

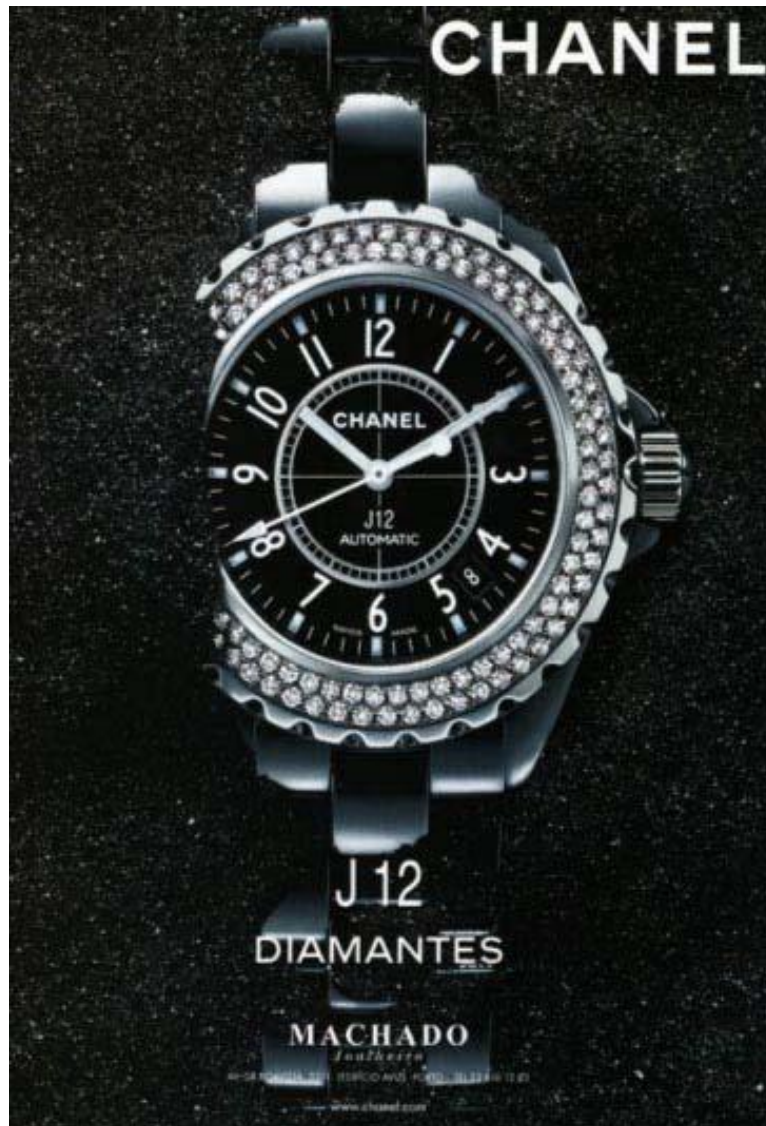


Figura nº 1
O discurso da ostentação. Configurações formais da mensagem publicitária
na sua dimensão mais
básica.

CHANEL - *Chanel J12*. Machado Joalheiros/Chanel, 2004.