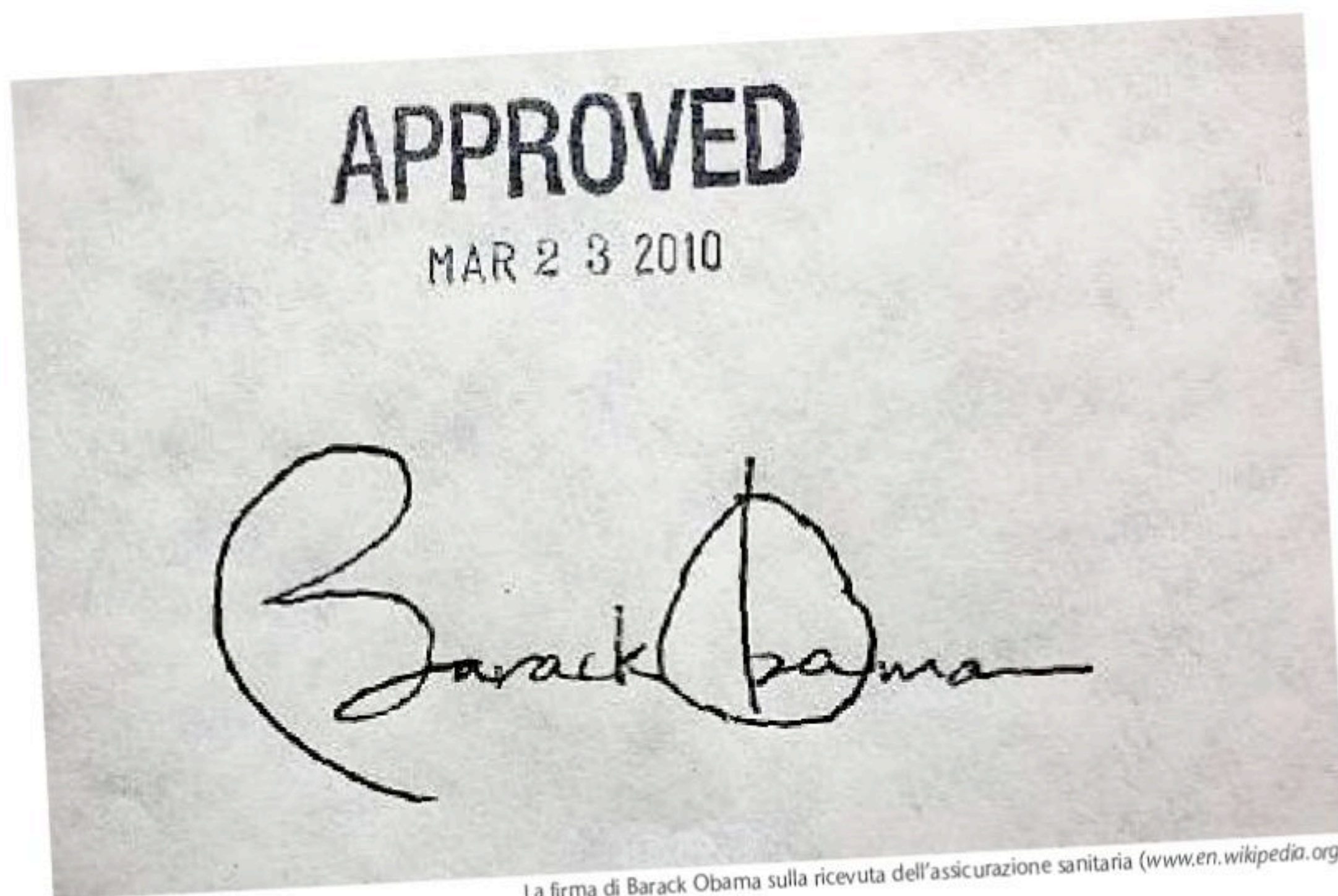




Dal graffito alla griffe

Secondo lo psicologo Richard L. Zweigenhaft “la firma costituisce un **movimento espressivo** poco appariscente ma in grado di registrare, oltre al nome della persona, anche il suo status e la percezione che ha di sé”

di **Mariella Dal Farra**



La firma di Barack Obama sulla ricevuta dell'assicurazione sanitaria (www.en.wikipedia.org)

Società

10

C'è stato un tempo precedente all'avvento del codice a barre e delle banche-dati informatizzate in cui, per prendere un libro in prestito in biblioteca, il lettore doveva firmare un cartoncino contenuto in una tasca fissata sull'ultima pagina del testo; il cartoncino veniva poi trattenuto dal bibliotecario, che lo infilava nell'apposito schedario insieme alla data prevista per la restituzione. In questo modo, quando si sceglieva un libro, era possibile vedere chi altri lo aveva già letto, e se fra le firme ve n'erano di appartenenti ad amici o compagni di scuola. Il processo di scelta si arricchiva così di una connotazione più personale, dove il passaggio di mano in mano si trasformava in un passaparola sancito da quel segno così definito e peculiare che è la firma autografa.

Segni e messaggi personali

Secondo Richard L. Zweigenhaft, “la firma costituisce un movimento espressivo, poco appariscente ma in grado di registrare, oltre al nome della persona, anche il suo status e la percezione che ha di sé”. Nel corso degli anni Settanta una serie di studi evidenzia-

rono come la dimensione della firma fosse correlata a variabili quali lo *status sociale* (per esempio, quella dei docenti universitari era mediamente più grande di quella degli studenti) e l'*autostima* (la firma di soggetti ai quali veniva fatto credere di avere ottenuto un punteggio elevato in un test d'intelligenza occupava uno spazio maggiore dopo avere appreso il “risultato”). Parallelamente, è stata studiata la particolare configurazione che un individuo sceglie nello scrivere il proprio nome (per esempio, “Carlo Rossi” o “C. Rossi”) ed è stato ipotizzato che la tendenza ad abbreviare il nome di battesimo, o a posporlo al cognome, sia associata a un'attitudine più conservatrice, e addirittura a una scarsa disposizione a rivelare informazioni su se stessi², mentre l'iniziale del secondo nome, interposta fra nome e cognome (“Carlo A. Rossi”) viene percepita come un avanzamento dello *status sociale*.

Anche se suscettibile di modificarsi a seconda di come ci sentiamo e della fase evolutiva in cui ci troviamo, la firma autografa mantiene un carattere idiosincratico che la rende inconfondibile, fattore da cui peraltro deriva il valore legale

che le è riconosciuto: la firma è infatti considerata un'emanazione diretta della persona, che la usa per manifestare e convalidare la propria volontà. Si tratta quindi di un vero e proprio "marchio personale", e come tale viene apposta su ciò che ci appartiene (per esempio, i libri) così come sul frutto del nostro lavoro. In questo senso la firma "segna il territorio", delimita le zone d'influenza e distingue ciò che è mio da ciò che è tuo: una funzione, questa, letteralmente "esplosa" dai *writer* che, a partire dai vagoni della metropolitana newyorchese degli anni Settanta, hanno iniziato a firmare in maniera compulsiva e più o meno artistica gli spazi pubblici in cui si muovono, personalizzandoli e rendendoli quindi, in forma simbolica, "propri". La vivace reazione delle municipalità di tutto il mondo ha reso subito chiaro che il messaggio era arrivato a destinazione...

Lo "stile" digitale come perdita

La valenza espressiva della firma, a prescindere dagli eccessi pittorici dei *writer*, è tale da renderla sinonimo di stile, come nell'ambito della moda dove l'abito "firmato" è per definizione quello elegante, di qualità, che "fa tendenza". Indossare vestiti o accessori firmati è quindi un po' come fregiarsi di una cifra stilistica "certificata", abdicando in una qualche misura alla propria: in questo senso, la *griffe* è l'esatto contrario del graffito, in quanto subordina la "firma" personale a quello, dello stilista, laddove il graffito la magnifica, moltiplicandola all'infinito in una sorta di ipertrofia dell'ego.

La firma intesa come segno vergato *manu propria* è stata oggetto privilegiato di studio da parte dei grafologi che, oltre alla dimensione, ne interpretano la posizione sul foglio, l'omo-

geneità rispetto al testo, la leggibilità e diversi altri aspetti fra cui la presenza (o assenza) del paraffo, "cioè un tratto che assume diversi significati a seconda della direzione, dell'ampiezza e del rapporto con la firma stessa"³. Così, "il paraffo più semplice è il puntino finale, detto 'del procuratore', che indica desiderio di voler mantenere una certa distanza. Un paraffo grande e avvolgente indica protezione dall'ambiente", mentre "A volte è presente una sottolineatura che è vista come un binario che traccia il cammino da percorrere".⁴

Indubbiamente suggestive, non so quanto tali considerazioni siano anche generalizzabili, ma è evidente che "qualcosa di più di un nome viene comunicato nella firma"⁵. In effetti, come ben sanno i collezionisti di autografi, la firma rappresenta un patrimonio analogico che va preservato: la nuova firma digitale, un codice alfanumerico privo di qualunque connotazione espressiva, non può competere con la ricchezza delle informazioni in essa contenute.

note

- ¹ Richard L. Zweigenhaft, "The empirical study of signature size", *Social Behavior and Personality*, 5 (1): pp. 177-185, 1977.
- ² Ibidem, pag. 183.
- ³ Stefania De Matola, www.nienteansia.it/articoli-di-psicologia/wp-content/uploads/2009/07/la-firma.pdf, 24.7.2009
- ⁴ Ibidem, pag. 16.
- ⁵ Richard L. Zweigenhaft, op. cit., pag. 184.

invito alla lettura

Evi Crotti

Dimmi come firmi. Il carattere e la personalità svelati dalla firma

Oscar Mondadori, 2011

Testo assai interessante sulla firma come "impronta digitale grafologica": personale, inconfondibile... e il più delle volte anche infalsificabile



Rendetevi la vita di nuovo più facile.

A volte capita di sentirsi sopraffatti dalle incombenze burocratiche. Non con Sympany: approfittate delle nostre soluzioni flessibili e di un servizio personalizzato per privati e aziende - diversa con brio. Informatevi ora: www.sympany.ch

sympany
assicurazioni