

Introducción

i1e.	Definición y justificación del tema de la investigación	13
i2e.	Objeto de Estudio	14
i3e.	Objetivos y metodologías utilizadas	17
i4e.	Dificultades sentidas al largo de la investigación	18

Introdução

i1.	Definição e Justificação do tema da investigação	19
i2.	Objecto de Estudo	20
i3.	Objectivos e Metodologias utilizadas	23
i4.	Dificuldades Sentidas ao longo da investigação	24

PARTE 1

1. Capítulo I – Enquadramento Internacional da Investigação

1.1.	Breve história da moto	25
1.2.	Final do século XIX e início do século XX	26
1.3.	As décadas 10 e 20 do século XX	32
1.4.	As décadas 30 e 40 do século XX	33
1.5.	II Guerra Mundial	33
1.6.	Pós-guerra	37
1.7.	As décadas 60 e 70 do século XX	48
1.8.	As décadas 80 e 90 do século XX	48

2. Capítulo II – A Moto em Portugal

2.1.	História da moto em Portugal	51
2.2.	A moto como lazer (1900–1910)	52
2.3.	A moto como transporte (1910–1920)	59
2.4.	Estado Novo e Indústria	60
2.5.	Produção nacional	62
2.5.1.	Martinho	62
2.5.2.	Branco	63
2.5.3.	Tavares	63
2.5.4.	Zenóglío	64
2.5.5.	Nacional/SMC	64

2.5.6.	Mickey	67
2.6.	Cópia na indústria nacional	67
2.7.	Inovação na indústria nacional	68
2.7.1.	Geroadmissor	68
2.7.2.	Famel Electric	70
2.8.	A era das baixas cilindradas	72
2.8.1.	Alma	74
2.8.2.	Vilar	75
2.8.3.	Pachancho	76
2.8.4.	Rápida	78
2.8.5.	So4	79
2.8.6.	OSP – Organização Sachs Portugal	80
2.9.	Massificação	81
2.9.1.	Marcas com motorização própria	83
2.9.1.1.	Casal	83
2.9.1.2.	S.I.S.	100
2.9.1.3.	Motalli	104
2.9.1.4.	Macal	105
2.9.1.5.	Famel	107
2.9.1.6.	Flandria	109
2.9.2.	Marcas sem motorização própria	109
2.9.2.1.	Forvel	109
2.9.2.2.	EFS	113
2.9.2.3.	UCCG	113
2.9.2.4.	Mayal	114
2.9.2.5.	Ernesto A. Silva	114
2.9.2.6.	AJP	114
2.9.2.7.	Celestino	116
2.9.2.8.	Zig	116
2.9.2.9.	Outras (ver 3.4)	117
2.10.	Internacionalização desportiva – HuVo	117

PARTE 2

3. Capítulo III – Motos de Portugal: Design/projecto de uma base de dados

3.1.	Introdução ao conceito da base de dados	120
------	---	-----

3.2.	Análise dos elementos da base de dados	121
3.3.	Descrição dos campos aplicados	122
	3.3.1. Marca	122
	3.3.2. Modelo	122
	3.3.4. Tipo de Motor	124
	3.3.5. Tipologia	124
	3.3.6. Arranque	124
3.4.	Listagem das marcas identificadas	124
	3.4.1. Marcas Principais	124
	3.4.2. Marcas Secundárias	125
	3.4.3. Marcas de Competição	129
3.5.	Classificação dos modelos - modelos aplicado	129
3.6.	Motorizações	130
3.7.	Localização geográfica das marcas	130
3.8.	Timeline	130
Conclusão		
C.1.	Conclusões gerais	132
C.2.	Perspectivas futuras	135
Conclusión		
C.1.e.	Conclusiones Generales	136
C.2.e.	Perspectivas futuras	138
Referências Bibliográficas		
	Bibliografia	140
	Filmografia	143
	Imprensa	143
	Webgrafia	147
	Figuras	150
Anexos		
	Anexo 1 - Timeline comparativa	152
	Anexo 2 - Entrevista a Maria Riding Company	153
	Anexo 3 - Entrevista a Martijn Stehouwer	158
	Anexo 4 - Mapa de imagens - Marcas e Modelos	160