

## SUMÁRIO

Agradecimentos.....	9
Prefácio.....	11
Introdução.....	17
1. Industrialização e Desenvolvimento da Esfera Comercial (1870-1920).....	29
2. As Concepções Econômicas e Sociais de Thorstein Veblen.....	49
3. Prosperidade, Depressão e Guerra: Publicidade nos Estados Unidos entre 1920 e 1945.....	65
4. Stuart Chase: Da Contabilidade Pública ao Sonho da Economia Planificada .....	89
5. Publicidade e Consumo nos Estados Unidos pós-Segunda Guerra Mundial .....	105
6. Vance Packard: De Jornalista <i>Free-lancer</i> a Autor de Sucesso.....	117
7. John K. Galbraith: Por uma Teoria mais Atual e um Estado mais Atuante.....	137
8. Daniel Bell, Christopher Lasch e Robert Bellah: Os “Sociólogos do Presidente” e seus <i>Best-sellers</i> .....	153
9. Publicidade e Consumo diante das Novas Especializações Científicas.....	183
Epílogo .....	213
Referências Bibliográficas.....	239