

L'India oltre gli stereotipi Una democrazia alla prova

L'Arena Giovedì 23 ottobre 2025

43

Spettacoli & Tempo libero

L'intervista

• Il giornalista Matteo Miavaldi tenta di decostruire l'idea che ingombra l'immaginario, fatta di misticismo e non violenza

CESARE GELMETTI

Alla fine degli Anni Sessanta, i Beatles erano la band più famosa del pianeta. L'immagine da bravi ragazzi ha però da tempo lasciato spazio alla sperimentazione e alle sostanze psichedeliche quando, nel 1968, i Fab Four volano in India per provare la meditazione trascendentale seguita da uno stuolo di giornalisti. Grazie all'esposizione mediatica del viaggio, il Paese diventa meta degli hippie di tutto il mondo, consolidando un'idea stereotipata di India che ancora sopravvive. Nel volume «Un'altra idea dell'India» - pubblicato nel 2025 da add editore - il giornalista Matteo Miavaldi tenta oggi di decostruire questa idea, tra misticismo e non violenza, che spesso ingombra il nostro immaginario, per indicare nuove prospettive sul Paese più popoloso del mondo.

Matteo, per cominciare, da dove arriva questa nostra idea stereotipata?

Arriva dalle persone che ci sono andate prima di noi, in un'epoca in cui l'India rispondeva a una necessità di un certo tipo di viaggiatore occidentale. Andare lontano per cercare quello che a casa non c'era più, un modo diverso di vivere, suggestioni lontane dal consumismo che aveva iniziato a diffondersi dalla seconda metà del Novecento.



Il saggio Il giornalista Matteo Miavaldi

Il volume si apre con Gandhi, amatissimo in Occidente ma controverso in patria.

Gandhi è stato una figura centrale del secolo scorso. Ha rinnovato il modo di concepire la battaglia politica, si è inventato la non violenza ispirando generazioni di attivisti. Gli indiani hanno però uno sguardo più approfondito sul suo lascito. Gandhi era infatti un uomo del suo tempo, con idee spesso conservatrici rispetto a temi ancora caldi nell'India di oggi. Ad esempio, considerava il sistema delle caste utile per tenere unito un Paese che, dopo l'indipendenza del 1947, doveva inventarsi. Così ha messo i bastoni tra le ruote a chi, già all'epoca, aveva invece capito che le caste erano un sistema antidemocratico. In questo modo ha segnato l'esistenza di centinaia di milioni di persone che ancora oggi subiscono discriminazioni.



Un'altra idea dell'India di Matteo Miavaldi add editore

Oltre gli stereotipi, descrive un'India che si candida a diventare una superpotenza. È destinata a diventarlo?

Ha le carte in regola per farlo, visto che si tratta anzitutto di un Paese con un miliardo e quattrocento milioni di abitanti. Anche sul piano della crescita economica, i dati degli ultimi dieci anni mostrano che con ogni probabilità diventerà una superpotenza. Chi visita l'India og-

gi può notare i cambiamenti da un anno all'altro. Il Paese è sempre più tecnologico e moderno, con un sistema economico in crescita che ha bisogno di vendere le proprie merci e dove emergerà una classe media con un mercato interno appetibile anche per le nostre imprese. Sotto altro profilo, però, la democrazia indiana è in difficoltà. Si ha infatti un arretramento sui diritti civili e gravissimi problemi relativi alla condizione femminile. Inoltre, il governo attuale è caratterizzato da un nazionalismo per il quale l'identità indiana è sovrapposta all'identità hindu, nonostante i circa 200 milioni di cittadini musulmani.

E quindi, perché guardare all'India oggi?

Credo che le democrazie stiano vivendo un periodo non esattamente felice. La disgregazione della democrazia americana è sotto i nostri occhi, così come i problemi di quelle europee. Anche la democrazia indiana è appunto in difficoltà e, osservandola, è possibile individuare le criticità e i modi attraverso cui le persone stanno cercando di risolverle. Inoltre, si intravede sullo sfondo un interrogativo fondamentale, una tendenza. L'unico modo per diventare un paese che conta, oggi, è quello di essere meno democratici? Lo vediamo con Trump, l'abbiamo visto con Bolsonaro in Brasile e con la Cina. L'esperimento indiano potrebbe però essere positivo. Se l'India riuscisse a diventare una superpotenza, superando le criticità interne, vorrebbe dire che principi e valori cui noi, come occidentali, teniamo non sono destinati a morire, come il resto della politica internazionale sembra suggerirci.

Puntaspilli

Alla Festa del Cinema super divi e «divine» brillano in Armani

• Da Paola Cortellesi a Martin Scorsese, da Olivia Rodrigo a Leo Gassman e Jude Law i fedelissimi di re Giorgio

MARIA VITTORIA ALFONSI

In autunno -dopo le grandi sfilate che hanno portato il mondo moda da New York a Londra, a Milano e a Parigi- il mondo moda godeva sempre un mese di tregua. Ora, invece, le notizie più varie si susseguono senza sosta.

Ecco dunque ritornare al vertice dei creativi Maria Grazia Chiuri che, dopo aver lasciato Dior (Lvmh) torna alla grande creando la collezione Fendi (oggi pure Lvmh): proprio da dove lei, romana, cominciò la sua brillante carriera.

Moda, che ci fa restare a Roma con dive, super dive e divi alla Festa del Cinema, e -come sembra ormai tradizione a queste rassegne- vi è una grande parata di abbigliamento, nella quale si ammirano (incalcolabili!) creazioni Armani per lei e per lui: da Paola Cortellesi (presidente della giuria) a Martin Scorsese, da Olivia Rodrigo a Leo Gassman, da Jude Law ad Alessandro Preziosi, da Selena Gomez a Valerio Mastrandrea, per ricordarne alcuni dato che gli «Armani dress» richiederebbero una intera pagina! Non solo: perché ecco che anche a Los Angeles, all'«Academy Museum Gala» -incalcolabili!- sono stati i divi-divini vestiti Armani: fra i tanti, Selena Gomez, Jude Law, Dakota Fanning, Benny Blanco, il «fedelissimo» Martin Scorsese.

Il nome di Giorgio Armani, dunque, è sempre giustamente in primo piano, grazie a Leo dell'Orco ed alla nipote Silvana, cui si è unito il neo-nominato amministratore delegato Giuseppe Marsocci: torinese, 61 anni, da 35 nel settore moda, di cui già 23 nel Gruppo Armani, ricoprendo ruoli di sempre maggiore responsabilità, sia nell'«headquarter» di Milano, sia presso filiali estere: in particolare a New York, come Ceo delle Americhe dal 2014 al 2019, per tornare a Milano come vicedirettore generale e global chief commercial del Gruppo, presidente della Girop Armani Realit Srl, e come CEO presidente di varie società estere del Gruppo.

Italia sugli scudi: anche con Luca de Meo, 56 anni, bocconiano, da settembre Ceo di Kering, premiato come manager dell'anno dal «Chi è Chi Awards» (ricordiamo che la Kering,



Paola Cortellesi in Armani

della famiglia Pinault -fra i suoi marchi Gucci, Saint Laurent- per tre quarti produce nel nostro Paese).

Restando ancora in Italia, Alessandro Enriquez non perde occasione per dimostrare la sua originale creatività, anche in concomitanza con la rassegna cinematografica romana: eccolo dunque portare in passerella -a modo suo!- il cinema italiano: fra pattern iconici e colori da pellicola d'autore vi sono le stampe inconfondibilmente Enriquez, con frange per decorazioni di abiti e gonne.

Come sempre al vertice della comunicazione, Pitti Immagine comunica che al prossimo Pitti Immagine Uomo (n. 109 - Firenze, 13-16 gennaio 2026) Guest

Successo Remo Ruffini per la campagna pubblicitaria di Moncler è riuscito a scritturare due «mostri sacri» come Al Pacino e Robert De Niro

Designer, con il brand eponimo, sarà il designer giapponese Soshi Otsuki - classe 1990, nato a Chiba, nel 2015 ha lanciato Soshitsuki, marchio eponimo di abbigliamento maschile. Per l'occasione, Otsuki -vincitore del «Tokio New Designer Award 2019», e del «Lvmh Prize for Young Fashion Designer 2025»- presenterà il suo stile a Firenze con una speciale sfilata-evento. Inoltre, di Soshitsuki è anche l'outfit nella nuova campagna legata al tema del prossimo Pitti Uomo.

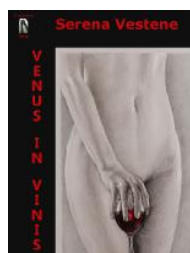
Mondo moda, in cui troviamo il grande successo (o «grande colpo») di Remo Ruffini che, per la campagna pubblicitaria di Moncler, è riuscito a scritturare due «mostri sacri» del grande schermo, ammiratissimi ed amatissimi quali Al Pacino e Robert De Niro! «Warmer together» (ovvero caldi insieme) sarà il titolo dei filmati, indubbiamente super guardati e di sicuro successo.

La presentazione

Ironia e sensualità nei versi di Serena Vestene

Il classico connubio tra Bacco e Venere visto in chiave poetica moderna, una raccolta di cinquantquattro liriche tra l'ironico, il sensuale e l'evocativo, che hanno come obiettivo il risvegliare dal torpore post Covid la voglia di sperimentare e sperimentarsi con un buon bicchiere di vino tra le mani. Domani, alle 18.30, alla libreria Pagina Dodici in Corte Sgarzarie, 6/A, verrà presentata «Venus in Vinis» (Creazioni MiRe, 2023), una rac-

colta di poesie di Serena Vestene. Nell'opera risalta la musicalità dei versi tipici dell'artista, così come l'utilizzo in alcuni suoi componimenti della forma del tautogramma (in cui le parole cominciano tutte con la stessa lettera). La raccolta contiene poesie che si sono contraddistinte nel panorama poetico come «Il bosco», Premio Speciale della Presidenza del Premio 2021, «La couleur d'un poème» e «Disabilitati», secondo premio



La copertina del libro

al Premio Internazionale di poesia L'essere Armonia nel 2023. Componimenti in cui l'eroticismo incontra il vino per riscoprire il piacere del contatto, il potere creativo del desiderio. Ad arricchire il libro anche delle opere pittoriche e scultoree di vari artisti e l'immagine di copertina realizzata da Esmeralda Beltrambini. A Pagina Dodici la Vestene dialogherà con l'attrice Isabella Dilavello, con intermezzi musicali dei Poeticanti. **M.H.**