

BAHAMUT?

“Dio creò la terra, ma la terra non aveva sostegno, e così sotto la terra creò un angelo. Ma l’angelo non aveva sostegno, e così sotto i piedi dell’angelo creò una rupe fatta di rubino, ma la rupe non aveva sostegno e così sotto la rupe creò un toro con quattromila occhi, orecchie, nasi, bocche, lingue e piedi. Ma il toro non aveva sostegno, e così sotto il toro creò un pesce chiamato Bahamut, e sotto il pesce mise l’acqua, e sotto l’acqua mise oscurità, e la scienza umana non vede oltre quel punto”.

(*Il libro degli esseri immaginari*, Jorge Luis Borges)

Uno dei lap-top più diffusi al mondo esibisce frontalmente l'immagine di una mela appena morsa; sui piedi portiamo scarpe il cui simbolo ricalca le ali di una dea greca; VENUS è il nome dei rasoi che le ragazze attente usano per assicurarsi gambe lisce e attraenti.

Nell'epoca della “tecnica dispiegata” in cui la tecnologia corre incontro ad ogni bisogno, gli dei e le credenze ancestrali riescono a malapena sbarcare il lunario con lavoretti succedanei: piccoli orpelli a decoro di una sapienza ben più consapevole e solida, che con tutto il diritto si prende gioco di un passato di riti e paure.

Anche se gli dei hanno abbandonato l'Olimpo (così mostrano le foto satellitari sul monte), sembra ancora ben presente all'interno dell'uomo un certo comportamento “rituale”, irrazionale e gregario: un rito senza mito che, se per Wittgenstein rappresentava l'attitudine ad attutire i nostri disagi imprecaando contro un imprecisato Fato o Dio (gesti in cui razionalmente non crediamo, ma che aiutano a mantenere la calma), assume del tutto altri connotati quando si analizzano certe ritualità del consumo.

Nelle code infinite, che partono all'alba dei fortunati acquirenti dell'ultimo modello di telefono; nelle maschere cerimoniali di *V per Vendetta*; nel culto del VIP possiamo scorgere forse una nuova mitologia. Un *rito con mito*, in effetti, fatto di dei “dalla vita breve”, che coincide più o meno coi cicli di vita del prodotto.

Il mito è uno strumento di marketing, molto efficace perché fa leva sull'inconscio dell'uomo (gli archetipi) così come nella sua necessità mai colmata di trovare un fine per sé come per ciò che ci circonda. E se il mito antico era un dialogo con la natura, questo mito del contemporaneo instaura il dialogo tra l'uomo e la società del consumo di massa, in cui la ritualità serve a riconciliarlo con la necessità del modello sociale di comprare, consumare, distruggere, comprare.

Bahamut? E' una domanda che poniamo agli artisti in mostra riguardo a come si pongono rispetto a questa definizione dicotomica di mito: contemporaneità o riscoperta di un sapere antico di comunicazione con la Terra?

La stessa storia di Bahamut incarna l'indagine della mostra. Nella cosmologia araba è ciò che si trova al fondo del sapere umano, è una ricerca incessante verso la profondità che scopre un mondo sempre più meraviglioso. E allo stesso tempo il pesce ancestrale si è del tutto adattato al nuovo mestiere del mito d'oggi: chi cerca Bahamut su Google trova immagini di draghi protagonisti di videogiochi (primo tra tutti *Final Fantasy*) e di articoli da collezione.

Il difficile compito degli artisti in mostra è raccontare il proprio punto d'equilibrio tra il pesce e il drago.