



inglês na rua, na avenida, na cidade

Uma análise discursiva sobre a língua inglesa no espaço urbano brasileiro

English on the street, on the avenue, in the city. A discursive analysis on the English language in the urban Brazilian space

Ilka de Oliveira Mota*

Resumo:

Este artigo tem por objetivo fundamental analisar o processo de significação que tece um *outdoor* de uma escola de idiomas que circulou nas ruas e avenidas brasileiras. Trata-se de um texto que pertence ao discurso publicitário assinado por uma escola de inglês renomada. Para a análise em questão, apoiar-nos-emos no aparato teórico-metodológico da Análise de Discurso, mobilizando noções teóricas que permitam a compreensão do funcionamento discursivo e as representações imaginárias sobre inglês que emergem dele.

Palavras-chave: Inglês, memória discursiva, *outdoor*.

Abstract:

This paper aims at analyzing the meaning process that permeates an *outdoor* located in the streets and avenues of São Paulo city. It is a text that belongs to the publishing discourse produced by a famous English school. Thus, we will be anchored in the Discursive Analysis, working with some theoretical notions, which allow us to understand the discursive function and the imaginary representations on the English language that emerge from it.

Keywords: English, discursive memory, *outdoor*.

* Ilka de Oliveira Mota possui Graduação em Letras (1998), Mestrado em Linguística pela UNICAMP/DL (2004) e Doutorado em Linguística Aplicada (2010) também pela UNICAMP/DLA. Atualmente é pesquisadora e professora concursada adjunto II na Universidade Federal de Rondônia (UNIR). Tem experiência na Área de Letras, Linguística, Linguística Aplicada com ênfase em ensino de língua estrangeira (inglês) e EaD. Trabalha com a perspectiva discursiva da linguagem, Análise de Discurso, na interface com os estudos foucaultianos e psicanalíticos. E-mail: ilkamotaeducacao@gmail.com.

1- Introdução

Olhar a cidade permite-nos reconhecer que o Inglês participa decisivamente da constituição do cotidiano urbano brasileiro. Ele está presente em conversas formais e informais, artigos e revistas, reportagens, jornais e, sobretudo, no espaço que lhe é reservado na arquitetura da cidade: muros, ruas e avenidas. Esses lugares pelos quais a língua inglesa circula indicam que, indiferentemente da vontade e/ou desejo dos cidadãos – sejam eles transeuntes, mendigos, pedestres, andarilhos, sejam ciclistas, passageiros, ou qualquer um que passa nas avenidas e ruas da cidade –, o inglês e toda a discursividade em torno dele interpelam (atropelam) o indivíduo em sujeito, ainda que fale ou não essa língua.

Neste artigo, vamos focar na análise discursiva de um *outdoor* promovido por uma escola de inglês renomada a fim de colocar em evidência o seu processo de significação, os sentidos ditos e não ditos, entreditos, que o costumam. A ideia é compreender o(s) modo(s) de representação imaginária construída para o sujeito por meio da língua inglesa e o seu discurso que circulam no espaço material da cidade.

2- O *outdoor* no espaço da cidade

Antes de tratar da especificidade do texto de *outdoor*, vamos situar o leitor a respeito do modo como pensamos a cidade.

Vista da perspectiva discursiva da linguagem, a cidade é pensada em sua espessura material, o que significa concebê-la enquanto espaço de significação, espaço simbólico de produção e confronto de sentidos (ROURE, 2001). Vale dizer que a palavra *espaço* é compreendida discursivamente, isto é, como um lugar atravessado pela memória, atravessado por gestos de interpretação, no qual o sujeito se inscreve historicamente, produzindo sentidos. Como afirma Pfeiffer (2001),

No caso da cidade, tomamos *lugar* como local referencial na cidade, que não chamamos de lugar físico pelo fato de trabalharmos sempre com a forma material, isto é, não há separação entre forma e conteúdo. Assim a rua, a calçada, as praças, as escadarias e as casas não são apenas formas urbanas, mas desde sempre “formas materiais” onde cidade e história são indissociáveis (PFEIFFER, 2001, p. 32).

É sabido que, no espaço urbano, circulam-se diferentes tipos de texto, diversas formas de materialização do significante. Diversas discursividades irrompem neste espaço de significação chamado cidade. O verbal e o não verbal se mesclam, confundem-se, confundindo e enredando os olhares que passam. Pichações, placas de

rua, faixas comerciais, *outdoors*, formulações várias que emergem de diferentes ordens do discurso. Todos esses textos constituem, assim, o corpo da cidade. Um corpo que significa em suas particularidades e especificidades. Segundo Orlandi (2001a), trata-se de uma cidade que tem seu corpo significativo e suas formas. Desta maneira,

(...)o rap, a poesia urbana, a música, os grafitos, pichações, inscrições, *outdoors*, painéis, rodas de conversa. Vendedores de coisa-alguma, são formas do discurso urbano. É a cidade produzindo sentidos. (ORLANDI, 2001a, p.11)

São textos advindos de diferentes discursividades que produzem efeitos por onde o olhar se fixa, se acomoda, para, contempla ou, simplesmente, passa olhando de relance. Seja de que modo for, o olhar é pego, inclinando-se (BARTHES *apud* ORLANDI, 2001b), pegando carona com as discursividades que constituem o espaço contraditório da cidade, suas ruas e avenidas. Para apreender teoricamente algumas dessas discursividades que trabalham esses vários modos de a linguagem se mostrar no espaço urbano, analisamos um *outdoor* de uma escola de idiomas que traz o seguinte enunciado:

**“Um mês de inglês: José
Um semestre de inglês: José Carlos
Um ano de inglês: Dr. José Carlos”.**

Vale dizer que este enunciado está justaposto a um outro, localizado no canto superior direito do *outdoor* com uma estrela sobreposta, qual seja: “O mundo recebe você melhor”. Observemos:



A análise permitiu compreender aspectos da discursividade do inglês no espaço urbano, de sua constituição histórica e as representações imaginárias que permeiam o *outdoor*, mais precisamente o saber construído sobre/para o Inglês.

A nosso ver, textos publicitários como o *outdoor*, materialidade essa própria do espaço urbano por excelência, têm constituído fonte profícua para a análise e compreensão de gestos de interpretação construídos para a língua inglesa, para os

sujeitos que dela se apropriam ou não. Abaixo, seguem as considerações principais; os textos teórico-metodológicos de base são da Análise de Discurso, Orlandi (1998, 2004, 2005) principalmente.

A Análise de Discurso (AD doravante), perspectiva a partir da qual enunciamos, é uma disciplina do conhecimento que traz para consideração uma concepção de língua(gem) que é ao mesmo tempo histórica, social e ideológica.

Esse modo de conceber a linguagem permite pensar o sujeito como lugar de contradição e a língua, por sua vez, como lugar de resistência. Isso significa que o sujeito é histórico e tem a sua identidade em movimento, (re)construção.

Vale dizer ainda que a língua se constitui como espaço de construção da subjetividade, lugar de contradições e conflitos e de projeções imaginárias.

O imaginário atravessa e constitui as relações languageiras das quais o sujeito faz parte. Neste sentido, não são os sujeitos nem os seus lugares empíricos que funcionam e que poderiam ser analisados sociologicamente, mas suas imagens que resultam de projeções. São tais projeções que permitem transcender as situações empíricas para as posições dos sujeitos no discurso.

A memória discursiva, outro conceito fundamental, é tratada como interdiscurso e deve ser relacionada ao discurso. Entende-se por interdiscurso aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente. É o saber discursivo que torna possível dizer (todo dizer) e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito, sustentando cada lance de palavra. Veremos, por meio de nosso recorte, como o já-dito irrompe no fio do discurso.

Em AD, todo dizer se encontra na confluência de dois eixos: formulação (intradiscurso) e constituição (interdiscurso). O interdiscurso é o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos. Já intradiscurso compreende o eixo da formulação, ou seja, aquilo que se diz em um momento dado, em condições dadas. Como afirma Orlandi (1999, p. 33), “todo dizer, na realidade, se encontra na confluência dos dois eixos: o da memória (constituição) e o da atualidade (formulação). E é desse jogo que tiram seus sentidos”.

O trabalho com ambos os eixos requer a mobilização de um conceito extremamente produtivo chamado paráfrase. Este conceito, compreendido como o retorno aos mesmos espaços do dizer, permite a produção de diferentes formulações do mesmo dizer sedimentado (ORLANDI, 1999), auxiliando na compreensão do funcionamento discursivo da linguagem.

3- A especificidade do texto *outdoor*

Como qualquer texto, o *outdoor* apresenta uma materialidade e circulação específicas. Ele é uma espécie de painel constituído, em sua maioria, pelos planos verbal e não verbal conjuntamente, sem que haja sobredeterminação de um deles. Ou seja, no processo de produção da linguagem, tudo faz sentido: cores, tamanho e tipo de letra, formato, figuras, fundamentalmente o lugar de circulação, etc.

A circulação do *outdoor* se dá em ruas e avenidas do espaço urbano, por meio de uma escrita provisoriamente permanente, fixa, de modo que o leitor pode fazer pausas e retomadas. Provisória porque o *outdoor* tem um tempo determinado de permanência.

Acrescente-se, o *outdoor* é um tipo de texto pertencente ao discurso publicitário que apresenta, por isso mesmo, um funcionamento discursivo bastante peculiar. Ele tem por objetivo persuadir o leitor a fim de vender um produto ou ideia. Nesse sentido, ele atua à semelhança de um discurso pedagógico em uma forma autoritária. O interlocutor-consumidor é colocado na posição discursiva daquele que precisa adquirir o produto pelos motivos produzidos pelos textos publicitários. A esse respeito, vale dizer que uma das propriedades de discurso é produzir necessidades no sujeito para que responda favoravelmente às demandas do mercado.

Além disso, o discurso publicitário faz valer o efeito de uma linguagem isenta de subjetividades. No entanto, do ponto de vista discursivo, é certo afirmar que, ao descrever o objeto a ser vendido, esse discurso já está exercendo uma determinação nos sentidos, fazendo irromper gestos de interpretação próprios do lugar discursivo de onde o sujeito enuncia.

4- Inglês: língua globalizada, sujeito reconhecido?

O imaginário, compreendido como espaço de organização dos sentidos, tem a sua eficácia. Ele atravessa as relações languageiras que envolvem os sujeitos na sociedade. Desse modo, faz parte do trabalho do analista de discurso atravessá-lo a fim de compreender como os sentidos são produzidos, tirando-os de qualquer tipo de evidência.

Faz parte do imaginário historicamente construído sobre o inglês os sentidos de *desenvolvimento*. Nessa via, falar Inglês é falar a língua do poder, do desenvolvimento, da globalização. Pode-se dizer que o Inglês, constituído dentro desse paradigma da globalização e do desenvolvimento, está funcionando, parafrasticamente, como *língua de civilização*. Noutras palavras, essa discursividade aí produzida constrói um lugar de

enunciação para o Inglês em que *língua inglesa* significa, por efeito metafórico, *civilização/civilidade*. Assim sendo, nessa relação paradigmática, instala-se um movimento de sentido significativo: *língua inglesa* migra para *mundo civilizado*. Vale dizer, um mundo onde é possível ter um futuro certo: estudo, profissão reconhecida, cultura e sucesso.

O que ficam aí silenciados são os sentidos cristalizados sobre o Brasil (a língua portuguesa falada no Brasil), sentidos esses historicamente construídos para o Brasil ao longo do processo histórico de sua constituição (colonização) que retornam, já modificados, no modo de os autores brasileiros significarem a língua inglesa. Isto é, o que vemos funcionando no fio do discurso são projeções imaginárias, um ideário brasileiro historicamente construído sobre o que seja a língua inglesa que, por sua vez, reverbera sentidos sobre a nossa história de país colonizado.

Desse imaginário vislumbra-se um sujeito imaginariamente incluído no mundo globalizado e, principalmente, reconhecido socialmente. O texto a seguir, que extraímos de um *outdoor*, é exemplificador desse ideal de sujeito que a língua inglesa traz em sua constituição. Observemos:

Recorte 1:

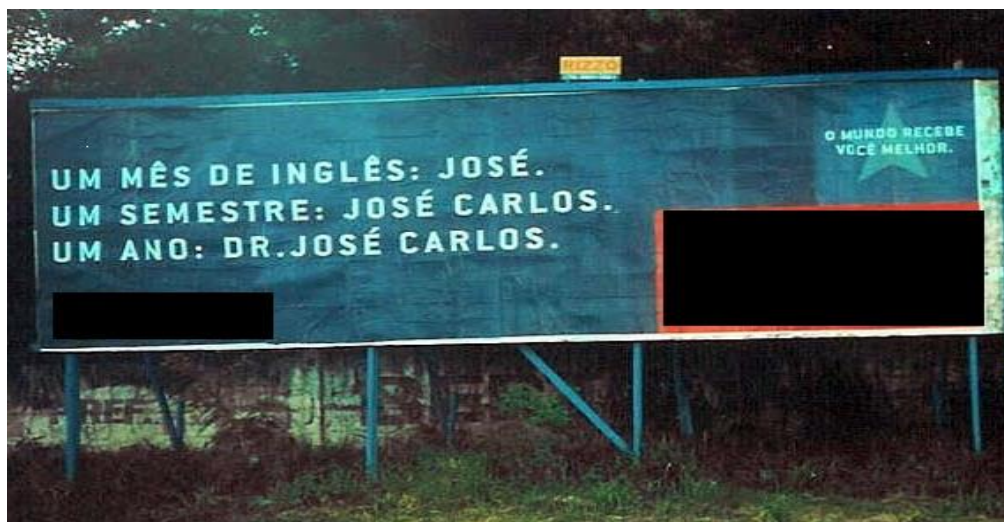


Foto tirada em 2005

Trata-se de um texto publicado em um *outdoor* assinado por uma escola de idiomas renomada e exposto cerca de um ano e meio na Avenida da Amizade, na cidade de Sumaré (SP).

Em nosso caso, o leitor é capturado por um texto público que se dirige a todos e a ninguém: de um lado, a todos porque ele é endereçado a todos aqueles que inclinam

seus olhares para o emaranhado textual que se apresenta, de outro, àqueles que não fazem parte da discursividade da língua inglesa.

A partir da observação do texto, podemos depreender o seguinte gesto de interpretação. Com um mês de Inglês, o indivíduo passa a ser reconhecido como um mero ser no mundo – José – tão igual aos outros. Um semestre de Inglês tira-o de um relativo lugar comum, garantindo-lhe, em razão do acréscimo *Carlos*, traços de maior visibilidade, uma vez que o nome *José Carlos* estabelece uma distinção com outros indivíduos chamados *José*. Não se trata mais de um José simplesmente, mas de *José Carlos*, nome menos frequente, menos comum que *José*. A visibilidade e reconhecimento do sujeito, de seu espaço na sociedade, vão aumentando conforme o tempo de estudo e contato com a língua inglesa.

Por outro lado, um ano de estudo de Inglês torna *José/José Carlos* um cidadão reconhecido e respeitado. Ele não é mais simplesmente um *José* qualquer. Observe-se que o título de doutor, antecedendo o nome, favorece um deslocamento do lugar do anonimato, do lugar comum para um lugar de reconhecimento, de prestígio social, lugar este garantido pelo aprendizado da língua inglesa. Produz-se o efeito de que está nas mãos da língua inglesa o favorecimento de uma mudança de vida, sua ascensão social, resultando em sucesso e prestígio. Vale dizer, sucesso e prestígio que a sua língua, no caso o Português, não é capaz de garantir. Sentidos silenciados atravessando o fio do discurso...

Perguntamos: o que será, pois, do indivíduo desprovido do conhecimento do Inglês? Ou parafraseando o texto do *outdoor*: o que será do indivíduo sem nenhum mês/semestre/ano de Inglês? A partir da lógica do texto, note-se que, à medida que o Inglês é aprendido, há um ganho no nome: José > José Carlos > Dr. José Carlos. Desse movimento de sentidos, resulta a seguinte relação parafrástica: 0 mês de Inglês: ninguém, ou melhor, um *Zé Ninguém*, um ser em estado de embrião, um ser que não é *ainda* mas está preste a se tornar um cidadão caso aceite o “convite” do texto publicitário. Vale dizer que *esse ser* são todos aqueles que não falam o idioma. Noutros termos, pela direção argumentativa que o texto toma, talvez não seja o caso de haver aí uma pessoa, um sujeito, uma vez que, dentro da lógica excludente que o texto instaura, para ser sujeito é necessária a sua efetiva entrada e/ou domínio no/do Inglês. Só é sujeito reconhecido enquanto falante que fala/estuda o Inglês. Invertendo a questão, não se é sujeito se não fala ou estuda ou domina o Inglês. Portanto, falar e não falar esta língua é elemento de (des)identificação dos sujeitos.

Para corroborar esse sentido, lê-se, na parte superior, à direita do *outdoor*, o seguinte enunciado sobreposto ao desenho de uma estrela: “O mundo recebe você melhor”.

Vale perguntar: que mundo é esse que identifica o sujeito pela língua que fala? Quem pertence a ele? Quem fica de fora dele, ou melhor, quem é melhor/pior recebido? Assim, desse enunciado pode-se depreender o seguinte gesto de interpretação, qual seja, só se é bem recebido o sujeito que tem o conhecimento do Inglês ou, invertendo a lógica do enunciado, a falta de conhecimento desta língua não permite que o sujeito seja bem recebido em seu próprio país.

Trata-se de um mundo em que não há espaço para quem não fala Inglês. Um mundo para o qual só se é reconhecido pela língua inglesa. Reiteramos, pelo Inglês, não pela língua oficial, no caso a língua portuguesa. Somente a partir da língua do outro (o Inglês), é possível ser reconhecido dentro de seu próprio país, em sua rua, na avenida por qual passa.

Não há igual direito e/ou tratamento ao sujeito que fala e ao sujeito que não fala. Isto é, falar o Inglês ou não falá-lo é estar afetado pelas divisões que caracterizam o espaço de enunciação da língua inglesa. Divisão esta que distribui desigualmente os falantes segundo os níveis de conhecimento desta língua.

Noutros termos, para ser reconhecido é preciso, pois, que o sujeito enuncie do lugar da língua inglesa, língua esta legítima e autorizada. Assim, embora todos “sejam iguais” perante o discurso da igualdade, o sujeito que não fala o Inglês não tem o mesmo direito de ocupar o mesmo espaço que aquele que fala. Trata-se de espaços diferentes que esta ou aquela língua podem permitir, espaços de reconhecimento e não reconhecimento. Portanto, como bem formula Pfeiffer (2001, p. 32), “não basta estar na rua para se ocupar um espaço, bem como não basta estar na língua para se estar autorizado a falar e ser significado como autor daquilo que fala”. Em nosso caso, falar a língua portuguesa não basta para tornar o sujeito reconhecido. A posição autorizada para se produzir a visibilidade de sua ocupação é estar na língua autorizada, qual seja, a língua inglesa.

Dentro desse gesto de interpretação que significa a língua inglesa como lugar do reconhecimento, da legitimidade, pode-se afirmar que o sujeito que não se encontra inscrito na discursividade do Inglês é significado no lugar da ilegitimidade, do erro, do atraso, enfim, daquilo que pode estar subsumido no sentido de ignorância. Portanto,

falta de conhecimento ou *não falar o Inglês* ressoa em atraso, desprestígio, deslegitimação.

Há que se levar em consideração o fato de que se, de um lado, esta língua legitimada permite a circulação e reconhecimento do sujeito, de outro, ela deixa de fora aqueles que dela não fazem parte ou, pelo menos, não oferece o mesmo tratamento aos sujeitos que não falam a língua, afinal trata-se de uma língua que faz com que seu usuário seja melhor recebido (“recebe você melhor”) em seu país de língua portuguesa majoritariamente. Isso se dá porque toda legitimação implica em apagamentos (PFEIFFER, 2001). A adjetivação “melhor” é um sintoma desse funcionamento que aí se instaura.

Esta relação entre falantes (que sabem ou não o Inglês) e a língua inglesa propriamente comparece como um espaço regulado e de disputas por um lugar “melhor”, do ponto de vista social, em seu próprio país. Neste sentido, concordamos com Guimarães (no prelo) quando afirma que a língua é *dividida* no sentido de que ela é necessariamente atravessada pelo *político*. Em síntese, falar e não falar a língua do poder constitui-se elemento de identificação dos sujeitos dentro do espaço urbano. O acréscimo de nomes e titulação é um sintoma disso: José > José Carlos > Dr. José Carlos.

O sujeito urbanizado, sujeito de direitos e deveres, responsável pelo seu sucesso, é marcado, pois, por esta confluência entre sentidos de legitimidade e sucesso, de um lado, e ilegitimidade e insucesso/fracasso, de outro, que operam um lugar de reconhecimento, prestígio e legitimidade para a língua inglesa no contexto urbano. Para reverter essa realidade, isto é, para que saia da ilegitimidade/insucesso/anonimato é preciso que o sujeito ‘compre’ o produto que lhe é oferecido (para não dizer *imposto*): aprender a língua inglesa na escola de idiomas X. No texto publicitário a escola é colocada, imaginariamente, no lugar da responsabilidade de tornar o indivíduo em um sujeito reconhecido e aceito pelo mundo e, principalmente, bem recebido.

Observemos que o acréscimo nos nomes - José > José Carlos > Dr. José Carlos - torna os sujeitos visíveis, tanto em relação a sua inclusão quanto a sua exclusão. Como ensina-nos Roure (2001), é por meio da visibilidade que “a cidade e, portanto, os sujeitos que a habitam, são significados”. A autora acrescenta que não se trata de uma visibilidade natural, mas, isto sim, “produzida por um imaginário urbano que organiza, classifica e a partir daí designa aquilo que deve ser reconhecido enquanto próprio ao urbano” (ROURE, 2001, p. 61).

Assim, com base em tudo que expusemos até aqui, pensamos ser fundamental dizer neste momento da reflexão: esse discurso que atravessa verticalmente o enunciado do *outdoor* produz efeitos que apagam a heterogeneidade constitutiva do espaço urbano e impedem o reconhecimento do sujeito inscrito em outras formas de simbolização. Trata-se, portanto, de um discurso que a um só tempo unifica, separa e gregariza.

5- Considerações finais

Neste enunciado que acabamos de ver, isto é, neste recorte na ideologia, não há lugar para aquele que não fala Inglês. *Desocupante*, ou seja, aquele que não tem direito a um lugar, lugar de reconhecimento na sociedade, na cidade, na avenida, na rua... Trata-se de um indivíduo para o qual não há lugar de reconhecimento, restando-lhe um não-lugar. Lugar nem nome, ao menos que adquira o conhecimento do inglês. Um sem-língua, um sem-nome, um sem-lugar, um inocupante. Existência inexistente. Não lhe cabe, pois, o direito a uma identidade que reconheça/legitime o lugar do sujeito na cidade.

Observando o funcionamento discursivo do *outdoor*, o Inglês separa discursivamente um sujeito do outro, garantindo maior visibilidade para uns, enquanto exclui (muitos) outros. “Gregarização” do sujeito que não fala esta língua.

O que significa saber Inglês hoje, no espaço da cidade? O que significa não saber? Que separação é essa entre saber e não saber essa língua? Que consequências sociais há entre saber e não sabê-la? Que lugar, na cidade, o sujeito que fala e que não fala o Inglês pode/deve ocupar?

Observamos, por meio de nosso recorte, que, ao mesmo tempo em que a língua é lugar de resistência, é também lugar de estabelecimento de desigualdade, de divisão, de inclusão-exclusão de sujeitos. O texto do *outdoor* presente na cidade, no espaço urbano (ruas e avenidas), estabelece quem é quem na cidade, na rua, na avenida. Ao organizar os sujeitos no espaço da cidade, “Este é José; aquele é José Carlos, aqueloutro, Dr. José Carlos”, silencia-se (apaga-se) a existência daqueles que não tem nenhum tempo de inglês. Para estes, não há nome, porque, como vimos, de acordo com o enunciado, instaura-se uma lógica da exclusão, exclusão esta que resulta no apagamento de certos sujeitos, de sua identidade. Portanto, se não existem, não precisam de um lugar ou identidade, afinal, de acordo com a discursividade aí instaurada, não há lugar nem identidade para aqueles que não falam o inglês.

Referências bibliográficas

GUIMARÃES, E. *Sentido e Acontecimento – um Estudo do Nome Próprio de Pessoa*. Revista Gragoatá. UFF (no prelo).

PFEIFFER, C. C. 2001. “Cidade e sujeito escolarizado”. In: Eni Pulcinelli Orlandi (org.) *Cidade Atravessada. Os sentidos públicos no espaço urbano*. Campinas, SP: Pontes.

ORLANDI, E. P.(org.). 2001a. *Cidade Atravessada. Os sentidos públicos no espaço urbano*. Campinas, SP: Pontes.

_____. 2001b. *Discurso e Texto. Formulação e Circulação dos Sentidos*. Campinas, SP, Pontes.

_____. 1999. *Análise de Discurso – Princípios & Procedimentos*. Campinas, SP, Pontes.

ROURE, G. Q. ““Todo mundo sabe disso... *Mió* eu sumi daqui””. In: Eni Pulcinelli Orlandi (org.) *Cidade Atravessada. Os sentidos públicos no espaço urbano*. Campinas, SP: Pontes, 2001.

Data de Recebimento: 03/05/2013

Data de Aprovação: 26/07/2013

Para citar essa obra:

MOTA, Ilka de Oliveira. O inglês na rua, na avenida, na cidade. Uma análise discursiva sobre a língua inglesa no espaço urbano brasileiro. RUA [online]. 2013, no. 19. Volume 2 - ISSN 1413-2109. Consultada no Portal Labeurb – Revista do Laboratório de Estudos Urbanos do Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade

<http://www.labeurb.unicamp.br/rua/>

Capa: Fotomontagem de Pepe Casals sobre fotos de: Claudio Rossi/Eugenio Savio/Renan Cepeda/Antonio Milena. Disponível em: http://veja.abril.com.br/281098/p_072.html

Laboratório de Estudos Urbanos – LABEURB
Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade – NUDECRI
Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP
<http://www.labeurb.unicamp.br/>
Endereço:
LABEURB - LABORATÓRIO DE ESTUDOS URBANOS
UNICAMP/COCEN / NUDECRI
CAIXA POSTAL 6166
Campinas/SP – Brasil
CEP 13083-892
Fone/ Fax: (19) 3521-7900
Contato: <http://www.labeurb.unicamp.br/contato>