

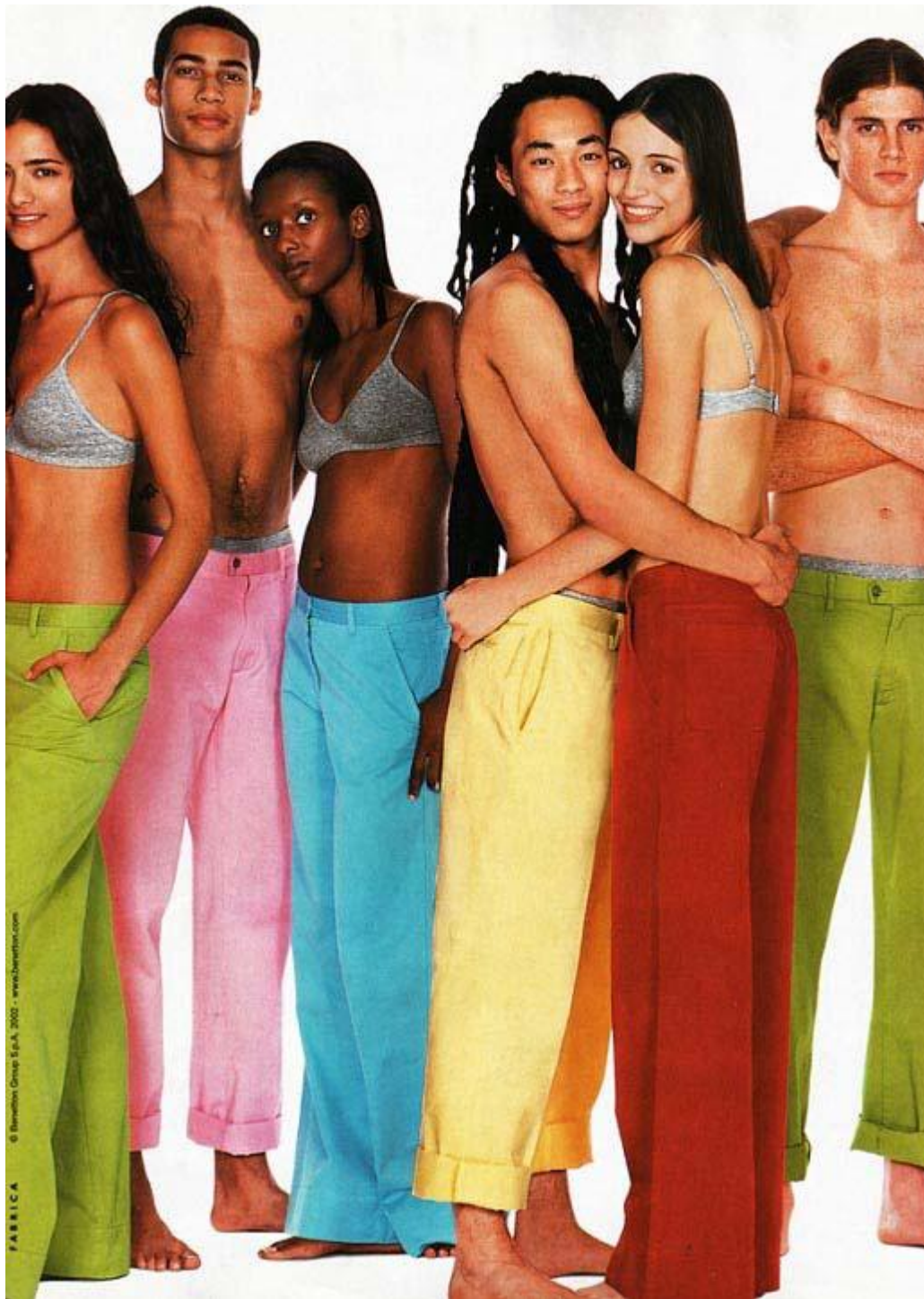


Figura nº 4
A diluição das dimensões configurativas da mensagem publicitária. A
representação do produto
como se fosse uma fotografia de moda.

FABRICA – [Benetton]. Benetton Group, 2002