

## **VITRA: MUSEU E VITRINE**

*Vitra: Museum and Window*

Farah, Suraia Felipe; Doutora; Academia Paulista Anchieta  
[suraiafarah@gmail.com](mailto:suraiafarah@gmail.com)

Macedo, Wesley; Mestrando; FAU – Universidade de São Paulo  
[w.macedo@usp.br](mailto:w.macedo@usp.br)

### **Resumo**

Este artigo traz considerações acerca da história das exposições e suas semelhanças com o aspecto mercadológico, como a vitrine. Discute a inserção do Museu Vitra no debate atual da crítica dos novos museus e seu papel na sociedade.

**Palavras Chave:** Vitra, museu, vitrine e design.

### **Abstract**

*This essay presents some considerations about the exhibition design and its similarities with the marketing aspect, as the window. Discuss the insertion of Vitra Museum on the current debate of new museums criticism, as well as in the society.*

**Keywords:** *Vitra, museum, window and design.*



Na tentativa de contextualizar o Museu Vitra em Weil am Rhein, Alemanha (1987-1989), projeto de Frank Owen Gehry, e inseri-lo como objeto de estudo, não nos parece difícil observar que os museus têm sido cada vez mais alvo da pesquisa de estudiosos, teóricos e críticos. Como menciona o curador Agnaldo Farias,

“é um dos capítulos mais fascinantes da história da cultura (...), afinal na altura em que o Louvre finca na desértica cidade de Abu Dhabi um feérico prédio de autoria de Jean Nouvel – o mesmo que propôs que a sede carioca do Guggenheim ficasse submersa na baía de Guanabara – o fenômeno da ‘espetacularização da cultura’, adquire contornos capazes de surpreender mesmo o mais apocalíptico dos leitores de Guy Debord, responsável pela noção que hoje faz praça nas variadas arenas em que se discute a cultura contemporânea”<sup>1</sup>

Das abordagens de Josep Maria Montaner, um dos mais importantes críticos de arquitetura, a respeito do *museu como organismo extraordinário*<sup>2</sup>, considera a concepção do Vitra como um *ensaio* que precedeu a criação do *emblemático* Museu Guggenheim de Bilbao (1997).

Muito dessa euforia em torno da construção de novos museus pelas cidades mundo afora, no intuito da contribuição desses edifícios e suas atividades na representação dos ideais e objetivos de modernização de uma cidade no circuito cultural internacional, pode ser entendida como um processo de desenvolvimento natural e sintomático da cultura ocidental, “que teve início em 1977, com a inauguração do Museu Nacional de Arte Moderna do Centro de Artes Georges Pompidou (o Beaubourg) em Paris, consolidando-se com a filial do Museu Guggenheim, na cidade de Bilbao, em 1997, do arquiteto Frank Gehry”.<sup>3</sup>

Parece haver certa concordância entre os estudiosos desse assunto em destacar os museus supracitados como ícones arquitetônicos e de instituições museais que contribuem efetivamente como referência para uma leitura contemporânea do atual estado da arte em questão: os novos museus.

Dentre as diversas possibilidades de crítica que os novos museus vêm sofrendo na última década, uma delas parece estar em todas – a questão do desenho e a expressão arquitetônica que o Museu representa, bem como seus espaços expositivos que, quase sempre, vêm sobrepor a importância da obra de arte exposta e propor uma nova forma de experiência estética, não mais atrelada exclusivamente a observação da obra de arte em si, mas principalmente, ao seu espaço expositivo, agora dotado de novas formas de cenografia e interatividade com o público.

Neste sentido, Sonia Salcedo del Castillo contextualiza tal acontecimento e se remete à inauguração da *Art of this Century Gallery*, inaugurada por Peggy Guggenheim em Nova Iorque, 1942. Suas exposições foram idealizadas pelo visionário arquiteto e artista Frederick Kiesler (1890-1965) que “salvaguardada as críticas sobre o protagonismo de seus espaços e elementos expositivos, conferia a exposição uma unidade no mínimo fascinante para o público e, como técnica expositiva, revolucionária para a arte”<sup>4</sup>; assim, “Kiesler programava o tempo de fruição de seus visitantes. Vale observar ainda que essa inovação – interligar a luz intensa a idéia de quadros flutuantes sem moldura, montados em paredes curvas – seria adotada posteriormente: na inauguração do Guggenheim de Wright, dezessete anos mais

---

<sup>1</sup> FARIAS, Agnaldo apud CASTILLO, Sonia Salcedo. **Cenário da Arquitetura da Arte**. São Paulo: Martins Fontes, 2008. P.15-16.

<sup>2</sup> MONTANER, Josep Maria. **Museus para o século XXI**. Barcelona: Gustavo Gili, 2003. P.15.

<sup>3</sup> MEIRA, Marcel Ronaldo Morelli de. **Os Novos Museus e a Estética na Contemporaneidade**. Disponível em: [http://www.unicamp.br/chaa/eha/atas/2010/marcel\\_ronaldo\\_morelli.pdf](http://www.unicamp.br/chaa/eha/atas/2010/marcel_ronaldo_morelli.pdf). Acessado em 19/04/2012.

<sup>4</sup> CASTILLO, Sonia Salcedo. **Cenário da Arquitetura da Arte**. São Paulo: Martins Fontes, 2008. P.104.

tarde, critérios semelhantes orientavam a montagem dos quadros sobre a superfície de suas paredes espiraladas”<sup>5</sup>

Pois bem, podemos entender que Peggy Guggenheim, com seu tino comercial para o mercado da arte, revolucionou não só a questão da exposição da arte, mas principalmente do espaço arquitetônico que a exhibe – seus museus. A partir das exposições *surrealistas*<sup>6</sup> de Frederick Kiesler para a *Art of this Century Gallery*, seguido do referencial Guggenheim de Nova Iorque, de Frank Lloyd Wright (1959), até o paradigmático Guggenheim de Bilbao, este último pode ser entendido como um desdobramento da experiência do arquiteto ao criar e inaugurar seu primeiro edifício na Europa, justamente o Museu Vitra Design.

O Museu Vitra Design nasceu de uma proposta de intervenção no parque industrial de propriedade do empresário e colecionador Rolf Fehlbaum e é tido como o portão de entrada deste conjunto, conhecido como o Vitra Campus. “À primeira vista não parece ser o local apropriado para uma arquitetura ousada, no entanto, ambas – inovação técnica e exploração artística – são aspectos de um desejo de experiência que resultou em uma coleção incrível de arquitetura assinada, em Weil am Rhein”<sup>7</sup>

O Vitra Campus é composto por um conjunto arquitetônico cujos edifícios são criados por arquitetos do *star system* – uma arquitetura de marca<sup>8</sup>. São eles:

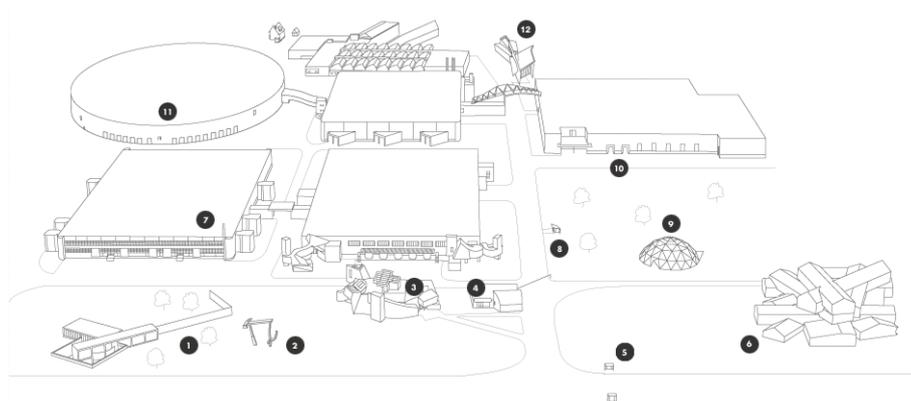


Figura 1: Esquema de Implantação dos edifícios no Vitra Campus.

Fonte: <http://www.vitra.com/en-un/campus/>

1. Pavilhão de Conferências, de Tadao Ando (1993);
2. Escultura *Balancing Tools*, de Claes Oldenburg & Coosje van Bruggen (1984);
3. Vitra Design Museum, de Frank Gehry (1989);
4. Vitra Design Museum Gallery, de Frank Gehry (2003)
5. Ponto de Ônibus, de Jasper Morrison (2006)
6. Vitrahaus & Lounge Chair Atelier, de Herzog & de Meuron (2010)
7. Edifício da Fábrica, de Nicholas Grimshaw (1981-1986);
8. *Petrol Station*, de Jean Prouvé  
(original de 1953, e instalado no Vitra Campus em 2003);

<sup>5</sup> CASTILLO, Sonia Salcedo. **Cenário da Arquitetura da Arte**. São Paulo: Martins Fontes, 2008. P.105

<sup>6</sup> MONTANER, Josep Maria. **As formas do século XX**. Barcelona: Gustavo Gili, 2002. P.52.

<sup>7</sup> GALIANO, Luis Fernández. **The Vitra Campus**. Architectural views: Serious Games. Disponível em: [http://www.egodesign.ca/en/article.php?article\\_id=491](http://www.egodesign.ca/en/article.php?article_id=491). Acesso em 14/04/2012. Tradução livre dos autores.

<sup>8</sup> ARANTES, Pedro Fiori. O grau zero da Arquitetura na era financeira. **Novos Estudos CEBRAP**, n. 80. São Paulo, março 2008. p. 177

9. *Dome*, de Richard Buckminster Fuller and T.C. Howard (original de 1975 e instalado no Vitra Campus em 2000);
10. Edifício da Fábrica, de Alvaro Siza (1994);
11. Edifício da Fábrica, de Kazuyo Sejima / SANAA. (conclusão prevista em 2012)
12. Pavilhão *Fire Station*, de Zaha Hadid (1993)

Cada edifício guarda sua singularidade na expressão dos arquitetos em suas

“construções dinâmicas, que atravessam fronteiras culturais e estilísticas, são metáforas de um mundo em mudança radical. Eles representam, por um lado, o movimento frenético de pessoas, cidades, informações e imagens que entrelaçam o planeta com seus fluxos vertiginosos, mas também representam a crescente instabilidade e vida nômade que caracterizam as economias modernas e da sociedade, cujos desequilíbrios ainda precipitam mudanças e fraturas. As formas em movimento, de Gehry e a impetuosa arquitetura de Hadid, bem como a expansiva e dinâmica forma de SANAA ou os volumes em balanço nos prédios de Herzog & de Meuron, são explorações de arquitetura de um mundo em movimento, estruturas lúdicas que podem fazer muitas pessoas sorrirem, mesmo estando sérias. A arquitetura está em movimento, mas, como o mundo, nós realmente não sabemos em qual direção.”<sup>9</sup>

Luiz Fernández Galiano<sup>10</sup> traz o comentário de Philip Johnson referente à visita ao conjunto arquitetônico do Vitra Campus, em 1999, durante a qual reconhece o conjunto edificado como “coleção Vitra da arquitetura dos grandes arquitetos de hoje em dia, único no mundo desde o Weissenhofsiedlung em Stuttgart, em 1927; não houve uma reunião em um único lugar de um grupo de edifícios projetados pelos arquitetos mais famosos do mundo ocidental<sup>11</sup>, admira Johnson.



Fig. 2 – Imagem aérea do conjunto edificado.

Fonte: <http://www.dezeen.com/2008/09/03/sanaa-and-alejandro-aravena-at-vitra-campus/>

O Museu Vitra pode ser classificado como um museu monográfico, segundo as classificações propostas por Montaner<sup>12</sup>, pois sua coleção é basicamente composta do acervo

---

<sup>9</sup> GALIANO, Luis Fernández. **The Vitra Campus. Architectural views: Serious Games.** Disponível em: [http://www.egodesign.ca/en/article.php?article\\_id=491](http://www.egodesign.ca/en/article.php?article_id=491). Acesso em 14/04/2012. Tradução livre dos autores.

<sup>10</sup> Luiz Fernández Galiano, arquiteto, professor, curador e editor das revistas *AV monografias* e *Arquitectura Viva*

<sup>11</sup> GALIANO. Op cit.

<sup>12</sup> MONTANER, Josep Maria. **Museos para el nuevo siglo.** Barcelona: Gustavo Gili, 1995.

de cadeiras da empresa<sup>13</sup>. Este acervo traz obras primas de designers renomados como Antonio Citterio, Alessando Mendini, Borek Sipek, Ettore Sottsass, Gaetano Pesce, Jasper Morrison, Jean Prouvé, Mario Bellini, Philippe Starck, Ron Araad, Shiro Kurumata, entre outros. Não obstante, o acervo do Museu é tido como uma das maiores coleções de mobiliário do mundo, com peças de vários períodos e estilos, do século XIX aos dias atuais. Tamaña representatividade do acervo justifica que outras peças desses designers também estejam presentes em outros importantes museus de design do mundo como o MoMA, em Nova Iorque, ou o CCB (Museu de Design), em Lisboa.



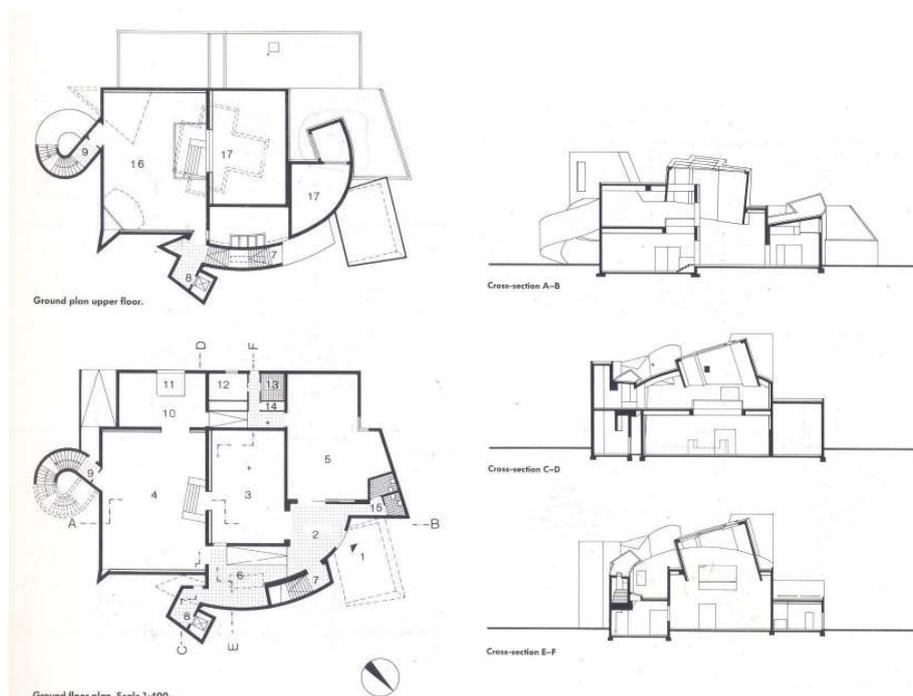
Fig. 3 – Catálogo das cadeiras do acervo comercial e expositivo.

Fonte: <http://www.vitra.com/en-un/collage/design/collecting-and-communicating-the-vitra-design-museum/#>

Todo este rico acervo é reunido em apenas 800m<sup>2</sup>, distribuídos em três salas e em dois pavimentos que formam volumes curvos e inclinados não arbitrários, pois são determinados pela função do programa de ambientes, além deste desenho contribuir para a iluminação interna dos espaços expositivos, através de iluminação zenital: um jogo de luzes provocando efeitos cromáticos valorizando os objetos expostos, levando a mente do visitante a fantasiar o objeto, tomando-o para si, numa apropriação onírica.

A articulação dos ambientes induz o visitante a uma *promenade*, um passeio pela arquitetura que conjuga o edifício e os objetos expostos, ampliando o envolvimento e a experiência estética daquele que caminha pelo interior dos seus espaços. Na verdade, a citada *promenade* tem início no momento em que se atravessa o pórtico de acesso ao Vitra Campus, permitindo ao seu visitante a contemplação de significativos exemplares arquitetônicos cujas formas e expressões estão em sintonia com os objetos de design. Desta forma, todo o percurso é meticulosamente programado para o discurso da marca.

<sup>13</sup> BREIER, Ana Claudia Böer. **Museus infantis: uma questão contemporânea**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2005. Pgs.31-32



Figs. 4 e 5– Plantas e Cortes

Fonte: [http://bbsc303.arch.school.nz/blog/2007\\_04\\_08\\_archive.html](http://bbsc303.arch.school.nz/blog/2007_04_08_archive.html)



Figs. 6 e 7 – Vista do edifício e de uma exposição do mobiliário ao ar livre

Fonte: <http://english.dac.dk/visArtikel.uk.asp?artikelID=6732>

Para além das considerações da forma, o edifício por si só é uma obra de design. Um espaço cavado, esculpido, verdadeira obra que abriga outras tantas obras de design. Montaner compara a arquitetura do Vitra com as de Kiesler, reconhecidas como surrealistas, com suas “formas orgânicas, mais humanas, contra a ditadura das formas planas e racionais (...) um novo tipo de espaço fluído e contínuo, com paredes curvas e sem limites, pensados a partir da sensualidade.”<sup>14</sup> Referindo-se a Gehry, observa que a distinção entre os “pisos, paredes e tetos foi superada com espaços compostos por formas unitárias, contínuas e interpenetradas, sem limites nem arestas. Desta maneira, a riqueza e a sensualidade espacial não necessitaram de nenhuma máscara decorativa para tornar a casa [museu] sensual e habitável.”<sup>15</sup>

“Neste sentido, pode-se afirmar que a arquitetura contemporânea conserva traços do grotesco: imagens que despedaçam a realidade, inventam o inverossímil, alheiam o existente, enfim, reúnem

<sup>14</sup> MONTANER, Josep Maria. **As formas do século XX**. Barcelona: Gustavo Gili, 2002. p.52.  
<sup>15</sup> idem.

à força coisas distintas e as incorporam aos espaços das cidades. Como, exemplo, as varias obras figurativas de Frank Gehry, muitas vezes ornamentos excessivos.”<sup>16</sup>

Uma das especificades do Museu Vitra é a de divulgar os objetos de sua comercialização, também uma estratégia de marketing para a divulgação de sua marca, que tende a fomentar o desejo em seus visitantes; museu para expor objetos, franquear a oportunidade de ver de perto, suscitando um padrão de comportamento típico do consumidor moderno.

Neste sentido, o Museu parece contribuir para *fetichizar* seus objetos expostos, aos moldes da obsessão que contamina a atualidade em todos os aspectos da vida e não mais limitado à esfera do trabalho. Segundo Lipovetsky, “a sociedade hipermoderna se apresenta como a sociedade em que o tempo é cada vez mais vivido como preocupação maior, a sociedade em que se exerce e se generaliza uma pressão temporal crescente”<sup>17</sup>, pois

“o que define a hipermodernidade não é exclusivamente a autocrítica dos saberes e das instituições modernas; é também a memória revisitada, a remobilização das crenças tradicionais, a hibridização individualista do passado e do presente. Não mais apenas a desconstrução das tradições, mas o reemprego dela sem imposição institucional, o eterno rearranjar dela conforme o princípio da soberania individual”<sup>18</sup>



Figs. 8 e 9 – Visões interiores do Museu Vitra.

Fonte: Fonte: <http://www.alyсандalex.com/2010/05/vitra-design-museum.html>

Visto pelos aspectos psicológicos do design, o edifício-objeto também pode ser um *objeto de desejo*, a *fetichização* de coisas é algo que sempre se fez presente na sociedade e na vontade do ser humano – uma expressão do capitalismo cultural e da mercantilização da cultura.

A ascensão das marcas, mesmo as de empresas produtoras de mercadorias tangíveis está sobretudo associada à nova hegemonia financeira, segundo a qual a imagem e o nome da marca sobrepõem-se ao valor-trabalho das mercadorias que a empresa produz (ou terceiriza), acrescentando-lhes um valor de novo tipo: uma espécie de renda de representação das próprias mercadorias.<sup>19</sup>

Podemos dizer que o interior do edifício museu cumpre a função de vitrine de exposição do mobiliário Vitra, além dos outros objetos e das exposições temporárias. O edifício pode ser visto como elemento participante do “espaço vitrine”, fundamental para a valorização dos objetos expostos. O edifício conspira e confere: uma retomada da natureza

<sup>16</sup> FARAH, Suraia Felipe. **O ornamento e sua fruição na arquitetura**. Tese (Doutorado) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2003

<sup>17</sup> LIPOVETSKY, Gilles e CHARLES, Sébastien. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004. p.75

<sup>18</sup> Idem. p.98

<sup>19</sup> ARANTES, Pedro Fiori. **O grau zero da Arquitetura na era financeira**. Novos Estudos CEBRAP, n. 80. São Paulo, março 2008. p. 175

neste mundo artificial em que vivemos, simultaneamente fecundante e fascinante, cumprindo sua função contemporânea de obra de arte. Não é um relato, mas uma interpretação possível.

Neste sentido, podemos entender o Vitra hoje como um desdobramento da história dos espaços de exposição de mercadorias. Rafael Cardoso (2004) traz um panorama da gênese e evolução desses espaços. Segundo ele, tudo começou, anteriormente ao século 19, quando o comércio era realizado diretamente com o fabricante, por exemplo, as alfaiatarias.

“Com a ampliação do consumo de supérfluos e de artigos de luxo a partir do século 18, as relações comerciais tradicionais começaram a mudar. Aos poucos, industriais como Wedgwood e tantos outros foram introduzindo inovações como o salão de exposição de objetos ou o livro de amostras, os quais ampliavam as possibilidades de escolha e variação de acordo com o gosto individual (...). O consumo tornava-se um fenômeno, senão de massa, pelo menos de larga e variada escala”.<sup>20</sup>

A produção industrial tomou proporções vultosas, o ofício do designer atrelado à produção de efêmeros e supérfluos, como coloca Rafael Cardoso, é reconhecido para além do mercado doméstico, trazendo aos novos padrões de consumo a atividade de lazer.

Em sintonia com a evolução industrial, em finais do século 18, ocorreu nas grandes cidades européias uma avalanche de eventos públicos de entretenimento, tais como circos, teatros, festas populares, dioramas, panoramas e exposições de todos os tipos, especialmente nas cidades de Londres e Paris, as quais vieram posteriormente tornar-se palco das grandes exposições industriais que tinham como propósito a divulgação de seus produtos; como a “Grande Exposição dos Trabalhos de Todas as Nações”, inaugurada em maio de 1851, em Londres, ou os Grandes Salões de Paris e a Exposição Universal, de 1889. Esses eventos propiciaram aos visitantes noções quase didáticas sobre indústria, trabalho, prosperidade, ordem cívica, poder nacional e outros temas de apreço do Estado.

Paralelamente ao acontecimento das Grandes Exposições Universais, podemos observar a eclosão das lojas de Departamento como a *Bon Marché* em Paris ou *Macy's* em Nova York que transformaram a rotina das atividades de comércio e compras num “mundo encantado dos sonhos com infinitas possibilidades de interação social e de expressão pessoal, longe tanto da solidão doméstica quanto do perigo das ruas.”<sup>21</sup>

Um dos elementos de maior novidade que foi introduzido no passeio público dessas *novas* metrópoles foi a exacerbação do consumo através da transparência das vitrines que, como observou Baudelaire, permitiu ao pobre a contemplação do rico<sup>22</sup>. Essas diferenças sociais oriundas de tal progresso, que no caso de Paris também estavam muito atreladas às operações urbanas haussmanianas, não escaparam à crítica, poesia e literatura.<sup>23</sup>

“O fenômeno das lojas de departamento espalhou-se por todo mundo durante a segunda metade do século 19, gerando outros nomes famosos do comércio como a *Liberty* em Londres, a *Printemps* e a *Samaritaine* em Paris ou a *Notre-Dame de Paris* na carioquíssima rua do Ouvidor. Além do seu impacto imenso sobre o imaginário e os hábitos do consumidor, as lojas de departamento também contribuíram para uma transformação fundamental nos métodos de distribuição e vendas de mercadorias, pois garantiram a transição do consumo para o ritmo e a escala da era industrial”<sup>24</sup>

---

<sup>20</sup>CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2004

<sup>21</sup> Idem. p.77

<sup>22</sup>BAUDELAIRE, Charles. **Sobre a modernidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

<sup>23</sup>Por exemplo as observações de Émile Zola, em seu romance *Au bonheur des dames* (Paris: Fasquelle, 1984) ou de Walter Benjamin, em *Passagens*. (Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006)

<sup>24</sup> Idem, p.77-78.

Podemos observar que o deslumbramento por meio do olhar que caracteriza a sociedade do espetáculo ainda hoje mais intensamente se faz presente. Na atual era da “financeirização”<sup>25</sup>, juntas, arquitetura e design são utilizadas, também, como ferramentas de potencialização mercantil. Observa Pedro Fiori Arantes que

já faz algum tempo que a arquitetura embarcou no universo midiático das logomarcas, a ponto de as obras serem concebidas para gerar rendas de um novo tipo, que não apenas a velha renda fundiária. Os novos edifícios são desenhados para circular como se fossem *logotectures*— na expressão de Frank Gehry, uma das estrelas de maior brilho do atual *establishment* da arquitetura.<sup>26</sup>

Esse consumismo desenfreado representativo do período em que vivemos, nomeado por Lipovetsky de *hiperconsumismo emocional*, é resultado da angústia que assola o ser humano; um escape às incertezas decorrentes da insegurança de um futuro imprevisível.<sup>27</sup>

Assim, o Museu Vitra Design, que além de se concretizar em um edifício de imponência e imagem conotativa de *status*, também propõe ao visitante a oportunidade de consumir com os olhos o objeto de seu desejo – outra forma de experiência que alimenta seu sonho e fantasia de que um dia há de possuir aquele ícone sacralizado do “cubo branco”<sup>28</sup> – o museu.

Consumir com os olhos era também a proposta daquelas exposições e salões do século 19 e das lojas de departamento, assim como das atuais grandes marcas, que por meio da arquitetura e design de suas lojas conceituais e representativas de um *starsystem* também caracterizam o regime do consumo como lazer e espetáculo.

---

<sup>25</sup> ARANTES, Pedro Fiori. O grau zero da Arquitetura na era financeira. In: **Novos Estudos CEBRAP**, n. 80. São Paulo, março 2008. p. 175-195.

<sup>26</sup> Idem. p.175

<sup>27</sup> LIPOVETSKY, Gilles e CHARLES, Sébastien. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

<sup>28</sup> O'DOHERTY, Brian. **No interior do cubo branco**: a ideologia do Espaço da Arte. São Paulo, Martins Fontes, 2002.

## Referências

ARANTES, Pedro Fiori. O grau zero da Arquitetura na era financeira. **Novos Estudos CEBRAP**, n. 80. São Paulo, março 2008.

BAUDELAIRE, Charles. **Sobre a modernidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2004

CASTILLO, Sonia Salcedo. **Cenário da Arquitetura da Arte**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

GALIANO, Luis Fernández. **The Vitra Campus**\_ Architectural views: Serious Games. Disponível em: [http://www.egodesign.ca/en/article.php?article\\_id=491](http://www.egodesign.ca/en/article.php?article_id=491). Acesso em 14/04/2012.

LIPOVETSKY, Gilles e CHARLES, Sébastien. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

MONTANER, Josep Maria. **Museus para o século XXI**. Barcelona: Gustavo Gili, 2003.

MONTANER, Josep Maria. **As formas do século XX**. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.

MONTANER, Josep Maria. **Museos para el nuevo siglo**. Barcelona: Gustavo Gili, 1995.

O'DOHERTY, Brian. **No interior do cubo branco**: a ideologia do Espaço da Arte. São Paulo, Martins Fontes, 2002,

POLLACK, Sydney. **Sketches of Frank Gehry**. EUA; Germany: Sony Pictures, 2005, 88 min. (Documentário)

Website: <<http://www.vitra.com/>>