



Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia

ISSN: 1415-0549

revistadafamecos@pucrs.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Brasil

Pontual, Virgínia; Leite, Julieta

Da cidade real à cidade digital: a flânerie como uma experiência espacial na metrópole do século XIX e no ciberespaço do século XXI

Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, núm. 30, agosto, 2006, pp. 99-105

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Porto Alegre, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495550186010>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

re²alyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Da cidade real à cidade digital: a *flânerie* como uma experiência espacial na metrópole do século XIX e no ciberespaço do século XXI

RESUMO

A intenção deste artigo é traçar um paralelo entre a experiência do espaço urbano do século XIX representada pela *flânerie* e a nova experiência que se difunde no início do século XXI no ciberespaço, procurando reconhecer neste último uma nova condição de *flânerie* ou o aparecimento do *ciberflâneur*.

ABSTRACT

The role of this article is to trace a parallel between the experience of the urban space in 19th century - represented by *flânerie* - and the new especial experience in 21st century, witch takes place in cyberspace, which allows us a new condition of *flânerie* and *ciberflâneur*.

PALAVRAS-CHAVE (KEY WORDS)

- Espaço urbano (*urban space*)
- Ciberespaço (*cyberspace*)
- Flâneur (*flâneur*)

Virgínia Pontual & Julieta Leite

UFPE

Introdução

Flanar significa andar ociosamente, sem rumo nem sentido certo; perambular. Essa expressão surge na França, no século XIX – *flâner* – como desígnio de uma nova experiência urbana, proporcionada pelo crescimento acelerado das grandes metrópoles. No século XXI essa expressão continua sendo utilizada para indicar a ação de vaguear no espaço, tendo sido, inclusive, adaptada ao linguajar que caracteriza as experiências no ciberespaço. À ação de *flâner* surge, então, entre os anos de 1800 e 1850, a figura do *flâneur*, tomada por Walter Benjamin na obra literária de Baudelaire e Allan Poe, observando perambulando pelas ruas, galerias, cafés e em meio a multidões tipos diversos que habitam os espaços públicos da capital francesa e inglesa, respectivamente.

Apesar do caminhar ocioso parecer um ato desatento, estabeleceu-se um meio de observar as diferenças de costumes, os tipos urbanos’ e, mais tarde, as mercadorias, o que nos faz entender parte do contexto urbano no qual se desenvolveu a *flânerie*. O que se pretende observar é que o hábito de flanar não ficou restrito à experiência no espaço urbano do século retrasado. Com o desenvolvimento das tecnologias eletrônicas e de comunicação, o

flâneur adaptou-se também ao ciberespaço. Expandiu seu campo de observação para os hábitos cibernéticos dos internautas. A internet apresenta-se como um ambiente muito propício para a flânerie, por onde flâneur navega nas ondas da internet, observa os *blogs* ou as conversas nas salas de bate-papo, perde-se nas cidades digitais e no labirinto da multimídia (JUCÁ, 2004).

Benjamin e a *flânerie* no século XIX

O século XIX caracteriza o início de uma série de transformações no espaço urbano, associadas ao desenvolvimento tecnológico, nos meios de produção e de transporte - a máquina a vapor, a industrialização, a ferrovia - bem como nos modos de viver, pensar e habitar as cidades.

No que se refere aos novos hábitos e costumes urbanos, Walter Benjamin consegue descrevê-las lançando um novo olhar sobre a cidade, ao retratar a experiência da metrópole urbana francesa da primeira metade século XIX por meio do jogo, da boemia, da prostituição e da figura do *flâneur*. Figura literária que percorria livremente o espaço das cidades, o *flâneur* vive uma nova experiência urbana associada às transformações no espaço: “A *flânerie* dificilmente poderia ter-se desenvolvido em toda a plenitude sem as galerias” (BENJAMIN, 1997:34).

O caminhar vagante pela cidade como distração se torna possível através do aparecimento das passagens e corredores que vêm a oferecer espaços fechados, protegidos das intempéries, iluminados durante o dia por meio das clarabóias envidraçadas e a noite através das luminárias a gás, que permitiam caminhar, gastar o tempo e folgar por longos períodos. São ao mesmo tempo espaços variados, interconectados, através dos quais se dispõem serviços e lojas como cafés, restaurantes, livrarias, bistrôs, butiques e outros.

As galerias, uma nova descoberta do luxo industrial – diz um guia ilustrado de Paris de 1852 – são passagens cobertas de vidro cobertas de vidro e revestidas de mármore, através de blocos de casa cujos proprietários associam-se para essa especulação. De ambos os lados dessas vias se estendem os mais elegantes estabelecimentos comerciais, de sorte que cada uma dessas passagens constitui uma cidade ou mesmo um mundo, em miniatura (BENJAMIN, 1984:05).

No entanto, não são apenas as galerias os espaços por onde vagava o *flâneur* metropolitano. Com a rápida instalação de lâmpadas a gás pelas ruas da cidade, os cidadãos passam a sentir-se mais seguros e andar pela cidade por mais tempo, além do anoitecer. A galeria propiciava um caminhar específico, mas os espaços públicos em geral também eram tomados como ambientes de desfrute, de contemplação e encanto pela diversidade da vida urbana moderna. Esses espaços são tomados, sobretudo, por um tipo de cidadão intelectualizado, cosmopolita, que aprecia as artes e a literatura, mas que não tinha condições de pagar pelo espaço privado.

A rua se torna moradia para o *flâneur* que, entre as fachadas dos prédios, sente-se em casa tanto quanto o burguês entre suas quatro paredes. Para ele, os letreiros esmaltados e brilhantes das firmas são um adorno de parede tão bom ou melhor que a pintura a óleo no salão do burguês; muros são a escrivaninha onde apóia o bloco de apontamentos; bancas de jornais são suas bibliotecas, e os terraços dos cafés, as sacadas de onde, após o trabalho, observa entre o ambiente. Que a vida em toda a sua diversidade, em sua inesgotável riqueza de variações, só se desenvolva os paralelepípedos cinzentos (BENJAMIN, 1997:35).

No espaço das ruas, os possíveis desvios ou ligações que se observam no percurso do *flâneur* são interpretados de forma literária por Benjamin em *One-way street* (Rua de mão única) por meio de verbetes tais como: ‘posto de gasolina’, ‘sala de desjejum’, ‘embaixada mexicana’, ‘local de construção’, ‘não afixe cartazes’, ‘nº. 13’, ‘antiguidades’, ‘oculistas’, etc. As lojas, casas, placas e cartazes convidam o leitor a passear numa pequena *flânerie* textual como a experiência da mobilidade física que o autor verificou na capital do século XIX (FEATHERSTONE, 2000: 188).

Os atrativos do *flâneur* são então as experiências dos lugares, os símbolos da vida urbana, o consumo, a multidão. O espaço urbano protegido e iluminado é mais ainda seguro quando se está em meio a multidão, onde os ‘tipos urbanos’ são observados, em meio à repetição, ao movimento e ao anonimato. Sem ser reconhecido, o *flâneur* experimenta sensações diversas como a de mero observador que se diverte com a caracterização de tipos urbanos; como um príncipe incógnito, insondável, escondido entre a multidão; como o detetive analisando fisionomias suspeitas, “numa população amontoadada, onde cada um é, por assim dizer, desconhecido de todos os demais, e não precisa enrubescer diante dos olhos de ninguém” (BENJAMIN, 1997:50). De certo modo, a *flânerie* desenvolvia-se na multidão, ora tomando-a como mais um objeto de observação, ora em busca de um espaço livre onde não quer perder a sua privacidade.

A multidão é um véu através do qual a cidade habitual dá uma piscada para o *flâneur* como uma fantasmagoria. Nesse véu a cidade aparece como paisagem e como vitrine. Uma e outra constituição, em seguida, a loja de departamentos usará a *flânerie* para vender mercadorias. O magazine é o passo final do ‘flâneur’. (BENJAMIN, 1984: 10).

Um segundo momento da *flânerie* se

observa a partir da segunda metade do século XIX, quando surgem as lojas de departamento. Esses espaços da *flânerie* são espaços mais fechados, têm como atração a exibição de mercadorias e o flâneur é visto como um consumidor. Seria para Benjamin o fim da *flânerie*, marcada também pelas reformas urbanísticas, no caso da cidade de Paris, com o surgimento de grandes avenidas que passam a privilegiar no espaço da rua o automóvel em detrimento do pedestre, que, por sua vez, passa a transitar em calçadas cada vez mais estreitas. A experiência do caminhar desprevenido e aleatório é tomada pela preocupação com o automóvel, com a disponibilidade de travessias de pedestres e sinais de trânsito. É nesse momento que a experiência urbana deixa de depender tanto da mobilidade física do *flâneur* e começa a ser vinculada a mobilidade do olhar, de dentro dos automóveis, frente a anúncios, através da publicidade e do labirinto das mercadorias. De uma maneira geral, pode-se caracterizar a *flânerie* descrita por Benjamin no século XIX como uma experiência do espaço urbano que surge com as transformações dos hábitos, dos costumes da população e dos espaços. Estes, por sua vez, vindo a possibilitar o caminhar ocioso – através da iluminação pública, do aparecimento das galerias, das passagens e das lojas de departamento – cujo percurso se construía através dos letreiros, equipamentos urbanos, lojas, serviços, publicidade, mercadorias. Trata-se de uma experiência que se dava principalmente no espaço público da cidade e no anonimato, levada pela curiosidade, pela fantasia e pelo prazer em observar os novos tipos, objetos e espaços da cidade moderna.

A difusão do ciberespaço no século XXI

O século XX inaugura um novo momento tecnológico: do desenvolvimento de aparelhos eletrônicos, da digitalização da informação e do aprimoramento da capacidade de comunicação. As novas máquinas - os

computadores – são mais que ferramentas que auxiliam na produção material, são dispositivos de armazenagem, processamento e divulgação de informações, como também são instrumentos utilizados nos momentos ociosos ou de folga, simplesmente para diversão e lazer. O rápido desenvolvimento dos sistemas de comunicação fez com que o século XXI apresente amplamente difundida uma nova concepção de espaço onde se potencializam as capacidades de comunicação e armazenamento de informação: o ciberespaço. Com a presença cada vez maior de computadores conectados a redes digitais as comunidades passam a se formar segundo um ambiente relacional, ‘lugar’ onde as relações sociais se dão por meio de conexões eletrônicas, dentre as quais a internet é atualmente a mais importante.

Todos os elementos componentes do ciberespaço se resumem a símbolos e relações (interfaces e redes). Os elementos materiais que suportam o ciberespaço (redes de comunicação, computadores, etc) constituem os ‘portões’ de entrada (as interfaces) para pessoas nesse domínio, permitindo a interação dos elementos do ciberespaço com os sentidos dos humanos (ZANCHETI, 2000).

A metáfora da conexão entre computadores foi descrita pela primeira vez em 1984, antes mesmo da sua existência na internet, quando o termo ciberespaço nos é apresentado na obra de ficção científica de William Gibson: *Neuromancer*. Neste livro se introduz um mundo de lugares virtuais interconectado via computadores, uma analogia a idéia de um espaço que existe na mente das pessoas, baseado apenas na consciência de um corpo, sem a mediação de objetos físicos ou a delimitação tri-dimensional. Na tentativa de uma definição, Gibson ‘modela a sua concepção de ciberespaço pela de espaço da cidade, visto por meio de suas luzes, que o mostram e o es-

condem conforme se movimentam no mesmo’ (*idem*).

O cyberspaço. Uma alucinação consensual vivida diariamente por bilhões de operadores autorizados, em todas as nações, por crianças aprendendo altos conceitos matemáticos... Linhas de luz abrangendo o não-espaço da mente; nebulosas e constelações infindáveis de dados. Como marés de luzes de cidade... (GIBSON, 2003 :67).
Fig.04. Ciberespaço. Capturada no www.purselipsquarejaw.org.digital_city.jpg

Da mesma forma que Gibson interpretou o ciberespaço por analogia ao espaço urbano, a internet também pode vir a ser interpretada como uma cidade de dados, na qual as informações são armazenadas segundo um princípio de organização, um modo de classificação que de certa forma apresenta alguma semelhança com a cidade física. “Uma biblioteca ou conjunto de dados pode ser construído como uma rua ou uma cidade na qual as formas e as simulações icônicas permitem o reconhecimento visível que dá condições ao pesquisador ou navegador de ter acesso a estrutura e ao traçado do campo em questão e de compreendê-los” (FEATHERSTONE, 2000: 204). Daí o fato de muitos espaços virtuais adotarem a metáfora da cidade como forma de representação e estruturação; além disso, as estruturas espaciais de algumas cidades têm sido reproduzidas no ciberespaço tal como se percebe na realidade, por meio da apresentação de modelos tri-dimensionais e da divulgação de localização de serviços na cidade, do turismo virtual e mesmo disponibilizando um sistema de comunicação e as páginas pessoais de seus habitantes.

No que se refere às relações no ciberespaço, o hipertexto e a multimídia, associados à capacidade de digitalização da informação, apresentam-se como potencial da comunicação, a interface entre o usuário

e o ciberespaço. Na construção das ‘cidades digitais’, por exemplo, o hipertexto possibilita saltos por várias seções e a multimídia a utilização de uma maior gama de materiais como filme, fotografia, sons, música, vozes, animações, associados ao lado do texto. Além disso, um hipertexto ou um modelo digital são facilmente atualizáveis, na Internet eles terão tantas configurações (formas de leitura) quanto forem o do número de usuários, pois eles são transformados segundo a forma como o texto é lido ou como o modelo é manipulado. Cada novo *link* relacionado a esses objetos é uma possibilidade de expansão, de multiplicação dos espaços, onde os ambientes se metamorfoseiam e se bifurcam.

Desse modo, percebe-se a possibilidade da experiência apresentada por Lunenfeld como *drifting* ou *dérive*, a passagem transitória através de variados ambientes, por meio da qual se tem a sensação infinita de percorrer o ciberespaço uma vez que há sempre mais *links* para serem criados, mais *sites* surgindo a cada dia e que, uma vez catalogados, são ‘redesenhados’ na medida em que retornamos a eles (LUNENFELD, 1999). Observa-se que a própria terminologia da internet remonta a experiências que sugerem uma *flânerie* textual - *browsing* (‘folhear’) para indicar a busca casual – como também espacial. O termo ‘endereço’ se refere a um lugar ou *site* no ciberespaço, alguns deles acessíveis por meio dos ‘portais’ de conexão a determinados serviços e informações. O termo ‘surfear’ por sua vez acrescenta um senso de velocidade e movimento. Ao ‘surfear’ através de imagens do mundo computadorizado estamos visitando documentos bi-dimensionais, as páginas na internet, com a sensação de se estar percorrendo sinuosas linhas tri-dimensionais em um ambiente virtual, as cidades digitais.

Fica clara então a possibilidade da apreensão tri-dimensional do ciberespaço através das tecnologias de imersão, simulações, realidade virtual, modelagem. Desse modo tem-se a experiência de passear por um ambiente, como uma cidade, buscando

sensações estéticas dos lugares e multidões, como a experiência do detetive que procura pistas na cidade, num vasto labirinto de vestígios de informação. Mais do que isso, permite voar por sobre as cidades de dados e saltar imediatamente para outras zonas do ciberespaço (FEATHERSTONE, 2000: 205).

No que se refere ao ciberespaço e a experiência que ele propicia, mais especificamente no âmbito das redes computadorizadas, a condição para a experiência ‘espacial’ está na acessibilidade à máquina, na capacidade de operacionalização do usuário, na disponibilidade de programas de navegação - softwares - e de uma conexão suficientemente rápida que permita a *flânerie* virtual. Uma vez estabelecida a conexão tudo vem a depender da interface, da capacidade de comunicar um ‘interior’ em contato com o ‘exterior’.

No ciberespaço a maior parte dos ambientes ou espaços de visita – textos, fóruns de discussão, museus virtuais, cidades digitais, *sites* de compras – têm acesso livre, mesmo quando se trata de páginas pessoais, com relatos (*blogs*) e fotos (*flogs*) de pessoas ‘anônimas’ ou ‘comuns’ que são disponibilizadas na internet para visita pública.

A velocidade de acesso às informações é praticamente instantânea, a comunicação ocorre na velocidade da luz, a qualquer hora e de qualquer lugar é possível acessar o ciberespaço.

Da *flânerie* à *ciberflânerie*

Feita uma breve caracterização das duas experiências espaciais, a urbana no século XIX descrita por Benjamin e aquela experiência eletrônica, do ciberespaço descrito por Gibson e amplamente difundida no século XXI, cabe agora analisar as semelhanças e diferenças entre elas como meio de observar de que maneira a virtualização das estruturas espaciais e o estabelecimento de relações por meio da via internet esta-

belecem uma nova forma de *flânerie*.

Como observado, muitas estruturas do ciberespaço se constroem de maneira análoga aquelas do espaço urbano. Um *site* é um lugar ou endereço eletrônico onde se disponibilizam algumas informações que podem servir de *links* - ligação, passagem - para um outro *site*. Alguns deles apresentam uma articulação tal que se assemelham a uma ágora virtual, um conjunto de blocos acessados através de 'portais' e que para o *ciberflâneur* seriam como as lojas, casas ou passagens às quais dão acesso as galerias do *flâneur* urbano. Nesse aspecto a principal diferença entre o um e outro tipo de *flânerie* está na velocidade e a mobilidade. "Enquanto o *flâneur* urbano perambula pela cidade, seguindo uma linha de 'leitura' da cidade baseada em impressões ou sensações advindas com o caminhar, o *flâneur* eletrônico possui grande mobilidade, sem o limite da capacidade de locomoção do corpo (...) são possíveis conexões instantâneas que tornam irrelevantes as diferenças físicas espaciais" (*Idem*: 204). Neste caso, o limite reside apenas na capacidade dos aparatos eletrônicos, da máquina, dos softwares, e da conectividade. A experiência da *ciberflânerie* é em grande parte uma experiência intelectual, como propunha Gibson, guiada pelo tipo de informação que se procura.

Pop up's ou menus eletrônicos instantâneos que sugerem uma passagem para o *flâneur* eletrônico aos serviços ou informações encontrados nas páginas de internet - como na página do Yahoo, Hotmail ou UOL - são como os letreiros esmaltados e brilhantes das firmas do *flâneur* urbano. As páginas principais desses mesmos serviços disponibilizam as notícias mais recentes - a banca de jornal virtual; dispõem *chats*, salas de bate-papo ou fóruns de discussão - os cafés - com uma riqueza de informação e atualização ainda maior e mais rápida. Enquanto o *flâneur* urbano dependia dos horários de funcionamento e da luz a gás no espaço limitado da cidade, o *ciberflâneur* experimenta a sensação do tempo infinito e do espaço sem limites. "A diferença está na

escala e no âmbito que o *flâneur* habita. De um lado tem-se a finitude da cidade, com suas ruas e prédios. De outro, a cidade dos *bits* é infinitamente reconstruível, a estrutura virtual permite também outras formas de ligação e acesso. Permite o salte entre *websites* e endereços, que se constroem e se reconstróem velozmente" (*Idem*: 203).

No que se refere a experiência da multidão, pode-se verificar no ciberespaço uma *flânerie* a partir da curiosidade em observar os *profiles* ou perfis de usuários conectados ao ciberespaço como alternativa aos 'tipos urbanos' e mesmo com a intenção em se investigar esses usuários, uma vez que o anonimato permanece como uma alternativa na *ciberflânerie*. A grande diferença está no fato de o ambiente virtual exibir aspectos e informações que de caráter privado com uma grande facilidade. Por meio de *blogs* - uma espécie de diário virtual - e *flogs* - álbum de fotos virtual - formam-se comunidades unindo-se páginas pessoais através de *links* entre as que têm interesses afins ou apresentam algum tipo de relação social. A facilidade de acesso às informações pessoais disponibilizadas por meio de relatos, de fotos e do perfil dos usuários nas comunidades - como é a proposta do Orkut - torna-se um deleite para o *ciberflâneur* que, anonimamente, percorre páginas pessoais como um voyeurismo, investigação e por vezes como mais um meio de comunicação, ao se identificar, trocar informações e deixar recados.

Pode-se de fato verificar uma experiência semelhante à *flânerie* na sua primeira acepção e imaginar hoje a figura do *ciberflâneur*, segundo uma nova condição espaço-temporal. Praticamente sem restrições quanto ao tempo e ao espaço possível de percorrer, numa velocidade quase que instantânea e diante de estruturas em constante atualização e metamorfose, a experiência no ciberespaço gera uma sobrecarga potencial de informações. Enquanto o *flâneur* urbano tinha como objetos de leitura da cidade a brochura, o letreiro, cartazes e jornais, o ciberespaço nos oferece o hipertexto e a

multimídia. Diante da hipermobilidade e da quantidade de informações que se pode captar nos dias de hoje ainda assim pode-se imaginar como precedente aquele *flâneur*, que embora apresentasse um olhar cultivado, era levado por vezes pela desatenção e sensações diante do olhar que se pareciam se dissipar enquanto caminhava pela rua.

As possibilidades de flunar no ciberespaço são múltiplas vão além o princípio da *flânerie* descrito por Proust, onde “(...) de repente, um telhado, o reflexo de sol sobre uma pedra, o cheiro de um caminho, me faziam parar por um prazer especial além daquilo que eu via, alguma coisa que me convidavam a vir apanhar” (BENJAMIN, 1997: 191). No ciberespaço, hipertexto e multimídia permitem, além do ‘navegar’ aleatório, o acesso instantâneo guiado pelos objetivos ou caprichos particulares do usuário. Por meio de recursos de interatividade cada vez mais sofisticados é possível uma maior apreensão de sentidos no meio virtual – até a transmissão do cheiro, por exemplo – e que passam a estimular a participação dos usuários numa via de mão dupla à medida que interage no ciberespaço e não apenas usufrui das suas estruturas. Têm-se promovido na visitação de cidades digitais experiências e sensações semelhantes ao caminhar por suas ruas com a possibilidade de sobrevoá-las e não esbarrar em muros, veículos ou malfeitores. Mais que isso, nesse ‘percurso’ é possível ter a experiência espacial de ambientes diversos, museus, galerias, templos e monumentos de diferentes partes do mundo e de períodos históricos, inclusive alguns que nem existem mais. Uma experiência que visa não apenas passar o tempo e se divertir, mas também apreender um pouco das diversas culturas, grupos e civilizações por meio dos espaços que construíram e habitaram.

Considerações Finais

Ao fazer algumas considerações sobre a

virtualização de determinado aspecto da experiência espacial urbana por no ciberespaço, denominada aqui como *ciberflânerie*, procurou-se também, embora de uma maneira menos objetiva - observar a apreensão da cidade digital com dado - como fez Benjamin - e entender alguns de seus aspectos como um modo significativo da experiência contemporânea. O advento da internet veio a permear diversas experiências e relações humanas que suscitam novos princípios metodológicos de representação e leitura dessas em relação ao espaço em que se manifestam. Num novo contexto espacial que é o ciberespaço, é preciso buscar métodos que não se baseiem apenas na metáfora dos dados, mas que permitam capturar qualidades substantivas e experiências da emergente cidade dos bits ou cidade digital.

Referências

- BENJAMIN, Walter (1997). *Obras Escolhidas III - Charles Baudelaire: um lírico na época do capitalismo*. São Paulo, Brasiliense.
- ____ (1984). *Paris, Capital do século XIX*. Espaço & Debates, São Paulo, n.11, pp. 05-13.
- FEATHERSTONE, Mike (2000). O flâneur, a cidade e a vida pública virtual. In: ARANTES, Antônio A. (org.) *O espaço da diferença*. Campinas, Papirus.
- GIBSON, William (2003). *Neuromancer*. São Paulo, Aleph.
- JUCÁ, Diego. *Virtual x Real: o ciberespaço e as transformações da vida cotidiana*. Site disponível na internet em <http://walmarjuca.sites.uol.com.br/>. Acessado em 21.06.2004.
- LUNENFELD, Peter (1999). Unfinished Business. in LUNENFELD (ed.). *The digital dialectic: new essays on new media*. Massachusetts, MIT Press.
- ZANCHETI, Silvio (2003). *Cidade e ciberespaço público: será possível?* Trabalho apresentado no Cybercity 2003 - Seminário internacional cidade digital e sociedade em rede em São Paulo, outubro de 2003, disponível em CD room.