

Alla ricerca del “vero uomo”

Declinazioni della mascolinità di Narendra Modi

Alessandra Consolaro

This article deals with some issues regarding masculinity in contemporary India, focusing on popular culture, the clothing semiotics, and the media discourse on masculinity, referred to Prime Minister Narendra Modi, leader of the Hindu nationalist party Bharatiya Janata Party (BJP). Modi has manipulated many figures from the nationalist past in order to build an image of himself as “the real man,” reaffirming the mandate of masculinity in order to lead the nation into the new millennium.

Keywords: masculinity, Narendra Modi, nationalism, Gandhi, khadi

1. Introduzione

Nell’India contemporanea si è affermato da tempo un immaginario politico legato a narrazioni populiste di “nazione” e “religione”, ma anche strutturato su linee di genere. Narendra Modi, l’attuale Primo Ministro indiano, ha sfruttato la reinvenzione connotata per genere di “nazione” e “religione” per affermare pratiche di governo nelle quali interpretazioni egemoniche di laicismo e religione si trasformano in narrazioni normalizzanti, volte a sanare forme di insicurezza ontologica presenti nella società indiana (Kinnvall 2019). In questo articolo si presenterà il discorso sulla mascolinità che si è messo in rilievo in India negli ultimi decenni, ponendo l’attenzione sul nazionalismo culturale di Narendra Modi, che si fonda sulla mascolinità del leader come personaggio “forte”, in grado di salvare la società da tutti i suoi mali.

Il riferimento di partenza di questa trattazione è la critica femminista, che studia l’attività quotidiana e “incarnata”¹ dello stato e dell’ideologia politica, sostenendo che i corpi e gli aspetti più

¹ Il termine è usato qui per tradurre l’inglese “embodied”, anche se il suo primo significato in italiano denota l’atto per cui un essere spirituale, per lo più divino, assume corpo fisico. Tradurre come “personificato” non mantiene il riferimento diretto alla corporeità, che invece è l’elemento predominante di questo discorso. Il termine “incorporato” mi è sembrato ancor meno adatto poiché pur facendo riferimento al corpo, intende l’unione in un organismo più vasto. A partire dagli anni Ottanta del

intimi della vita sono profondamente geopolitici (Hyndman 2001; Fluri 2011; Clark 2016). Esiste un’ampia letteratura sul nazionalismo incarnato, che dimostra come la nazione venga costruita in base al genere per giustificare una mascolinità violenta in sua difesa (Enloe 1989; Anthias and Yuval-Davis 1992; Das 1995; Collins 1999; Mayer 2004 and Roberts 2014). L’attenzione all’insorgere politico di una mascolinità violenta dominante va a integrare le teorie della mascolinità, in particolare la concettualizzazione della mascolinità egemonica come una forma idealizzata che regola e modella la gamma di mascolinità possibili all’interno di una società (Connell 1987; Connell and Messerschmidt 2005). Il collegamento del nazionalismo incarnato con le forme egemoniche emergenti di mascolinità violenta approfondisce l’analisi fornita dalle etnografie e dalle storie orali che mettono a fuoco l’esperienza vissuta e di genere di tale violenza (Das 1995; Butalia 2000; Chatterji and Mehta 2007; Saikia 2011). Esistono diverse geografie della mascolinità, che mettono in luce una produzione di mascolinità molteplice, fluida e relazionale, influenzata dalle dinamiche politiche, etniche, di genere, religiose, di classe e casta, specificamente locali e allo stesso tempo legate anche ai discorsi globali e a strategie geopolitiche (Berg and Longhurst 2003; Ehrkamp 2008; Hopkins and Noble 2009; Gökarıksel and Secor 2020). Per esempio, nel periodo successivo all’ 11 settembre, l’immagine dell’uomo musulmano proveniente dall’Asia meridionale si trasformò in Europa da “appassionato di cricket” a “sospetto terrorista”, con conseguenze che sono state studiate da Claire Dwyer, Bindi Shah and Gurchathen Sanghera (2008) e Consolaro (2014).

La critica femminista è stata particolarmente efficace nel rilevare i modi in cui un senso di insicurezza nazionale viene prodotto dagli agenti politici per sostenere i propri interessi, mentre contemporaneamente viene minata la sicurezza umana (Mountz 2004; Oza 2007; Fluri 2011; Martin 2011; Christian, Dowler and Cuomo 2016; Gökarıksel and Secor 2020; Dixon and Marston 2011; Williams and Massaro 2013). Nella narrazione dei gruppi che sostengono una mascolinità forte come i suprematisti bianchi negli Stati Uniti, i nazionalisti hindu in India o il discorso sulla gioventù nazionalista sunnita di Erdoğan in Turchia, la diversità – caotica – di un mondo multiculturale e il disordine delle donne e della femminilità costituiscono sia lo sfondo sia l’avversario in una trama incentrata sulla forza e sull’eroe maschile come vero protagonista di tutte le storie. In questo contesto, la centralità di un uomo come salvatore è fondamentale per il funzionamento del discorso sul sogno nazionalista.

secolo scorso l’uso del termine “incarnato” si è attestato in diverse discipline, dalla linguistica cognitiva all’intelligenza artificiale, dalla neurobiologia alla fenomenologia.

In questo articolo si analizza la mascolinità proposta da Modi attraverso il proprio modello corporeo e le scelte di abbigliamento, concludendo con un mini caso studio, che lo vede confrontarsi con Gandhi. Molti studi hanno discusso la semiotica dell'abbigliamento, il modo in cui gli indumenti funzionano come un sistema di segni o come una sorta di linguaggio (Barthes 1967; Eco 1972; Hebdige 2017; Entwistle and Wilson 2001). Riguardo all'Asia meridionale, Emma Tarlo (1996) ha dimostrato come gruppi e individui abbiano sempre utilizzato l'abbigliamento per affermare il proprio potere, sfidare le autorità, definire o nascondere la propria identità, promuovere o prevenire cambiamento sociale ai vari livelli della società indiana, dal villaggio alla nazione. In *Dressing the Colonial Body*, Nira Wickramasinghe (2003) sottolinea come le politiche sartoriali segnino i cambiamenti nelle relazioni sociali di potere e siano uno dei modi per capire la natura del colonialismo. Malgrado le esortazioni a dare maggiore valore ai contenuti, il look e la politica del vestire sono elementi fondamentale nella comunicazione.

2. Il dibattito sulla mascolinità nell'India contemporanea

Nel secondo decennio del XXI secolo si avviò in India un dibattito su mascolinità e virilità, sia a livello accademico, sia nell'opinione pubblica, anche a seguito di una campagna mediatica in connessione ad alcuni tragici eventi che scatenarono una forte reazione. Il caso più famoso risale al dicembre 2012, quando una studente di fisioterapia che sarebbe passata alla storia col nome di Nirbhaya (intrepida) fu brutalmente percossa con una spranga d'acciaio, torturata e sottoposta a un violentissimo stupro di gruppo mentre viaggiava su un bus con il suo compagno. L'ondata di proteste portò all'approvazione di una nuova legge antistupro nel 2013 e a un'ampia riflessione sulla mascolinità.

La mascolinità è un particolare tipo di posizione di genere: mascolinità e femminilità non sono termini uguali e opposti, ma sono in rapporto gerarchico. Allo stesso modo, fra uomini e donne non ci sono solo squilibri, ma anche strutture sociali e gerarchie che permettono a un numero ristretto di uomini e donne di avere potere politico e autorità culturale, subordinando ed emarginando una schiera di altre persone. Esistono mascolinità eterosessuali, mascolinità non eterosessuali, eccetera. Il patriarcato non solo costruisce tutti gli uomini come superiori a tutte le donne, ma anche alcuni uomini come superiori ad altri uomini. Il termine hindi *mardānagī* non è traducibile solo in termini di mascolinità, ma ha una forte componente nell'affermazione dell'identità personale e dell'individualità, con una connotazione di aggressività e assertività. La mascolinità è importante nella misura in cui si concentra non solo sulle relazioni tra uomini e donne, ma anche su quelle tra uomini e uomini. Per esempio, se si hanno solo figlie si può essere considerati meno "uomo" di chi ha figli maschi e se si è

disoccupati si può non essere “uomo” come un uomo che lavora. Nella percezione comune, se un uomo non controlla le sue donne nella propria famiglia è meno “uomo” di chi lo fa. Seguendo Rosalind O’Hanlon (1999) e Sanjay Srivastava (2015), va sottolineato come anche in Asia meridionale non sia utile costruire l’“uomo” come una categoria universale. Non esiste una singola monolitica formazione di genere, ma ci sono sempre mascolinità molteplici, che emergono in relazione a categorie sociali come etnia, nazione, religione, casta, geografia, classe e sessualità. Inoltre, la sessualità e il genere vanno ripensati nel contesto della mascolinità e del nazionalismo: il nazionalismo non è solo un progetto politico, ma anche culturale, e *mardānagī* è molto importante storicamente per l’India in quanto ha un rapporto molto significativo con il nazionalismo, in particolare con il nazionalismo hindu (Banerjee 2012). Nella storia dell’Asia meridionale la costruzione della mascolinità non è mai stata omogenea, data anche la grande diversità culturale della regione (Dasgupta and Gokulsing 2014). Ma alcuni gruppi maggioritari per numero o per potere hanno reso egemoni certi discorsi sulla mascolinità (Srivastava 2016).

3. Nazionalismo e mascolinità

Il nazionalismo indiano si è sviluppato con una marcata connotazione di genere: molti pensatori e politici nazionalisti hindu incentrarono il proprio discorso sull’opposizione alla costruzione coloniale dell’uomo hindu come impotente (Banerjee 2012). La ricerca della forza e dell’autostima nazionale, che è stato un tema ricorrente nei movimenti hindu nazionalisti per oltre un secolo, si fonda sul recupero della mascolinità e sull’esorcizzazione del senso di castrazione che la costruzione coloniale nel XIX secolo aveva consolidato attraverso la narrazione per cui la popolazione hindu era effeminata e imbellè a causa di secoli di dominazione musulmana (Blom Hansen 1996).

L’interiorizzazione dell’ideale mascolino vittoriano sconvolse la percezione della propria e dell’altrui mascolinità nel subcontinente, per la popolazione sia hindu sia musulmana (Nandy 1983). Le posizioni di Swami Dayananda Saraswati e dei suoi collaboratori dell’Arya Samaj, come anche di molti altri riformatori sociali hindu, palesano un costante impegno a dimostrare che gli indiani non sono “femminucce”, esortano la popolazione hindu a sviluppare ed esibire la propria mascolinità, cercando le prove della mascolinità indiana nella tradizione dei testi sanscriti. Data l’equivalenza fra religione, mascolinità e nazione, molti nazionalisti hindu di casta alta del XIX secolo erano convinti che l’“evirazione” degli hindu fosse dovuta ai musulmani. Swami Vivekananda, popolarmente definito “il santo guerriero” (Rahbar and Mathur 2001), influenzò profondamente il movimento nazionalista indiano. Discepolo del grande guru Ramakrishna, egli si propose di diffondere la filosofia vedantica sia

in India sia in occidente,² attingendo all'idea orientalista della superiorità spirituale dell'India per elaborare una risposta all'accusa di effeminatezza. Infatti, nella sua visione, il maschio hindu – aggettivo che Vivekananda usa in senso geografico, non religioso – riesce a trovare un equilibrio fra la dimensione disciplinata, austera e rinunciante dell'ascetismo e gli aspetti militanti della cultura *kṣatriya*, la categoria guerriera della società hindu (Roy and Hammers 2014; Chakraborty 2019: 94-117). La combinazione di forza fisica e qualità marziali del “nazionalismo mascolino” con la forza spirituale risultava irresistibile per le generazioni di giovani uomini indiani: l'inazione che agli occhi dei colonizzatori era impotenza, in realtà non era altro che il controllo dell'energia sessuale che si ottiene attraverso l'astinenza e l'ascesi, come insegna l'antica disciplina yogica (Alter 2004). Vivekananda propone l'ideale del guerriero spirituale, un uomo forte nel fisico e nello spirito, forgiato da una strenua disciplina, che esprime la sua virilità creando e difendendo la nazione indiana indipendente, che è immaginata come la Madre India (Consolaro 2003).

Più militante è l'idea di maschio hindu proposta da Madhav Sadashiv Golwalkar, leader del Rashtriya Swayamsevak Sangh (RSS), l'associazione di volontari nazionalisti ispirata all'ideologia dell'“induità” (*hindutva*), che propugna il suprematismo hindu contro un nemico interno, identificato principalmente con la popolazione musulmana. Per lui il termine “hindu” non ha nulla dell'inclusività di Vivekananda, ma implica che le minoranze (specialmente musulmane e cristiane) possano far parte della nazione indiana solo se abbracciano l'ideologia dello *hindutva*. L'RSS è un'associazione paramilitare che non si occupa direttamente di politica elettorale. Ma è fortemente connessa al Bharatiya Janata Party (BJP), il partito attualmente al governo in India, che ha contribuito negli ultimi decenni a trasformare il paese in uno stato nazionalista hindu autoritario. La militanza hindu mira a organizzare una società nella quale gli uomini disciplinino i propri corpi non solo per acquisire forza e vigore fisico, ma anche per sviluppare una furia che possa essere incanalata per la causa della nazione hindu (Chakraborty 2019: 118-137).

4. Il “vero uomo” nel nuovo millennio

Con il nazionalismo si realizza la produzione dell'eroe nazionale maschio eterosessuale: la famigerata sezione 377 del codice penale che criminalizza i rapporti sessuali “contro natura” viene mantenuta dopo l'indipendenza dall'ordinamento giudiziario coloniale, confermando l'ansia per la perdita del sé

² La sua partecipazione nel 1893 al Parlamento mondiale delle religioni a Chicago fu breve ma lasciò un segno indelebile.

e dell'identità maschile (Bhaskaran 2002). Tuttavia, a cavallo fra XIX e XX secolo, il modello eterosessuale del maschio forte che si stava affermando continuò a coesistere con altri modelli di mascolinità (Srivastava 2020).

Nei decenni successivi all'indipendenza le mascolinità rappresentate nella cultura popolare sono attentamente calibrate per riflettere pratiche maschili dominanti e allo stesso tempo mostrano versioni idealizzate di mascolinità egemonica (Srivastava 2006; Rajan 2006), documentando il passaggio dal modello degli anni 1950-60 che afferma il binomio tra mascolinità e scienza (medici, ingegneri, costruttori di dighe sono i salvatori della nazione) all'ideale dell'eroe provinciale anti-stato degli anni 1970 in un paese che non si identifica più con la retorica della nonviolenza gandhiana (Prasad 1998: 131; Mishra 2002: 136). Il modello mascolino è il *mard* (eroe, valoroso, guerriero, marito), portatore di *mardānagī*, che esibisce incessantemente; l'ideale promosso è un maschio dell'India del nord, hindu, di casta alta, eterosessuale, che ha come tratti caratteristici la sua capacità e il desiderio di essere l'unico sostentatore (anche in senso economico, come unico elemento che lavora fuori casa), protettore e capo della famiglia. Questo modello di uomo vendicativo, violento, imperscrutabile e ipermascolino viene messo in discussione nei decenni successivi. Soprattutto all'inizio degli anni 1990 si afferma un'identità nazionale monolitica e maggioritaria, contrassegnata da politiche divisive, dall'ascesa della destra nazionalista hindu e dall'emarginazione delle minoranze (Mazzarella 2003; Mitra 2020) che lo sostengono. Ma allo stesso tempo il cliché della *mardānagī* viene complicato dalla rappresentazione del maschio metrosessuale che non ha bisogno di essere un bullo ma si afferma grazie al suo “soft power”: l'uomo del XXI secolo può essere gentile, bellissimo e perfino gay e la sfida più notevole al concetto di *mardānagī* viene proprio dal cambiamento nella rappresentazione del maschio omosessuale (Srinivasan 2011).

È in questo contesto che nel 2013, in risposta al caso dello stupro di gruppo di Nirbhaya, divampò il dibattito sulla mascolinità, con l'opinione pubblica che si interrogava sulle caratteristiche che costituiscono l'*āslī mard*, il “vero uomo”. Per esempio, la campagna “Men Against Rape and Discrimination” (MARD) proponeva come gli attributi del *mard* forza, sicurezza, coraggio ma anche il rispetto per le donne, di cui il “vero uomo” è un amico e un compagno (Mard Official 2014). Anche la fortunata trasmissione televisiva *Satyameva Jayate* condotta dal popolare attore Aamir Khan contestò l'idea che gridare, picchiare e comportarsi in maniera aggressiva sia segno di *mardānagī*, sottolineando che questo tipo di violenza non è diretta solo alle donne, bensì anche ad altri uomini, poiché l'esercizio di controllo e potere porta all'accettazione del bullismo e della sopraffazione sulle persone sottoposte, a prescindere dal loro genere (Star Plus 2014).

Nello stesso periodo anche nella politica indiana l'idea di mascolinità si pose in primo piano e divenne un tema dominante nella campagna elettorale del BJP, incentrata in modo personalistico sull'attuale Primo ministro indiano Narendra Modi (Jaffrelot 2015). Le prossime sezioni approfondiranno alcuni aspetti della politica corporea di Modi, in particolare mettendo a confronto la cultura popolare e il discorso mediatico sulla mascolinità di Modi con la narrazione comune riguardo a Gandhi e alla sua posizione nella storia nazionale dell'India dal punto di vista del suo corpo, anziché dalla prospettiva più alta delle sue idee sulla giustizia, sull'uguaglianza e sulla nonviolenza.

5. Mascolinità à la Modi

Narendra Modi nacque nel 1950 in una famiglia hindu del Gujarat settentrionale. Secondo la biografia ufficiale il padre possedeva un negozietto di tè dove Narendra lavorava fin da ragazzino. Dopo una brillante carriera come attivista del RSS,³ dal 2001 al 2014 fu Chief Minister del Gujarat, salendo al potere subito dopo il terribile terremoto e pochi mesi prima dei fatti di Godhra, il 27 febbraio 2002, rispetto ai quali ha avuto sostanziali responsabilità. Dal 2014 a oggi ha ricoperto la carica di Primo ministro dell'Unione indiana.

Quando Modi prese il potere nel 2014 mise in atto un fenomeno di branding. Il marchio Modi si costruisce attraverso un attento gioco di attrazione e diversione dell'attenzione, con una smisurata pubblicità che mette in ombra ciò che, in ultima analisi, il pubblico non vuole sapere. Il primo fondamentale cambiamento è stata la trasformazione di un *pracārak* (attivista volontario) dell'RSS della prima ora nel "miglior piazzista che l'India abbia mai avuto" (Kaur 2000: 243), convinto sostenitore della magia dello sviluppo economico neoliberista capace di convincere tutto il mondo a investire in India. Sebbene la polarizzazione comunitarista in Gujarat abbia senza dubbio rafforzato la sua immagine di uomo forte nell'opinione pubblica, ai fini del governo dell'intero paese si ritenne più opportuno mettere in secondo piano l'associazione con la violenza comunitarista e presentarsi come il *vikās puruṣ* (l'uomo dello sviluppo). Con la sua massiccia presenza sui social, Modi ha costruito attentamente la propria immagine pubblica di leader esperto di tecnologia, in linea con le aspirazioni

³ Nel 1990 fu l'organizzatore della Ram Rath Yatra, la "processione sul carro di Rama" che doveva portare LK Advani da Somnath ad Ayodhya e segnò una forte ascesa elettorale del BJP e ponendo le basi per la demolizione della moschea nota come Babri Masjid nel 1992. All'epoca Modi si mantenne rigorosamente dietro le quinte, ma fu il responsabile della logistica e della mobilitazione di massa.

di una nuova modernità indiana, completando la trasformazione della sua impronta mediatica dall'uomo degli scontri del Gujarat del 2002 al volto politico della modernità (Pal 2015).

Durante la campagna elettorale il discorso programmatico di Modi era stato quanto di più populista si possa pensare: lo slogan *acche din ānevāle haiṃ* proponeva la retorica dei “bei tempi” e marcava una decisa svolta a destra verso un mondo capitalista ideale, ammantato del nazionalismo culturale hindu nutrito dalle classi medie e da coloro che aspirano a diventare classe media. I bei tempi di tassi di crescita elevati, flussi di capitale, disponibilità di infrastrutture ad alta tecnologia e buon governo garantiscono non solo la crescita economica, ma anche l'identità culturale e il ripristino dell'orgoglio nazionale attraverso il recupero del tesoro perduto della grande cultura civilizzatrice indiana e il suo riconoscimento (e rispetto) a livello internazionale.

Lo stile utilizzato nella campagna elettorale improntato a una fortissima personalizzazione ricordava più le elezioni presidenziali americane che quelle indiane. Tale personalizzazione fu apprezzata come un efficiente, dinamico, potente mezzo in grado di superare la “paralisi politica” che nel discorso del BJP caratterizzava il regime precedente (Chakravartty and Roy 2015). Il secondo aspetto retorico che caratterizzò la stagione elettorale si incentrava sulla contrapposizione fra la “potente mascolinità” di Modi contrapposta al suo “impotente” predecessore Manmohan Singh, che rappresentava un tipo indiano “effeminato”, incapace di debellare sia il nemico esterno (Pakistan, Cina), sia le minacce interne (il terrorismo islamico). Dal punto di vista corporeo il Primo ministro di allora, Manmohan Singh, con la sua fragile corporatura, usciva a pezzi dalla retorica della circonferenza toracica da 56 pollici (*cappan inc kī chāṭī*) che costruiva Modi come un'incarnazione desiderabile di mascolinità, il maschio alfa dal petto possente, capace di – e disposto a – farsi carico degli oneri più gravosi al servizio della Madre India (Srivastava 2015).

Nessuno misurò davvero la circonferenza del petto del candidato Primo ministro, che millantava di essere alla pari di quello di Arnold Schwarzenegger o del lottatore e attore Dalip Singh Rana, meglio conosciuto come The Great Khali. Ma l'invocazione metonimica della macchina propagandistica del BJP fu un successo ed entrò nel linguaggio mediatico, tanto che perfino i suoi oppositori cominciarono a utilizzare lo stesso idioma, se non altro criticando le sue affermazioni sul suo essere un “vero uomo” per metterle in discussione. Un modello di mascolinità consolidato si ripropose in modo nuovo e anche il tema della virilità di Modi divenne imperante: il criterio di mascolinità fu utilizzato per descrivere scelte sia personali sia politiche. Infatti, il Congresso portò avanti una campagna contro Modi argomentando che fosse misogino, e che, in quanto dedito al celibato, non sarebbe mai potuto diventare Primo ministro poiché ciò era un segno di un deficit di virilità (Aaj Tak 2013). In effetti, sebbene sposato con Jashodaben con un matrimonio combinato fin dall'infanzia (di cui ammise

l'esistenza pubblicamente solo nel 2014), Modi non ha mai convissuto con la moglie se non per i tre mesi iniziali del matrimonio, e non ha figli. Addirittura, nel febbraio 2014 l'eminente politico del Congresso Salman Khurshid definì Modi *napuṃsak* (impotente) per la sua incapacità di fermare la violenza antimusulmana in Gujarat nel 2002 (NDTV 2014).

Questi attacchi, tuttavia, caddero nel nulla. Lungi dal ledere l'immagine virile, il ricorso al tema dell'astinenza sessuale rafforza l'idea della potenza in base alla fisiologia yogica (Alter 2004). Il recupero della mascolinità forte serve da una parte a ripristinare moralità nel nazionalismo e dall'altra a creare cittadini perfettamente virili ed efficienti. Il maschio α in stile Modi risolve l'annosa questione del rapporto fra la domesticità e il mondo esteriore, poiché promette simultaneamente l'apertura al mondo e il controllo interno. Narendra Modi è un ottimo comunicatore, sa benissimo quanto l'immagine sia fondamentale e usa il suo corpo e la moda per proiettare il suo modello di mascolinità. Modi piace all'estero, tra le comunità della diaspora indiana, poiché proietta un'idea di efficienza, competenza, prontezza di azione e decisione. Le classi medie indiane proiettano in lui le qualità che vorrebbero possedere: economia, decisionalità, bruschi modi patriarcali, una modernità radicata nella tradizione senza però soccombere ad essa.

6. La politica del guardaroba di Modi

In questa sezione si mette a fuoco l'iconicità della mascolinità di marchio Modi, che fa di lui molto più di un Primo ministro o di un politico del BJP, attraverso la politica del suo stile corporeo e di abbigliamento, che lo ha aiutato ad appropriarsi di diverse figure del passato. Nelle sezioni successive, attraverso il confronto delle politiche corporee di Modi e Gandhi, si approfondirà il modello di mascolinità proposto da Modi.

In principio, l'attivista dell'RSS Narendra Modi esprimeva il proprio ascetismo *svadeśī* indossando *kurtā* bianchi di *khādī*,⁴ un'eredità del tempo della lotta anticoloniale e della formazione della democrazia, quando il cotone tessuto a mano non era tinto ed era simbolo del movimento per l'autosufficienza economica che, insieme all'autogoverno o *svarāj*, era il concetto chiave della filosofia politica gandhiana. Per le masse il politico biancovestito rappresentava il sacrificio del lusso da parte

⁴ Il capo di abbigliamento tradizionale detto *kurtā* è un'ampia camicia lunga fino alle ginocchia. Il tessuto *khādī*, noto anche come *khaddar*, è una fibra naturale tessuta a mano realizzata con cotone. Le altre varianti includono seta e lana. Questo tessuto ha una consistenza robusta e se indossato durante la stagione invernale trattiene il calore corporeo, pur mantenendo fresco in estate. La lavorazione del tessuto *khādī* fa parte delle produzioni tessili, artigianali e artistiche dell'India rurale.

delle persone di casta e classe elevata, che potevano parlare a nome del popolo intero in quanto “immacolate”, sia letteralmente sia in senso figurato. Dopo l’indipendenza molti politici, Nehru per primo, abbandonarono l’uso, ma *dhotī kurtā* o *kurtā pajāmā* di *khādī* bianco rimasero come *dress code* dell’uomo politico (Tarlo 1996: 94-128). Nel secondo decennio del nuovo millennio, tuttavia, il bianco ascetico suonava ormai come una lingua morta. Grazie al rinnovamento del guardaroba, Modi è arrivato a occupare le pagine della moda - non solo sulla stampa indiana - con i suoi copricapi elaborati e i completini a colori pastello che lo legano all’audience locale o *desī*: “Modī kurtā” di *khādī* a mezza manica e “Modi jacket”.⁵ Un trapianto di capelli completò il nuovo look, volto a promuovere la sua trasformazione in icona di uno *hindutva* più neutro ma aggressivo e tecnocratico (Vishwanathan 2013).

Grazie a diversi fattori, fra cui il comune interesse a contrastare l’ascesa della Cina come potenza regionale e globale, dopo l’insediamento come Primo ministro Modi riuscì fulmineamente a trasformarsi da un nome sulla *blacklist* statunitense a una priorità diplomatica assoluta per gli Usa, tanto che Obama fece ben due visite ufficiali nel paese (Ganguly 2021).⁶ Anche in questo caso il Primo ministro mantenne una grande attenzione al proprio look. Fu proprio in occasione della seconda visita del Presidente degli USA, nel gennaio 2015, che Modi stupì il mondo indossando un completo gessato *baṇḍgālā*⁷ scuro monogrammato, nel quale le strisce erano costituite da un singolo motivo: il nome Narendra Damodardas Modi.⁸ Prima di lui, solo Mubarak aveva sfoggiato un abito ricamato col proprio nome.

⁵ Una variante del capo dritto, attillato, lungo fino ai fianchi e abbottonato fino al colletto rigido alla coreana comunemente chiamato *baṇḍī* o “Nehru jacket”. Mentre le giacche alla Nehru erano di *khādī* o di cachemire, la variante in stile Modi è un po’ meno aderente ed è fatta di seta *maṭkā* (tessuto di seta grezza realizzato con filati molto spessi su telaio a mano), *khādī silk* (50% cotone e 50% seta grezza) o poliestere.

⁶ Nel 2005 Modi è stato il primo dignitario straniero a cui sia mai stato negato il visto per gli Stati Uniti a causa di gravi violazioni dei diritti umani, in connessione con gli scontri del 2002 quando era Governatore del Gujarat. Nel 2014, solo pochi mesi dopo essere diventato Primo ministro, gli fu accordata una visita di stato negli USA, durante la quale non solo gli fu tributata un’entusiastica accoglienza da parte delle comunità di origine indiana, ma riuscì anche a stringere un rapporto personale con Obama.

⁷ Noto anche come *jodhpurī*, è la foggia più antica di abito da sera formale all’occidentale indiano, molto popolare in epoca coloniale. Riunisce il taglio occidentale con tessuto indiano e ricami a mano in oro o argento chiamati *zardozi*. Questo completo di giacca e pantaloni, che si indossa con un panciotto o una giacca alla Nehru, rimane molto in voga per occasioni come matrimoni, cerimonie e riunioni formali.

⁸ Damodardas è il nome del padre di Modi. Che il look di Modi abbia colpito il pubblico è dimostrato anche dal fatto che questo abito sia entrato nel Guinness dei primati poiché l’anno successivo fu venduto per oltre 43 milioni di rupie (486.000 euro), diventando il vestito più costoso mai andato all’asta.

Mentre affermava la padronanza sul proprio corpo come oggetto pubblico, Modi reclamava anche il controllo sul campo simbolico della cultura indiana. Per prima cosa comprese che citare Savarkar o Hedgewar, i padri dell’RSS e dell’ideologia dello *hindutva*, non era più opportuno, e che riferirsi a una figura eccessivamente mistica come Ramakrishna non creava consenso. Il Sangh Parivar ha spesso rivendicato l’affinità ideologica con Sardar Patel, contrapponendolo strumentalmente a Jawaharlal Nehru attraverso la costruzione del primo come esponente del vero nazionalismo, quello hindu, e del secondo come occidentalizzato e perciò non veramente nazionalista. Ma Modi si è appropriato del leader del Congresso noto come l’“uomo di ferro” in modo personalistico, in linea con il tentativo di fare di se stesso un personaggio straordinario, il superuomo che può far sfrecciare l’India in avanti rispetto al resto del mondo. Già nel 2013 lo fece in occasione della posa della prima pietra per la “statua dell’unità”, un colosso rappresentante Sardar Patel situato sull’isola di Sadhu-Bet nel fiume Narmada, a pochi chilometri dalla diga Sardar Sarovar, progettato con l’obiettivo di diventare una delle maggiori attrazioni turistiche del paese in quanto statua più alta del mondo.

All’epoca, Modi era ancora solo un leader del Gujarat e molti commentatori ritenevano che non sarebbe mai diventato Primo ministro perché, nonostante avesse un certo appeal panindiano, l’India non è il Gujarat. Ma fu proprio la *lohā campaign* (“campagna del ferro”: v. Statue of Unity 2019) che Modi ficò l’India nel Gujarat: Modi, ufficialmente dichiarato candidato Primo ministro solo nel settembre 2013, nel giro di pochi mesi sarebbe diventato il primo Primo ministro a capo del primo partito indiano capace di ottenere la maggioranza assoluta in trent’anni.

Come si è detto, Narendra Modi non è la prima figura del BJP/RSS a far riferimento a Sardar Patel o a costruire una statua. Ma la campagna per la raccolta di ferro da fondere per la statua più grande del mondo riuscì a rendere il Gujarat (e indirettamente Narendra Modi) una realtà familiare nell’India rurale, che fino ad allora era rimasta piuttosto estranea al marchio Modi. Senza mettere il nome di Modi in grande rilievo, la campagna creò un legame emotivo fra gli agricoltori e il BJP, chiedendo loro di donare i propri strumenti di lavoro e una manciata del suolo del proprio villaggio per portare omaggio a Sardar Patel, il politico la cui immagine popolare è legata all’agitazione dei contadini durante la lotta anticoloniale (Dhanagare 1980). Questi stratagemmi da psicologia comportamentale contribuirono a convincere le persone ad acquistare il marchio Modi senza dirlo esplicitamente e la *lohā campaign* fu l’arma silenziosa per rendere popolare Modi come un leader eccezionale e inculcare ovunque l’idea della superiorità del “modello Gujarat:” pensare in grande, eseguire e realizzare, far succedere cose e usare la tecnologia. Il clamore intorno a Modi che si creò durante la campagna elettorale con gli eventi

di *Cāy pe carcā*⁹ o con i comizi di ologrammi 3D (NaMo3d2014 2014; Sen 2016) ebbe larga risonanza perché la *lohā campaign* aveva già creato consapevolezza su Modi negli angoli più remoti del paese.

Grazie all’enfasi sulla governance e sull’idea di *vikās* (sviluppo) Modi riuscì a oscurare l’agenda del BJP legata allo *hindutva*, e a espandere il nucleo elettorale del partito. Un elemento chiave della strategia di Modi è stato raffigurare se stesso come una persona *super partes*, che non si cura della politica di partito, ma lavora per il bene della nazione. In questo contesto diventa importante l’appropriazione di un’altra icona del passato, Swami Vivekananda, il cui vero nome Narendra Nath ha fatto sì che in più di un’occasione i due Narendra separati da un secolo fossero pubblicamente equiparati (v per es. Bhattacharya 2013). Sebbene l’induismo di Vivekananda si differenzi sotto molti aspetti dallo *hindutva* propugnato dall’RSS, il pensatore è senza dubbio una delle icone e dei modelli più celebri per i volontari e gli attivisti dell’organizzazione. Affermando di essere il vero erede della sua eredità, l’RSS attinge selettivamente agli scritti e ai discorsi di Vivekananda e indica una convergenza con le sue idee, in quanto il maestro spirituale aveva dimostrato la superiorità dell’induismo sulle altre religioni e prefigurava la conquista del mondo intero da parte della religione e della spiritualità hindu (Beckerlegge 2003). Il fondatore dell’RSS, K.B. Hedgewar, era un attivista politico poco interessato ai temi religiosi e per lui l’induismo di Vivekananda restava periferico rispetto alla politica. Al contrario, il suo successore, M.S. Golwalkar, era più incline allo spiritualismo e trascorse un periodo in Bengala presso il Ramakrishna Ashram. Legato all’RSS è anche il Vivekananda Kendra,¹⁰ un’organizzazione sociale fondata nel 1972 a Kanyakumari da Eknath Ranade, ex segretario generale dell’RSS.¹¹

Anziché far riferimento ai fondatori dell’RSS, controproducenti poiché troppo di parte, Modi ha indicato Vivekananda, che è una sorta di eroe nazionale, come un'icona della sua gioventù e ne ha rivendicato l’eredità, legata all’idea di un induismo muscolare e nazionalista, come ciò che segna tanto la traiettoria del futuro dell’India quanto un’autentica comprensione del suo passato. Come Vivekananda, Modi è un innovatore culturale che cerca di rivitalizzare la società indiana di fronte alla nuova modernità. Come Vivekananda, propone una mascolinità fondata sulla disciplina corporea e sul

⁹ Una serie videoconferenze organizzate in un migliaio di chioschi del tè lungo le strade di 300 città indiane scelte strategicamente fra le circoscrizioni nelle quali il BJP era candidato alle elezioni. Attraverso internet e monitor TV appositamente installati, Modi interagiva con la gente comune sfruttando la sua immagine di povero figlio di *cāyvālā* che si è fatto da solo.

¹⁰ <https://www.vrmvk.org>

¹¹ L’associazione è pensata come memoriale vivente e dinamico di Swami Vivekananda in associazione alla costruzione in mattoni e cemento che lo precedette, il Vivekananda Rock Memorial completato nel 1970.

controllo (ascesi e spiritualità hindu), che non lascia spazio ai deboli (Alter 1992; Alter 2011; Chakraborty 2011).

Già dall'epoca in cui governava in Gujarat, Modi aveva abbracciato e promosso le figure di Sardar Vallabhbhai Patel e Swami Vivekananda, tanto che nella campagna elettorale del 2012 aveva attraversato tutto lo stato in un pulmino ad aria condizionata sul quale troneggiava un'enorme immagine di Vivekananda, citandolo come suo modello nell'obiettivo di realizzare un' India capace e potente (*samarth aur sasakt Bhārat*; Menon 2014: 142). Tuttavia, né Patel né Vivekananda potevano avere un vero appeal panindiano. Per questo era necessario appropriarsi di una figura ben più universale: Gandhi.

7. Modi e Gandhi

Nonostante molti dei suoi aderenti detestino Gandhi e nutrano ammirazione per il suo assassino Godse,¹² la posizione ufficiale del BJP nei confronti di Gandhi non è mai stata apertamente ostile, tanto che fin da quando si costituì il partito, nel 1980, adottò come categoria fondante quello che Atal Bihari Vajpayee definì “socialismo gandhiano”, allontanandosi dal suo precursore, il Bharatiya Jana Sangh (Banerjee 2005).¹³ Tuttavia, sia il Jana Sangh, sia il BJP e l’RSS, hanno rappresentato Gandhi in modo parziale, sostenendo che la sua insistenza sull’unità fra hindu e musulmani fosse inopportuna e che mostrasse un’eccessiva generosità nei confronti delle richieste e delle aspirazioni delle comunità musulmane indiane. Ai loro occhi, anche la scelta di Jawaharlal Nehru a scapito di Sardar Vallabhbhai Patel come primo Primo ministro dell’India indipendente fu un errore, poiché Nehru sarebbe l’esponente di un’élite occidentalizzata mentre Patel era il simbolo del possente e robusto stato che l’India avrebbe dovuto essere, con forti radici hindu. Il nazionalismo hindu ha sempre avuto una relazione problematica con Gandhi: Nathuram Godse, l’assassino del Mahatma, era legato all’RSS e l’organizzazione fu messa al bando dopo che Gandhi fu ucciso (Consolaro 2020). Tuttavia, col passare

¹² Per esempio, esponenti di rilievo del BJP come Shivraj Singh Chouhan e Uma Bharti nel 2019 non esitarono a farsi fotografare in compagnia di Pooja Shakun Pandey, la segretaria nazionale dell’Akhil Bharat Hindu Mahasabha (ABHM) che mise in scena una rievocazione dell’assassinio del Mahatma sparando a un’effigie di Gandhi in occasione del 71° anniversario dell’omicidio.

¹³ Il Bharatiya Jana Sangh era stato dal 1951 al 1977 l’ala politica dell’RSS e aveva poi dato vita al Janata Party. Nel 1980 una scissione nata dalla discussione sul doppio tesseramento (il Janata Party come partito politico e l’RSS come organizzazione sociale) diede vita al Bharatiya Janata Party.

dei decenni, sia il Sangh sia il BJP cominciarono ad appropriarsi di Gandhi, ponendo in evidenza soprattutto il suo induismo.

Fin da quando ha assunto la carica di Primo ministro nel 2014 Modi ha esibito la sua affinità con Gandhi in due ambiti: il tessuto *khādī* e l’igiene. Durante la campagna elettorale era stato annunciato l’ambizioso obiettivo di porre fine alla defecazione all’aperto entro il 150° anniversario del Mahatma Gandhi (ottobre 2019). La prima e più sfarzosa appropriazione di Gandhi da parte di Modi come Primo ministro fu il programma *Svacch Bhārat*. La campagna “India pulita” fu molto simbolica:¹⁴ il 2 ottobre 2014, anniversario della nascita di Gandhi e festa nazionale, tutti i media trasmisero l’immagine del Primo ministro che, armato di ramazza, puliva le strade di Delhi. Ciò ebbe un impatto fortissimo su tutte le classi medie urbane, che non solo rappresentavano una grossa fetta dell’elettorato del BJP, ma aspiravano anche al decoro urbano. Inoltre riuscì a coinvolgere una serie di celebrità, dalle star dello sport a quelle del cinema, che in condizioni normali difficilmente avrebbero appoggiato una campagna governativa.

L’immagine del Primo ministro spazzino non poteva che riportare alla mente quella di Gandhi che nel 1901, trovandosi in India per partecipare come delegato alla riunione annuale del Congresso di Calcutta, quando vide le condizioni igieniche disastrose del luogo imbracciò la scopa e si mise a pulire le latrine (Mukherjee 2015; Gandhi 1940: 252-254). Gandhi è stato l’unico vero leader di massa prodotto dall’India nel recente passato ad avere un appeal sia nazionale che internazionale. Va sottolineato, tuttavia, che questa appropriazione di Gandhi implica una completa deradicalizzazione del suo pensiero. Per Gandhi non solo l’impegno a pulire le latrine serviva a mettere alla prova la determinazione di chi voleva aderire al lavoro sociale, ma segnalava anche un’identificazione profonda con le comunità denominate *manual scavenger*, le persone che si occupano di pulire a mano le latrine e che sono fra i gruppi più emarginati della società indiana. Modi, per il quale l’impegno per l’igiene si riduceva a una posa per la stampa, non era intenzionato a ricordare Gandhi per le sue idee sulla verità, la non violenza, la campagna *svadeśī* o l’armonia intercomunitaria, poiché tutto ciò è antitetico al pensiero suo e della sua organizzazione. *Svacch Bhārat* riduce Gandhi esclusivamente al programma di

¹⁴ Lo *Svacch Bhārat Abhiyān* è uno schema igienico-sanitario governativo che ripropone la Total Sanitation Campaign (TSC) del 1999, mirata ad accelerare la copertura sanitaria in tutto il paese, in particolare nelle aree rurali. La TSC portò ad alcuni progressi, ma fu implementata con una priorità relativamente bassa e il suo successo fu danneggiato da un impiego inefficace delle risorse. Fu rinominata *Nirmal Bhārat Abhiyān* nel 2012 e rilanciata come *Svacch Bhārat Abhiyān* nel 2014. Nell’ambito del programma, per esempio, le persone che vivono sia al di sotto sia al di sopra della soglia di povertà possono usufruire del rimborso per la costruzione di servizi igienici a livello familiare.

igiene e alla pulizia, cancellando tutte le implicazioni troppo radicali dell'“egualitarismo sacrificale” gandhiano (Kumar 2015: 189).

Quanto alla stoffa *khādī*, non c'è bisogno di ricordare quanto fosse importante per Gandhi come simbolo di autostima e come arma politica, e si è già detto come invece Modi lo abbia reso una stoffa alla moda, promuovendolo fra l'altro fin dalla prima puntata della trasmissione radiofonica *Man ki bāt* (Pensieri interiori), un programma mensile lanciato nell'ottobre 2014 nel quale il Primo ministro parla alla nazione da All India Radio, Doordarshan National e Doordarshan News. Modi ha anche affermato che grazie al suo patrocinio le vendite sono quasi raddoppiate, anche se tale affermazione non sembra corrispondere a verità (Mohammad 2017). Comunque sia, la “Khadi and Village Industries Commission” (KVIC) si è trasformata da impresa etica incentrata sui produttori di villaggio a una marca da vendere sul mercato.

Schemi governativi su *khādī* e servizi igienico-sanitari a parte, i costanti tentativi di Modi di appropriarsi dell'eredità del Mahatma sono ancor più evidenti nel contesto dell'istituzione più vitale dell'ecosistema gandhiano, il Satyagraha Ashram situato sulle rive del fiume Sabarmati ad Ahmedabad. Modi ha strumentalizzato questo luogo, che fu la casa di Gandhi tra il 1917 e il 1930 e fu testimone di molti momenti vitali nella storia indiana moderna, per rafforzare la sua posizione alla presenza di leader globali in visita, organizzando tour progettati per lo spettacolo della televisione. Gli aspetti performativi di queste visite accuratamente studiate sono inquietanti: in occasione delle visite dei leader cinese e israeliano Modi si è aggirato nell'*āśram* come se ne facesse parte, quasi fosse un maestro di cerimonie gandhiano. Arrivò perfino a trasformare il luogo in cui il Mahatma sedeva a filare in una sorta di installazione museale interattiva,¹⁵ tradendo così una totale mancanza di comprensione culturale del fatto che la sede di Gandhi dovrebbe essere trattata con riverenza da chi rispetta le idee e i valori che Gandhi rappresenta. Ma evidentemente l'eredità gandhiana è solo uno spettacolo curioso tanto per i capi di governo stranieri, quanto per lo stesso governo di Modi.

8. Modi e la riaffermazione del mandato di mascolinità

In questa sezione conclusiva si prenderà in esame la narrazione comune riguardo a Gandhi e alla sua posizione nella storia nazionale dell'India dal punto di vista del suo corpo, anziché dalla prospettiva

¹⁵ Si veda per esempio il video che mostra Netanyahu e sua moglie goffamente accovacciati sul sedile di Gandhi situato nella veranda di Hriday Kunj (Bharatiya Janata Party. s.d., 14:45).

più alta delle sue idee sulla giustizia, sull'uguaglianza e sulla nonviolenza, ponendola a confronto con la politica corporea di Modi.

Modi si è sostituito a Gandhi cancellandolo anche iconograficamente, come evidenzia il confronto di due immagini che costituisce la conclusione di questo scritto. La prima (fig. 1) raffigura il Mahatma al filatoio: come è noto, il programma di filatura domestica di Gandhi (come pratica) e l'esibizione della ruota che gira (come icona), che facevano riferimento all'autoproduzione dei beni, furono elementi chiave del movimento Swadeshi nella lotta per lo *svarāj*, o autogoverno, e rappresentano uno degli elementi unificanti più significativi del movimento nazionalista in India (Brown 2010). La seconda immagine (fig. 2) apparve sulla copertina del calendario e dell'agenda della KVIC del 2017.

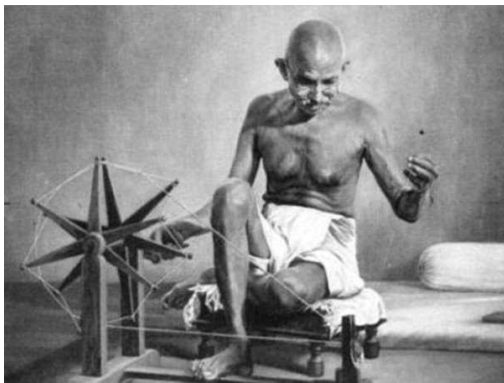


Fig 1.

www.tribuneindia.com

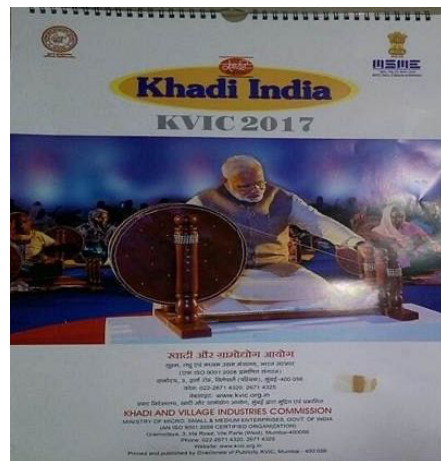


Fig.2

Foto dell'autrice

Nella copertina del calendario, Modi prende il posto di Gandhi nella foto iconica che lo ritrae al filatoio *charkā* e che per settant'anni ha rappresentato i valori e gli ideali che stanno dietro il marchio *khādī*. La posa riprende quella gandhiana, ma ci sono alcune differenze significative. In primo luogo, va sottolineato che il calendario non è una documentazione del lavoro dell'agenzia KVIC, ma è un prodotto pubblicitario: il calendario è stato realizzato dal Directorate of Advertising and Visual Publicity, l'agenzia che si occupa della pubblicità a pagamento di tutte le organizzazioni del governo centrale (<http://www.davp.nic.in>). L'immagine in questione è un prodotto costruito per comunicare e la semiotica di questa sostituzione è evidente: il posto di Gandhi è stato preso da una figura che appartiene orgogliosamente a un gruppo politico alcuni esponenti del quale celebrano l'assassino di Gandhi e mettono in scena rievocazioni dell'omicidio (Jacob 2019). Più problematicamente, la persona che era alla guida di uno Stato che ha perpetrato violenza genocida contro i propri cittadini ha sostituito il simbolo universale di pace e di nonviolenza. Ciò è oltraggioso perché non solo questa mossa mutila la

memoria e la figura di Gandhi, ma contribuisce anche ingannevolmente a rinsaldare la posizione etica profondamente intaccata di Modi.

Che l'immagine di Modi entri in modo così plateale nell'iconografia della KVIC segna una svolta fondamentale anche nella teoria del lavoro postcoloniale neoliberista. Gandhi era l'icona della KVIC non solo perché indossava *khādī*, ma perché lo filava: indossare ciò che si produce implica creare una relazione cruciale fra creazione (filare) e consumo (stoffa). Alla base della produzione di *khādī* non c'è l'idea di produrre oggetti di consumo, ma l'importanza della creazione, che per Gandhi aveva un significato spirituale, poiché la ruota del filatoio realizzava la possibilità di unire nella quotidianità il *dharma* e la praticità. Filare, un'attività tradizionalmente femminile, era anche il simbolo di una civiltà libera dalla schiavitù alla modernità tecnologica distruttrice dell'ambiente. La postura e l'attività del Mahatma in questa immagine promuovono una femminizzazione che, sebbene rimanga in ultima analisi priva di effettivo *empowerment* per le donne, legava al benessere della nazione aspetti come domesticità, cura e *maternage*¹⁶ (Gabriel 2013; Howard 2011), contro la retorica della necessità di recuperare una mascolinità forte. Modi è antitetico a ciò che Gandhi rappresenta: è il portavoce del capitale, dei mercati globali e della modernità tecnologica. Modi non sa filare e per lui *khādī* non indica altro che una stoffa che indossa con una certa frequenza ma non in modo esclusivo.

Come Modi, anche Gandhi parlava attraverso il suo abbigliamento e per lui adottare abiti che sapeva essere socialmente inaccettabili e provocatori faceva parte di una strategia per denunciare le ingiustizie e per mettere in imbarazzo i suoi interlocutori (Tarlo 1996: 62-93), Gandhi adottò la progressiva riduzione del suo vestiario in concomitanza con il *satyāgraha* in Sudafrica nel 1914, abbandonando l'abito all'occidentale a favore di un abbigliamento tradizionalmente indiano. Al suo ritorno in India la foggia dei suoi abiti lo identificava come un contadino, con un simbolico rifiuto della civiltà occidentale.

Nelle due foto in esame, entrambi i protagonisti indossano il proprio marchio di fabbrica, ma per Gandhi si trattava di una riduzione al corpo nudo. Infatti, appare con la *dhotī* e il suo *carkhā* è semplice, ha un aspetto dimesso. Modi invece indossa il suo "Modī kurtā", è ben curato, il suo *carkhā* è nuovo di zecca, imponente e robusto. Anche l'ambientazione è molto diversa: Gandhi è solo, propone una figura ascetica, che vuole trasmettere idee di dedizione, sacrificio, servizio, verità e non violenza. Modi, al contrario, troneggia davanti a una serie di figure femminili insignificanti sullo sfondo, tutte con il

¹⁶ Per esempio, Manu, la giovane pronipote del Mahatma, considerava Gandhi come sua madre, non come padre (Gandhi 2019).

carkhā. Il centro dell’attenzione è Modi che si erge come una figura ipermascolina il cui elaborato abbigliamento implica attenzione al consumo più che alla creazione.

Un uomo ha rimpiazzato un altro uomo. Un modello di mascolinità ne ha rimpiazzato un altro. Nell’immagine gandhiana la gerarchia di genere rimane ambigua; il testo di quella di Modi è decisamente poco interessato all’inclusività di genere: le figure femminili sono solo decorative e al centro ci sono il filatoio fallico e il personaggio Modi, la cui immagine è narcisisticamente celebrata anche nelle altre pagine del calendario. Comunque la si veda, le donne rimangono sullo sfondo e il fallocentrismo è esplicito.¹⁷

L’immagine del 2017 sconfessa decisamente la femminilizzazione gandhiana, riaffermando e rinforzando il “mandato di mascolinità” (Segato 2018: 45). La mascolinità di Modi prende le distanze dalla resistenza passiva di Gandhi, sottolineando l’importanza della tradizione hindu e della prestanza fisica per la prosperità collettiva. L’uomo dal metonimico metro e mezzo di torace si propone come capace di garantire una leadership forte e stabile e una solidità politica capaci di rappresentare la nazione su scala mondiale e di incarnare le aspirazioni dell’India economicamente liberalizzata e nuclearizzata del XXI secolo.

Bibliografia

- Aaj Tak. 2013. “Śādī nahīm kī to sabūt dikhāem Modī.” YouTube video, 9 feb 2013, 15:50 <https://www.youtube.com/watch?v=32EcOhxwBxo>.
- Abhik Roy and Michele L. Hammers. 2014. “Swami Vivekananda's Rhetoric of Spiritual Masculinity: Transforming Effeminate Bengalis into Virile Men.” *Western Journal of Communication* 78/4: 545-562, DOI: 10.1080/10570314.2014.914567.
- Alter, Joseph S. 1992. *The Wrestler's Body. Identity and Ideology in North India*. Berkeley: University of California Press.
- Alter, Joseph S. 2004. *Yoga in Modern India: The Body Between Science and Philosophy*. Princeton: Princeton University Press.
- Alter, Joseph S. 2011. *Moral Materialism: Sex and Masculinity in Modern India*. New Delhi: Penguin.
- Anthias, Floya and Nira Yuval-Davis. 1992. *Racialized Boundaries: Race, Nation, Gender, Colour, and Class and the Anti-racist Struggle*. London: Routledge.

¹⁷ Nelle dodici pagine del calendario le donne rimangono perlopiù invisibili: solo quattro contengono immagini femminili e tutte suggeriscono che il posto della donna è quello della moglie in una famiglia eterosessuale patriarcale.

- Banerjee, Sikata. 2012. *Make Me a Man: Masculinity, Hinduism, and Nationalism in India*. Albany: State University of New York Press.
- Banerjee, Sumanta. 2005. "Civilising the BJP." *Economic and Political Weekly* 40/29: 3116-3119.
- Barthes, Roland. 1967. *Il sistema della moda*, trad. it. di Lidia Lonzi (original: *Système de la mode*. Paris: Seuil: 1967). Torino: Einaudi.
- Beckerlegge, Gwilym. 2003. *Saffron and seva: The Rashtriya Swayamsevak Sangh's appropriation of Swami Vivekananda*. In: *Hinduism in public and private: Reform, Hindutva, Gender and Sampraday*, edited by Anthony Copley, 31-65. Oxford: Oxford University Press.
- Berg, Lawrence D. and Robyn Longhurst. 2003. "Placing Masculinities and Geography." *Gender, Place, and Culture* 10/4: 351-360.
- Bharatiya Janata Party. s.d. "PM Modi and Israeli PM Netanyahu visits Sabarmati Ashram in Ahmedabad, Gujarat." YouTube video, 37:13.
www.youtube.com/watch?v=a-GUtpGtSL0
- Bhaskaran, Suparna. 2002. *The Politics of Penetration: Section 377 of the Indian Penal Code*. In: *Queering India*, edited by Ruth Vanita, 15-29. New York: Routledge.
- Bhattacharya, DP. 2013. "Modi and Swami Vivekananda: A tale of two Narendras." *India Today* December 23, 2013
www.indiatoday.in/opinion/d.p-bhattacharya/story/an-iconic-problem-modi-vivekananda-sardar-patel-221666-2013-12-23
- Blom Hansen, Thomas. 1996. "Recuperating Masculinity: Hindu nationalism, violence and the exorcism of the Muslim 'Other.'" *Critique of Anthropology* 16/2 137-172. DOI: 10.1177/0308275X9601600203.
- Brown, Rebecca. 2010. *Gandhi's Spinning Wheel and the Making of India*. New York: Routledge.
- Butalia, Urvashi. 2000. *The Other Side of Silence: Voices from the Partition of India*. Durham, NC: Duke University Press.
- Chakraborty, Arpita. 2019. "Violence, Religion, and masculinity in Contemporary India: An Analysis of the Writings of Vivekananda, Golwalkar, and Gandhi." PhD Dissertation. Dublin City University, Faculty of Humanities and Social Sciences, School of Law and Government.
- Chakraborty, Chandrima. 2011. *Masculinity, Asceticism, Hinduism: Past and Present*. Delhi: Permanent Black.
- Chakravartty, Paula and Srirupa Roy (eds.). 2015 *Special issue: Modi and the Media: Indian Politics and Electoral Aftermath, Television & New Media* 16: 4.
- Chatterji, Roma and Deepak Mehta. 2007. *Living with Violence: An Anthropology of Events and Everyday Life*. Delhi: Routledge India.
- Christophe Jaffrelot. 2015. "The Modi-centric BJP 2014 election campaign: new techniques and old tactics." *Contemporary South Asia* 23/2: 151-166, DOI: 10.1080/09584935.2015.1027662.
- Clark, Jessie Hanna. 2016. "The 'Life' of the State: Social Reproduction and Geo-politics in Turkey's Kurdish Question." *Annals of the American Association of Geographers* 106/5: 1176-1193.

- Collins, Patricia Hill. 1999. “Producing the Mothers of the Nation: Race, Class, and Contemporary US Population Policies.” In: *Women, Citizenship, and Difference*, edited by Nira Yuval-Davis and Prina Werbner, 118-129. London: Zed.
- Connell, R. W. 1987. *Gender and Power: Society, the Person, and Sexual Politics*. Cambridge: Polity.
- Connell, R. W. and James W. Messerschmidt. 2005. “Hegemonic Masculinity: Re- thinking the Concept.” *Gender & Society* 19/6: 829-859.
- Consolaro, Alessandra. 2003. *Madre India e la Parola. La lingua hindi nelle università «nazionali» di Varanasi (1900-1940)*. Alessandria: dell’Orso.
- Consolaro, Alessandra. 2014. “Who Is Afraid of Shah Rukh Khan? Neoliberal India’s Fears Seen through a Cinematic Prism”. *India and Fear: Anatomy of an Emotion. Special Issue of Governare la paura. Journal of Interdisciplinary Studies*. <http://governarelapaura.unibo.it/>
- Consolaro, Alessandra. 2020. *Gandhi. L’arte di morire*. Milano: RCS.
- Das, Veena. 1995. *Critical Events: An Anthropological Perspective on Contemporary India*. New Delhi: Oxford University Press.
- Dasgupta, Rohit K. and K. Moti Gokulsing (eds.). 2014. *Masculinity and Its Challenges in Contemporary India: Essays on Changing Perceptions*. Jefferson, NC: McFarland and Company.
- Dhanagare, D.N. 1980. “Myth and reality in the Bardoli Satyagraha - 1928: a study in Gandhian politics.” *Australian Journal of Politics and History* 26/2: 265-278.
- Dixon, Deborah P. and Sallie A. Marston. 2011. “Introduction: Feminist Engagements with Geopolitics.” *Gender, Place, and Culture* 18/4:445-453.
- Dwyer, Claire, Bindi Shah and Gurchathen Sanghera. 2008. “‘From Cricket Lover to Terror Suspect’ – Challenging Representations of Young British Muslim Men.” *Gender, Place, and Culture* 15/2:117-1136.
- Eco, Umberto. 1972. *L’abito parla il monaco*. In: AA. VV., *Psicologia del vestire*. Milano: Bompiani.
- Ehrkamp, Patricia. 2008. “Risking Publicity: Masculinities and the Racialization of Public Neighborhood Space.” *Social and Cultural Geography* 9/2: 117-133.
- Enloe, Cynthia. 1989. *Bananas, Beaches, and Bases: Making Feminist Sense of Inter-national Politics*. London: Pandora.
- Entwistle, Joanne and Elizabeth B. Wilson (eds.). 2001. *Body Dressing. Dress, Body, Culture*. New York: Berg.
- Fluri, Jennifer. 2011. “Bodies, Bombs, and Barricades: Geographies of Conflict and Civilian (In)Security.” *Transactions of the Institute of British Geographers* 36/2: 280-296.
- Gabriel, Karen. 2013. “Close encounters of an imperial kind: Gandhi, gender, and anti-colonialism.” *Gender, Sexuality & Feminism* 1/1: 53-65.
- Gandhi Mohandas Karamchand. 1940. *An Autobiography Or The Story of My Experiments With Truth*. Translated from the Original in Gujarati by Mahadev Desai. Ahmedabad: Navajivan Publishing House online edition. <https://www.mkgandhi.org/ebks/An-Autobiography.pdf>

- Gandhi, Manu. 2019. *The Diary of Manu Gandhi: 1943-44*, edited and translated by Tridip Suhrud. Oxford: Oxford University Press.
- Ganguly, Šumit. 2021. "Obama, Trump and Indian foreign policy under Modi." *International Politics* <https://doi.org/10.1057/s41311-021-00294-4>.
- Gökariksel, Banu and Anna J. Secor. 2020. "Affective geopolitics: Anxiety, pain, and ethics in the encounter with Syrian refugees in Turkey." *Environment and Planning C: Politics and Space* 38/7-8: 1237-1255.
- Hebdige, Dick. 2017 *Sottocultura. Il significato dello stile*. Roma: Meltemi.
- Hopkins, Peter and Greg Noble. 2009. "Masculinities in Place: Situated Identities, Relations, and Intersectionality." *Social and Cultural Geography* 10/8: 811-819.
- Howard, Veena Rani. 2011 "Gandhi's Reconstruction of the Feminine: Toward an Indigenous Hermeneutics." In: *Woman and Goddess in Hinduism: Reinterpretations and Re-envisionings*, edited by Tracy Pintchman and Rita D. Sherma, 380–397. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Hyndman, Jennifer. 2001. "Towards a Feminist Geopolitics." *Canadian Geographer* 45/2: 210-222.
- Jacob, Jimmy. 2019. "Hindu Mahasabha 'Recreates' Mahatma Gandhi's Assassination in UP." NDTV 30/1/2019.
<https://www.ndtv.com/india-news/hindu-mahasabha-recreates-mahatma-gandhis-assassination-in-up-1985761>.
- Kaur, Ravinder. 2020. *Brand New Nation: Capitalist Dreams and Nationalist Designs in Twenty first Century India*. Palo Alto, CA: Stanford University Press.
- Kinnvall, Catarina. 2019. "Populism, ontological insecurity and Hindutva: Modi and the masculinization of Indian politics." *Cambridge Review of International Affairs* 32/3: 283-302, DOI: 10.1080/09557571.2019.1588851.
- Kumar, Aishwary. 2015. *Radical Equality: Ambedkar, Gandhi, and the Risk of Democracy*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Mard Official. 2014. "MARD Promo | Farhan Akhtar" 5 set 2014, YouTube video, 0:32
<https://www.youtube.com/watch?v=MRcST0uYxXw>.
- Mayer, Tamar. 2004. "Embodied Nationalisms." In: *Mapping Women, Making Politics*, edited by Lynn A. Staeheli, Eleonore Kaufman and Linda J. Peake, 156-161. New York: Routledge.
- Mazzarella, William. 2003. *Shoveling Smoke: Advertising and Globalization in Contemporary India*. Durham: Duke University Press.
- Menon, Ramesh. 2014. *Modi demystified*. New Delhi: HarperCollins.
- Mishra, Vijay. 2002. *Bollywood Cinema: Temples of Desire*. New York: Routledge.
- Mitra, Sreya. 2020. "From 'Angry Young Man' to 'Benevolent Patriarch': Amitabh Bachchan, Bollywood stardom and the remaking of post-liberalization India." *South Asian Popular Culture* 18/1: 63-77. DOI: 10.1080/14746689.2020.1733811.

- Mohammad, Noor. 2017. “Spinning Tales: Modi's Claims on Khadi Sales Don't Add Up.” *The Wire*, 31/10/2017.
<https://thewire.in/economy/spinning-tales-modis-claims-on-khadi-sales-dont-add-up>.
- Mountz, Alison. 2004. “Embodying the Nation-State: Canada's Response to Human Smuggling.” *Political Geography* 23/3: 323-345.
- Mukherjee Pranab. 2015. Address by the President on the eve of the 66th Republic Day January 25, 2015
https://www.mea.gov.in/Speeches-Statements.htm?dtl/24729/Address_by_the_President_on_the_eve_of_the_66th_Republic_Day.
- NaMo3d2014. 2014. “Shri Narendra Modi's Address to 'Bharat Vijay.’” YouTube video, Rally using 3D Hologram Technology 11/4/2014” 13 apr 2014 54: 58.
https://www.youtube.com/watch?v=TF_LmujSteM&t=1s.
- Nandy, Ashis. 1983. *The Intimate Enemy: Loss and Recovery of Self under Colonialism*. Delhi: Oxford University Press India.
- NDTV. 2014. “Salman Khurshid vs BJP: 'Nothing wrong in calling Narendra Modi napunsak.’” YouTube video, 26 feb 2014, 24:05 <https://www.youtube.com/watch?v=e62auX83so0>.
- O'Hanlon, Rosalind. 1999. “Manliness and Imperial Service in Mughal North India.” *Journal of the Economic and Social History of the Orient* 421: 47-93.
- Oza, Rupal. 2007. “Contrapuntal Geographies of Threat and Security: The United States, India, and Israel.” *Environment and Planning D: Society and Space* 25/1: 9-32.
- Pal, Joyojeet. 2015. “Banalities Turned Viral.” *Television & New Media* 2015 16/4: 378-387.
- Prasad, M. Madhava. 1998. *Ideology of the Hindi Film: A Historical Construction*. New Delhi: Oxford University Press.
- Rahbar Hansraj, Mathur L. M. 2001. *Vivekananda the Warrior Saint*. Delhi: Sakshi Prakashan.
- Rajan, Gita. 2006. “Constructing-Contesting Masculinities: Trends in South Asian Cinema.” *Signs: Journal of Women in Culture and Society* 31.4: 1099-1124. doi:10.1086/500959.
- Roberts, Dorothy. 2014. *Killing the Black Body: Race, Reproduction, and the Meaning of Liberty*. New York: Vintage.
- Roy, Abhik and Michele L. Hammers. 2014. “The Recuperation of Hindu Manhood: Echoes of the Past in Present Day Hindu Nationalism.” *Comparative Literature: East & West* 21/1: 19-38, DOI: 10.1080/25723618.2014.12015472.
- Saikia, Yasmin. 2011. *Women, War, and the Making of Bangladesh: Remembering 1971*. Durham, NC: Duke University Press.
- Segato, Rita. 2018. *Contra-pedagogías de la crueldad*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Sen, Ronjoy. 2016. “Narendra Modi's makeover and the politics of symbolism.” *Journal of Asian Public Policy* 9/2: 98-111. DOI: 10.1080/17516234.2016.1165248.

- Srinivasan, Rama. 2011. “‘Gaylords’ of Bollywood: Politics of Desire in Hindi Cinema.” *Economic and Political Weekly* 46/7: 73-78.
- Srivastava, Sanjay. 2016. “Natives, Subjects, Consumers: Notes on Continuities and Transformations.” *Indian Masculine Culture. Masculinities and Social Change* 5/1: 1-27. DOI: 10.17583/MCS.2016.1905.
- Srivastava, Sanjay. 2006. “The Voice of the Nation and the Five-Year Plan Hero: Speculations on Gender, Space, and Popular Culture.” In: *Fingerprinting Popular Culture: The Mythic and the Iconic in Indian Cinema*, edited by Vinay Lal and Ashis Nandy, 122-155. New Delhi: Oxford University Press.
- Srivastava, Sanjay. 2015. “Modi-Masculinity: Media, Manhood, and “Traditions” in a Time of Consumerism.” *Television & New Media* 16/44: 331-338.
<https://doi.org/10.1177/1527476415575498>.
- Srivastava, Sanjay. 2020. “Instruction for Utopia: ‘Sane Sex Living,’ Eugenics and the Making of a Transnational Modernity in Early Twentieth-Century India.” In: *Passionate Modernity: Sexuality, Class, and Consumption in India*, edited by Sanjay Srivastava, 48-86 (digital edition). New Delhi: Routledge.
- Star Plus. 2014. “Satyamev Jayate - S3 | Ep 6| When Masculinity Harms Men: Violent Masculinity (Part 1) Aslī mard kyā hai?” 10 Nov 2014, 28:38 <https://www.youtube.com/watch?v=4jv6INS5pCQ>.
- Statue Of Unity. 2019. “Loha Campaign”; visitato 12 marzo 2021.
<http://statueofunity.in/loha-campaign/>.
- Tarlo, Emma. 1996. *Clothing Matters: Dress and Identity in India*. Chicago: University of Chicago Press.
- Vishwanathan, Shiv. 2013. “The Remaking of Narendra Modi.” *Seminar* 641: 52-58.
- Wickramasinghe, Nira. 2003. *Dressing the colonised body: politics, clothing and identity in Sri Lanka*. New Delhi: Orient Longman.
- Williams, Jill and Vanessa Massaro. 2013. “Feminist Geopolitics: Unpacking (In)security, Animating Social Change.” *Geopolitics* 18/4: 751-758.

Alessandra Consolaro is Associate Professor at the University of Turin, where she teaches Hindi Language and Literature, and South Asian Cultures. Her field of interest and research is marked by interdisciplinarity and is based on feminist and gender critique. She has published on South Asia history, history of the Hindi language, critical study and translation of contemporary Hindi literature.

She can be reached at: alessandra.consolaro@unito.it