

Teorização Portuguesa do Jornalismo até 25 de Abril de 1974 – Ficha de obra

Autor GONÇALVES, José Júlio		Ano de elaboração (caso não coincida com ano de publicação)	Ano de publicação/impressão 1961
Título completo da obra <i>Técnicas de Propaganda, Elites, Quadros e Outros Estudos</i>			
Tema PRINCIPAL Teoria do Jornalismo			
Local de edição Lisboa	Editora (ou tipografia, caso não exista editora) Edição do autor		Número de páginas 307
Cota na Biblioteca Nacional e noutras bibliotecas públicas			
Biblioteca: Biblioteca Nacional		Cotas: S.A.29145P.	
Biblioteca: Biblioteca Pública Municipal do Porto		Cotas: I6.3.106	
Esboço biográfico sobre o autor ou autores (nascimento, morte, profissão, etc.) Natural de Pampilhosa da Serra, José Júlio Gonçalves nasceu a 19 de Janeiro de 1929. É doutorado pelo Instituto Superior de Ciências Sociais e Política Ultramarina (do qual foi professor extraordinário desde 1961) e, em Ciências Políticas, pela Universidade de Madrid. Foi membro do Centro de Estudos Luso – Árabes da Sociedade de Geografia de Lisboa, membro do centro de Estudos da Guiné Portuguesa e vogal director do Centro Português de Estudos Europeus. É autor de diversas obras e artigos, colaborou na preparação e revisão da Classificação Decimal Universal (edição abreviada portuguesa) publicada pelo Centro de Documentação Científica do Instituto de Alta Cultura, 1954, e na <i>Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura</i> da Editorial “Verbo”. Esteve ligado, em 1984, à elaboração da moção da Nova Esperança (de um grupo de figuras do PSD, com Marcelo Rebelo de Sousa, Santana Lopes e Durão Barroso), de alternativa ao grupo de Pinto Balsemão e Mota Amaral. Fez parte do grupo de professores que saíram em divergências com a Universidade Livre e de cuja iniciativa partiu, em 1986 a criação da Universidade Moderna, da qual foi nomeado reitor, tendo sido vogal da Direcção no triénio 1991-1993 e Presidente da Direcção, no triénio 1997-1999.			
Índice da obra			
Técnicas de propaganda		15	
Ensayo sobre las elites		45	
Escultura dos negros Guiné Portuguesa		71	
O Protestantismo face ao continente africano		107	
O Islamismo através dos números		141	

Os Portugueses na Tailândia	159
Alguns aspectos do problema dos quadros no ultramar português	209
Quelques Aspects du probleme des cadres dans les territoires portugais d'outre-mer	235
Projeção do protestantismo na África portuguesa	265

Resumo da obra (linhas mestras)

Nesta obra sobre *Técnicas de Propaganda, Elites, Quadros e Outros Estudos*, escrita por José Júlio Gonçalves, o autor refere a marcada tendência do homem para viver em sociedade, que o leva a estabelecer relações sociais e a trocar informações, opiniões, etc.

Quem prestou cuidadosa atenção a esta permuta de conhecimentos e pontos de vista foi Juan Beneyto, frequentemente citado por José Júlio Gonçalves. Para Beneyto, as comunicações que o homem pode estabelecer com os seus semelhantes podem ser: *comunicações individuais; comunicações colectivas e comunicações comunitárias*. (p.15-16). “Esta classificação dos meios de informação humanos corresponde, até certo ponto, à própria evolução da sociedade humana desde o passado remoto (...) até nossos dias, desde o começo da estratificação das sociedades primitivas até às contemporâneas, autênticas *sociedades de massas* que, não raro, as elites e pseudo-elites arrastam a seu belo talante sob a influência de uma bem norteada propaganda (...) obedecendo a estados emotivos provocados pela anestesia da capacidade de deliberar e de decidir” (pp. 16-17).

Gonçalves relembra que a radiodifusão e a televisão permitem “levar informações, ideologias, sugestões e ordens, quase instantaneamente, a grandes distâncias e a todos os públicos (...). Por seu lado, os aperfeiçoamentos introduzidos na imprensa permitem a publicação de grandes diários (...), beneficiando (...) da aceleração dos transportes (...) que lhes asseguram cheguem aos leitores a tempo de não se desactualizarem ante os *diários falados, televisados e filmados*” (pp. 18-19). A propaganda nos nossos dias, explica Gonçalves, serve-se essencialmente da comunicação comunitária, dos meios de comunicação social.

Na obra, é também referido que no estado actual dos nossos conhecimentos é ainda possível determinar, com rigor, quais os meios e instrumentos de que os seres humanos inicialmente se serviram para intercomunicarem. Luís Lúpi, citado nesta obra, refere que a mímica e a palavra “devem ter sido os primeiros meios de comunicação de que os homens dispuseram para se entenderem e informarem” (p.17).

Relativamente à propaganda, Beneyto, citado por José Júlio Gonçalves, explica que esta pode dividir-se em: *propaganda política, propaganda comercial e propaganda religiosa*.

Segundo José Júlio Gonçalves, a propaganda política pode definir-se como sendo um conjunto de procedimentos destinados a obter a adesão a um sistema ideológico de natureza política. Este tipo de propaganda pode ainda subdividir-se em outros tipos, sendo estes: *propaganda de tipo Lenista ou comunista; propaganda de tipo hitleriano ou fascista; e propaganda de tipo democrático*. Os meios jornalísticos, segundo o autor, desempenham um papel de relevo em todos os tipos de propaganda.

A propaganda comunista utiliza os ensinamentos de Marx e de Lenine desenvolvidos por equipas de peritos em matéria de propaganda política através de poderosos meios tecnológicos (p.23). A propaganda de Lenine, como é referido na obra, não designa sempre objectivos concretos, traduz-se antes em toda uma gama de palavras de ordem.

A propaganda de tipo democrático, diz José Júlio Gonçalves, distingue-se das anteriores porque não busca, normalmente, só factos, palavras de ordem (p.26-27). Gonçalves diz que este tipo de propaganda tem muitas vezes como objectivo informar.

Deixando agora de lado a propaganda política e as suas subdivisões, a propaganda comercial, isto é, a publicidade, considerada por muitos autores a filha da propaganda, pode definir-se como sendo o conjunto das técnicas de efeito colectivo utilizadas em benefício de uma empresa ou de um grupo de empresas, a fim de adquirir, desenvolver ou manter clientes (p.39).

O último tipo de propaganda estudado, a propaganda religiosa, visa, segundo Gonçalves, convencer as pessoas da excelência de uma certa verdade e traduz-se também, normalmente, numa competição entre uma ou mais religiões. Este género de propaganda, tal como as antecedentes, pode ser feita por *contacto directo* ou *indirecto* (p.42). Os meios jornalísticos, em particular os audiovisuais, podem, segundo o autor, ser usados para a propaganda por contacto indirecto.

O autor relembra várias técnicas de propaganda através dos meios de comunicação, como sejam a *repetição, a simplificação da mensagem, a orquestração, a desfiguração, o sobredimensionamento, a individualização do inimigo*, etc.

Na continuação da obra, o autor aborda temáticas como as religiões, a demografia e a formação de quadros, temas alheios à área da comunicação.

Nome completo do autor da ficha bibliográfica: Xavier Filipe da Silva Sá

E-mail: xavier.s.sa@gmail.com