



estratégias semióticas da
publicidade

Lucia Santaella e Winfried Nöth

Resumo de Estratégias Semióticas da Publicidade

Quando se consomem muito mais significados e valores do que produtos, este livro busca detectar as estratégias utilizadas pela comunicação de produtos e nos produtos de comunicação e compreender as variadas camadas de influências emocionais e culturais.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)