



Prendere alla lettera il discorso dell'altro

Cesare Pietroiusti

Per le ricerche artistiche del XX secolo, la svolta operata da Marcel Duchamp con l'invenzione del *ready-made* ha rappresentato un paradigma con il quale è stato molto difficile non confrontarsi. Il passaggio della figura dell'artista visivo da quella di un produttore attivo di manufatti a quella di indicatore di oggetti belli e fatti ha avuto una serie di conseguenze, a cascata, di cui ancora non si vede la fine. Si può certamente obiettare che l'operazione duchampiana non sta nell'ostensione *tout court* dell'oggetto, ma nella sua decontestualizzazione (dal mondo al museo), che funziona come critica decostruttiva dell'istituzione artistica. Anche visto in questa chiave, il *ready-made* è un radicale atto di superamento della rappresentazione e (in prospettiva) della metafora. In seguito, molte ricerche andranno nella direzione di svuotare sempre più l'"oggetto" o la "materia" dell'opera dalle sue funzioni strumentali, simboliche o metaforiche; ovvero nella direzione di ridurre l'opera alla concettualizzazione, o all'organizzazione, di un evento. Il tutto, si potrebbe dire, è stato come guidato dalla volontà di "prendere alla lettera" il problema di volta in volta in questione: la rappresentazione, la metafora, il simbolo, il materiale, l'oggetto di serie, il concetto, il contesto, la natura etc. sono tutti problemi che sono stati, se non risolti, in qualche modo esauriti dalla radicalità di una qualche soluzione "letterale", proprio come quella proposta dal *ready-made*.

Uno di questi problemi riguarda la posizione dell'artista nel mondo, e il suo ruolo nei confronti degli altri soggetti sociali. Prendere alla lettera la

problematica che nasce dal non sentirsi un individuo insieme isolato e ispirato, bensì l'interprete, o il portavoce, di un segmento della cultura a cui si appartiene, può tradursi nella scelta di delegare ad altri soggetti la funzione "creativa", operando, come unica mediazione, l'inserimento di tale produzione in un contesto pubblicamente riconoscibile. Una posizione di questo genere mette in discussione il concetto di "autore" e, valorizzando il principio della collaborazione, è radicalmente antiautoritaria. Nello specifico artistico, essa può essere interpretata come uno sviluppo della cosiddetta arte interattiva, quella in cui al pubblico è richiesta una partecipazione sollecitata da stimoli prestabiliti dall'artista. Direi anzi che, in un'epoca in cui l'interattività è una specie di "lancio" pubblicitario di nuove modalità del divertimento alienato (l'epoca post-televisiva), l'arte interattiva che si riduce alla partecipazione a qualche tipo di gioco computerizzato, o alla stereotipa e predeterminata elaborazione combinatoria di qualche materiale dato, viene smascherata come strumento omologante, dall'ipotesi operativa di cui qui si parla.

In questo testo, saranno presi in considerazione alcuni esempi di eventi artistici (mostre o "operazioni" in senso lato) nei quali gli artisti hanno assunto una posizione di "raccoltori" di produzioni altrui, ossia di persone estranee al contesto dell'arte e presumibilmente prive della possibilità di accesso ad esso, o semplicemente disinteressate. Gli esempi potrebbero essere più numerosi e la scelta da me operata è in qualche modo di parte. Nondimeno, se ne può evincere una certa varietà di motivazioni, di metodologie e di esiti, anche teorici.

Molta ricerca sociologica ha, ormai da tempo, rinunciato alla pretesa di oggettività del ricercatore, dei suoi strumenti, dei suoi metodi (questionari, test e analisi quantitativa dei risultati), e si è rivolta a privilegiare l'indagine che dà direttamente voce alla realtà sociale in questione. Le ricerche artistiche, specie dagli anni settanta, hanno spesso usato metodi vicini a quelli della sociologia, ma l'idea di "partecipazione" è stata per lo più letta in chiave ideologica, come necessità di azione all'interno di un più vasto rivolgimento storico e trans-individuale. Il brusco, successivo, annullamento delle barriere ideologiche ha determinato l'esplosione di una miriade di tematiche conflittuali la cui specificità non è più riconducibile a schemi interpretativi prefissati, ma richiede invece di volta in volta un aggiustamento dello strumentario teorico e metodologico, e soprattutto la disponibilità, da parte del ricercatore, a farsi artefice di un ascolto, se non proprio passivo, almeno flessibile. In arte il "multiculturalismo" non è soltanto l'accettazione, all'interno di un sistema comunicativo, di artisti del terzo mondo, bensì, e, in prospettiva, più importante,

la consapevolezza di dover mettere alla prova lo stesso concetto (occidentale) di cultura come forza che orienta storicamente la realtà. La molteplicità e la complessità dei frammenti che costituiscono la realtà, infatti, evidenziano continuamente la loro irriducibilità ad una lettura comprensiva che vada bene per ogni caso e sembrano richiedere soprattutto forme di propria manifestazione non mediata. Questa frammentata pressione è la forza che resiste all'omologazione della cultura di massa, che pretende di uniformare e modellizzare desideri e bisogni.

Il proposito, dunque, di fare arte proponendo semplicemente idee, manufatti, oggetti e scelte altrui è un modo di prendere alla lettera la domanda suscitata da quella pressione. In questo modo l'artista si occupa, come dicevo, di determinare delle condizioni per cui forme di soggettività possano diventare comunicative, ossia di inventare un contesto comunicativo. Si vedrà fra l'altro, negli esempi che seguiranno, che tale comunicazione può essere fatta di contenuti riconoscibili, che in qualche modo appartengono alla comunità in cui appaiono ma che essa, fino ad allora, non aveva preso in considerazione; e può anche essere fatta non di contenuti ma soltanto della lampante consapevolezza dell'esistenza di una loro varietà.

1- Group Material e l'identità comunitaria;

Group Material è il nome che un gruppo di quindici fra artisti, scrittori e altri attivisti politico-culturali si sono dati nel 1980, quando hanno deciso di trasformare dei periodici incontri di dibattito in azione culturale organizzata. Aperto uno spazio nel Lower East Side a Manhattan - in una zona a prevalenza ispanica - nel dicembre 1980 Group Material spedisce (o meglio consegna porta a porta) una lettera a tutti gli abitanti della 13ma strada (quella in cui si trova la sede del gruppo, dove erano a quel punto già state organizzate un paio di mostre) per presentare le attività in programma e per invitare gli abitanti stessi a partecipare con un oggetto personale ad una mostra, prevista per il periodo gennaio-febbraio 1981, dal titolo *People's Choice* (in seguito la mostra è stata denominata, in considerazione della sua caratteristica 'etnica', *Arroz con Mango*). La lettera recitava, fra l'altro:

“...vi invitiamo a portare cose che difficilmente potrebbero avere un posto in una galleria d'arte: quelle cose che personalmente trovate belle, oggetti che tenete per il vostro proprio piacere, oggetti che hanno un significato per voi, la vostra famiglia, i vostri amici (...). Scegliete qualcosa che vi sembra possa

comunicare qualcosa ad altri (...). Se c'è una storia relativa alla cosa che scegliete, scrivetela e la disporremo in mostra accanto ad essa”.

I vicini risposero generosamente, sia consegnando un gran numero di cose, sia intervenendo direttamente alla mostra durante il periodo della sua apertura. Fotografie di famiglia e immagini di momenti di intimità, manufatti di arte popolare (bambole, utensili), immagini religiose e riproduzioni di capolavori della storia dell'arte, offrirono uno spaccato su una comunità culturalmente marginale, ma comunque riconoscibile (in primo luogo dai suoi stessi componenti) come tale. L'idea sottesa a questa iniziativa era proprio la valorizzazione della comunità come elemento di resistenza all'oppressione culturale massmediatica e la convinzione che il circuito dell'arte potesse essere usato, in questo senso, come un'arma, uno strumento di diffusione e forse di amplificazione di tali forme di resistenza. In effetti, l'attenzione portata alle attività di Group Material da parte del “sistema dell'arte” (riviste, gallerie, etc.) ha portato in seguito ad una progressiva disgregazione del gruppo e, ancora prima, ad un allentamento del rapporto con la comunità. L'esperienza di *People's Choice*, comunque, ha rappresentato un momento unificante significativo di una realtà sociale altrimenti disgregata e, in prospettiva, un'esperienza precoce della pratica di raccogliere “letteralmente” il discorso, le cose, le scelte dell'altro.

2 - Stefano Fontana e la persistenza del dialetto

Stefano Fontana è un artista che vive a Piombino ed è operaio da vent'anni nelle locali acciaierie. I suoi lavori sono stati esposti (in particolare fra l'87 e il '91) in numerose mostre e rassegne anche internazionali e sono stati, in Italia, elemento di un vivace dibattito sul ruolo dell'artista, che è lungi dall'essere concluso ma che tende progressivamente a marginalizzare (e, nel breve termine, a ignorare) coloro i quali, per necessità o per scelta, restano a vivere la loro vita in piccoli centri, lontano dai circuiti di distribuzione della cultura. In effetti, il lavoro di Stefano Fontana risente fortemente di tale dinamica di esclusione, che ne rappresenta uno dei temi fondamentali. Varie sue operazioni consistono proprio nel tentativo di raccogliere il discorso del cittadino comune di Piombino e di ripresentarlo come tale (possibilmente con un minimo di mediazione formale) nel sistema dell'arte, facendone un'opera.

Contenitori ideologici è un'operazione del 1985. L'artista dispone in giro per la città (su cancellate, muri, etc.) una serie di scatole gialle tutte uguali, della

forma di una piccola cassetta delle lettere, con una fessura in alto e con la scritta “contenitore ideologico”. Le scatole sono lasciate per un certo tempo, dopodiché vengono rimosse dall’artista che in mostra, oltre ad una documentazione fotografica dell’installazione “in campo”, esibirà tutto il contenuto che, contenitore per contenitore, ci ha trovato dentro.

Messaggi (1991) è il titolo di un’altra serie di oggetti: si tratta di piccoli basamenti (anche in questo caso di colore giallo) in cui è inserito un apparecchio telefonico. Sul basamento c’è solo la scritta “messaggi”. In effetti alla cornetta non si sente niente, ma, proprio nel momento in cui questa viene sollevata, un registratore entra in funzione e registra tutto ciò che l’occasionale fruitore, soprattutto se capisce che non ci sono messaggi da ascoltare, ma da lasciare, dice. Anche questi oggetti vengono lasciati per un certo tempo in vari luoghi della città di Piombino, per lo più spazi pubblici. In mostra il registratore semplicemente emette, alla stessa cornetta, ciò che prima era stato registrato.

Voto libero (1994), infine, è una specie di bussolotto, completo di matita e schede bianche con una piccola scritta in alto “voto libero”, e con scomparto in cui lasciare le schede “completate”. L’operazione è stata compiuta in due o tre occasioni, sempre a Piombino, in prossimità di appuntamenti elettorali. L’artista ha raccolto varie centinaia di schede, e i relativi messaggi, che ha poi successivamente esposto.

La dichiarata volontà di Stefano Fontana è quella di valorizzare un discorso che proviene dal basso, sia nel senso sociale che geografico; di sottolineare la persistenza delle sue caratteristiche locali e non intellettuali, in una parola la persistenza di un “dialetto” culturale in un mondo in cui sembra che il discorso delle scelte e dei desideri si articoli dappertutto con la stessa onnipervasiva sintassi della pubblicità, in cui tutti si omologano a votare per gli stessi partiti mentre, di fronte alla possibilità di esprimersi liberamente, sembrano assumere centinaia di posizioni politiche (ed esistenziali) distinte.

3 - *I Cento capi di vestiario* di Cesare Pietroiusti e lo stereotipo del sex-appeal

Nel periodo fra febbraio e aprile 1992, nell’ambito dell’organizzazione della mostra “EDGE 92” (Madrid e Londra, aprile-giugno 1992), a cento persone di ambo i sessi e di età compresa fra i 16 e i 73 anni, è stato rivolto il seguente quesito:

“Fra tutti i capi di vestiario che possiedi, qual’è quello con cui ti senti più attraente e sexy?”

Una volta data la risposta, alla persona veniva richiesto di prestare il capo di vestiario indicato, per esporlo all'interno della mostra. Sessantacinque persone accettarono, e delle altre trentacinque fu documentata comunque la scelta fatta. Una volta terminata la mostra, i capi di vestiario tornarono ai loro proprietari e di questa operazione esiste ora soltanto una versione fotografica.

La limitatezza del campione, nonché la specificità della sua provenienza culturale rendono azzardate generalizzazioni troppo categoriche. Nondimeno, i capi di vestiario esposti mi sollecitarono da subito alcune considerazioni che vorrei riportare in questa sede. Accanto ad alcuni indumenti chiaramente connessi con l'idea che del sex-appeal tende a trasmettere l'attuale versione della società dei consumi (certa biancheria intima, guanti da donna lunghi fino al gomito, un cappello maschile a larghe falde, etc.), in mostra la maggioranza degli oggetti prestati sembravano molto lontani da quest'idea. In molti casi sui capi di vestiario erano evidenti le tracce di un uso prolungato, di vecchia data (jeans scuciti e ricuciti, mutande lise, T-shirt con un disegno quasi illeggibile, etc.); in altri casi si trattava invece di indumenti all'apparenza del tutto insignificanti (anonime camicie o vestitini). L'impressione generale era, come qualcuno argutamente mi disse, più quella di una vendita di beneficenza di vestiti usati che di una sfilata di moda.

La mia convinzione è che la personalizzazione della domanda relativa al *sex-appeal* ("qual'è il vestito con cui *tu* ti senti più attraente"), sposta la risposta in un territorio in cui prevale la memoria o addirittura la superstizione ("la camicia che portavo quando ho incontrato lei") rispetto alle leggi che danno forma al desiderio sui cartelloni pubblicitari o in TV. A quelle leggi tutti siamo, ovviamente, soggetti e per quasi tutti, maschi da una parte, femmine dall'altra, i sex-symbols, e il loro modo di vestire, sono facilmente prevedibili, massivamente omologati. Quando però si passa alla rappresentazione di sé all'interno di un tale sistema di desideri, il peso dell'esperienza e della storia personale, con le sue non omologabili sfaccettature, può diventare prevalente.

4 - Laura Ruggeri e il problema del valore

Nel 1995 Laura Ruggeri è stata invitata a fare una mostra personale nella galleria di Emy Fontana a Milano. Questa galleria si trova in Viale Bligny, all'interno di un edificio molto grande, abitato da persone di provenienza sociale molto diversa (fra gli altri, diversi immigrati nord-africani). A tutti l'artista ha chiesto di prestarle - sempre per la durata della mostra, da lei intitolata *Der*

Messingkauf - un oggetto da ciascuno di loro considerato “un’opera d’arte”, nonché di riempire una scheda di prestito, con l’indicazione del nome del prestatore, una descrizione dell’oggetto e il suo valore monetario. Moltissimi prestarono una cosa e in mostra si accumularono spade e ventagli antichi, quadri, ogni specie di soprammobili, nonché cassette (audio o video) con musica nordafricana, o altri oggetti attestanti un’identità etnica. Ma l’attenzione dell’artista era rivolta in particolare all’indagine sul problema della valutazione economica dell’oggetto prestato e di quanto, relativamente agli oggetti che possediamo (e che magari consideriamo molto importanti), tale valutazione non segua le leggi di mercato ma regole contestuali determinate dalle relazioni in gioco. La Ruggeri dice infatti “Per questa mostra ho concentrato la mia attenzione sul concetto di ‘valore’, come un aspetto rilevante dell’opera d’arte, e sul prestito come un particolare tipo di transazione (...); chiedendo un oggetto e una scheda di prestito ho imitato una pratica molto comune nel mondo dell’arte, coinvolgendo però persone appartenenti ad un contesto che ne è usualmente escluso e ho creato quindi una variante dell’abituale rapporto fra artista, gallerista, prestatore e collezionista. Il valore di ciascun pezzo non era prefissato, ma determinato all’interno della relazione che di volta in volta si creava: come nella ricerca artistica contemporanea, il valore e il significato di un’opera non sono dati, ma sono il risultato di un’interazione collettiva”. E ancora: “Il titolo *Der Messingkauf* è tratto dagli scritti sul teatro di Bertold Brecht e si riferisce al fatto che il denaro può comprare quasi tutto, ma talvolta è un mezzo del tutto inappropriato per misurare il valore di qualcosa”.

5 - N55 + Il Gioco del Senso e del Nonsense e la valorizzazione della varietà

Fra marzo e giugno 1995 si è tenuta, a cura del gruppo di giovani artisti di Copenhagen “N 55”, all’interno dell’omonimo spazio da loro gestito, una mostra dal titolo *Open Space*. La mostra era stata preceduta dalla diffusione via posta, sui giornali, a mano, con locandine etc. di un comunicato di questo tenore: “ Dal giorno... lo spazio ‘N 55’ funzionerà come uno spazio aperto per tutte le persone che intendono comunicare attraverso le cose (...). Ognuno è libero di portare qualcosa all’interno dello spazio espositivo, che sarà aperto al pubblico. Gli organizzatori si occuperanno dei problemi tecnici relativi all’installazione. Alla fine della mostra gli oggetti saranno restituiti. Nello spazio espositivo sarà aggiornata la documentazione relativa ai nuovi prestiti (...)”.

Una quarantina di persone raccolsero l’invito e portarono testi, oggetti, video,

fotografie, poster, installazioni complesse, un diario, abiti, musicassette e qualcuno si esibì in una performance. Le cose non erano etichettate, quindi non avevano né un titolo, né era dichiarato il loro autore.

Nella primavera del 1996 un gruppo di artisti romani ha organizzato, con modalità molto simili a quelle di Copenhagen, una mostra dal titolo *Gioco del senso e/o non-senso*. In questo caso la richiesta era formulata così: “C’è qualcosa che tu possiedi (oggetto, manufatto, messaggio, etc.) che, per qualsiasi motivo, ritieni significativo e che ti interessa far vedere ad altri? Il *Gioco del senso e/o non-senso* ti dà questa possibilità, senza alcuna spesa e per il solo piacere di farlo”. La mostra si tenne, per una sola settimana, nei locali della libreria “Forum” a Roma, e raccolse progressivamente una settantina di oggetti più svariati: testi, poesie, una bambola, fotografie, dipinti e disegni, manufatti di varia origine, utensili, un portacenere kitsch, un barattolo di ciliegie sotto spirito, alcuni libri, documentazioni di lavori d’arte, una vecchia tessera del P.C.I., finanche un motorino (accompagnato da un foglio che diceva: “l’arte risolve i problemi di parcheggio”) etc.

Nelle due operazioni appena descritte l’accento è messo sulla comunicazione (Copenhagen) e sulla significatività (Roma), quindi su istanze estremamente simili. In entrambi i casi però, la multiformità delle risposte, che ovviamente spaziano dalla sfera personale alla *boutade*, fa sì che il livello di appercezione della comunicazione e del suo senso risulti spesso al di là della soglia della comprensibilità. Prese individualmente, le cose esposte comunicano poco e non si capisce perché siano “significative”. L’interesse delle due operazioni sta quindi, essenzialmente, nell’indicazione di quanto possa essere estesa la varietà delle risposte a tali quesiti, e nella valorizzazione della stessa varietà, come fonte potenziale di altre riflessioni, di altre storie, di altre domande.

6 - *Rendez(-)Vous* e la legittimazione

Rendez(-)vous è una mostra che si è tenuta nella primavera del 1993 presso il Museum Van Hedendaagse Kunst di Gent, in Belgio. Nei mesi precedenti, su vari quotidiani e periodici locali era apparsa la richiesta, fatta dal museo a tutti i cittadini, di prestare, per una mostra, oggetti considerati “rappresentativi di una scelta o di un valore personale” o addirittura “rappresentativi di una persona”, sempre accompagnandoli con una storia, una motivazione, una riflessione.

Più di millecinquecento persone risposero all'invito, invadendo il museo degli oggetti più disparati. In mostra, però, gli oggetti non furono esposti come tali. Tre artisti infatti, Jimmie Durham, Ilya Kabakov e Henk Visch, furono invitati dai curatori e ideatori della manifestazione - Bart De Baere e Jan Hoet - a utilizzare tutti questi oggetti come materia prima per creare delle loro installazioni. In mostra quindi tutto venne risistemato, ricombinato, riallestito, utilizzando supporti particolari e stili caratteristici dei tre artisti invitati.

Il problema affrontato da questa iniziativa mi sembra quello della legittimazione. Il fatto che fosse un museo (fra l'altro, di grande prestigio) a fare la richiesta ai cittadini ha rappresentato, in più rispetto agli altri esempi citati in precedenza, una sorta di garanzia ufficiale che ha probabilmente rassicurato i potenziali prestatori inducendoli a scelte anche "di valore" che in altri contesti sarebbero state fatte con più titubanza. Ma l'istituzione legittimante (il museo) sembra aver avuto bisogno a sua volta di una legittimazione - passaggio, questo, saltato a pie' pari negli altri casi qui descritti - da parte degli artisti, quasi che, altrimenti, senza una qualche interpretazione poetica, tutte quelle cose e tutte quelle storie sarebbero rimaste nella sfera dei valori personali e quindi fuori dall'arte. Il problema è certamente rilevante ed attuale: il bel libro curato dallo stesso De Baere, che costituisce parte integrante del catalogo della mostra, e che raccoglie una selezione di 156 oggetti prestati, restituendoli con la mediazione di una fotografia standardizzata in bianco e nero e con la breve descrizione che li accompagnava, tale libro sta ad indicare che un grande interesse risiede nelle scelte e nelle storie personali. E che esso è, come minimo, autonomo rispetto alla poeticità, allo stile e ai metodi degli artisti professionisti.

Appendice

Senza ulteriore commento vorrei proporre qui due documenti

Dai *Messaggi* di Stefano Fontana (pubblicati in *Storie*, a cura di Carolyn Christov-Bakargiev, ediz. Alice e Il Campo, Roma; Sergio Casoli, Milano; Marco Noire, Torino; 1991, pagg. 22-23)

CENTRO SOCIALE GIOVANI

- Meloni, vai in culo te e tutta la tua famigliaccia...
- Flavio schiavizzato.
- La vita è bella se la vivi come ti pare.

- Fuma bello, fuma sano, fuma solo pakistano.
- Il blob.
- ...è scema.
- Cosa ha detto?
- (cantando) Il mondo è qua, ma non c'è stato mai...
- Fai cacare.
- Messaggio, messaggio: viva la topa!
- Pronto: il babbone è scemo.
- Messaggio, messaggio per Barletta. Barletta scappa, c'è l'allacciacani.
- Solo la mafia obbliga, il privato propone, lo strozzino ricatta.

BAR TORREFAZIONE GIULIANI

- Vengo subito, pronto.
- ...che Marco è una gran carogna, fa dei caffè che fan pietà e poi non vuole fare mai il resto, vuole sempre la mancia.
- ...sono arrabbiato perché la mia zia è rinchiusa.
- Sono un libero cittadino. Mi piacerebbe vedere Piombino pulita, in particolar modo l'aria.
- ... è sottile, affascinante, struggente intrigo sul tema dell'amore e dell'autodistruzione.
- Troppo cari i rifiuti urbani, si pagano.
- ...
- Pronto, non dice nulla... (altra voce) devi dire te... (il primo) mi sono stufato di lavorare.

Gado usdi hia? di Jimmie Durham (pubblicato in *Rendez(-) Vous*, Museum Van Hedendaagse Kunst, Gent, 1993, pag. 7-8).

“Gado usdi hia” significa “che tipo di cosa è questa?” Solo che non c'è alcuna parola in quella frase che significhi “cosa”. La frase contiene il “che” interrogativo e un verbo; nessun sostantivo o pronome.

Non conosco alcuna parola che in coreano significhi “cosa”, o “oggetto”. Non c'è il pronome “esso” o “ciò”.

Ho scritto in un altro testo che la parola coreana per “la terra” potrebbe essere tradotta così: “un processo continuativo”. La maggior parte dei sostantivi coreani non sono proprio nomi, ma descrizioni di un'azione, una funzione, una forma (o tutt'e tre le cose). Potremmo considerare il coreano come un linguaggio

che parla di funzioni e relazioni.

I nomi sono completamente integrati con i verbi, “sgi na nunh ya, Hi anunhya - adahne di”, cioè “Ti offro il mio duro cuore”, la durezza di tale cuore è indicata dal verbo (“duro-io-do”) e la parola “cuore” non è astratta e la potremmo tradurre soltanto con “funzionante-dentro-di-me-cuore”[...].

Una parola completamente diversa è usata per indicare un cuore che è stato tolto dal corpo; tale cuore non è più lo stesso “oggetto” poiché la sua funzione è cambiata [...].

Un verbo che all'incirca traduce il nostro “volere”, contiene sempre come elemento della sua forma una qualche indicazione della “cosa” voluta, ma mai il termine astratto per la “cosa” [...].

Si può dire “a tla ha”, che si potrebbe tradurre con “un oggetto che non si sta muovendo ma che prima si era mosso”. Ma la frase non contiene alcun termine che di per sé significhi “un oggetto”.

Tale descrittività delle parole preclude la possibilità di evidenziare la proprietà delle cose. Non ci sono pronomi possessivi nella lingua coreana semplicemente perché non è pertinente chi sia proprietario di qualcosa.

“Sgi na nunh ya”, “Come un sasso”; io posso dare quella “cosa”, tu “la” puoi comprare. Ma non ci sarà mai quella “cosa”, né ci sarà mai quel “la”.

Ovviamente, si può indicare una “cosa” astratta tramite una azione; “adahne di” significa “dono”.

Jimmie Durham