

ÍNDICE

Apresentação	7
Prefácio	9
Introdução	13
Capítulo I. Dos primórdios a 1820	23
Publicidade: definição, definições	25
A publicitação de um para muitos	28
Os primórdios da publicitação comercial em Portugal	30
Pregões e pregoeiros	33
Tabuletas e letreiros	39
A imprensa	42
<i>A Gazeta de Lisboa</i>	44
A outra imprensa	53
A publicidade de imprensa em França, Inglaterra e EUA	57
A ignorada retórica	65
Anúncios em folhas volantes ou afixadas	66
Cartazes	68

Tabuletas e letreiros no início do século XIX	72
Anúncios falsos	84
No final do Antigo Regime	86

Capítulo II. Liberalismo sem capitalismo, burguesia sem publicidade

(1820-1865)	89
Entre o Antigo Regime e o capitalismo	91
A explosão da imprensa	98
A publicidade pós-1820	101
Imprensa comercial e imprensa gratuita	109
Os jornais de anúncios	111
O <i>Grátis</i>	118
A concorrência a <i>O Grátis</i> e a pouca «força dos anúncios»	126
Cartazes	133
Almanaques	139
O imposto do selo	142
Anúncios falsos	145
Reflexões sobre a publicidade	146
Antes da grande mudança: <i>A Revolução de Setembro</i> e <i>O Comércio do Porto</i>	150

Capítulo III. A expansão da publicidade (1865-1913)

Capítulo III. A expansão da publicidade (1865-1913)	157
A aceleração do capitalismo	159
Em defesa da publicidade	166
Primeiras agências publicitárias estrangeiras	173
Primeiras agências publicitárias portuguesas	181
A publicidade na imprensa diária e popular	203
O <i>Diário de Notícias</i> e a imprensa popular	205
Caracterização da publicidade na imprensa popular	223
A expansão da publicidade	229
Almanaques	231
Cartazes	236
As lojas como suportes publicitários	258
Programas de espectáculos e partituras	264
Postais ilustrados	266
Catálogos	271
Outras formas de publicidade impressa	278

Azulejo	283
Chapas e louças	284
Caixeiros-viajantes	287
Imposto do selo	288
As marcas registadas	290
A primeira publicidade da CUF	303
Nas vésperas de um novo ciclo	320
Capítulo IV. A publicidade científica (1914-1959)	327
Introdução	329
Censura: da Primeira República ao Estado Novo	334
A invenção da «publicidade científica»	339
A introdução da publicidade científica em Portugal	349
Leal da Câmara	352
Raul de Caldevilla	362
Outras reflexões sobre a publicidade	373
O ensino da publicidade em Portugal	400
A primeira agência moderna de publicidade: o ETP	408
As agências de publicidade depois do ETP de Caldevilla	413
As agências que não eram agências	421
A agência de Manuel Martins da Hora	424
Do estrangeiro para Portugal: a agência Lintas	436
Outras agências	438
Cinco estúdios e <i>ateliers</i>	445
Uma agência de publicidade redigida	456
O SPN, uma espécie de agência de publicidade	458
De novo uma agência do Porto: a Belarte	463
As agências mais importantes em 1959	470
A publicidade nos novos <i>media</i> : o cinema	472
Filmes publicitários portugueses	475
A operação Invicta	483
O outro cinema de Caldevilla	494
Documentários sobre fábricas	497
Desenhos animados	499
A dificuldade do modelo de negócio	502
A colocação de produtos no cinema (e no teatro)	505

Outros meios de publicidade ligados ao cinema	508
O cinema fora do circuito das salas	511
Turismo e belezas nacionais: propaganda publicitária	513
A publicidade cinematográfica antes da televisão	519
A publicidade nos novos <i>media</i> : a rádio	521
Os géneros da publicidade radiofónica	533
Campanhas publicitárias	546
A publicidade luminosa	560
Escritores, artistas e publicidade	567
Cartazistas e outros artistas no apogeu do cartaz publicitário	577
Leal da Câmara (1876-1949)	583
Diogo de Macedo (1889-1959)	584
José de Almada Negreiros (1893-1970)	585
Cristiano Cruz (1892-1951)	586
Bernardo Marques (1898-1962)	586
Fred Kradolfer (1903-1968)	586
José Rocha (1907-1982)	590
Stuart Carvalhais (1887-1961)	590
Tom (1906-1990)	591
Carlos Botelho (1899-1982)	591
António Cruz Caldas (1898-1975)	591
Outros cartazistas, outros artistas publicitários	591
Concursos, regulamentos e cartazes gigantes	597
A publicidade na imprensa diária: a velocidade de cruzeiro	601
A publicidade nas revistas	617
A publicidade nas estradas e nos meios de transporte	622
Outros meios de publicitação	629
A publicidade da CUF e do seu grupo: 1914-1959	634
Imagens de marca	636
A publicidade militante e urgente na imprensa: Alfredo da Silva	639
A expansão da CUF expressa na publicidade	653
Outra publicidade impressa	655
Os manuais	661
Os catálogos e os livros comemorativos	663
Os cartazes	664
Publicidade exterior	667

Exposições	668
Um filme publicitário da CUF: <i>A Via Áurea</i>	669
Outros filmes	674
Uma campanha para o consumo de massas: A Tabaqueira	676
Uma campanha para serviços massificados: a Império	687
Uma campanha para o consumo de massas: o Sabão Activado CUF	688
Os Serviços de Publicidade da CUF	692
Capítulo V. A sociedade de consumo (1960-2000)	697
O auge da sociedade de consumo	699
O apogeu das agências publicitárias	715
A internacionalização: agências estrangeiras e estrangeiradas	751
Escritores e artistas do contra: na publicidade, mas não contra a publicidade	767
As publicitárias	786
A televisão, motor da sociedade de consumo	792
Cinema publicitário: do documentário ao <i>spot</i>	840
A imprensa, a rádio e outros meios	856
Publicidade exterior	871
O 25 de Abril e o processo publicitário sem curso	877
Os conteúdos publicitários	889
Os estudos de mercado	926
Regulação, auto-regulação, defesa do consumidor	938
O ensino: do privado ao público	948
Da teoria dos práticos à teoria dos académicos	959
As publicações periódicas sobre publicidade	975
Grupo CUF, <i>marketing</i> e publicidade	982
Capítulo VI. No início da era digital (2000-2022)	1029
Arquivos, colecções privadas, entrevistas, referências bibliográficas e outras	1073
Índice de quadros e gráfico	1125