

Índex

CAPÍTOL I. Natures d'ahir, natures d'avui: una lectura cultural . . .	9
CAPÍTOL II. La cultura publicitària i el mite de la natura	23
1. Introducció	23
2. La natura com a objecte d'estudi publicitari	25
3. Natura i producte als mitjans de comunicació	29
CAPÍTOL III. El discurs de la natura en publicitat: identitat i valors	35
1. Introducció	35
2. La natura pràctica	39
3. La natura utòpica	43
4. La natura crítica	47
5. La natura lúdica	51
CAPÍTOL IV. Funcions i usos de la natura en el llenguatge publicitari	57
1. La isotopia natural de la bellesa	57
2. La isotopia natural de l'alimentació	70
3. La isotopia natural de les begudes	74
4. La isotopia natural de la decoració	80
5. La isotopia natural dels viatges	93
6. La isotopia natural del motor	103
7. La isotopia natural de les tecnologies de la comunicació	115
CAPÍTOL V. Conclusions	125
CAPÍTOL VI. Bibliografia	131