravuras. Nas paredes de residências, espaços comerciais e empresariais agora é a vez da fotografia brilhar como obra de arte. Os registros de memórias vão dando aos poucos lugar ao conceito de fotografia com grafismo e natureza, assinados por fotógrafos renomados e novos talentos.

A fotografia para decoração garante espaço dentro de projetos de arquitetos e decoradores, é inter-

mediada por galerias de arte e pode ser negociada por meio de sites especializados no assunto. Dependendo do trabalho e do fotógrafo envolvido, uma foto para decoração pode chegar a até R\$ 30 mil. Em um segmento ainda pouco explorado no Brasil, esse nicho é uma boa oportunidade para o fotógrafo se destacar no mercado voltado à arquitetura de interiores. Por outro lado, é necessário ter um bom relacionamento com arquitetos e deco-

radores e procurar informações sobre o mercado de decoração.

Para entender um pouco como funciona esse segmento e passar dicas importantes, **Fotografe** conversou sobre o assunto com três fotógrafos que atuam na área: Fernanda Naman, de São Paulo; Zé Paiva, de Santa Catarina; e Cris Hapen, do Paraná. Também não podia faltar a opinião de um arquiteto especialista no tema, no caso, Ricardo Caminada, da Díptico Design de Interiores. Acompanhe.



Imagem da fotógrafa e artista plástica Fernanda Naman, que tem reconhecimento internacional no segmento

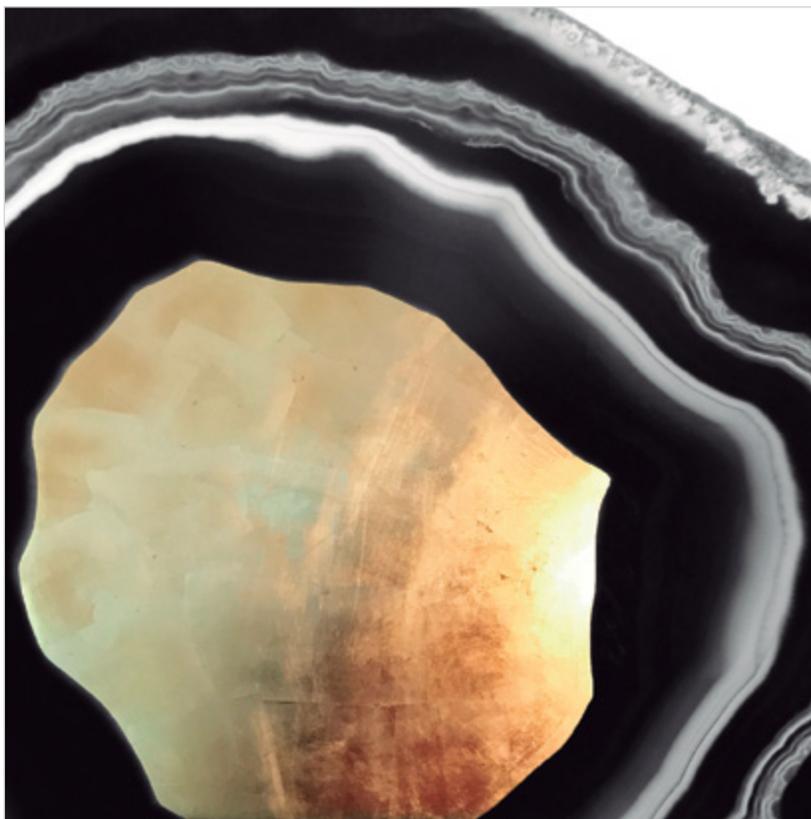
## O VALOR DA IMAGEM

“No Brasil, ainda estamos criando a cultura desse tipo de fotografia. O público está aprendendo que fotografias autorais têm valor intrínseco e extrínseco, ou seja, tanto pela impressão e pelo papel quanto pelo currículo do fotógrafo, tal qual a pesquisa, estudo e trabalho de obtenção

da obra que ele fez”, é o que acredita o fotógrafo de natureza Zé Paiva, que usa o mercado de decoração para vender imagens autorais. Paiva entrou no nicho por acaso. Depois de ter uma foto vendida em um leilão no Festival de Fotografia Paraty em Foco de 2012, não parou mais. Ele revela que, dependendo do tamanho da im-

pressão, costuma negociar uma obra por algo entre R\$ 400 e R\$ 1.500.

Outra fotógrafa que vem crescendo nesse nicho de mercado é a paraense Cris Hapen. Conhecida por fotografar crianças, famílias e gestantes e ser autora do livro *Fotografia de Crianças*, publicado pela Editora Europa, Cris deixou de lado esse



Fernanda Naman

segmento e decidiu se dedicar à fotografia para decoração. Em busca de aperfeiçoamento no tema, a fotógrafa resolveu voltar à sala de aula e cursar Design de Interiores, o que tem contribuído para entender melhor o mercado. Cris conta que chega a negociar atualmente uma imagem em valores de R\$ 1.500 a R\$ 6 mil – o preço depende muito do tamanho e do tipo de material de impressão.

Bem mais experiente no mercado de fotografia de decoração, a fotógrafa e artista plástica paulistana Fernanda Naman trilha esse caminho há 8 anos. A célebre e talentosa profissional cresceu em meio às tintas e telas do ateliê da avó. Quando adulta, manteve a atividade, e foi cursar Arquitetura para ter uma formação mais abrangente.

Para Fernanda, a formação espe-



Arquivo Pessoal

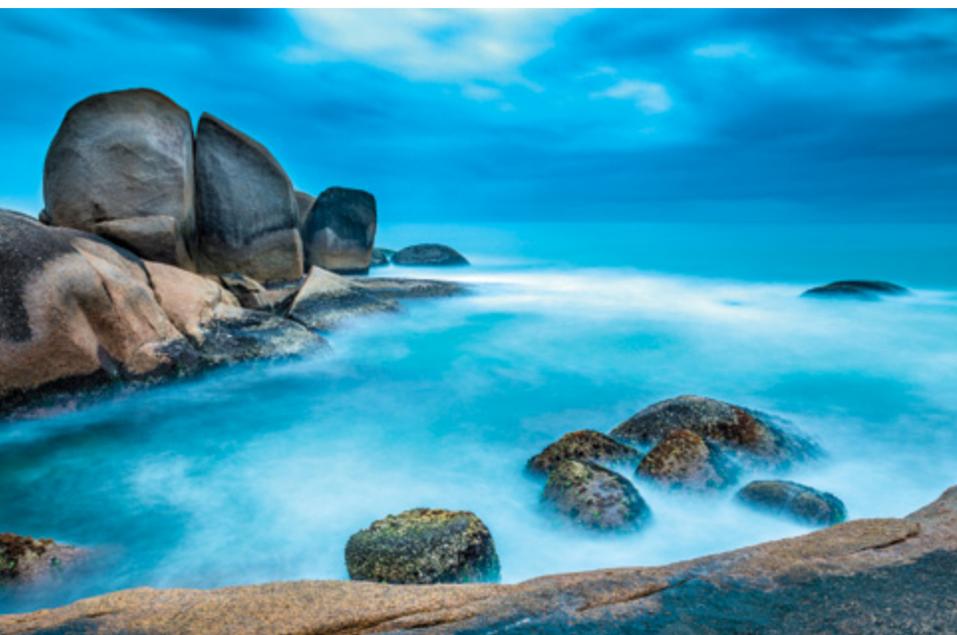
**Ao lado, imagem da série *Paisagens Silenciosas*, de Fernanda Naman; acima, a renomada fotógrafa**

cializada trouxe facilidade na questão espacial na hora de mediar uma obra. Muitas vezes ela ajuda o cliente sugerindo tipos de impressão, tamanhos e combinações, desenvolvendo um atendimento diferenciado.

## CANAL DE VENDA

A parceria com arquitetos e decoradores é um fator importante nesse meio, pois eles ajudam a intermediar a venda. O arquiteto Ricardo Caminada diz que para se inserir nesse mercado o fotógrafo deve colocar seu trabalho em evidência em todos os meios possíveis e tornar-se conhecido pelo maior número de pessoas.

Uma boa maneira de criar uma rede de relacionamentos é expor em grandes eventos ligados à decoração, como faz Fernanda Naman, que, além de ser representada pe-

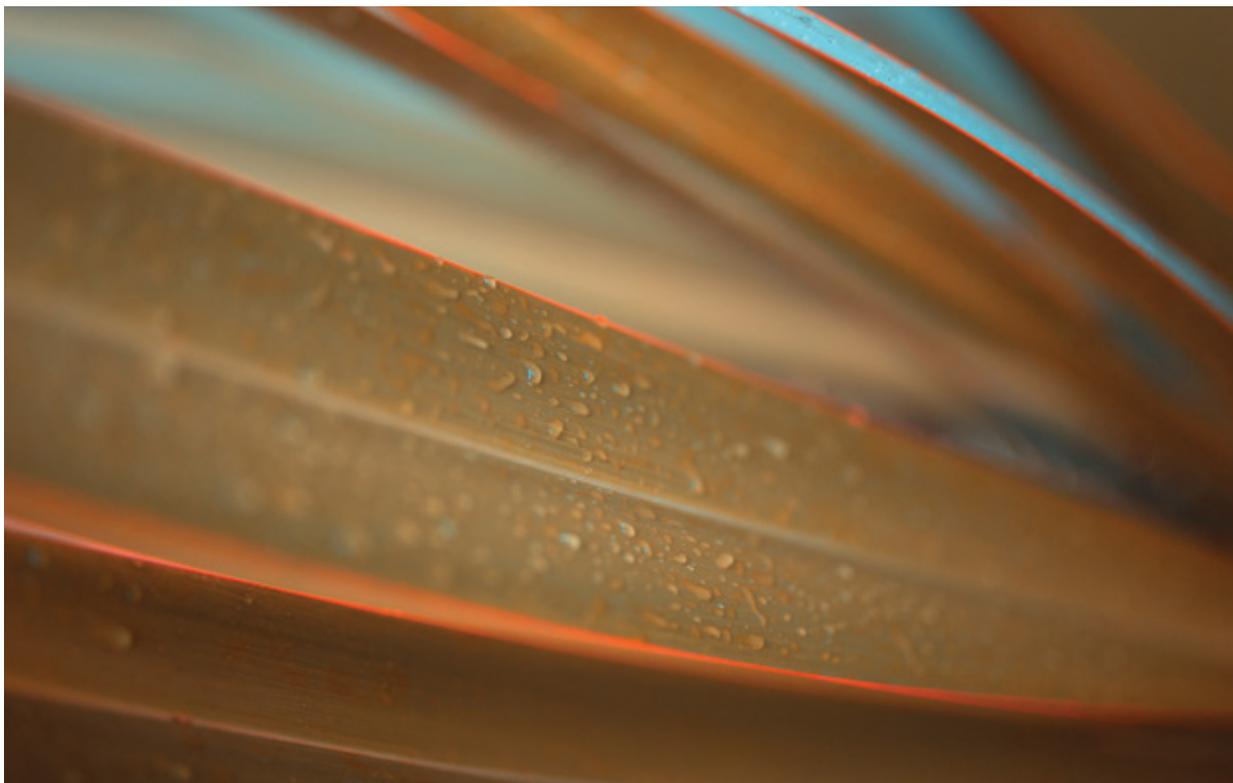


Zé Paiva



João Paulo Lucena

**Ao lado, uma das imagens da série *Poética do Mar*, de Zé Paiva; acima, o fotógrafo, especialista em natureza**



Cris Hapen

lo espaço Gabriel Wickbold, em São Paulo (SP), expõe peças na Casa Cor Miami, nos Estados Unidos.

Outro canal de negociação são as galerias e os escritórios de arte tanto físicos quanto virtuais, que podem comprar ou até trabalhar a obra no sistema de consignação. A fotógrafa Cris Hapen tem investido nessa receita e diz que esses espaços funcionam como ótimas vitrines. O custo não é alto e no caso das galerias *online*, praticamente zero.

Uma boa dica é não restringir o negócio apenas às galerias na região que o fotógrafo atua. Um bom contato com um *marchand* (profissional que negocia obras de arte e representa o artista comercialmente nas relações com galerista, colecionadores e museus) e escritórios de arte em vários estados pode alavancar a divulgação do nome do fotógrafo.

Mas o fotógrafo não pode depender apenas desses meios para apresentar trabalhos ao mundo da decoração. Ter um bom site com as obras e expor em redes sociais sobre sua atividade denota profissionalismo e

**Acima, fotografia da série *Orvalho*, produzida por Cris Hapen, ao lado, a fotógrafa paranaense**

atinge um público maior. Outra dica importante é frequentar o mercado de arte. Ir a leilões, exposições, participar de mostras coletivas e conviver com outros profissionais do mercado de arte ajuda a compartilhar experiências e se incluir no meio.

## UMA BOA IMPRESSÃO

A fotografia dirigida à decoração precisa ser cuidadosamente pensada no resultado da impressão, pois ficará exposta durante anos na parede sofrendo com as condições de iluminação. Portanto, contar com uma boa empresa especializada em impressão com papéis nobres é essencial nesse segmento.

Uma dessas empresas especializadas é a do fotógrafo Clício Barroso ([www.clicio.com.br](http://www.clicio.com.br)), que atua em São Paulo, envia para todo o Brasil e oferece impressão em papel 100% algodão, canvas e acetinado, além de metacrilato – tipos atualmente bastan-



Arquivo Pessoal

te utilizados por especialistas na área.

O fotógrafo Zé Paiva utiliza em Florianópolis (SC) os serviços do *printer* Guilherme Ternes, credenciado pela Canson, e costuma imprimir em papel Canson 100% algodão, desde formatos 26 x 39 cm a 100 x 150 cm. Ele normalmente entrega as imagens sem moldura, apenas a *print* ou no máximo com paspartur.

“Todo o material, inclusive o paspartur, segue padrões museológicos com PH neutro para uma maior dura-



O arquiteto Ricardo Caminada, da Díptico Design de Interiores: ele usa o trabalho de fotógrafos nos projetos

Arquivo Pessoal

Fernanda Naman

Acima, obras de Fernanda Naman inseridas em um projeto de decoração; abaixo, foto da série *Poética do Mar*, de Zé Paiva, que trabalha com edições limitadas



Zé Paiva

bilidade. Entrego a fotografia assinada e acompanhada de um certificado de autenticidade, que diz quando ela foi feita e por quem foi impressa, assim como o tipo de papel e a tiragem. Tenho trabalhado com tiragens pequenas para garantir exclusividade para o cliente”, informa Zé Paiva.

Fernanda Naman conta que quando precisa enviar suas obras para outros Estados despacha por transportadora e em grande parte das vezes a impressão vai enrolada dentro de um canudo ou emoldurada e acondicionada de maneira segura. Ela limita suas obras em até nove ima-

gens, porém as mais exclusivas não passam de três impressões. Fernanda também costuma trabalhar com dipticos.

## PEDRAS NO CAMINHO

Não é tão fácil ingressar no mercado de fotografia para decoração de ambientes quanto parece. É necessário ter bom relacionamento com quem é da área. Ocasionalmente, pode ocorrer de o fotógrafo precisar pagar comissão aos parceiros.

Além da rede de contatos, é crucial pesquisar muito sobre o assunto. “A ideia de simplesmente fazer uma foto autoral e querer vender a R\$ 5 mil não vai funcionar. É preciso saber se aquela imagem fica harmônica dentro de um ambiente e com qual tipo de lugar ela combina. Além disso, é obrigatório entender se o papel em que ela será impressa é durável e se a imagem também não se tornará cansativa com o passar do tempo”, explica a fotógrafa Cris Hapen.

As imagens para decoração envolvem geralmente paisagens naturais, grafismos e arquitetura. Os fotógrafos podem seguir linhas diferentes, porém, o que define mesmo a escolha é a preferência de cada cliente.