

Bahamut?

بَاهَامُوت

Davide Dicorato, Tania Fiaccadori, Stefano Filipponi,
Jacopo Martinotti, Carlo Miele, Salvatore Ricci

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 laptop 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 a ogni bisogno, gli dèi e le credenze ancestrali riescono a malapena a sbarcare il lunario con lavori 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 dèi hanno abbandonato l'Olimpo (così mostrano le foto satellitari sul monte), sembra ancora ben presente all'interno dell'uomo un certo comportamento "rituale": come scrive Wittgenstein, l'uomo è "un animale cerimoniale", il rito gli è necessario in quanto soddisfa un desiderio perché o ne anticipa o ne sostituisce, simbolicamente, la realizzazione, e il mito va inteso non tanto come primitiva risposta alla natura ma come proiezione della simbolizzazione, un evento ideale. Ma nell'era dalla tecnica sempre più spesso la prassi è quella di un rito senza mito.

Eppure nelle code di fortunati acquirenti che si radunano all'alba in attesa dell'ultimo modello di smartphone, nelle maschere cerimoniali di *V per Vendetta*, nel culto delle celebrities possiamo scorgere forse una nuova mitologia. Un rito con mito, in effetti, fatto di dèi "dalla vita breve", che coincide più o meno coi cicli di vita del prodotto, che altro non è se non una tattica di potere, come il mito eroico su cui fa leva la dialettica fascista per generare il consenso. Il mito effimero come strumento di marketing, molto efficaci perché fa leva sugli archetipi inconsci 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 attiene 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? è una domanda che poniamo agli artisti in mostra riguardo a come si pongono rispetto a questa definizione dicotomica di mito. La stessa natura di Bahamut incarna l'indagine della mostra. Nella cosmologia araba è l'ultima base organica del mondo, che si trova al fondo del conoscibile. È una ricerca incessante verso la profondità, un fondale su cui poggia l'impalcatura dell'universo che si rivela essere vertiginosamente irraggiungibile. E allo stesso tempo il pesce ancestrale si è del tutto adattato al nuovo mestiere d'oggi: se cercato su Google, Bahamut assume la forma di un drago, in quanto così iconizzato nei videogiochi (primo tra tutti *Final Fantasy*), un drago di pixel, poligoni o al massimo incarnato in action figures.

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

