

53^{mo} Congresso dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici IT – ENG – FR

Cattivi

Palermo, 11-13 dicembre 2025

Call for abstract

Non c'è che dire, i cattivi non mancano. Non lo fanno mai. Se ambiti come la politica o la cronaca dovessero sembrarci troppo scontati, potremmo pensare alla letteratura, al folklore, al cinema, ai cartoni animati o alla rete. Qualunque narrazione, sia essa esplicita o implicita, non manca di cattivi, e così persino la pubblicità, il design, la gastronomia o la moda hanno i loro. Il motivo, lo sappiamo, affonda in uno dei principi cardine della semiotica, quello strutturale, per cui a porre in essere gli elementi di un qualunque sistema è la relazione che contraggono. Affinché ci sia un buono è necessario che ci sia un cattivo e viceversa. L'uno presuppone l'altro, proprio come fanno i piani di un segno, rendendo negoziabile l'unità che costituiscono. Ma se a decidere chi sia l'eroe di una fiaba è la prospettiva scelta per raccontarla – al punto che il terribile Minotauro può sempre diventare il triste Asterione – quando ci si confronta con testi più articolati, come possono essere le azioni di un governo o una saga cinematografica, al variare dei confini che si scelgono per l'analisi variano anche questi due ruoli. Non cosa (o chi) è cattivo ma quando lo è, potremmo dire parafrasando Goodman. Dove il “quando” non è relativo unicamente alla dimensione temporale ma, più in generale, all'articolazione (e ai confini) di una narrazione o di un discorso in tutta la loro complessità.

La questione diventa così più interessante. Parlare di cattivi non significa decidere chi lo sia, e di conseguenza chi sia il buono, ma individuare le condizioni a partire dalle quali cattiveria e bontà, *villain* ed *hero*, si danno, ciascuno sfruttando l'altro in modo più o meno strategicamente consapevole, coerente ed orientato, per porsi come tale agli occhi di qualcun altro. Uno scenario allargato in cui non conta solamente il ruolo assunto da un certo soggetto – o il punto di vista da cui lo osserviamo – ma anche il modo in cui questi agisce per darsi a vedere ora come cattivo ora come qualcos'altro (o per darsi a non vedere), nonché l'assiologia (il sistema di valori, o anti-valori) che fa propria e, di conseguenza, il destinante (o l'antidestinante) che lo muove. D'altronde, a rendere interessante una narrazione non è la struttura polemica, lo scontro che prima o poi si verificherà, ma i tanti ribaltamenti che hanno luogo prima che questo accada. Gli stessi che negli ambiti cui accennavamo si producono di continuo. La cattiveria si rivela così un effetto di senso, di cui una teoria della significazione è in grado di individuare e descrivere le logiche profonde, ricostruendo i diversi piani a partire dai quali si genera e si rigenera continuamente.

Pensiamo a puro titolo di esempio al cinema, anche di animazione. Moltissime delle grandi saghe cominciate nel secolo scorso, o dei personaggi che abbiamo conosciuto e che sono entrati nell'immaginario condiviso, in tempi più vicini a noi sono stati del tutto ribaltati. Se *Guerre Stellari* nella prima trilogia di George Lucas ci ha educato ad abbracciare la prospettiva degli eroi positivi, *Star Wars*, nella seconda, ci ha spinti ad esplorare il lato oscuro della forza. E ancora, mentre vedendo *La bella addormentata* da bambini non abbiamo mai avuto dubbi su quanto Malefica fosse detestabile, in seguito abbiamo dovuto scoprire quanto il suo odio e la sua brama di potere fossero legati a traumi infantili. D'altronde, se ogni storia contiene una controstoria, il modo più semplice per continuare la prima è mettere in scena la seconda.

Una massima che vale tanto per le storie di finzione quanto per la storia con la S maiuscola, con ben diverse conseguenze. Lo sanno bene i politici, che hanno preso (o ripreso) a sperimentare il potente magnetismo dell'oscurità per creare il proprio consenso, ma soprattutto per proporre all'opinione pubblica azioni che in passato non avrebbero neanche potuto immaginare di attuare. E se il ribaltamento è nelle cose, cifra costitutiva di ogni storytelling, ciò che lo rende comunicativamente

efficace sono le dinamiche passionali cui dà adito. In fondo, tutti vogliono sapere cosa si prova a essere il cattivo. Quanto può essere esaltante non dover obbedire a nessuna regola? Ma siamo poi così sicuri che i lati oscuri non ne abbiano? E soprattutto, come è possibile invertire le cose, e passare da un sistema di valori esaltante come quello dei cattivi a uno che lo è meno prima che sia troppo tardi?

Crediamo che la semiotica possa aiutare, se non a trovare soluzioni per il *cattivismo* dilagante, almeno a chiarire le sue condizioni di esistenza, analizzando i tanti testi in cui bontà e cattiveria si incontrano e si scontrano.

Gli ambiti di riflessione sono moltissimi, ed è quindi auspicabile che si possano delineare panel tematici che li affrontino in maniera organica. Particolarmente stimolante può essere soffermarsi su cattivi per così dire esemplari, relativi a diversi ambiti culturali, analizzandoli approfonditamente e in modo comparativo. Fra le possibili linee di ricerca:

- La politica e la storia, con le trasformazioni epocali cui stiamo assistendo
- Le questioni legate al *politically correct*, e dunque alle cattiverie verbali e non solo
- La letteratura e il folklore, che hanno sempre offerto straordinari oggetti teorici
- L'antropologia, che ha a lungo indagato gli scontri fra sistemi di valori
- Il giornalismo, che dimostra come cattiveria e bontà siano forme del discorso
- I social media, che hanno dato la stura al *cattivismo* imperante, innovandone le forme comunicative e gli aspetti patemici
- Il cinema e la televisione, che hanno più volte esplorato lati oscuri di vario genere
- Le arti visive, che trattano il modo in cui la cattiveria si possa tradurre visivamente
- Il design e la spazialità, che non soltanto possono essere cattivi, nel senso di mal fatti, ma produrre azioni più o meno malvagie
- La tecnologia, che oltre ad accompagnare cattiverie di ogni tipo, ha la capacità di stimolare la cattiveria come poco altro
- L'enogastronomia, in cui buono e cattivo sono sempre in gioco, e su molteplici piani
- La pubblicità, i cui mondi perfetti sono un ricordo lontano
- La musica, perché un cattivo senza colonna sonora non si è mai visto
- La moda, perché i cattivi non sono mai nudi
- La religione, che ci offre alcune fra le descrizioni più suggestive della cattiveria
- La lingua e gli hate speech che danno voce alla cattiveria
- Al tempo dell'antropocene, e in una visione non-antropocentrica, anche l'intera specie umana può essere considerata una sorta di nemico dei nemici

Modalità di partecipazione

La scadenza per l'invio delle proposte all'indirizzo e-mail della segreteria AISS (info@associazionesemiotica.it) è fissata al **1 luglio 2025**.

L'accettazione delle proposte sarà comunicata entro il **15 luglio 2025**.

Le proposte dovranno avere una lunghezza compresa **tra i 1500 e i 3000 caratteri** a cui andrà aggiunta una **bibliografia essenziale** e una **breve nota biografica**.

Le proposte potranno essere strutturate anche intorno a temi comuni sotto forma di panel tematici. Il numero massimo di relatori per ogni panel è di 6 persone.

Durante il Congresso ogni comunicazione avrà la durata di 20 min a cui se ne aggiungono 5 per la discussione.

Tutte le informazioni logistiche e organizzative relative al Congresso saranno pubblicate nel sito www.associazionesemiotica.it

53rd Congress of the Italian Association of Semiotic Studies

Villains

Palermo, December 11-13, 2025

Call for abstracts

There is nothing to say, there is never a shortage of bad guys. If fields such as politics or news seem too obvious we might think of literature, folklore, cinema, cartoons, or the Web. Any narrative, whether explicit or implicit, has no shortage of villains, and so even advertising, design, gastronomy or fashion have their own. The reason roots in one of the cardinal principles of structural semiotics for which, we know, the elements of any system are brought into being by the relationship they establish. In order to have a good there must be a bad and vice versa. The one presupposes the other, just as the planes of a sign do, making the unity they constitute always negotiable. Therefore, if usually what decides who is the hero of a fairy tale is the perspective chosen to tell it - to the extent that the terrible Minotaur can always become the sad Asterion - when dealing with more articulate texts, such as the actions of a government or a movie saga, these roles may vary a lot. Not *what* (or *who*) is bad but *when* is bad, we might say paraphrasing Nelson Goodman. Where the “when” does not relate uniquely to the temporal dimension but, more generally, to the articulation (and boundaries) of a narrative or discourse in all its complexity.

The question thus becomes more interesting. Speaking of villains does not mean deciding who is one, and consequently who is good, but identifying the conditions from which badness and goodness, villain and hero, give themselves, each exploiting the other in a more or less strategically conscious, coherent and oriented way, to pose as such in someone else's eyes. An expanded scenario in which it matters not only the role assumed by a certain subject-or the point of view from which we observe him or her-but also the way in which he or she acts to give himself or herself to be seen now as a villain now as something else (or to give himself or herself to be unseen), as well as the axiology (the system of values, or anti-values) that he or she makes his or her own and, consequently, the destinant (or antidestinant) that moves him or her. Badness turns out to be an effect of meaning thus, of which a theory of signification is able to identify and describe the deep logics, reconstructing the different planes from which it is continuously generated and regenerated.

Let us think merely as an example of cinema, including that of animation. Lots of the great sagas that began in the last century, or characters we have come to know and have entered the shared imagination, have been completely reversed in times closer to us. If *Star Wars*, in George Lucas' first trilogy, educated us to embrace the perspective of positive heroes, in the second, pushed us to explore the dark side of the force. And again, while seeing *The Sleeping Beauty* as children we never had any doubts about how detestable Maleficent was, later we had to discover how much her hate and lust for power were linked to childhood traumas. If every story contains a counter-story, the easiest way to continue the former is to enact the latter.

A rule that applies to fiction stories as well as to history, with very different consequences. This is well known by politicians, who have taken up (or resumed) experimenting with the powerful magnetism of obscurity in order to create their own consensus, but above all to propose actions to the public that in the past they could not even imagine implementing. And while reversal is in the things, a constitutive feature of all storytelling, what makes it communicatively effective are the passionate dynamics to which it gives rise. After all, everyone wants to know what it feels like to be the villain. How thrilling can it be to not have to respect any rules? But are we sure that the dark sides don't have any? More importantly, how is it possible to reverse things, and move from an exciting value system as that of villains to one that is less so before it is too late? We believe that semiotics can help, if not

to find solutions for the pervasive villainism of our times, at least to clarify its conditions of existence by analyzing the many texts in which goodness and badness meet and collide.

The fields of reflection are many, and it is therefore desirable that thematic panels can be outlined.

Particularly stimulating may be to look at exemplary villains, related to different cultural fields, analyzing them in depth and comparatively.

Among the possible lines of research:

- Politics and history, with the epochal transformations we are witnessing
- Issues related to *political correctness*, and thus to verbal nastiness and beyond
- Literature and folklore, which have always offered extraordinary theoretical objects
- Anthropology, which has long investigated the clashes between value systems
- Journalism, which shows how badness and goodness are forms of discourse
- Social media, which has given the cue to the prevailing *nastiness*, innovating its communicative forms and pathemic aspects
- Film and television, which have repeatedly explored dark sides of various kinds
- Visual arts, which deal with how badness can be translated visually
- Design and spatiality, which can not only be bad, in the sense of poorly done, but produce more or less evil actions
- Technology, which besides accompanying nastiness of all kinds, has the ability to stimulate nastiness like nothing else
- Food and wine, in which good and bad are always in play, and on multiple levels
- Advertising, whose perfect worlds are a distant memory
- Music, because a villain without a soundtrack has never been seen
- Fashion, because bad guys are never naked
- Religion, which offers us some of the most striking descriptions of wickedness
- Language and hate speech giving voice to nastiness
- At the time of the Anthropocene, and in a non-anthropocentric view, even the entire human species can be considered a kind of enemy of enemies

The deadline for submitting proposals (info@associazionesemiotica.it) is **July 1, 2025**.

Acceptance of proposals will be announced by **July 15, 2025**.

Proposals should be **between 1,500 and 3,000 characters** in length to which an **essential bibliography** and a **brief biographical note** should be added.

Proposals may also be structured around common themes in the form of thematic panels. The maximum number of speakers for each panel is 6 people.

During the Congress each communication has a time limit of 20 min to which 5 min are added for discussion.

All logistical and organizational information regarding the Congress will be posted at www.associazionesemiotica.it

53ème Congrès de l'Association italienne d'études sémiotiques

Mauvais sujets

Texte d'orientation

Les méchants ne manquent pas. Ils ne manquent jamais. Si des domaines comme la politique ou l'actualité y nous paraissent trop évidents, nous pouvons penser à la littérature, au folklore, au cinéma, à la bande dessinée ou au web. Tout récit, qu'il soit explicite ou implicite, ne manque pas de méchants, et donc même la publicité, le design, la gastronomie ou la mode ont les leurs. La raison, nous le savons, tient à l'un des principes fondamentaux de la sémiotique, le principe structurel, selon lequel les éléments d'un système sont créés par la relation qu'ils entretiennent. Pour qu'il y ait un bien, il faut qu'il y ait un mal et vice versa. L'un présuppose l'autre, comme le font les faces d'un signe, rendant négociable l'unité qu'ils constituent. Mais si ce qui décide qui est le héros d'un conte de fées est la perspective choisie pour le raconter - le terrible Minotaure peut toujours devenir le triste Astérix - face à des textes plus articulés, tels que les actions d'un gouvernement ou une saga cinématographique, les frontières choisies pour l'analyse varient, de même que ces deux rôles. En paraphrasant N. Goodman, nous pourrions dire que ce n'est pas ce qui (ou qui) *est* mauvais, mais *quand* c'est mauvais. Le *quand* ne se rapporte pas uniquement à la dimension temporelle mais, plus généralement, à l'articulation (et aux limites) d'un récit ou d'un discours dans toute sa complication. La question devient alors plus intéressante. Parler de méchant ne signifie pas décider qui est mauvais, et par conséquent qui est bien, mais identifier les conditions à partir desquelles la méchanceté et la bonté, le *méchant* et le *héros*, se donnent, chacun exploitant l'autre de manière plus ou moins stratégiquement consciente, cohérente et orientée, pour se présenter comme tels aux yeux de quelqu'un d'autre. Un scénario élargi dans lequel ce qui compte n'est pas seulement le rôle assumé par un certain sujet - ou le point de vue à partir duquel nous l'observons ; mais aussi la manière dont il agit pour se faire voir tantôt comme un méchant tantôt comme quelque chose d'autre, de sorte que l'axiologie (le système de valeurs, ou d'anti-valeurs) quoi est la sienne et, par conséquent, le destinataire (ou l'anti-destinataire) qui le destine. D'autre part, ce qui fait l'intérêt d'un récit, ce n'est pas la structure polémique, la lutte qui se produira tôt ou tard, mais les nombreux renversements qui ont lieu avant qu'il ne se produise. Ceux-là mêmes qui, dans les domaines évoqués plus haut, se produisent en permanence. La méchanceté se révèle donc être un effet de sens, dont une théorie de la signification est capable d'identifier et de décrire les logiques profondes, de reconstruire les différents programmes à partir desquels elle se génère et se régénère continuellement.

On peut penser, à titre d'exemple, au cinéma, y compris l'animation. Nombre de grandes sagas nées au siècle dernier, ou de personnages que nous avons connus et qui sont entrés dans l'imaginaire diffus, ont été entièrement bouleversés à une époque plus proche de nous. Si *Star Wars*, dans la première trilogie de George Lucas, nous a appris à tenir la perspective de héros positifs, dans la seconde nous a poussés à explorer le côté obscur de la Force. Et encore une fois, lorsqu'on a regardé *La Belle au bois dormant*, nous n'avions aucun doute sur le caractère détestable de Maléfique, mais on a dû découvrir plus tard à quel point sa haine et son désir de pouvoir étaient liées à des traumatismes d'enfance. D'autre part, si chaque histoire contient une contre-histoire, le moyen le plus simple de poursuivre la première est de mettre en scène la seconde.

Une maxime qui s'applique aussi bien aux histoires fictives qu'à l'histoire avec un grand S, avec des conséquences différentes. Les hommes politiques le savent bien, ceux qui ont commencé (ou recommencé) à expérimenter le magnétisme dur de l'obscurité pour créer leur propre consensus, mais surtout pour proposer à l'opinion publique des actions qu'ils n'auraient même pas pu imaginer mettre en œuvre dans le passé. Et si le renversement est dans les cartes, une caractéristique constitutive de tout storytelling, ce qui le rend communicativement efficace, ce sont les dynamiques passionnelles

qu'il suscite. Après tout, le monde veut savoir ce que cela fait d'être le méchant. Comme il peut être exaltant de n'avoir à obéir à aucune règle ! Mais sommes-nous si sûrs que les côtés sombres n'en ont pas ? Et surtout, comment est-il possible d'inverser les choses et de passer d'un système de valeurs exaltant en tant que méchant à un autre qui le soit moins avant qu'il ne soit trop tard ?

La sémiotique peut aider, sinon à trouver des solutions à la *méchanceté* rampante, du moins à clarifier ses conditions d'existence, en analysant les nombreux discours dans lesquels la bonté et la méchanceté se rencontrent et s'affrontent.

Les domaines de réflexion sont nombreux, il est donc souhaitable de prévoir des panels thématiques qui les abordent de manière articulée. Il pourrait être particulièrement stimulant de s'attarder, pour ainsi dire, sur des méchants exemplaires issus de différentes sphères culturelles, en les analysant en profondeur et de manière comparative. Les lignes de recherche possibles sont les suivantes :

- La politique et l'histoire, avec les transformations radicales auxquelles nous assistons
- Questions liées au *politiquement correct*, et donc à la méchanceté (verbale ou non)
- La littérature et le folklore, qui ont toujours offert des objets théoriques étonnantes
- L'anthropologie, qui étudie les conflits entre les systèmes de valeurs
- Le journalisme, qui montre comment la méchanceté et la bonté sont des formes de discours
- Les réseaux sociaux, qui ont donné naissance au *culte de la méchanceté* ambiant, en innovant ses formes de communication et ses aspects pathémiques.
- Le cinéma et la télévision, qui ont exploré à maintes reprises divers aspects sombres
- Les arts visuels, qui traitent de la manière dont la méchanceté peut être traduite visuellement
- La conception et la spatialité, qui peuvent non seulement être mauvaises, au sens de mal faites, mais aussi produire des actions plus ou moins .
- La technologie, qui en plus d'accompagner la méchanceté sous toutes ses formes, a la capacité de stimuler la méchanceté comme peu d'autres choses
- La nourriture et le vin, où le bon et le mauvais sont toujours en jeu, et ce à plusieurs niveaux
- La publicité, dont les mondes parfaits ne sont plus qu'un lointain souvenir
- La musique, parce qu'on n'a jamais vu un méchant sans bande sonore.
- La mode, parce que les méchants ne sont jamais nus
- La religion, qui nous offre certaines des descriptions les plus évocatrices de la méchanceté
- Le langage et les discours de haine qui donnent la parole à la méchanceté
- À l'heure de l'Anthropocène, et dans une vision non anthropocentrique, même l'espèce humaine dans son ensemble peut être considérée comme une sorte d'ennemi des ennemis

Modalités de participation

La date limite de soumission des propositions à l'adresse électronique du secrétariat de l'AISS (info@associazionesemiotica.it) est fixée au **1er juillet 2025**.

L'acceptation des propositions sera annoncée au plus tard le **15 juillet 2025**.

Les propositions doivent comporter entre 1500 et 3 000 caractères, auxquels il faut ajouter une bibliographie et une notice biographique.

Les propositions peuvent également être structurées autour de thèmes communs sous la forme de atelier thématiques. Le nombre maximum d'intervenants par panel est de 6.

Pendant le Congrès, chaque communication sera de 20 minutes, plus 5 minutes de discussion.

Toutes les informations logistiques et organisationnelles relatives au congrès seront publiées sur le site www.associazionesemiotica.it.