



Scan to know paper details and
author's profile

Stereoscopic Tours in the Emperor's Collection: The World in Third Dimension

Maria Isabela Mendonça dos Santos

Professora do Colégio Pedro II

ABSTRACT

This article focuses on the touristic stereoscopic images present in the photographs collection of Brazil's Emperor, D. Pedro II. Firstly, we will present the concept of "stereoscopic tour" and its diffusion in nineteenth-century modernity. From the constitution of the Emperor's Collection, we will address its importance for the construction of an ideal of nation and for the emperor's image himself as a "monarch-citizen". Finally, we discuss the role occupied by tourist stereoscopies in the collection, their uses and functions and the possible relationships between them and the trips undertaken by this tropical monarch.

Keywords: NA

Classification: LCC Code: TR780

Language: English



Great Britain
Journals Press

LJP Copyright ID: 146404

Print ISSN: 2633-2299

Online ISSN: 2633-2302

London Journal of Research in Management & Business

Volume 25 | Issue 1 | Compilation 1.0



Stereoscopic Tours in the Emperor's Collection: The World in Third Dimension

O Turismo Estereoscópico na Coleção do Imperador: O Mundo na Terceira Dimensão

Maria Isabela Mendonça dos Santos

RESUMO

Este¹ artigo tem como objeto as estereoscópias turísticas presentes na coleção de fotografias do imperador D. Pedro II do Brasil. Primeiramente apresentaremos o conceito de "turismo estereoscópico" e sua difusão na modernidade oitocentista. Partindo da constituição da Coleção do Imperador, abordaremos sua importância para a construção de um ideal de nação e para a própria imagem do imperador como um "monarca-cidadão". Por fim, pretendemos debater o papel ocupado pelas estereoscópias turísticas na coleção, seus usos e funções e as relações possíveis entre elas e as viagens empreendidas por este monarca tropical.

ABSTRACT

This article focuses on the touristic stereoscopic images present in the photographs collection of Brazil's Emperor, D. Pedro II. Firstly, we will present the concept of "stereoscopic tour" and its diffusion in nineteenth-century modernity. From the constitution of the Emperor's Collection, we will address its importance for the construction of an ideal of nation and for the emperor's image himself as a "monarch-citizen". Finally, we discuss the role occupied by tourist stereoscopies in the collection, their uses and functions and the possible relationships between them and the trips undertaken by this tropical monarch.

Author: Doutora em História pela Universidade Federal Fluminense e Professora de História do Colégio Pedro II.

¹Esta pesquisa foi produzida com o apoio do Programa de Apoio à Pesquisa da Fundação Biblioteca Nacional (PNAP-2020).

I. INTRODUÇÃO

Um dos grandes responsáveis pela modernização e educação do olhar dos observadores no século XIX, a fotografia estereoscópica consiste em pares de imagens quase idênticas que, vistas simultaneamente, produzem a ilusão de tridimensionalidade. A estereoscopia é considerada a principal tecnologia de produção de efeitos "realistas" na cultura visual de massas, baseando-se em uma reconstrução radical da experiência óptica. (CRARY, 2012: 18)

No Brasil, a fotografia e a estereoscopia encontraram no imperador d. Pedro II (1825-1891) o mais importante observador e divulgador. Primeiro brasileiro a adquirir e utilizar um equipamento de daguerreotipia, o monarca tornou-se a figura central da fotografia brasileira do século XIX, de modo a constituir a primeira grande coleção de fotografias do país. O imperador esteve à frente de um projeto civilizatório para a nova nação que tinha no binômio Civilização e Natureza, os componentes da sua formulação ideológica.

Importante mecenas, d. Pedro II criou o título de *Photographo da Casa Imperial*, considerado o primeiro do mundo a reconhecer o valor artístico da fotografia. (VASQUEZ, 2002) Entre 1851 e 1889 foram concedidos 20 títulos para os profissionais fotógrafos atuantes no Brasil. Nesta lista encontramos os mais relevantes nomes da fotografia brasileira do oitocentos, como Joaquim Insley Pacheco, Marc Ferrez, Augusto Stahl e Revert Henry Klumb. Este último pode ser considerado o pioneiro da fotografia estereoscópica no país, efetuando uma ampla

documentação com esse sistema entre os anos de 1855 e 1862. (SANTOS, 2019).

Estas e outras estereoscópias produzidas ao redor do mundo, encontram-se hoje na Coleção D. Thereza Christina Maria, também conhecida como a “Coleção do Imperador”. Doadas pelo próprio quando do fim do regime monárquico no Brasil e seu consequente banimento do país, a coleção faz parte do acervo fotográfico da Fundação Biblioteca Nacional brasileira e leva o nome de sua esposa, a Imperatriz Thereza Christina (1822-1889).

Pretendemos analisar neste artigo especialmente as estereoscópias de temática "turística" presentes na coleção. Desse modo, apresentaremos o conceito de "turismo estereoscópico" e sua difusão na modernidade oitocentista. Posteriormente, abordaremos a constituição da Coleção D. Thereza Christina Maria, sua importância para a construção de um ideal de nação e para a construção de uma imagem de imperador. Por fim, pretendemos debater o lugar ocupado pelas estereoscópias turísticas na coleção, seus usos e funções e sua relação com as viagens empreendidas pelo monarca.

II. ESTEREOSCOPIA E TURISMO ESTEREOOSCÓPICO: O MUNDO SEM SAIR DO SOFÁ

Nascido no âmbito dos estudos acerca da visão humana do final do século XVIII e início do século XIX, o visor estereoscópico foi idealizado como um modo de provar a existência e replicar a síntese estereoscópica envolvida na visão binocular. Logo se aliou a recém-inventada fotografia, ganhando o mercado de massas após David Brewster (1781-1868) o apresentar na forma portátil para lâminas de vidro na Exposição Universal de Londres (1851).

Dada a crença na sua objetividade, a fotografia estereoscópica dará grande impulso às expedições fotográficas e aos trabalhos de documentação realizados pelas nações imperialistas. O enorme consumo de vistas, alimentava os desejos dos observadores por paisagens longínquas, cenas urbanas e construções famosas. (TURAZZI, 1995:

51) Nesse sentido, considera-se a fotografia estereoscópica o primeiro sistema visual universal de comunicação, antes do cinema e da televisão (TRACHTEMBERG, 1989), podendo ser vista como o natural e direto antepassado do cinema de atrações. (GUREVICH, 2013). Colecionadas em grupos e séries jaziam, ao lado do álbum de família, disponíveis como objetos de uso nos rituais das trocas sociais apropriadas a sala de estar da família burguesa.

O sucesso desse tipo de fotografia revela um novo ordenamento da sociedade ocidental em torno do indivíduo, da família nuclear e dos mecanismos de autorrepresentação das camadas burguesas em ascensão. Trata-se de um fenômeno social da modernidade. Diferentemente do retrato, a fotografia estereoscópica, em geral, não era produzida a pedido do cliente. Seu mercado era majoritariamente suprido por empresas especializadas que já possuíam catálogos prontos para o consumo e que, a partir da década de 1860, foram paulatinamente se industrializando e alcançando cifras de produção e distribuição de escala global. Essas empresas consagraram o formato do cartão estereoscópico de Holmes (8 x 15 cm) que foi, ao lado do *carte de visite*, fundamental para a diminuição dos preços da imagem fotográfica. (ADAMS, 2004: 7).

Na última década do século XIX, o uso industrial da gelatina com brometo de prata permitiu a comercialização de filmes mais sensíveis e práticos a baixo custo. Essa transição marca a emergência das corporações norte-americanas, ultrapassando as empresas europeias. Nos Estados Unidos, a estereoscopia teve um desenvolvimento industrial e comercial impressionante. A América e seu povo, os grandes parques, o Grand Canyon, os negros, os povos originários e a guerra civil, apareciam como os grandes temas da estereoscopia estadunidense. (PARENTE, 1999: 15). Considerado o auge da fotografia estereoscópica como entretenimento, esse momento caracterizou-se pela venda de cartões avulsos, pequenos conjuntos narrativos e turísticos, ou de teor erótico. Em 1880, com a criação da empresa *Underwood & Underwood* teve início a organização dos cartões estereoscópicos em coleções. Um filão de sucesso

da indústria de vistas estereoscópicas foi o "turismo estereoscópico".

A indústria do turismo foi uma das muitas novidades que o século XIX apresentou ao mundo. Com o advento das estradas de ferro, dos navios a vapor e dos cabos submarinos, as distâncias entre os homens ao redor do mundo diminuíram consideravelmente e possibilitaram a um número cada vez maior de indivíduos o prazer de viajar. Nesse período, a indústria do *souvenir*, instituída com o turismo, foi favorecida pelo incremento das viagens, pela realização das exposições, e pela difusão da fotografia.

As viagens ampliaram o mercado consumidor de *souveniers* à medida que mais e mais pessoas passaram a se deslocar de suas residências para outras regiões, cidades e países. Por outro lado, as viagens sempre estiveram ligadas à história da fotografia. Para os fotógrafos profissionais, viajar há muito tempo representava uma opção de trabalho: acompanhando expedições, deslocando seus próprios ateliês para onde a concorrência fosse menor, produzindo e depois vendendo imagens de lugares distantes ou inacessíveis à maior parte da clientela. Mas, nas últimas décadas do século XIX, quando a fotografia e as viagens se tornaram acessíveis a um grande contingente de pessoas, o consumo de imagens fotográficas como *souveniers* teve um impulso sem precedentes, alimentando aquilo que Jacques Le Goff chamou de "iconoteca da memória familiar". Através das viagens de lazer, do fotoamadorismo e, posteriormente, da explosão dos cartões postais – uma febre que contagiou o mundo no final do século – a fotografia transformou-se em divertimento de massa. (TURAZZI, 1995: 73-74)

Diversos manuais e compêndios de fotografia publicados no século XIX dedicaram especial atenção às "excursões fotográficas". Empresas especializadas contratavam fotógrafos profissionais que giravam o mundo produzindo imagens que depois seriam processadas em massa e colocadas à venda, em formato de cartão postal ou de cartão estereoscópico. Assim, o turismo passa a ser um tipo de linguagem visual típico da estereoscopia. Dentre variados assuntos, o

turismo estereoscópico foi, sem dúvidas, uma das temáticas mais usadas neste tipo de fotografia, não só pelas empresas especializadas, mas também pelos fotógrafos amadores.

In the second half of the nineteenth century, the successful deployment of stereoscopy was mainly ascribed to its realistic reproduction of the world (Holmes, 1859). Thanks to its quality, this visual medium was used not only for entertainment, but also for information and education (Darrah, 1964; Darrah, 1977; Silverman, 1993). During the stereoscopic-crazed entertainment boom, stereoviews entered American schools and were used for educational purposes to teach social studies, science, history, reading and geography (Apthorpe, 1908 174; Bak, 2012; Ent, 2013).

Knowledge of the world was a favoured topic. Many societies and foreign countries were represented through stereoviews with the purpose of introducing different cultures (Malin, 2007; VanderKnyff, 2007). Although there was a long tradition of travelling while staying in one place thanks to books and images (Stiegler, 2013), the stereoscope was introduced as the perfect device for the *armchair traveller*. (PARMEGGIANI, 2016: 35)

Havia uma estética comum entre as fotografias turísticas produzidas para o consumo em massa, sendo possível detectar uma linguagem "profissional" em cada uma delas. Geralmente elas apresentavam claramente o objeto fotografado, através de composições cuidadosas e iluminação homogênea. Os fotógrafos lançavam mão de recursos que já constituíam linguagem consolidada no início do século XX, típicos do registro de arquitetura no século XIX, onde a fotografia concordava para reforçar os efeitos do majestoso, do opulento ou do monumental nas arquiteturas dos edifícios religiosos e seculares. (ADAMS, 2004:27)

Podemos citar como caso exemplar da estereoscopia turística, as vistas de Paris produzidas pela empresa francesa *Maison Richard* no início do século XX. Tais vistas privilegiam edificações individuais, em

detrimento das tomadas panorâmicas ou de aspectos gerais da cidade. O contexto urbano é reduzido ao essencial de modo que raramente aparece como elemento ativo da composição. A figura humana também é elemento raro, aparecendo somente no contexto da rua. O edifício monumental e não a cidade, é o foco dessas fotografias, como podemos notar na figura 1.

Essa preocupação estética também pode ser observada nas coleções estereoscópicas da estadunidense *Underwood & Underwood*, que na virada para o século XX colocou no mercado coleções como a *Italy through the stereoscope*, entre outras do mesmo gênero. Séries de vistas deste tipo possibilitaram para as classes menos abastadas uma opção mais barata e viável de lazer que o tradicional *Grand Tour*, praticado apenas pela aristocracia e alta burguesia até então. Além das fotografias, a coleção vinha acompanhada de mapas e textos que funcionavam como verdadeiros guias de turismo.

Assim, uma característica específica do turismo estereoscópico é o efeito de imersão virtual que as vistas produzem no observador. O ponto de vista torna-se um lugar de ser, onde o espectador poderia se tornar um “viajante de poltrona” e mergulhar em um país virtual e exótico. Conjuntos desse tipo caracterizam-se, portanto, não apenas pela ilusão de profundidade que provocam em quem as observa, mas também pela ideia de que o observador deveria desempenhar um papel ativo nas imagens visualizadas (como na realidade virtual). Dirigido pelas palavras do texto, o visualizador é solicitado a mover-se na cena, seguindo uma classe superior de guias de viagem virtuais. (PARMEGGIANI, 2016: 36)

A compra de estereoscópias turísticas era feita também durante a própria viagem do colecionador, como um *souvenir*. Na condição de consumidor-turista, alguns estereoscopistas amadores terão o privilégio de selecionar as vistas que viriam a compor seu museu privado. O turista estereoscópico, na fruição doméstica de sua coleção, apropria-se da linguagem da fotografia arquitetônica. Dentro deste universo visual, o observador “flutua”, percorrendo os volumes e recessos previstos pelo arquiteto. Ao contrário da

coleção da *Underwood & Underwood*, as vistas *Richard* não vinham acompanhadas de texto explicativo em anexo, mas de legenda entre as vistas, o que acredita-se ser fundamental para que o observador tenha um papel mais ativo na exploração do espaço “estereoscopicamente restituído”. (Adams, 2004: 44)

A tangibilidade proporcionada pela estereoscopia, portanto, acabou por fazer prevalecer a temática da paisagem neste tipo de fotografia, fosse ela direcionada à educação de crianças e jovens na estereoscopia pedagógica² ou ao “turismo de sofá”.

W.J.T. Mitchell procura desmistificar alguns fatos reproduzidos pelo senso comum a respeito da Paisagem nas artes visuais. Para o autor, Paisagem é uma mídia/meio no mais completo sentido da palavra. É um significado material como a linguagem ou a pintura, embebida numa tradição de significação e comunicação cultural, um corpo de formas simbólicas capaz de ser invocada e reformulada para expressar significados e valores. Como um meio para expressar valor, possui uma estrutura semiótica tanto quanto o dinheiro, funcionando como um tipo especial de *commodity* que interpreta um papel simbólico único no sistema de troca-valor.

At the most basic, vulgar level, the value of landscape express itself in a specific price: the added cost of a beautiful view in real estate value; the price of a plane ticket to the Rockies, Hawaii, the Alps, or New Zealand. Landscape is a marketable commodity to be presented and re-presented in “packaged tours,” an object to be purchased, consumed, and even brought home in the form of souvenirs such as post cards and photo

² Um outro tipo de estereoscopia muito popular entre os séculos XIX e XX foi a estereoscopia pedagógica, ou seja, a fotografia tridimensional com usos e funções educativas. Foram produzidas diversas coleções pedagógicas das mais diversas áreas do conhecimento como Arte, Arqueologia, Geologia, Geografia, Botânica e etc. A Keystone View e a Pestalozzi foram as empresas mais conhecidas do ramo que vendiam suas coleções estereoscópicas para escolas acompanhadas de textos, mapas e guias. Muitas vezes as coleções pedagógicas se utilizavam de vistas do turismo estereoscópico. Para mais informações sobre o assunto ver: PEIXOTO, 2017.

albums. In its double role as commodity and potent cultural symbol, landscape is the object of fetishistic practices involving the limitless repetition of identical photographs taken on identical spots by tourists with interchangeable emotions. (MITCHELL, 2002: 14)

O uso da paisagem como *commodity*, nesse sentido, será o grande trunfo das empresas que produziam e comercializavam fotografias estereoscópicas. A criação de um largo e definido mercado para fotografias de paisagem têm início na metade final da década de 1850 - justamente o período em que as vistas estereoscópicas começam a ser comercializadas em larga escala. As fotografias de paisagem do final do século XIX, não escaparam das convenções da pintura, mas as adotaram e as reformularam. Desse modo, é possível identificarmos na fotografia de paisagem daquele período - e consequentemente nas estereoscópias do gênero - as categorias que tradicionalmente caracterizam este tipo de imagem: o Belo, o Pítoresco e o Sublime, distinções baseadas nos tipos de objetos e espaços visuais representados na pintura.

Mitchell chama atenção para o fato de que há certamente um gênero da pintura conhecido como “paisagem”, definido com uma certa ênfase nos objetos naturais. O que tendemos a esquecer é que este assunto não é um simples material bruto a ser representado na pintura, mas é também uma forma simbólica nela mesma. Assim, a Paisagem pode ser representada pela pintura, desenho, gravura, fotografia, filme, cenário teatral, literatura, discursos e até mesmo pela música e outros “sons imagéticos”. Antes de todas essas representações secundárias, no entanto, a Paisagem é, ela mesma, um meio multissensorial e físico (terra, pedra, vegetação, água, céu, som e silêncio, luz e escuridão, etc.) em que significados culturais e valores são codificados, mesmo que sejam ali colocados por uma transformação física de um lugar - em paisagens de jardins e de arquitetura-, ou encontrados em lugares formados pela natureza. É justamente essa “multissensorialidade” da paisagem que acreditamos ter casado tão bem com a singularidade do aparato estereoscópico. As vistas

estereoscópicas ampliam a visualização tátil e incorporam a participação corporal do espectador na imagem-espaco, causando nele a sensação de realismo, presença e bem-estar.

Podemos utilizar os conceitos de “ponto de vista” e “ponto de estar” (De Kerckhove & De Almeida, 2014) para entender as características que distinguem a fotografia estereoscópica da fotografia comum. O ponto de vista posiciona a pessoa em uma relação espacial com o meio ambiente de um ângulo específico para avaliá-lo e julgá-lo. Já o ponto de estar é uma condição imersiva total. As vistas estereoscópicas estariam, desse modo, situadas entre estes dois polos. Não são uma mídia eletrônica e digital que nos colocam numa situação de total imersão, mas dão ao espectador a sensação de estar em uma cena representada. Logo, ao mesmo tempo em que representam uma superação da perspectiva renascentista (Crary, 2012) podem ser consideradas uma espécie de antecipação da “realidade virtual” que conhecemos atualmente. (PARMEGGIANI, 2016) O grande diferencial que a fotografia estereoscópica proporciona ao seu observador, portanto, é a interação profunda entre visão e tato, e entre visão, postura e propriocepção para conscientemente representar o espaço.

Devemos estar atentos, no entanto, para o fato de que tais questões técnicas, psicológicas e sociais relacionadas à percepção visual nem sempre produzem uma sensação de presença, mas no contexto histórico e cultural da segunda metade do século XIX e primeira metade do XX, é inegável que as estereoscópias representaram um novo fator sensório-comunicativo.

III. A COLEÇÃO DO IMPERADOR

Krzysztof Pomian afirma que as coleções são criadas para serem expostas ao olhar. O conceito de objetos semióforos desenvolvido pelo autor defende que alguns objetos são desprovidos de valor utilitário, com a função mediadora entre o visível e o invisível. (POMIAN, 1984) Uma vez que é o colecionador quem atribui valores e significados aos objetos, o colecionismo está atrelado à necessidade do indivíduo de se

posicionar socialmente por meio deles como suportes de memória, traçando sua relação entre o grupo e entre presente e passado.

Um colecionador traz consigo o desejo de possuir e de ser representado a partir dos objetos que coleciona. O que o motiva torna suas coleções únicas. Busca sempre um significado especial no objeto, e esse significado é a motivação que o leva a atribuir-lhe valor. “Todo item colecionado é, em certa medida, um totem.” (BLOM, 2003:193). Dessa forma, podemos entender os objetos de coleção como uma representação de seus colecionadores, uma vez que estes lhes atribuem valores e ressignificações, reordenando seu próprio mundo. Uma determinada coleção diz mais sobre o colecionador do que sobre os objetos em si. (FERRAZ, 2016)

Banido do Brasil após a proclamação da República, d. Pedro II foi conduzido para o exílio à 17 de novembro de 1889. “Perfeitamente cônscio do interesse que a permanência de sua biblioteca e de suas coleções poderia ter para o futuro desenvolvimento do país, o imperador doou todo seu acervo pessoal à nação brasileira”. (VASQUEZ, 2002: 42) Desse modo, seu vasto patrimônio material foi distribuído entre várias instituições do país, cabendo aos cuidados da Biblioteca Nacional sua coleção de fotografias, que reúne mais de 20 mil imagens produzidas por grandes mestres da fotografia, nacionais e estrangeiros.

Neste acervo compõe-se o esforço de construção e perpetuação de determinada memória nacional. (SCHWARCZ, 1998) Trata-se não de um amontoado de imagens, mas de uma “coleção” feita de muitas lembranças e de várias lacunas. Ela carrega imagens do imperador e de sua família, mas também grandes temas do século XIX – artes, urbanismo, botânica, mineração, saúde pública –, os eventos mais importantes da época e retratos da gente brasileira.

As imagens do imperador distinguem-se por suas técnicas – xilogravura e litogravura, pinturas a óleo, aquarelas nanquim e carvão, caricaturas e, a partir dos anos 1860, fotografias. É nítido, entre

os inúmeros retratos presentes, a quantidade de imagens que vinculam d. Pedro II à cultura, fato que parece destacar uma política intencional. Desse modo, através deles, o imperador associa-se à modernidade ocidental idealizada com símbolos de progresso. “Nessas imagens o rei esquece o ritual majestático e se apresenta como um cidadão do mundo, emancipado pela cultura.” (SCHWARCZ, 1998: 50) É o que vamos denominar de “monarca-cidadão”.

Essa coleção poderia resumir, segundo Pedro Vasquez, a história da fotografia brasileira oitocentista, período que por sua vez foi marcado por profundas transformações nos regimes de visualidade e subjetividade, com um “progresso técnico avassalador percorrendo todo o processo de intensas transformações sociais e urbanas vivido pelo mundo ocidental”. (VASQUEZ, 2002: 42) O recurso à fotografia é em si uma originalidade do monarca tropical, uma vez que os monarcas europeus preferiam ser retratados em pinturas a óleo, deixando de lado a “imagem burguesa” proveniente da fotografia.

No empreendimento de construir a identidade nacional, a dicotomia Civilização e Natureza se traduzia em elementos constitutivos da nova nacionalidade. De um lado o Estado monárquico, portador e impulsor do projeto civilizatório, e do outro a natureza, como base territorial e material deste Estado (SALLES, 1996: 98). No duplo projeto de dar conta da gênese da nação brasileira, inserindo-a numa tradição de civilização e progresso (GUTMARÃES, 1998), considerava-se que a imagem do país no exterior e a representação que este fazia de si mesmo, tanto interna quanto externamente, eram parte fundamental do processo de construção de seu futuro enquanto nação, especialmente no campo simbólico. Sublinhada pela ideologia do progresso, era com as luzes da Europa que o país se iluminava, especialmente com o brilho da França, principal influência dos intelectuais da corte brasileira. (TURAZZI, 1995).

A expansão da fotografia fez parte deste amplo processo de intercâmbio com as nações europeias. D. Pedro II esteve atento a este aspecto quando investiu na produção e divulgação de imagens

sobre o Brasil. Diante da visível expansão dos negócios ligados ao setor, o governo imperial apressou-se em regulamentar a atividade, a fim de extrair impostos desse novo ramo industrial e comercial.

Um investimento de peso foi feito também no âmbito das exposições internacionais. Nestes espaços, as nações participantes podiam se inserir numa espécie de hierarquia do progresso e aí a fotografia encontraria uma função incontestável. Mais do que qualquer outra mídia, era capaz de concentrar representações supostamente objetivas dos mais longínquos e estranhos lugares do mundo. A história do desenvolvimento da fotografia no Brasil relaciona-se, desse modo, com a história das exposições nacionais e internacionais das quais participou. Inseridas num processo mais amplo de construção e afirmação de uma “identidade brasileira”, essas duas histórias estão ligadas a um tipo de leitura da “história nacional”, tipicamente oitocentista que objetivava reproduzir fielmente o presente e elaborava as imagens de seu futuro. No Brasil, era grande a empolgação do imperador com as exposições e, por esta razão, em 1861, ele abre a primeira Exposição Nacional do país.

O interesse do imperador pela fotografia denota mais do que o objetivo de promover uma imagem do Brasil enquanto nação inserida no processo civilizatório, mas a promoção da auto-imagem do monarca enquanto símbolo desta “linguagem civilizatória”. A imagem de Pedro “amante das letras e das artes” difundida pelos fotógrafos reais, foi igualmente importante para o processo de construção da nacionalidade brasileira. Conforme aponta Mauad, “enquanto a imagem da corte era uma imagem não somente pública, mas publicada nos jornais e nas exposições universais, a imagem do Império ainda tinha como modelo a família imperial.” (1997:185)

Por esta razão, a família imperial foi amplamente fotografada pelos mais consagrados fotógrafos e das mais diferentes formas. Em fotopinturas, fotomontagens, em estúdios simulando ambientes naturais, situações solenes ou informais e, como não poderia deixar de ser, em retratos estereoscópicos.

3.1 As estereoscópias da Coleção do Imperador: o Brasil e o Mundo

Podemos classificar as fotografias estereoscópicas que compõem a Coleção do Imperador em dois tipos principais: as estereoscópias produzidas no Brasil e as estereoscópias produzidas fora do país. Em grande maioria na coleção, destacam-se as estereoscópias produzidas no Brasil pelo fotógrafo alemão Revert Henry Klumb (1830-1866).

Instalando-se na sede da corte a partir de 1855, Klumb foi o primeiro a realizar uma ampla e sistemática documentação da paisagem carioca e também um dos primeiros a produzir fotografias sobre papel na cidade do Rio de Janeiro. Fotógrafo da corte imperial até 1880, seu trabalho focaliza os principais monumentos e logradouros públicos da época. Sua obra possui valor excepcional pelo pioneirismo técnico e pela documentação histórica da cidade e da província do Rio de Janeiro, de cidades da província de Minas Gerais, além dos retratos da família imperial brasileira. Condecorado com o título de *Fotógrafo da Casa Imperial* em 1861, sua produção foi realizada majoritariamente em vistas estereoscópicas, técnica que muito provavelmente o fotógrafo introduziu no Brasil.

Até prova em contrário, essas vistas são as mais antigas estereoscópias cariocas, pois Klumb foi provavelmente o primeiro a utilizar o processo estereoscópico no Brasil, antes mesmo que este se tornasse uma coqueluche mundial na década de 1860, quando a London Stereoscopic Company chegou a vender em média um milhão de vistas estereoscópicas por ano. (...) Como se considera que as primeiras estereoscópias em papel foram calótipos produzidos entre 1850 e 1851, os primeiros exemplares feitos em papel albuminado produzidos por Klumb no Rio de Janeiro, Petrópolis e Juiz de Fora, entre 1855 e 1862, estariam entre os primeiros exemplos do gênero em todo mundo. (VASQUEZ, 2001: 35)

A predileção de Klumb pela técnica da estereoscopia fica clara quando analisamos o acervo do fotógrafo pertencente à Coleção do Imperador. Das 315 fotografias de sua autoria,

255 são estereoscópias. Dentre retratos da família imperial e de pessoas escravizadas, destacamos as vistas da cidade do Rio de Janeiro. São panorâmicas da Floresta da Tijuca, do Morro do Castelo, da Praça XV, dos bairros da Glória, da Lapa, da Rua do Ouvidor, entre outras vias comerciais e residenciais do centro da cidade. Não foram esquecidos os detalhes de cada um destes logradouros, como a famosa fonte do Mestre Valentim³ no Largo do Paço (atual Praça XV de Novembro). Destaca-se no todo da coleção, a série produzida no Jardim Público do Rio de Janeiro (atual Passeio Público). São cerca de 40 vistas estereoscópicas que abarcam os aspectos arquitetônicos do jardim, suas características paisagísticas, seus visitantes, seus monumentos e suas espécies vegetais.

As fotografias produzidas por Klumb inserem-se nas novas exigências colocadas pela visualidade moderna, seguida pelos demais fotógrafos daquele período. Sem desconsiderar os códigos de representação da pintura, Klumb apoiava-se na exatidão da forma e na fidelidade do registro, colaborando para a instituição de uma nova maneira de olhar para a natureza, indo ao encontro do movimento que tira o observador do papel de contemplador passivo ao colocá-lo como interventor da cena. Este novo olhar envolve uma mudança de perspectiva em relação à história.

No Brasil, o esquadrinhamento do território pela fotografia, assim como pela geografia, geologia ou botânica, além de ser matéria de interesse científico, é também uma necessidade política de consolidação do Estado imperial: vistas e panoramas fotográficos são reconhecidos como enquadramentos do país que tipificam cenários, costumes e gentes da terra, elegendo-os como atributos singulares de uma identidade nacional em construção, consubstanciada na variedade e exuberância dessas imagens. (TURAZZI, 2000: 14)

Na obra de Klumb, esse esquadrinhamento do território apontado por Turazzi, passa obrigatoriamente por sua “mirada

³Valentim da Fonseca Silva (1745-1813) foi um dos principais artistas do Brasil colonial. Atuou como escultor, entalhador e urbanista.

estereoscópica”, ou seja, pela “operação visual, que envolve o alinhamento de um corpo observador em relação a um aparato de visualização e um tipo particular de concentração para a produção da sensação de volume a partir de duas imagens díspares”. (ADAMS, 2004: 3) Ou, nas palavras de Parmeggiani, pela produção do “ponto de estar” que cria no espectador a sensação de imersão na cena e uma espécie de convite a participar dela.

Nesse sentido, ainda que as estereoscópias de Klumb não tenham sido produzidas para uma comercialização em massa - como as de empresas estadunidenses como Underwood & Underwood ou Keystone View -, nelas já podemos perceber a presença da linguagem do turismo estereoscópico e o uso da multisensorialidade da paisagem carioca como *commodity*. Ou seja, a estética turístico -pedagógica já estava presente nas vistas produzidas especialmente para a fruição do imperador e de sua família.

Em número menor, encontram-se na coleção as fotografias estereoscópicas produzidas no exterior. São 147 estereoscópias de fotógrafos e empresas especializadas, que datam aproximadamente de 1860 a 1880.

O comércio de vistas estereoscópicas na Corte brasileira teve início provavelmente em 1854. Excetuando-se as casas dirigidas por fotógrafos, a maioria dos estabelecimentos comercializavam vistas importadas. Em alguns anúncios publicados no *Jornal do Commercio* e no *Almanak Laemmert* entre os anos de 1854 e 1888, pudemos encontrar diversas referências que apontam esta tendência.

Já em dezembro de 1854, a loja *Imperial Imprensa de Música de Filipone C.* Destacava: “(...) sterócos com muito lindas vistas, de Paris, de Roma e de diferentes lugares, divertimento próprio para uma reunião de famílias, para o qual convida-se os senhores amadores de vir ver o efeito que produz; (...)”.⁴ (Grifo nosso) Do mesmo modo, a casa *As vistas de Pariz*, como o próprio nome deixava crer, anunciava: “(...)stereoscópo e vistas para ditos dos palácios mais afamados da

⁴ Jornal do Commercio, 14 de dezembro de 1854. P.3.

França, illuminados e transparentes"⁵. Também o estabelecimento da Rua do Ouvidor, número 102, anunciaava: "STEREOSCÓPIOS com vidros de crystal. Vistas de vidro, modernas, para STEREOSCÓPIOS. Ditas transparentes, represemntando scenas familiares, bailes, combates, etc. Grande variedade de vistas de Pariz."⁶ (Grifo nosso)

José Maria dos Reis, óptico reconhecido na cidade e provavelmente o primeiro a comercializar vistas estereoscópicas na corte, recebia encomendas do imperador, que mencionou em seu diário uma das visitas ao estabelecimento:

Vi instrumentos curiosos, sobretudo um espectroscópio de Bunsen, e outro de Soleil, para medir os ângulos dos eixos dos cristais. Reis ficou de mandálos para cá para eu examiná-los detidamente. Há muito instrumento que ele decerto não vende. (...). Trouxe-me um catálogo dos nomes apenas dos instrumentos que há na loja. Os vidros são lapidados na Europa. (...). Mostrou-me a mesa onde trabalhava o Maia (...). Notei fotografias obscenas para esteroscópio; devia ao menos tirá-la do mostrador.⁷

Enquanto cliente de José Maria dos Reis, é muito provável que o imperador tenha adquirido com o óptico algumas fotografias para estereoscópio. Entretanto, acreditamos que boa parte das estereoscópias estrangeiras presentes em sua coleção foram adquiridas por d. Pedro II em suas viagens ao exterior, como *souveniers*.

3.2 As viagens do Imperador

D. Pedro II realiza sua primeira viagem ao exterior no ano 1871. Até a década de 1870, o imperador não havia saído do Brasil, mas já conhecia parte significativa do território brasileiro. As viagens ajudariam-o na demarcação simbólica das fronteiras de seu grande Império, além de contribuir para alargar a recepção da imagem da monarquia interna e externamente. Nas viagens domésticas o monarca tomava posse

⁵ Jornal do Commercio, 03 de junho 1860. P.3.

⁶ Jornal do Commercio, 09 de junho de 1872. P.4.

⁷ Diário do Imperador D. Pedro II/ 1840-1891. Museu Imperial/ IPHAN / MINC. Vol. 9; 22 dez. 1862.

e unificava a representação do país. Nas viagens internacionais, delineava sua imagem de monarca-cidadão e cosmopolita. Em todas as excursões que o imperador passará a empreender, a fotografia o acompanha de perto. (SCHWARCZ, 1998: 370)

Em 1845, Pedro tinha se aventurado a ir às províncias de Santa Catarina, Rio Grande do Sul e São Paulo, ausentando-se da corte por seis meses. Em 1847 foi a vez de percorrer a província fluminense e se hospedar nas casas de fazenda da região. Pedro conheceu as milagrosas águas termais de Poços de Caldas em 1861, e em 1865 passou por Juiz de Fora, ambas cidades da província de Minas Gerais.

A partir da década de 1860, algumas viagens realizadas pelo imperador foram registradas por Klumb. É o caso da visita realizada à propriedade de Mariano Procópio Ferreira Lage. Na ocasião, o imperador e sua comitiva foram retratados à beira do Rio Paraibuna, que margeava a quinta dos Ferreira Lage em Juiz de Fora. Na ocasião da visita, Klumb também produziu uma série de imagens da região, dando destaque à sua paisagem bucólica, em detrimento às figuras humanas (Figuras 2 e 3) O registro da construção da Estrada União e Indústria, primeira rodovia pavimentada da América Latina, também ganha destaque nessa viagem. Tal fato confirma a intencionalidade do uso da fotografia pelo imperador como um instrumento de propaganda do seu governo, ainda que num primeiro momento, essas fotografias circulassem apenas em âmbito privado.

No interior da província fluminense o "turismo estereoscópico" de Klumb pode ser constatado em cidades como Campos dos Goytacazes e Magé. Nessas imagens a paisagem natural, mas sobretudo a intervenção humana sobre ela, são valorizadas de modo que o binômio "Civilização e Natureza" pode ser contemplado em construções arquitetônicas, pórticos, pontes, em conjunto com cadeia montanhosas, rochas, rios e lagos . (Figura 4)

Pedro II realizou sua primeira viagem para fora do Brasil quando já havia completado seus 45

anos de idade. Na ocasião, ele visitou diversos países da Europa e regiões do Oriente Médio. Em 1876 realizou uma segunda viagem internacional, dessa vez passando também pelos Estados Unidos da América.

Em sua primeira viagem, Pedro inicia sua excursão por Portugal, segue para a Alemanha e, da Itália, parte para o continente africano. Grande admirador da cultura árabe, visitou o Egito, a Ásia Menor e a Palestina; "O imperador volta à Europa carregado de imagens do velho Oriente, que tanto estudara nos livros" (SCHWARCZ, 1998: 784) e, antes de se despedir do Velho Mundo, faz uma visita à França. Na Itália, provavelmente adquiriu uma série composta de oito vistas de sítios arqueológicos e turísticos do país, como as ruínas do anfiteatro de Verona, a Praça de São Marcos em Veneza e a Catedral de Milão (Figura 5). Da Europa, constam ainda séries de estereoscópias turísticas produzidas, na Espanha, na Irlanda e na Inglaterra na ocasião da Exposição Universal de Londres de 1862.

Em 1876, (...) [d. Pedro II] planejava sua segunda viagem ao exterior. (...) Partiria em maio e, após a visita oficial à Exposição Universal da Filadélfia, levaria a imperatriz às águas de Gastein para um tratamento. Depois iria até Jerusalém. Planejada com o mesmo cuidado que a anterior, a viagem incluiria, em doses equilibradas, Estados Unidos, Canadá, um pouco de Ásia, parte da África, Europa (Alemanha, Dinamarca, Suécia, Noruega, Rússia, Turquia, Grécia, Áustria, Bélgica, Holanda, Suíça e Portugal) e especialmente seis semanas em Paris. (SCHWARCZ, 1998: 793)

No Líbano o imperador permaneceu de 11 a 15 de novembro de 1876, acompanhado de sua esposa, Thereza Christina Maria, e de uma comitiva de cerca de 200 pessoas. Após atravessar o vale de Chtaura e passar por Zahle e outras cidades, chegou a Baalbeck em 14 de novembro e redigiu em seu diário: "A entrada nas ruínas de Baalbeck, à luz de fogaréus e lanternas, atravessando por longa abóbada de grandes pedras, foi triunfal e as colunas tomavam dimensões colossais". No dia seguinte, visitou os templos de Baco, Júpiter e

Vênus. De lá, trouxe consigo uma interessantíssima série de dez vistas estereoscópicas. (Figura 6)

Saindo de Baalbeck, onde deixei meu nome com a data na parede do fundo do pequeno templo, está cheio de semelhantes inscrições, lendo-se logo depois da entrada estas palavras - "Comme le monde est bête!!! (...) A noite passada encheram-se os cabeços dos montes de neve e que belo efeito produziram, vistos do fundo do grande templo [o templo de Júpiter] ou por entre as seis colunas.⁸

Além da série de imagens do Líbano, a viagem aos Estados Unidos também rendeu ao imperador uma quantidade significativa de estereoscópias.⁹ Partindo em maio para o país, usou como pretexto a visita oficial à Exposição Universal da Filadélfia e o estado de saúde de sua esposa, que aproveitaria a ocasião para um tratamento nas águas termais do país. Nesta, como em outras viagens, Pedro teria a chance de exercer sua vocação de "monarca-cidadão". (SCHWARCZ, 1998: 793) Era a primeira vez que um monarca pisava em território estadunidense, nação independente e republicana.

A maioria das vistas que compõem esta série retratam o Estado de Nova York, onde imperador e imperatriz desembarcaram. Lá visitaram o Niagara Falls State Park, de onde trouxeram pelo menos oito vistas editadas pela *E. & H. T. Anthony and Co.* Também posaram para fotografias, como podemos ver na Figura 7. "O monarca maravilhou-se de tudo o que viu, e se fez fotografar e retratar sempre que pôde, mas era a Exposição da Filadélfia que mais lhe interessava." (SCHWARCZ, 1998: 389) Com início no dia dez de maio, o imperador foi um dos primeiros a adentrar o local da exposição. Inaugurou a feira junto com o presidente estadunidense e portou-se como um "cientista interessado".

⁸ Diário do Imperador D. Pedro II / 1840-1891. Museu Imperial / IPHAN / MINC. Vol. 9; 22 dez. 1862.

⁹ Para mais informações sobre a viagem de Dom Pedro II aos Estados Unidos ver: <https://www.bn.gov.br/acontece/noticias/2020/06/viagem-d-pedro-ii-aos-estados-unidos1876-nova-iorque>

Fazendo visita a escolas, instituições, museus e intelectuais destacados, a ocasião também rendeu para sua coleção, estereoscópias da Região Petrolífera da Pensilvânia. São 19 vistas da série *Frank Robbin's Stereoscopic Views, of the Pennsylvania Oil Region, Oil City: Views of the Penna*, que reproduzem com detalhes a grandiosidade e modernidade da produção de petróleo da região. Desse modo, o que podemos perceber nas estereoscópias estadunidenses de d. Pedro II é um claro instrumento de propaganda daquela república que comemorava em 1876, seu primeiro centenário de independência. As vistas da *E. & H. T. Anthony and Co.* e da *Frank Robbin's*, mostram uma nação em ascenção, que orgulhava-se de suas riquezas naturais, mas principalmente das tecnologias responsáveis por seu progresso. (Figura 8)

Em julho, d. Pedro e sua comitiva partem dos Estados Unidos, passam por Londres, em Bruxelas, e em Gastein deixam a imperatriz, enquanto se dirigem aos países bálticos. Em setembro de 1876 o imperador chega à Grécia. Recebido como um monarca tropical, Pedro surpreendia ao portar-se como um imperador civilizado. Em novembro de 1876 alcançam o Oriente, onde encontram, novamente, a imperatriz e sua comitiva. É no Egito que Pedro e sua comitiva se faz fotografar, tendo como cenário a esfinge e as pirâmides de Gizé. De volta ao Velho Mundo, passa por Roma e Viena e termina sua viagem em Paris, onde faz questão de conhecer e trocar fotografias com Victor Hugo. Como relatou Schwarcz:

Mais uma vez, nesse movimento da memória histórica que seleciona, lembra e esquece, é o encontro com um grande intelectual que será largamente reproduzido nos relatos dessa viagem. Imbuído de seu papel, d. Pedro leva a casaca, e mesmo diante da negativa do famoso intelectual francês a recebê-lo, abre mão do protocolo e vai ele próprio à morada de Victor Hugo. (SCHWARCZ, 1998: 804)

3.3 O Turismo de Sofá

Outra série muito interessante encontrada na coleção é composta de fotografias planas e estereoscópicas do arqueólogo e fotógrafo

britânico-americano Augustus Le Plongeon (1825-1908) nas ruínas de Uxmal em Yucatán, no México. Não consta na biografia do imperador nenhuma visita ao país da América do Norte, ainda que seu primo-irmão, Maximiliano de Habsburgo-Lorena (1832-1867) tenha sido declarado Imperador do Segundo Império do México entre 1864 e 1867.

A série Yucatán pode ter sido adquirida durante a última viagem de Pedro, na Europa ou nos Estados Unidos, pode ter sido um presente, ou uma encomenda feita pelo imperador enquanto estava no Brasil, ou uma compra realizada em uma das casas especializadas da corte. Mais do que entender por quais meios essas vistas chegaram ao monarca, penso ser interessante refletirmos acerca dos significados de sua presença em seu acervo pessoal.

Em 1873, Le Plongeon e sua esposa viajaram para o México a fim de estudar os sítios arqueológicos dos povos Maias. O casal foi um dos primeiros a fotografar e estudar os Chichen Itza. (DESMOND, 1988) Seu trabalho fotográfico era bastante metódico e sistemático, de modo que produziram interessantes fotografias bidimensionais e estereoscópicas das ruínas mexicanas e do trabalho arqueológico realizado por ele e sua equipe.

A presença de tais fotografias na Coleção do Imperador atestam seu interesse pelo avanço da ciência e descobertas arqueológicas. Ainda que não tenha conhecido aquele sítio pessoalmente, a guarda de tais fotografias mostram o desejo do imperador de "possuir" aquele passeio e de ser representado por aquelas imagens. Se não era possível conhecer pessoalmente as ruínas de Uxmal, que pudesse desfrutar delas através do visor estereoscópico.

IV. CONCLUSÃO

Como vimos, é o colecionador quem atribui valores e significados aos objetos que coleciona. As estereoscópias turísticas presentes na Coleção do Imperador d. Pedro II representam o papel que a fotografia estereoscópica teve na divulgação de uma certa imagem de mundo no oitocentos, mas também na divulgação de uma imagem específica

que o imperador buscava construir sobre ele próprio. O colecionismo estereoscópico de Pedro está atrelado à sua necessidade de se posicionar socialmente por meio de tais imagens como suportes de memória, traçando sua relação entre eles e seus súditos, mas também entre o presente e o passado de seu reinado, criando ainda imagens para o futuro.

Com uma ampla maioria de vistas produzidas por agências especializadas e com temáticas claramente turístico-pedagógicas, a coleção apresenta imagens que atuaram como repositórios de um mundo particular que se pretendia veicular pelas nações no auge da corrida imperialista. Um instrumento político de estabelecimento e perpetuação de um poder de uma classe dominante europeia ou estadunidense sobre uma população dominada, constituída pelos afro-americanos, considerados primitivos, no qual o império brasileiro se incluía.

Assim, um número significativo de imagens representam o domínio ocidental sobre o oriente. As estereoscópias que retratam o continente europeu exibem, em geral, as maravilhas do mundo moderno ou das obras monumentais realizadas pela civilização do Velho Mundo. O mesmo se repete nas estereoscópias estadunidenses, em que encontramos as belezas naturais da América do Norte, mas sobretudo a grandiosidade de sua infraestrutura.

Por outro lado, as vistas do Oriente Médio representam as glórias de um passado longínquo, que ficou na antiguidade e não pode mais se repetir. Também as vistas produzidas no México, mostram o trabalho de dois cientistas de origem ocidental que realizavam naquele país uma

pesquisa arqueológica e documental sobre uma cultura que há séculos havia sido dizimada pelos colonizadores europeus. São, portanto, imagens cuja função principal era alimentar os desejos dos observadores por paisagens longínquas e exóticas.

O mesmo sentido turístico-pedagógico podemos constatar nas fotografias produzidas no Brasil por R.H.Klumb. Ainda que o objetivo do fotógrafo não fosse produzir estereoscópias para a venda em massa e sim para o museu privado do imperador, percebemos que muitas delas encarnam a função turística, especialmente aquelas produzidas em outras cidades além da corte. Mas, mesmo nas imagens que retratam a cidade do Rio de Janeiro, podemos notar a preocupação do fotógrafo em registrar seus monumentos e seus aspectos exóticos. Estão presentes, portanto, elementos da dicotomia de um império que mirava na civilização europeia, mas que não conseguia se libertar de seu passado colonial ao não abrir mão do sistema escravista.

O que podemos concluir através desse conjunto de imagens, é a preocupação do monarca tropical em, através de sua coleção de fotografias, construir uma imagem de si mesmo. Essa imagem estava relacionada à do "monarca-cidadão", ou seja, aquele que mesmo sendo um soberano, se interessava pelo conhecimento, pelas ciências, pelo progresso e pelas diferentes culturas ao redor do mundo. Nas estereoscópias de sua coleção, o monarca-cidadão encarna também o consumidor-turista, cujo objetivo era não apenas criar memórias para si, mas também difundir símbolos da linguagem civilizatória, possuir e ser representado por essas imagens.

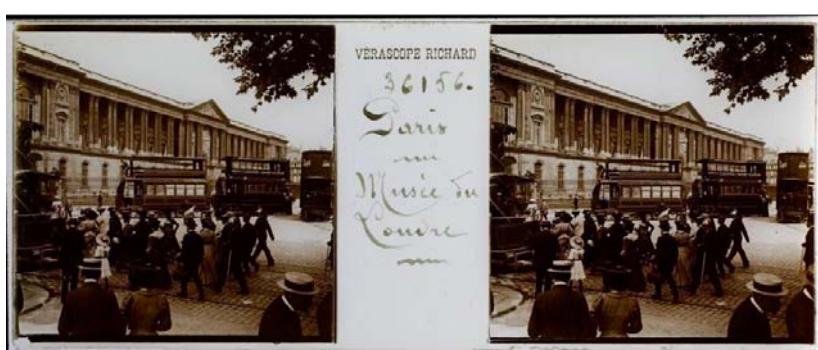


Figura 1: Verascope Richard - Paris, Museu do Louvre, sem data. Instituto Moreira Salles



Figura 2: R.H.Klumb - Família Imperial na quinta de Mariano Procópio Ferreira Lage em Juiz de Fora, Minas Gerais, 1861 - Fundação Biblioteca Nacional



Figura 3: R.H.Klumb - Residência dos Ferreira Lage em Juiz de Fora, Minas Gerais, 1861 - Fundação Biblioteca Nacional



Figura 4: R.H.Klumb - Campos dos Goytacazes, Rio de Janeiro, [1861] - Fundação Biblioteca Nacional

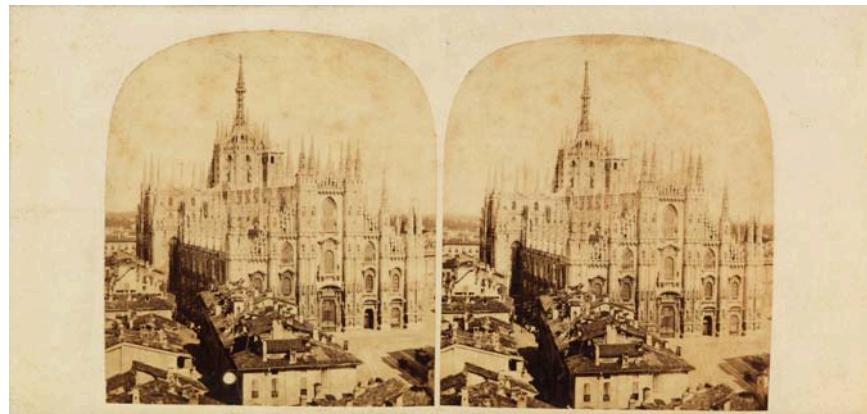


Figura 5: Dôme de Milano – sem data - Fundação Biblioteca Nacional

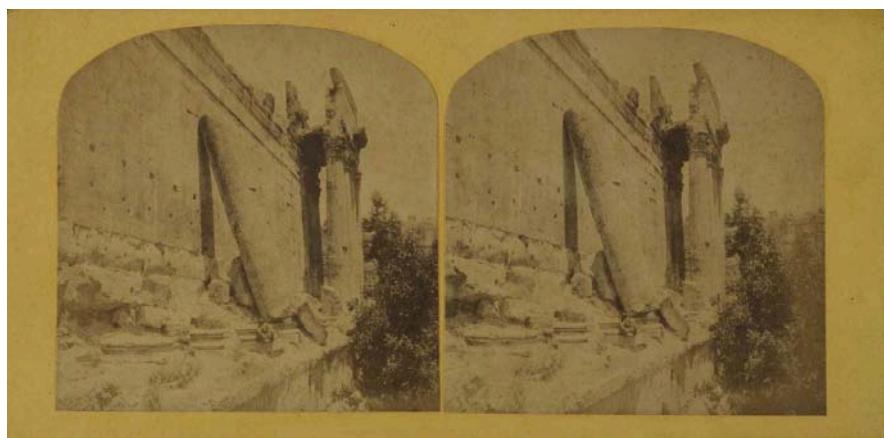


Figura 6: Templo de Júpiter, Ruínas de Baalbeck, Líbano, sem data - Fundação Biblioteca Nacional



Figura 7: [D. Pedro II, Tereza Cristina Maria e outras pessoas em Niagara Falls] – 1876 - Fundação Biblioteca Nacional

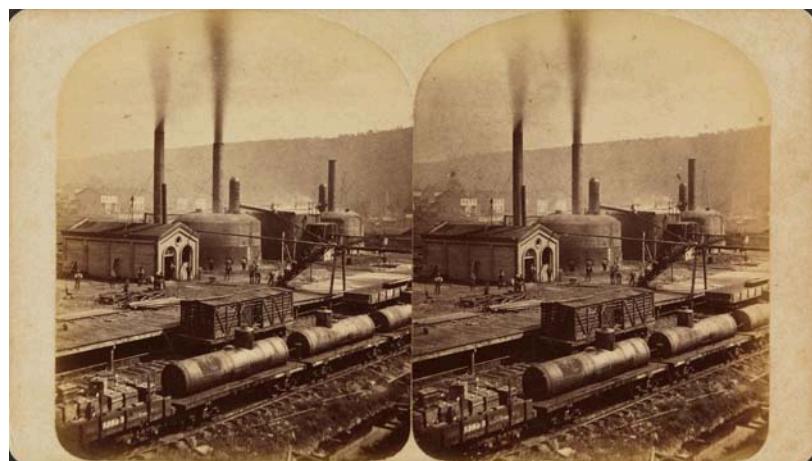


Figura 8: Views of the Penna. Oil Region:refining oil – [1875] - Fundação Biblioteca Nacional

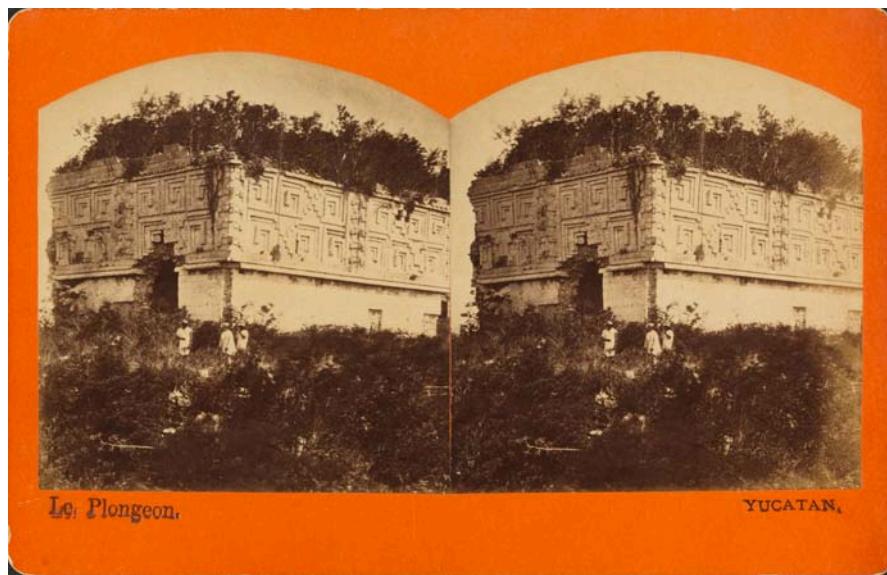


Figura 9: Le Plongeon - Ruins of Uxmal:North end and West façade of the Governor's House – [1873] - Fundação Biblioteca Nacional

REFERÊNCIAS

1. ADAMS, Gavin. *A mirada estereoscópica e a sua expressão no Brasil*. Tese (Doutorado em Comunicação e Estética do Audiovisual) Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo: São Paulo, 2004.
2. ANDRADE, Joaquim Marçal Ferreira de. *A importância de Klumb para a fotografia brasileira*. Rio de Janeiro, 2001.
3. _____. *Fotógrafos alemães no Brasil do século XIX*. São Paulo, 2000.
4. _____. *A Coleção do Imperador -- Fotografia Brasileira e Estrangeira no Século XIX*. Rio de Janeiro: Centro Cultural Banco do Brasil, 1997 (Texto do Curador em catálogo de Exposição).
5. BREWSTER, David. *The stereoscope; its History, Theory and Construction*. John Murray: Londres, 1856.
6. DESMOND, *A Dream of Maya: Augustus and Alice Le Plongeon in Nineteenth-Century Yucatan*. University of New Mexico Press, 1988.
7. CRARY, Jonathan. *Técnicas do observador: Visão e modernidade no século XIX*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
8. FERRAZ, Rosane Carmanini. *A coleção de fotografias do Museu Mariano Procópio e as*

- sociabilidades no Brasil oitocentista.* Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Minas Gerais, 2016.
9. FERREZ, Gilberto. *A fotografia no Brasil: 1840-1900.* Rio de Janeiro: FUNARTE: Fundação Nacional Pró-Memória, 1985. (História da Fotografia no Brasil).
 10. GUREVICH, Leon. The stereoscopic attraction: Three-dimensional imaging and the spectacular paradigm 1850-2013. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 2013.
 11. HOLMES, Oliver Wendell. O Estereoscópio e o Estreógrafo. INIn: TRACHTENBERG, Alan (org.). *Ensaio sobre fotografia: de Niépce a Krauss.* Orfeu Negro: Lisboa, 2013.
 12. KOSELLECK, Reinhart. *Futuro Passado.* Contribuição à semântica dos tempos históricos. Rio de Janeiro: Contraponto: / Ed. PUC-Rio, 2006.
 13. ______. *Dicionário histórico-fotográfico brasileiro: fotógrafos e ofício da fotografia no Brasil (1833-1910).* São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2002.
 14. MAUAD, Ana Maria. Imagem e auto imagem do Segundo Reinado. In: ALENCASTRO, Luís Felipe de. ; NOVAIS, Fernando A. *História da vida privada no Brasil – Império:* a corte e a modernidade nacional. São Paulo: Companhia das Letras, 1997, volume 2, p. 181-231.
 15. PARENTE, José Inácio. *A Estereoscopia no Brasil.* Rio de Janeiro: Sextante, 1999.
 16. PARMEGGIANI, Paolo. Between the Point of View and the Point of Being: the Space of the Stereoscopic Tours. IN: *International Journal Of Film And Media Arts*, Lisboa, v.vol 1, n.º2. Lisboa, 2016. Pp. 34-47.
 17. PEIXOTO, Rodrigo. Uma certa imagem de um mundo: Estereoscopia e educação visual no início do século XX; uma investigação a partir da coleção Pestalozzi (MIMO). *RCL – Revista de Comunicação e Linguagens | Journal of Communication and Languages*, Non. 47, 2017.
 18. PERES, Marília. Aplicações da fotografia estereoscópica às ciências: uma perspectiva histórica. In: FLORES, Victor (Org.). *Stereo & Immersive Media Proceedings.* Edições Universitárias Lusófonas: Lisboa, 2015. Pp. 25-51.
 19. POMIAN, Krzysztof. *Coleção.* In: Encyclopédia Einaudi: Memória-História. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 1984.
 20. SALLES, Ricardo. *Nostalgia Imperial: A formação da Identidade Nacional no Brasil do Segundo Reinado.* Rio de Janeiro, Topbooks, 1996.
 21. SANTOS, Maria Isabela M. dos. *A mirada estereoscópica de Guilherme Santos: Cultura Visual no Rio de Janeiro (Séculos XIX e XX).* Tese (doutorado) – Universidade Federal Fluminense, Programa de Pós-Graduação em História: Niterói, 2019.
 22. _____. Revert Henry Klumb, a Coleção do Imperador e a fotografia estereoscópica no Brasil do século XIX. *INTERNATIONAL JOURNAL ON STEREO & IMMERSIVE MEDIA*, Vol. 5 Issue no. 1 pp. 88-107 DOI: 10.24140/ijsim.v5.n1.06.
 23. SILVA, Maria Cristina Miranda da. *A presença dos aparelhos e dispositivos ópticos no Rio de Janeiro do século XIX.* 2006. 252 f. Tese (Doutorado em Comunicação) -- Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2006.
 24. SCHWARCZ, Lilia Moritz. *As barbas do imperador:* D. Pedro II, um monarca nos trópicos. São Paulo: Companhia das letras, 1998.
 25. TURAZZI, Maria Inez. *Poses e Trejeitos:* a fotografia e as exposições na era do espetáculo. Rio de Janeiro: Funarte/Rocco, 1995.
 26. VASQUEZ, Pedro Karp. *A fotografia no Império.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002. (Descobrindo o Brasil).
 27. _____. *Revert Henrique Klumb:* um alemão na Corte Imperial brasileira. Rio de Janeiro: Capivara, 2001.
 28. _____. *Fotografia brasileira do século XIX.* (s/d) Disponível em: <<http://www.highrisemarketing.com/djweb/historia/seculo19/seculo19.htm>>. Último acesso em: 5/01/2020.

Acervos consultados

Fundação Biblioteca Nacional, BNDigital: <https://bndigital.bn.gov.br/acervodigital>
Instituto Moreira Salles Museu Imperial