



GUIA GERAL DA CIDADE DE GOIÂNIA: UM CONVITE PARA CONHECER A NOVA CAPITAL DO ESTADO DE GOIÁS

Janayne Carvalho do Amaral¹

O *Guia Geral da Cidade de Goiânia*, n. 1, de 168 páginas, organizado por Hilarino Veloso e Nasser Gabriel, foi publicado em 1949 como um manual de orientação para os turistas em Goiânia. Por meio deste guia, os visitantes poderiam obter abundantes e variadas informações sobre o município, sobre o seu comércio e sobre as suas atividades de lazer.

Abre o guia um texto em que se aborda a relação entre Goiânia e o turismo; nele, os organizadores ressaltam e detalham a importância de Goiânia para o Estado de Goiás, e frisam que a cidade tem conquistado viajantes de diversas regiões do Brasil e, inclusive, de diferentes lugares do mundo, impressionando a todos independentemente do motivo da visita. Eles enfatizam que o número de visitantes que recebia Goiânia mereceria maior destaque e assinalam que a nova capital de Goiás será “um marco decisivo de uma era de grandes realizações, de irradiação de progresso do centro para a periferia, e atestado irrefutável de nossa capacidade realizadora”.

De acordo com os organizadores, a ideia do guia surgiu do interesse gerado, em todo o Brasil, por Goiânia. Tal interesse fez com que eles acreditassem que o *Guia Geral da Cidade de Goiânia* seria o ponto de partida de uma série com números complementares.

¹ Graduanda do curso de Direção e Produção de Arte/ UFG. Membro da equipe da PROEC/ UFG. E-mail: <menequete@gmail.com>.

memória . GUIA GERAL DA CIDADE DE GOIÂNIA

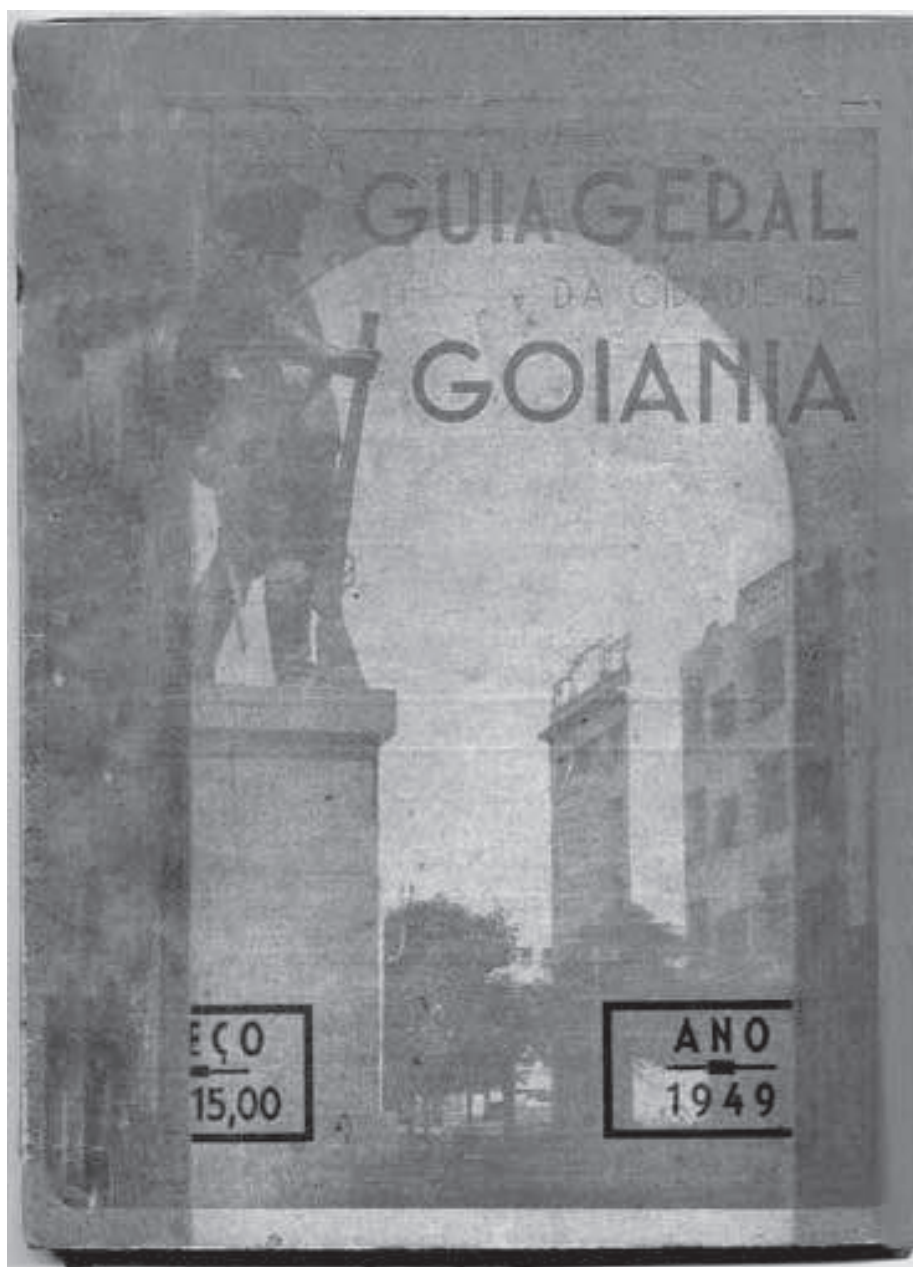


Figura 1 – Capa do *Guia geral da cidade de Goiânia*, publicado em 1949.

Em seguida, após a apresentação do guia, consta uma recopilação dos decretos que marcaram a construção de Goiânia e a transferência, a ela, da capital do estado. Seguem-se uns comentários sobre a eleição do urbanista Atilio Corrêa Lima para o planejamento do projeto da cidade; a exposição de como, via um concurso popular, se escolhera o nome da nova capital; a reprodução da designação, feita pelo Governador Pedro Ludovico Teixeira, do primeiro prefeito – o Prof. Venerando de Freitas Borges – e, por último, comentam-se as celebrações do Batismo Cultural, aos 5 de julho de 1942, um acontecimento de grande simbolismo para Goiânia, pois foi quando se inaugurou oficialmente a cidade.

A obra contém dezenas de fotografias que chamam a atenção para os principais imóveis e para as modernas ruas e avenidas de Goiânia. Assim, mostram-se as avenidas Araguaia, Anhanguera e Goiás; o Mercado Municipal; o Cine Teatro Goiânia; o Palácio das Esmeraldas; o Palácio da Justiça e o Edifício da Secretaria da Fazenda, na Praça Cívica; a Praça Coronel Joaquim Lúcio e o Lago das Rosas.

Além disso, o guia mostra um projeto muito pouco divulgado: o projeto do *Palácio Municipal de Goiânia* (abaixo), elaborado, em estilo *Art déco*, pelo engenheiro e arquiteto J. Amaral Nedder Meyer a pedido do Prof. Venerando de Freitas Borges, o



Figura 2 – J. Amaral Nedder Meyer, Projeto do Palácio Municipal de Goiânia, data desconhecida.

Figura 3 – Página de anúncios publicitários.



Prefeito de Goiânia. O *Palácio Municipal de Goiânia* deveria ter sido construído na Praça Cívica; todavia, o projeto não foi executado na década de 1940. Décadas depois seria construído, no seu lugar, o Palácio das Campinas como sede da Prefeitura de Goiânia.

Do início ao fim do guia encontramos, mesclados às informações sobre a cidade, anúncios publicitários dos estabelecimentos comerciais de Goiânia. Percebe-se, tanto na publicidade quanto nas notícias e descrições, a falta de padronização dos formatos. Nos anúncios utilizam-se poucos elementos visuais, predominando o texto; apenas sete deles combinam linguagem verbal com fotografia, as quais, por sua vez, são em preto e branco com tons avermelhados. Além disso, essas ilustrações aparecem como um discreto complemento do indicado pelo texto.

Observou-se que, nos anúncios, aparecem de dois a três tipos de letras e que, embora predominem os textos com letra preta, também há textos com letra azul, marrom e vermelha. Estilisticamente, no conteúdo do anúncio prevalece o uso da linguagem formal; os enunciados e as exortações são breves, claros e objetivos, ressaltando as qualidades e vantagens do produto ou do serviço, informando e induzindo as pessoas ao mesmo tempo. Em algumas publicidades, o nome do proprietário de um estabelecimento é usado simbolicamente para ressaltar a credibilidade da empresa. Como exemplo dessa estratégia de marketing, em que se vinculam as relações comerciais ou os serviços à boa reputação do empresário, citamos o seguinte fragmento de um anúncio: “Marmo Hotel – Proprietário: José Edson Felix de Souza – Ambiente familiar”.

No guia são disponibilizados os pormenorizados o Plano de Urbanização de Goiânia – Planta Parcial do Setor Campinas – e o Mapa do Município de Goiânia – Setores Central e Norte.



Figura 4 – Edmar da Silveira, Mapa de Goiânia, Setores Central e Norte, 1949.

No final da publicação, consta o índice do guia; as seções são as seguintes:

(1) Administração municipal de Goiânia; (2) Arrecadação dos municípios de 1942 a 1949; (3) Assistência social; (4) Associações culturais existentes em Goiânia; (5) Associações esportivas em atividades; (6) Autarquias Federais; (7) Aviação (Movimento do Aeroporto); (8) Aviões; (9) Bancos; (10) Bibliotecas; (11) Cartórios; (12) Casas de Saúde e Hospitais; (13) Casas e locais de diversão; (14) Cooperativas; (15) Dados geográficos do município; (16) Distância de Goiânia às cidades do interior do estado; (17) Empresas de transportes de carga; (18) Estabelecimentos de ensino; (19) Estações de rádio; (20) Estações e postos meteorológicos; (21) Estádios e locais de esporte; (22) Estimativa da produção agrícola do município para 1947; (23) Fontes de onde foram obtidos dados para a presente edição do “GUIA GERAL DA CIDADE DE GOIÂNIA”; (24) Goiânia e a Instrução; (25) Goiânia e o Turismo; (26) Hotéis; (27) Imposto do Selo Estadual e Federal; (28) Indicador de ruas; (29) Indicador profissional; (30) Lista telefônica – ordem alfabética e de ruas; (31) Meios de publicidade; (32) Monumentos históricos e artísticos; (33) Motivos e locais de turismo; (34) Movimento rodoviário – transporte de passageiros; (35) Museus; (36) Organização de fomento agropecuário; (37) Pagamento de impostos – Federais, Taxas Estaduais e Municipais –; (38) Planta do bairro de Campinas; (39) Planta dos setores Central e Norte; (40) Planta do município; (41) Prefeitos de Goiânia e sua fundação; (42) Repartições Federais, Estaduais, Municipais; (43) Sindicatos e Associações de Classe; (44) Síntese histórica; (45) Tabela do Imposto de Indústrias e Profissões; (46) Tarifa Postal, Aérea e Telegráfica e Transporte urbano de passageiros.

Nesse sentido, os dados reunidos no guia promovem um amplo conhecimento sobre o município em geral e apresentam com detalhe o funcionamento das repartições da administração, indicando-se o endereço, telefones e valores de taxas do serviço público. Entretanto, no guia não encontramos a informação do horário de funcionamento dos estabelecimentos comerciais divulgados, com a exceção da empresas Foto-Martins e da Farmácia Nery. Observa-se que o guia contém informações fundamentais para reconstruir o início da estruturação, com base na modernidade, dos campos sociais goianienses e do poder público. Dessas informações depreende-se que a *nova capital* do Estado de Goiás se consolidara, no final da década de 1940, como uma urbe alicerçada nos serviços e que almejava poder ser enxergada como um destino para os turistas que procuravam uma breve estadia em uma cidade que permitia o passeio e oferecia comércio e lazer.

Referências

VELOSO, H.; N. GABRIEL (org.). *Guia Geral da Cidade de Goiânia*, volume I. Goiânia: Escritórios Reunidos Ltda, 1949.

