

0.1.1 La semiótica y su ruptura epistémica

Todas las sociedades desarrollan, antropológicamente, formas de acumulación del saber sobre la realidad, lo que les permite entenderla y a su vez poder operar con ella. Siguiendo a Gastón Bachelard¹ una ciencia nace cuando establece un cambio, una ruptura, respecto a las formas de producir conocimientos sobre la realidad, esto es, se mira con otra perspectiva algo ya visto, pues ha habido un cambio en los instrumentos, en la metodología, en la teoría, para enfrentar un problema ya visto por la sociedad, pero, ahora, se enfrentará con otros ojos (es el caso, por ejemplo, de la psicología contemporánea, pues la sociedad se había preocupado por la problemática de la psiquis y sus problemas de funcionamiento de desadaptación/ adaptación a las normas sociales desde una perspectiva teológica, religiosa, pero, con el desarrollo de los instrumentos de las ciencias modernas, la psicología verá esa realidad vista por la sociedad con los ojos de los nuevos instrumentos científicos); pero, también nace cuando plantea “algo no visto por la acumulación del saber de una sociedad”, y es ése el caso de la semiótica o semiología, pues ella plantea que el sentido de un mensaje no lo podemos ver por fragmentos, ni por un diccionario, ni por una enciclopedia de significados de palabras o colores o líneas, sino que analizando un mensaje en su globalidad, esto es, todo un filme, todo un spot (en el contexto de todos las publicidades de ese producto), etc. Es el concepto de todo, el aporte de la semiótica como disciplina, llenando una necesidad, pues a la publicidad le interesaba detectar el sentido que transmitían sus mensajes, pero las herramientas que tenía, como la fenomenología de la percepción, que había detectado que la percepción era construida por el pensamiento, era incapaz de entender a la habilidad un fenómeno perceptivo, pues no existe un sentido asignado a un color, ni la percepción operaba por semejanzas entre figuras y sus relaciones con la experiencia, el problema a la base era que siempre había excepciones a las reglas construidas y ello era porque no se había descubierto que para estudiar el fenómeno del sentido debíamos partir tomando como objeto de análisis no fragmentos sino que un mensaje como un todo. Y no sólo para la publicidad, para la comunicación estratégica era importante detectar el sentido transmitido por sus mensajes, sino que lo era para el psicoanálisis respecto a las necesidades del terapeuta de entender el delirio de su paciente, lo era para el antropólogo para entender el significado de los ritos y mitos de una sociedad, para la sociología política y de la cultura les era, también importante estudiar la conciencia de los sujetos, y los instrumentos existentes, como el análisis de contenido sólo desarrollaban instrumentos cuantitativos de repetición de una idea o palabra, lo que puede ser un síntoma de “algo” pero no nos dice nada, en profundidad sobre “qué es ése algo”.

¹ Bachelard, G. “*Épistémologie*”, Ed. Presses Universitaires de France, París, 1974

La necesidad de la semiótica o semiología queda, entonces, establecida, en las líneas precedentes, pero no basta que la necesidad exista para exista una ciencia sino que, siguiendo a Bachelard² se requiere que la sociedad lo



asuma, no debemos preguntar a la filosofía para saber que es una ciencia, sino que observar lo que los científicos hacen, es en la realidad donde está la respuesta, lo que significa decir que la semiótica nace como disciplina cuando hay investigación científica, publicaciones y lugares institucionales de desarrollo de docencia- investigación al respecto.



Ferdinand de Saussure

(26 de [noviembre 1857](#) - 22 de Febrero [1913](#))

Charles Peirce

(10 de Septiembre [1839](#) – 19 de Abril [1914](#))

En ese contexto, la idea de semiótica que había aparecido en la obra de Charles Peirce (anglosajón) al interior de tratados de lógica filosófica que nadie en su época tomaba en cuenta, y paralelamente la de semiología que aparecía en la obra no publicada del lingüista Ferdinand de Saussure (suizo: francoparlante), ambos en la década de 1915- 1935, son tomadas a su cargo en la década 1955- 1965 por investigadores que la hacen un punto de partida y generan una práctica teórica y una institucionalidad que permite su existencia y desarrollo, generándose así, el nacimiento de la semiótica como disciplina propiamente tal, y con un lugar específico: la École Pratique des Hautes Études, París, Francia, y la Universidad de Bolonia, Bolonia, Italia. En Francia con Roland Barthes (teoría semiótica y descripción de objetos culturales como literatura, moda, fotografía, etc.), Algirdas Julián Greimas (teoría semiótica, y descripción tanto de la literatura como del discurso científico), Christian Metz (cine), Claude Lévi- Strauss (etnología de los mitos), Jacques Lacan (psicoanálisis), George Péninou (publicidad), Gérard Genette (literatura), entre otros. En Italia a través del desarrollo de la teoría semiótica con Umberto Eco. Semiótica que se desplaza, desde esos centros a toda Europa, a Estados Unidos (Universidad de Indiana por medio de Thomas Sebeok), a Canadá, Japón, Corea, China, y África.



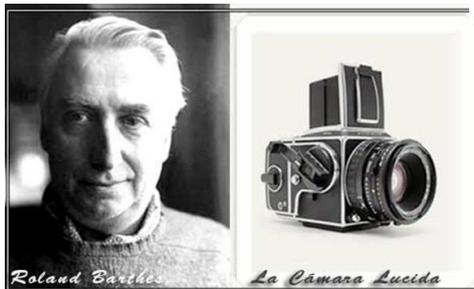
Universidad de Bolonia, Italia



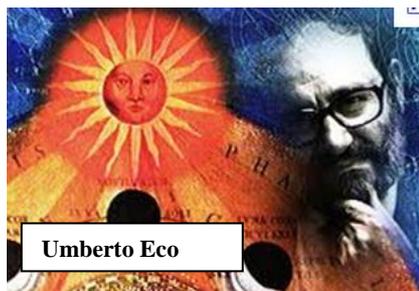
École Pratique des Hautes Études, Paris, Francia

² Bachelard, G. “*La formation de l’Esprit Scientifique*”, Ed. Vrin, París, 1972

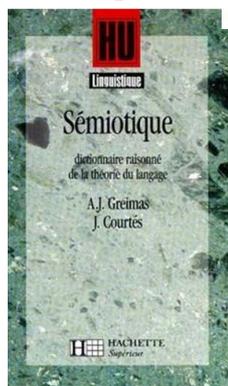
Debe tenerse en cuenta que el nombre oficial de la disciplina de que hablamos es Semiótica, tal como se inscribió en la Legislación Francesa, que le dio su amparo, en el Primer Congreso de la Asociación Internacional de Semiótica realizado en París el año 1956, y donde participaron los fundadores de la disciplina. Entre otros puntos importantes, se discutió sobre el nombre de la disciplina y sus bases epistemológicas, y habiendo posiciones disímiles, como Barthes que proponía el nombre de semiología se decidió que podía llamarse de varias formas, pero el nombre oficial era semiótica, no habiendo una definición concreta de la disciplina según la denominación que se emplee, pues, si bien es cierto que en Peirce la palabra semiótica está asociado al estudio de los procesos interpretativos, en Greimas el uso del nombre es referido al estudio del sujeto generador inconsciente, y la denominación de semiología que en Saussure estaba ligada al estudio del sujeto generador, se muta en Barthes donde es usado en ese sentido en sus primeros estudios, pero a posteriori, Barthes se



desplaza a estudiar la interpretación, por lo que se debe entender que el campo disciplinario tomó como referencia la discusión del congreso de hacer valer, que la denominación no es lo importante sino que el significado que allí se expresa, luego, la forma de abordar dicha problemática fue muy



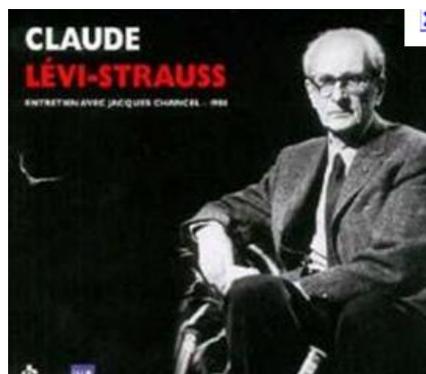
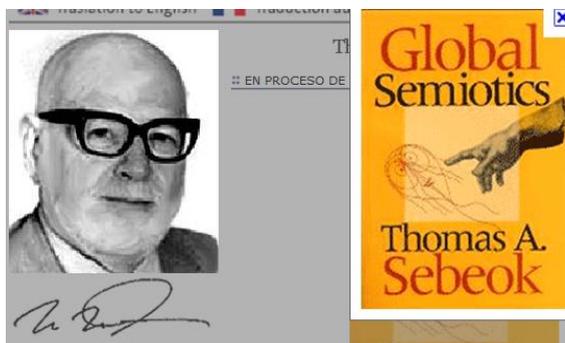
semiótica, disciplinariamente hablando, pues lo que el semiólogo o semiótico busca no son definiciones, no son recurrencias de denominaciones, sino lo que está detrás de los significante o palabras usadas, lo que no son más que un pretexto para esbozar un sentido.



Ahora bien, ¿qué es concretamente la semiótica? La semiótica es una disciplina científica que tiene como objetivo estudiar el sentido que se expresa en un mensaje como totalidad, y hay dos preguntas concretas que le interesan: ¿cuál es el sentido que el mensaje manifiesta desde el punto de vista de entender al inconsciente del sujeto (individual y/o social) generador?, y ¿cuáles son los caminos interpretativos que emergen de un mensaje, en la perspectiva de describir cuales son las rutas interpretativas que diferentes consumidores pueden hacer del mensaje o texto generado?

La semiótica como disciplina, al interior de las ciencias humanas y las comunicaciones, es nueva en la acumulación del saber occidental, pero existió y existe en otros campos del saber desde el siglo V A.C. como retórica, entendida como estudio de las leyes o reglas de la argumentación y la persuasión, y también como semiótica médica. La medicina trata de detectar los síntomas del paciente, y los síntomas son significantes, indicios de una enfermedad, indicios de los cuales se pretende, a través de múltiples exámenes, descubrir una enfermedad, un sentido, un significado. Se

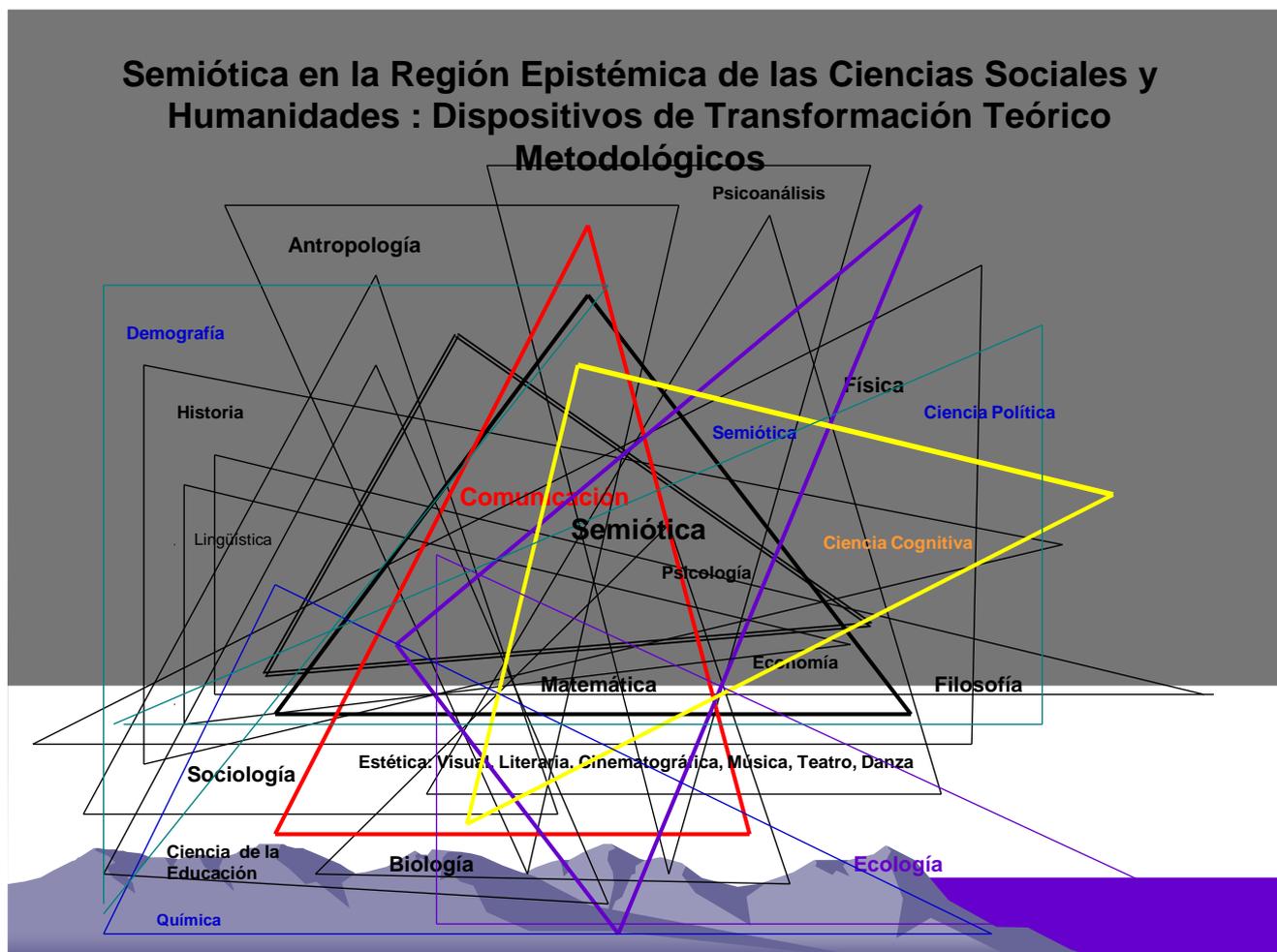
trata de una tarea interpretativa deductiva, que autores como Thomas Sebeok³ ven emparentadas no sólo con la medicina sino que con las tareas que hacía Sherlock Holmes como detective, esto es una práctica científica de descifrar signos, se deduce el sentido y dicha deducción se vuelve a comprobar con la realidad.



La semiótica, entonces, tiene por tarea descifrar signos, y los signos para interpretarse debemos ver como se relacionan con otros signos, pero eso ya implica anclar en algunos conceptos de semiótica general como ¿qué son los signos? ¿Cómo se descubre el sentido de los signos?, entre otros, lo que significa decir que cabe anclar en algunos conceptos de semiótica general.

³ Thomas A. Sebeok y Jean Umiker-Sebeok, « *Sherlock Holmes y Charles Peirce. El método de la investigación* », Ed. Paidós, Barcelona, 1994.

0.1.2. La semiótica contribuye a todas las ciencias sociales y humanas (incluso a la biología y la física), luego, tiene presencia en un campo transdisciplinario.



Luego, aparecen investigaciones de semiótica ligadas a varias disciplinas. La Semiótica, como tal, al igual como la comunicación mezclan lo cuantitativo con lo cualitativo.

De hecho, si analizamos los Proyectos de Investigación Realizados en Chile, en los Concursos de Financiamiento de la Investigación Científica en Chile (Fondecyt Regular 2017) nos encontramos que la semiótica aparece en varios de los proyectos de investigación científica aprobadas en Sociología, Comunicaciones, Antropología, Ciencias de la Educación, Psicología, Arquitectura y Diseño. Ver cuadro siguiente:

Respecto a la totalidad del Campo Epistémico de las Ciencias Sociales y Humanidades, la Semiótica ocupa un porcentaje total de 7,44% de la investigación científica chilena

	Antropología	Sociología	Arquitectura- Diseño	Comunicación	Psicología	Lingüística-Literatura	Educación-Salud Pública	Total Proy.C.Sociales-Humanidades
	1	1	2	2	1	5	1	173
	0,58%	0,58%	1,16%	1,16%	0,58%	2,90%	0,58%	7,50%



**La Semiótica opera en un Campo Epistemológico de las Ciencias Sociales y Humanidades como forma de funcionamiento predominante.
TRANSDISCIPLINAREIDAD**

1.- Conceptos de semiótica general

Teoría del Signo

La semiótica descifra signos, pero, ¿qué es signo? La respuesta es que todo es signo pues todo significa algo, cada color, cada línea, cada objeto o personaje, cada palabra, cada silencio, etc. Ahora bien, si todo es síntoma de algo ¿cómo existen estos signos?, ¿cómo se descubren estos signos?. Ya hemos dicho que ellos se aprehenden, se descubren por sus interrelaciones, pero ¿cómo los detectamos? Debemos entender primero ¿qué son los signos?.

Cuando hablamos, o cuando generamos una foto, un diseño, una pintura, o un spot, tenemos “una idea en mente”, a veces muy poco clara, como en el hablar de la vida cotidiana, otras muy claras como en la publicidad o el marketing estratégico, pero para transmitir esa idea usamos una materialidad, que pueden ser las palabras, o la foto misma o los colores o las líneas o sonidos, a esa materialidad la llamamos significantes, sin el uso de esa materialidad sería imposible transmitir nada. A esa materialidad la llamamos significantes. Y esos significantes están ahí para expresar un sentido, una idea, una vivencia, un contenido, en definitiva un significado. Ahora bien, a la relación entre significante y significado la denominamos signo, siendo la relación entre ambos de índole

sociocultural; esto es, la sociedad le asigna a la palabra “rosa” (significante) la idea o concepto de “flor de rosal” (significado), lo que en otro cultura sería “rose”, etc.

Lo que significa decir, que un signo es una relación convencional (socio- cultural) entre significante y significado, y que es una cultura la que piensa contenidos, los que no son universales (no existen los mismos conceptos en todas las culturas), y es, también, una cultura que hace llamar al concepto día (unidad de tiempo, luz, desarrollo del trabajo productivo) Día o Day o Jour.

Esto es, no existen signos universales, ellos son propios de una cultura y/o micro cultura específica. Y de lo que se trata es de detectar significantes, para ver que ellos pueden expresar como contenido.

Cabe hacer notar, que hay varios tipos de signos:

-*signos denotativos* son los signos que todos los hablantes de una misma lengua (lingüística o visual) entienden lo mismo, se trata de una convención socio-cultural generalizada : Significantes: R + O+ S+ A significan el Sentido de “Flor del rosal”, todos los hablantes de español entendemos los mismo, o todos entendemos en una foto que si ella enmarca el rostro de una persona, se trata de manifestar el sentido de que esa persona es un personaje importante, o un sujeto humano que queremos destacar y en ningún caso pensaríamos que se le cortó la cabeza al fotografiado para obtener la fotografía, como podría pensar un sujeto aislado perteneciente a una cultura que nunca ha visto una foto.



-*signos connotativos* son aquellos que obedecen a una convención cultural específica, son propios de una subcultura. Existen dos tipos de signos connotativos: a) aquellos que toman como base uno denotativo, transformándolo en significante de connotación, alejándose su sentido original, para ser sólo materialidad que transmite una nueva información, a la cual se asocia un nuevo contenido o significado. Ejemplo:



	Signo Denotativo "rosa"		
Significante denotativo escrito: R + O + S+ A	Relación Convencional ←-----→	Significado denotativo: "Flor del Rosal"	
	///		
	Significante de connotación: "rosa"	←-----→ Relación Convencional al Connotativa	Significado de connotación: Ternura-Amor
		///	
		Signo II Connotativo ROSA	

b) aquellos que sólo son connotativos, esto es, no se construyen sobre la base de uno denotativo, existiendo solamente un significante de connotación (por ejemplo: Q+U+I+C+O) al que se le asocia un significado de connotación (siguiendo el ejemplo: sofisticado, clase alta, etc.).

Los signos connotativos son los más trabajados en la comunicación estratégica, y en la publicidad general, pues, lo que la persuasión trata de implementar es más que dar a conocer lo obvia (sólo marca y atributo del producto, por ejemplo bajo precio) sino que asociar una ensoñación ligada al producto, esto es, una ensoñación, una connotación

-*signos de metalenguaje*: el arte, la ciencia y la técnica utilizan un lenguaje propio que denomina en forma diferente la realidad, con fines de agilizar el problema comunicativos entre los que participan de esa profesión o ciencia o arte, y con fines de clasificación de la realidad. En este caso, el sistema opera en forma similar al primer tipo de signos connotativos; esto es utilizan como base un signo denotativo, pero de él se quedan con el concepto, y a ese concepto se le agrega un significante de metalenguaje. Por ejemplo, el médico al signo denotativo "dolor de cabeza" se queda con el concepto del paciente, esto es, que él tiene dolor de cabeza, pero a ese concepto le asocia un significante de metalenguaje y lo llama "cefalea", lo que le permite ordenar la comunicación. Otro ejemplo:

	Signo Denotativo "rosa"		
Significante denotativo escrito: R + O + S+ A	Relación Convencional ←----- →	Significado denotativo: "Flor del Rosal"	
	///		
	Significado de metalenguaje: "flor del rosal"	←-----→ Relación Convencional de Metalenguaje	Significante de metalenguaje "ssflop" Nombre científico de la rosa
		///	
		Signo de Metalenguaje "ssflop"	

Un ejemplo de metalenguaje científico es cualquiera notación, sea en lenguaje matemático, sea en lenguaje lingüístico presente en los textos de una disciplina:

Derivadas de funciones implícitas

Para poder hallar la derivada correcta en forma implícita no es necesario despejar y . Así que basta el derivar miembro a miembro paso por paso, utilizando así todas las reglas vistas hasta ahora en derivadas.es y teniendo presente lo siguiente:

$$x' = 1.$$

En general $y' \neq 1$.

Por lo cual omitiremos x' y dejaremos y' .

$$6x - 2y = 0$$

$$6 - 2y' = 0 \qquad y' = 3$$

$$x^2 + y^2 - 7 = 0$$

$$2x + 2yy' = 0 \qquad y' = -\frac{x}{y}$$

Y luego cuando las funciones son ya más complejas podemos utilizar una regla para facilitar el cálculo de la función:

$$y' = \frac{-F'_x}{F'_y}$$

-*signos símbolos*: son aquellos signos que forman parte de una cosmovisión, una idea de las relaciones entre los hombres y los hombres y la naturaleza, son esquemas interpretativos globales del mundo y la naturaleza, son propios de las religiones y de las filosofías políticas, y también de la historia de los países. Para que existan como símbolos ellos deben ser usados como tales por la sociedad, si la gente no los usa como esquema inteligibilizador del mundo, ellos no existen para esa sociedad. De allí que los símbolos no son universales, un campesino tibetano de los himalayas no le encuentra un sentido a la cruz del cristianismo, tal como un chileno no entiende la imagen de Buda en su significación interpretativa, sino que cree que es un objeto de adorno, luego, el uso es constitutivo de que un signo sea símbolo. Otra característica de los símbolos es que su estructura visual y/o conceptual tiene que tener un correlato con la cosmovisión que se quiere expresar: por ejemplo, en la cruz del cristianismo, Jesucristo muere en la Cruz, lo que se manifiesta en la cosmovisión del texto bíblico; por ejemplo en el símbolo del Partido Comunista está una Hoz y un Martillo, lo que está en la cosmovisión de un partido político que se posiciona como un partido de los trabajadores. Es claro, entonces, que el logo de la Mercedes Benz no es un símbolo de status, pues un símbolo de status no es un esquema interpretativo del mundo, es un signo denotativo “marca de auto” que puede, eventualmente en una cultura específica ser “connotación de status”.

Ejemplos Símbolos:



Imagen de la Catedral de Chartres (Francia)

La Cruz es un **Signo Símbolo del Catolicismo**, pues remite a una cosmovisión cultural que habla del sacrificio de un hombre por la humanidad, en la concepción católica

-*signos índices*: son signos de los cuales de una parte de la realidad a que hacen referencia se deduce el significado global de lo que se quiere expresar; esto es, son indicios de la realidad. Ejemplo: del “signo humo” deduzco la idea de “incendio”. Son usadas en la persuasión, desde la perspectiva de mostrar un sub- conjunto de la realidad y desde allí deducir una idea global: de una parte de la foto del auto (que es bella) deduzco que el auto es bello.

Ejemplos Signos INDICES



En esta fotografía predominan los índices, hay iconos pues hay representación visual, pero prima la idea que de fragmentos deduzco la referencia a la realidad de ha ocurrido un incendio en el bosque.



La imagen es un Signo Índice pues remite, por deducción, a partir de un fragmento de lo real, de la realidad de la identidad de un humano.



La Fotografía es un signo Índice de Mal Tiempo, se deduce a partir de los fragmentos que se avecina una tormenta

La Fotografía es un signo Índice de Otoño, se deduce por las hojas de los árboles que la presencia del otoño como estación.



-*signos iconos*: existen muchas definiciones, pero lo más general es que son signos visuales que van desde lo abstracto (manchas: grado cero de iconicidad, a una foto que simula lo real o la realidad misma: máxima iconicidad).

Ejemplos de Signos ICONOS



Enrique Lynch: “Calle Ahumada 1902”.

La **pintura es icónica** pues está llena de imágenes (varios iconos: Tranvía, Coche, Gente, Calles, Edificios, etc.) que simulan la realidad del Centro de Santiago del año 1902.



Alberto Valenzuela Llanos (1901- 1924):
“Manzanillas en flor”

La **pintura es icónica** pues está llena de imágenes que reproducen el campo chileno, concretamente el icono de las manzanillas, los iconos de los árboles a distancia media, los iconos de los árboles lejanos, los iconos del pasto, los iconos de los arbustos, etc.



Alberto Valenzuela Llanos (1901- 1924): “Paisaje con cordillera”

La **pintura es icónica** pues está llena de imágenes que reproducen el campo chileno, concretamente el icono del árbol, el icono de la cordillera, los iconos de arbustos, los iconos de pasto seco, etc.



Fotografía de Casa Moderna

La Fotografía es icónica pues cada uno de los fragmentos de la casa: por ejemplo la piscina, el primer piso, el segundo, el cielo, la reja, la

-*signos deícticos*: son signos que no significan nada, que su sentido es aprehendido a partir del contexto, de las oposiciones en que dicho signo se inserta. Por ejemplo: Cerca es un signo deíctico pues en sí no significa nada, es necesario establecer lo que se entiende por su opuesto para establecer lo que significa. Y para escribir ese opuesto es necesario analizar toda la emisión lingüística, si se trata de la conversación de la vida cotidiana, o todo el filme si se trata de una película. Así La Serena está cerca de Santiago, si lo pienso en función de que Bahía Inglesa está lejos; pero a su vez La Serena está lejos de Santiago, si lo veo en función de Viña del Mar que está cerca. Esto es, el sentido del término es relativo, entenderlo significa entender el concepto de todo y ver allí a qué se opone.

-*signos onomatopéyicos*: son signos cuyo significante reproduce en parte el significado a que hace referencia

Teoría del Valor:

El valor o significado de un signo es dado por las relaciones entre los elementos, tanto a nivel denotativo como connotativo, y tanto a nivel de significantes como de significados. Esto es, los significantes se oponen entre ellos, esto es, cuando, por ejemplo percibo una palabra, debo detectar diferencias entre significantes, sino capto la diferenciabilidad de significantes no podré percibir nada, debo reconocer las letras de la lengua que estoy interpretando; pero el mismo tiempo, debo percibir a que significado hace referencia dicha diferenciabilidad, por lo que debo oponer conceptos entre ellos.

Ahora bien, ¿cómo detectar los signos a través de las relaciones entre ellos? La respuesta es aparentemente simple: por las relaciones sintagmáticas y las relaciones asociativas establecidas entre ellos.

Relaciones Sintagmáticas / Relaciones Asociativas

El sentido, el valor o significado de un signo, es dado por la **selección** de un subconjunto entre otros posibles, y a su vez **por la combinación** que hacemos entre los subconjuntos seleccionados. Selección y combinación son dos tipos de actividades mentales: pensar significa seleccionar ideas o imágenes sensibles entre otras, pero al mismo tiempo combinarlas dando pié a una estructura de pensamiento. Selección y combinación son al mismo tiempo dos formas de funcionamiento de los textos socioculturales. Todo mensaje implica una selección de subconjuntos o elementos entre otros posibles, y a eso llamamos relaciones asociativas, y al mismo tiempo, en dicho texto opera una combinación de elementos, a lo que llamamos relaciones sintagmáticas.

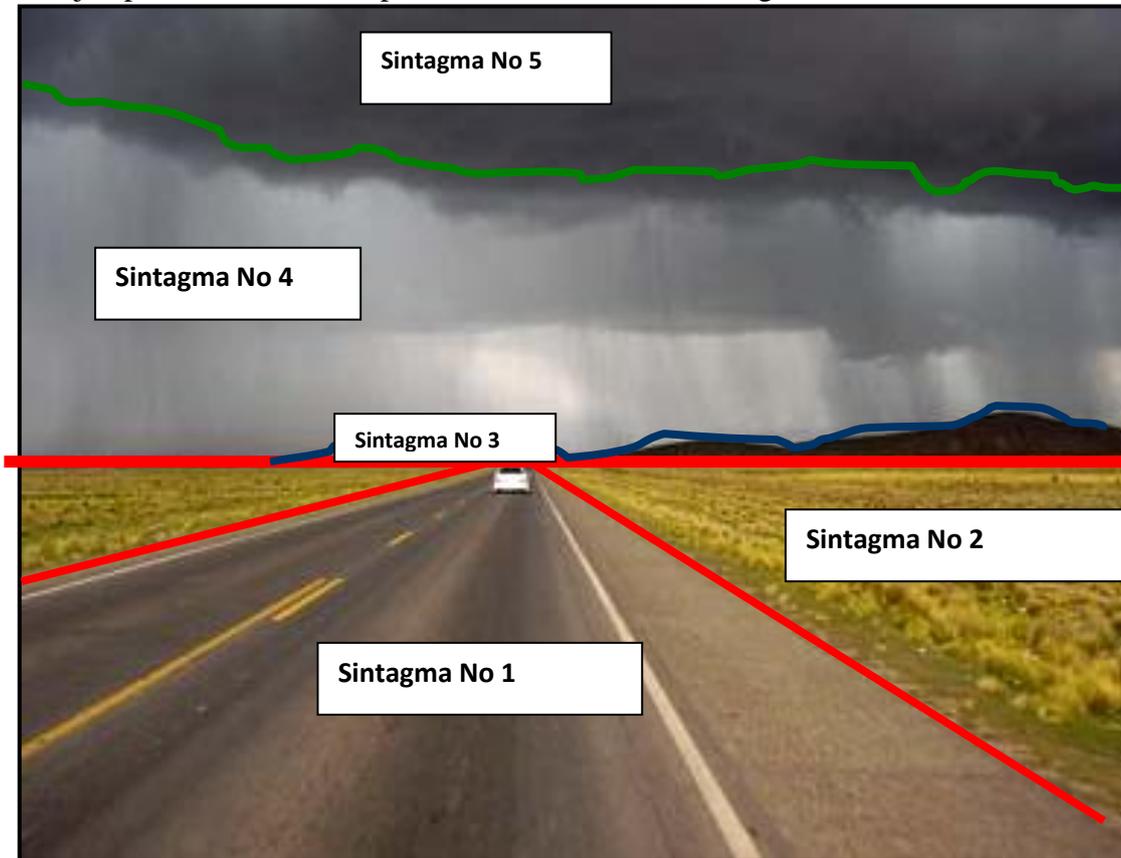
Barthes⁴, siguiendo a Saussure⁵ detecta que dichas categorías analíticas le permiten detectar la vida cotidiana, tanto como los objetos culturales mediáticos, desde esa perspectiva, detecta el sintagma (relaciones sintagmáticas) y el sistema (relaciones asociativas) de la comida y de la moda. La comida puede ser un ejemplo fácilmente percible: el sintagma es la seriación de platos; esto es,

⁴ Roland Barthes: “*Elementos de Semiología*”, Ed. Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1970

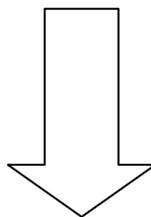
⁵ Ferdinand de Saussure: “*Curso de lingüística General*” Ed. Losada, Buenos Aires, 1945

su combinación: entrada- plato de fondo- postre, en la comida chilena capitalina, el sintagma campesino de chile central sería: entrada- cazuela- plato de fondo- plato de legumbres- postre, el sintagma de la comida china sería: entremeses (wantang o arrollado primavera) y plato (arroz + plato propiamente tal), si pensamos que el entremes es un aperitivo, una forma de esperar, tendríamos que la comida china tiende a no tener seriación, es todo a la vez. La selección sería la opción de un plato entre otros posibles, por ejemplo como entrada puede ser palta reina o camarones al pil pil o locos en salsa verde, etc.

Un ejemplo visual de Descripción de las Relaciones Sintagmáticas



((((Sintagma No 1)= (Selección: Camino Pavimentado Solitario Claro)) ←--→ ((Sintagma No 2)= (Selección: Campo Pre- desértico, Claro, Luminoso))) ←--→ ((Sintagma No 3)= (Selección Montañas Lejanas)))



(Camino Rural Solitario Claridad y Luminosidad)

Esto es, si en el Sintagma No 1 se hubieran seleccionado más autos, la idea de soledad de la carretera no estaría. Por otra parte, si en el Sintagma No 2 se hubieran seleccionada casas o villorrios, entonces, entonces, la idea de soledad tampoco. El Sintagma No 3, por otra parte, en su relación de combinación con los otros, esto es No 1 y No 2, refuerza la Idea de Soledad de la Carretera, y da la connotación de Ruralidad.

Ahora bien, Todos las Relaciones Sintagmáticas entre los Sintagmas No 1, No 2 y No 3 se encuentran, a su vez, en una relación con dos Sintagmas que se Interrelacionan: el Sintagma No 4 y el Sintagma No 5.

Los Sintagmas No 4 y No 5 están interconectados:
(((Sintagma No 4)=(Selección: Cielo Claro)) \leftrightarrow ((Sintagma No 5) = (Selección: Nubes Oscuras))). La Relación entre ambos sintagmas genera la Connotación de: **“Amenaza de lluvia**

Esto es: (Sintagma No 4) \leftrightarrow (Sintagma No 5)



(Connota: “Amenaza de lluvia”, por la selección que se hace del Sintagma No 4; esto es, el cielo es claro, con la existencia del Sintagma No 5 que es cielo Oscuro), la relación de combinación que se establece entre ambas da la idea de que habrá con cambio climático: la amenaza de la lluvia.

Si relacionamos los sintagmas No 4 y No 5 con los sintagmas No 1, No 2 y No 3, vemos, entonces, que el Camino Rural Solitario, Claro y Luminoso (que implica buen tiempo) será alterado por la presencia de los sintagmas No 4 y No 5.

Con estos conceptos generales, podemos ya entender una perspectiva analítica, comprender el punto de vista de la disciplina semiótica, y al mismo tiempo tener un vocabulario mínimo que nos permita entender los textos.