

PAOLA LAFORGIA

FATTORE K

L'ascesa della cultura pop coreana

INDICE

Nota al testo	9
Introduzione	11

INTO THE NEW WORLD

L'alba di una nuova era	25
Un passo indietro	30
Che cos'è il K-pop?	35
Dalla censura alla nascita dello star system	41
Proto K-pop	46
La nascita del sistema di training: SM Entertainment	52
Hallyu in Cina e J-pop alla coreana	60
Rapper vs idol	71
I primi passi del K-pop negli Stati Uniti	78
Una fabbrica di plastica?	86
La seconda generazione	92
Il «lato oscuro»	104
<i>Gangnam Style</i>	116
Il gruppo giusto al momento giusto	125
Mainstream e underground	134

LA COSA PIÙ COREANA È LA PIÙ UNIVERSALE

Un drama vale più di un milione di Hyundai	145
<i>Winter Sonata</i> e il pubblico dei drama	154
«Immagina la tua Corea»: turismo hallyu	161
Dalla pirateria a Netflix	171
Gli Oscar sono una cerimonia locale	182
1, 2, 3 stella: l'ibisco è sbocciato	192
Love like a K-drama	200
Epilogo	212
Ringraziamenti	216
Bibliografia	219

NOTA AL TESTO

I termini coreani che compaiono nel testo sono stati traslitterati in base al Sistema di latinizzazione riveduta, pubblicato dal ministero della Cultura e del Turismo della Repubblica di Corea nel 2000. Fanno eccezione alcuni termini (nomi di persona, titoli di film e canzoni, ecc.) conosciuti con traslitterazione diversa. Difatti, è possibile scegliere di traslitterare il proprio nome sulla base di scelte estetiche personali e non del sistema di traslitterazione ufficiale.

I nomi propri di persona coreani e giapponesi sono presentati secondo la modalità cognome-nome, com'è la norma in queste lingue, a eccezione di quando sono noti all'estero secondo la modalità occidentale, con il nome seguito dal cognome.

Qualora il titolo di una canzone, film, programma televisivo sia noto solo con il titolo in coreano e non abbia un corrispettivo in inglese o altra lingua, ne presento solo il nome traslitterato in alfabeto latino. Se invece il titolo dovesse avere un corrispettivo ufficiale in inglese o altra lingua con cui è identificato dal pubblico straniero, includo entrambi i nomi. È usuale, infatti, che molte canzoni K-pop, soprattutto quelle più recenti, abbiano due titoli ufficiali, uno in coreano e

uno in inglese, non sempre traduzione letterale uno dell'altro. Una piattaforma come Spotify, ad esempio, mostra i titoli in coreano quando l'utente si trova in Corea e in inglese quando accede dal resto del mondo. Si pensi al brano 소리꾼 (*Sorikkun*) degli Stray Kids, conosciuto dal pubblico internazionale come *Thunderous*. Un titolo che non è la traduzione letterale di *sorikkun*, che non ha una corrispondenza in altre lingue essendo l'appellativo dato a chi canta il *pansori*, un genere musicale tradizionale.

Uso la parola «debutto» sulla scia di come il termine, derivato dal francese *début*, è diventato di uso comune in coreano (대뷔, *daebwi*) per indicare l'ingresso sulle scene di cantanti, attori, registi e/o la loro prima opera. L'espressione è diventata comune tra la comunità dei fan dell'hallyu all'estero e perciò l'ho mantenuta ritenendo consona il suo utilizzo in un libro sul tema.

Infine, uso il termine Corea in maniera interscambiabile con Corea del Sud. Qualora si parli di Corea del Nord, lo specifico.

INTRODUZIONE

Londra, gennaio 2024. Passeggio dalle parti di Soho, Leicester Square e Chinatown, nel centro della città. Quando vivevo nella capitale britannica prima della pandemia dicevo spesso, scherzando, che uno degli aspetti che preferivo del vivere in un centro multiculturale era poter fingere di essere in Corea ogni volta che lo volessi, senza dover volare dall'altra parte del mondo. Dai supermercati specializzati ai piccoli bar dove mangiare un dolce tipico come il *bingsoo*, dalle sale di karaoke (chiamate 노래방, *noraebang*) alle sezioni di libri coreani nelle librerie, per non parlare dei numerosi ristoranti, la città ha sempre offerto quel che è necessario per sentirsi almeno per qualche ora a Seoul. Forse in pochi lo sapranno, ma Londra ha anche una piccola Koreatown: è a New Malden, lontana dal centro città, in quella che è definita la zona 4, ed esiste almeno dagli anni Ottanta. Ma oggi, per mangiare autentico cibo coreano, non c'è più bisogno di andare fin lì: un po' ovunque spuntano nuovi ristoranti ed è un profluvio di insegne in *hangeul*, l'alfabeto coreano. Si possono trovare sempre più facilmente i *corn-dog*, cioè hot dog in pastella, un popolare street food, e anche le cabine per le fototessere da fare con gli amici, in tutto e per tutto identi-

che a quella a due passi dalla mia attuale casa a Seoul. Ne ha aperto una persino a Milano, nella zona dei Navigli. Tutti questi luoghi sono costantemente affollati: non solo da quegli studenti o lavoratori coreani che sentono nostalgia di casa, ma soprattutto da una marea di fan della cultura coreana britannici ed europei.

Questo «aumento dell'interesse internazionale per la Corea del Sud e la sua cultura popolare, rappresentato in particolare dal successo globale della musica, del cinema, della televisione, della moda e del cibo sudcoreani», come l'ha definito il dizionario britannico Oxford nel 2021, è stato chiamato hallyu, «onda coreana». Molti in Occidente l'hanno interpretata come una moda passeggera in procinto di sparire, spesso a causa di radicati pregiudizi nei confronti degli asiatici, ma anche in Corea c'è chi è sorpreso di questa popolarità, soprattutto chi ha avuto meno possibilità di interazione con persone straniere. Solo i meno attenti però lo reputano un cambiamento improvviso e incomprensibile; la realtà è che si tratta di un processo iniziato trent'anni fa e di cui ora vediamo chiaramente i frutti. Stiamo già vivendo quella che è stata definita la quarta fase dell'hallyu, o hallyu 4.0, e c'è chi addirittura afferma che potremmo essere sull'orlo della quinta. L'hallyu 1.0, ovvero gli inizi, coincide con la fine degli anni Novanta, durante i quali l'onda aveva appena iniziato a propagarsi raggiungendo i Paesi asiatici vicini, soprattutto tramite i K-drama. La fase 2.0, corrispondente al primo decennio degli anni Duemila, è quella durante la quale la cultura pop coreana ha raggiunto gli altri continenti, trainata principalmente dal K-pop; la terza, iniziata nel secondo decennio degli anni Duemila, ha visto il consolidamento della popolarità dell'hallyu in tutto il mondo, con drama e musica affiancati da film e videogiochi online. La fase attuale, inizia-

ta con il nuovo decennio, è quella in cui l'ondata si è trasformata in un vero e proprio tsunami che sta raggiungendo nuove e sempre più ampie fette di pubblico sparse per il pianeta, tramite ulteriori declinazioni della cultura coreana: la cucina, la cosmesi, i webtoon, ovvero i fumetti digitali leggibili sul cellulare. La pandemia di Covid-19, che ha costretto per due anni miliardi di persone a casa spingendole a trovare nuove attività e interessi per occupare il proprio tempo, ha svolto un ruolo decisivo nella diffusione della cultura coreana nel mondo; se a questo aggiungiamo l'attuale pervasività dei social media e l'avvento di una piattaforma come TikTok, ecco che abbiamo la ricetta perfetta per l'espansione globale.

Oggi, non incappare in qualcosa di coreano, indipendentemente da dove ci si trovi nel mondo, è quasi più una scelta che un caso. Trascurare l'impatto che i prodotti culturali coreani negli ultimi anni hanno avuto e stanno avendo globalmente, non solo a livello culturale ma anche sul piano economico e politico, non solo sui singoli individui ma su intere industrie e mercati, significa ignorare un fatto importante della storia del nostro tempo. Significa perpetrare una visione occidentalocentrica e limitata del mondo che non corrisponde a quello che il mondo è davvero. La globalizzazione, che si temeva portasse unicamente a un appiattimento delle culture locali in una macrocultura globale imposta dal più forte, ha invece permesso a molte di queste, provenienti da Paesi meno potenti, di raggiungere il resto del mondo. Per quanto oggi possiamo ritrovare gli stessi negozi nei più distanti angoli del pianeta, è un dato di fatto che i prodotti venduti non sono solo quelli della cultura dominante di turno (il più delle volte ancora quella statunitense), ma anche quelli provenienti da culture «periferiche». Con la globalizzazione,

culture a noi un tempo sconosciute e lontane sono diventate familiari e vicine. I social media, con tutti i loro difetti, hanno anche il merito di aver dato una voce a chi difficilmente sarebbe riuscito a farsi sentire altrimenti e di aver agevolato la diffusione di culture e prodotti culturali che prima erano relegati ai «confini dell'impero».

Rispetto a quando io ho iniziato ad ascoltare K-pop e a guardare i primi drama intorno al 2006, quando avevo tredici anni, la comunità di appassionati di cultura coreana fuori dalla Corea del Sud si è ingrandita notevolmente. Per noi in Italia aver visto un pubblico di circa 67.000 persone partecipare all'esibizione degli Stray Kids al festival I-days a Milano il 12 luglio 2024 è stato un grande traguardo e una bella rivincita. Quando ero adolescente, la comunità dei fan era piccola e attiva perlopiù online, spesso e volentieri etichettata come una cricca di strambi (etichetta che, purtroppo, viene spesso affibbiata ancora oggi). Confesso che per molti anni ho tenuto questi miei interessi nascosti anche ad amici stretti, e li ho vissuti e coltivati in maniera solitaria, perché la cosa provocava inevitabilmente, se non commenti proprio razzisti sulla scia di «Perché guardi e ascolti quelle cinesate?!», almeno una serie di fastidiose domande che dimostravano poca apertura mentale e prevedevano spiegazioni che non avevo voglia di dare ogni volta, da «Ma dove li trovi?» a «Non ti danno fastidio i sottotitoli?». Capisco però in parte la curiosità. Sono cresciuta a Bari, una città del Sud Italia non particolarmente multiculturale e all'epoca molto meno turistica di come è oggi, e nel 2006 tutto ciò che io e i miei amici sapevamo della Corea del Sud si limitava alle nozioni impartiteci durante una lezione di geografia a scuola. In quegli anni i social media non erano ancora quello che sono oggi, di

algoritmi ancora non si parlava, ma faccio pur sempre parte di una generazione cresciuta con internet, che aveva un profilo su MySpace e bazzicava sui forum online. È frequentando il forum dedicato alla cantante pop giapponese Ayumi Hamasaki che ho scoperto il K-pop e i K-drama, la musica e le serie tv sudcoreane.

Può sembrare strano che il mio punto di partenza nella scoperta della cultura coreana sia stata una cantante giapponese, e il fatto potrebbe infastidire alcuni coreani, considerata la storia del rapporto tra i due Paesi: la Corea intera è stata infatti vittima della violenta colonizzazione da parte del Giappone all'inizio del XX secolo, conclusasi con la fine della Seconda guerra mondiale, e tuttora i rapporti non sono completamente distesi. Ma la mia esperienza in realtà è piuttosto comune. Noi nati all'inizio degli anni Novanta siamo la generazione cresciuta guardando in tv *Dragon Ball* e *Pokémon*, giocando al Game Boy e alla Playstation e, prima che la musica digitale prendesse il sopravvento, ascoltando musica con walkman e lettori cd Sony. Tutti prodotti giapponesi. All'inizio del millennio, chiunque in Europa avesse un interesse per la cultura pop giapponese aveva probabilità di incappare prima o poi in qualcosa di coreano. È il Giappone infatti il primo Paese straniero in cui si afferma la cantante K-pop BoA: il suo album del 2002 *Listen to My Heart*, cantato in lingua giapponese, è il primo album di un'artista coreana, senza distinzione di genere, a conquistare la posizione numero 1 nella classifica giapponese Oricon e a ottenere la certificazione della vendita di un milione di copie dalla RIAJ (Recording Industry Association of Japan, ovvero l'associazione dell'industria discografica giapponese). È giapponese un manga di culto, *Hana Yori Dango* (conosciuto anche con il

titolo inglese *Boys Over Flowers*), il cui adattamento coreano in serie tv nel 2009 diventerà per molti di noi in Occidente la porta di accesso al mondo dei K-drama, ben prima della diffusione di Netflix.

Ma anche se gli anime erano trasmessi sulla tv nazionale in Italia, e in alcune piccole città c'erano un paio di fumetterie dove comprare manga, quindici anni fa di musica o serie tv provenienti dal resto dell'Asia invece non si sentiva assolutamente parlare. È sui forum online che gli appassionati si radunavano e condividevano informazioni e file con il resto della comunità, spesso ai limiti della pirateria non tanto per volontà di aggirare il sistema quanto perché i download ufficiali erano limitati a certi Paesi del mondo. I servizi di streaming non erano ancora diffusi e l'acquisto dei cd e dvd fisici che desideravamo era possibile solo su pochi siti come YesAsia (fondato nel 1998 in California), uno dei primi siti di e-commerce internazionale per prodotti di intrattenimento provenienti dai Paesi dell'estremo Oriente, con spese di spedizione spesso proibitive. L'iTunes Store, il negozio online di Apple per la musica digitale, verrà lanciato nel 2003, YouTube nel 2005. Sicuramente le due piattaforme semplificheranno le cose negli anni a venire per i fan della musica asiatica sparsi per il mondo, ma ci vorranno ancora molti anni prima che «K-pop» diventi una categoria conosciuta e facilmente individuabile anche da chi non la stia attivamente cercando. Oggi, invece, non solo le playlist di K-pop sono sull'homepage di tali piattaforme, ma moltissimi sono anche i negozi di dischi nel mondo che hanno una sezione K-pop, e in alcune grandi città, come Londra, Los Angeles, Sydney, sono stati aperti anche negozi specializzati. I K-drama sono disponibili su Netflix, Disney+ e altri servizi di streaming; i film coreani vincono prestigiosi premi internazionali e così raggiungono

la distribuzione nelle sale cinematografiche di mezzo mondo. Non c'è bisogno più di alcun tramite per scoprire i prodotti culturali coreani: sono ora una delle tante opzioni immediatamente disponibili. E grazie alla loro popolarità, sempre più ristoranti coreani aprono nel mondo, i prodotti di cosmesi provenienti dalla Corea del Sud sono i più desiderati e chiacchierati del momento, più di diciassette milioni di persone hanno visitato il Paese nel 2019, e nel 2021 la versione aggiornata del dizionario inglese Oxford ha introdotto ventisei parole coreane divenute di uso comune nel Regno Unito, tra cui appunto «K-drama» e «hallyu».

Mi sembra evidente che senza K-pop e K-drama l'ondata non sarebbe diventata lo tsunami che è ora. Forse perché sono forme d'intrattenimento più generaliste, di massa, pop appunto, dunque facilmente accessibili e fruibili da un gran numero e varietà di persone. Forse perché la loro serialità (gli episodi per i drama; i cosiddetti *comeback* per il K-pop, ovvero il ritorno di un artista con un nuovo singolo dopo una pausa) crea facilmente dipendenza. Dal mio punto di vista, il cinema, che spesso viene citato tra le spinte dell'hallyu, è solo in parte responsabile del fenomeno, almeno per quanto riguarda la diffusione della cultura coreana al di fuori del continente asiatico, e anzi credo che le produzioni cinematografiche degli ultimissimi anni abbiano beneficiato dell'hallyu in più occasioni. Questo perché la settima arte viene comunemente considerata «cultura alta», e posta in un rapporto di antitesi con la cultura di massa; molti appassionati di cinema coreano, soprattutto in Europa, guardano film d'essai e sono spesso appassionati di cinema e basta, non necessariamente fan del K-pop o assidui spettatori di drama. Quando i film di Kim Ki-duk (김기덕) e Park Chan-wook (박

찬욱) hanno vinto prestigiosi premi ai festival internazionali di Cannes, Venezia e Berlino nei primi anni Duemila, dubito abbia influito la popolarità di K-pop e K-drama, popolarità che, tra l'altro, all'epoca in Europa non era stata nemmeno ancora raggiunta. I fan del K-pop e i fan dei K-drama invece spesso combaciano, anche perché è tipico per molti cantanti K-pop recitare nei drama (pure in alcuni film, certo, si pensi ad esempio alla cantante IU), e tali fan non sono necessariamente appassionati o esperti di cinema, piuttosto guardano film coreani quando vengono definiti dei classici o quando a recitare sono attori che hanno conosciuto attraverso i drama. In *Parasite* (2019), ad esempio, recitano moltissimi attori già popolari all'estero grazie ai drama e al K-pop: Lee Sun-kyun (이선균), di cui si è molto parlato alla fine del 2023 quando purtroppo si è tolto la vita, era noto per i suoi ruoli in serie di culto come *Coffee Prince* (2007), *Pasta* (2010) e *My Mister* (나의 아저씨, 2018); Choi Woo-shik (최우식), così come Park Seo-joon (박서준), sebbene nel film abbia un ruolo marginale, era già noto ai fan del K-pop perché grande amico di V, amatissimo membro dei BTS. Credo che la loro fama abbia contribuito ad attrarre una gran fetta di pubblico che non è l'usuale pubblico cinefilo e abbia avuto un ruolo nel successo internazionale del film. Di questo, comunque, parleremo meglio più avanti.

Si sente parlare della Corea del Sud sempre più spesso e a buona ragione, eppure il più delle volte, in Europa come negli Stati Uniti, ancora in maniera poco accurata, stereotipata e condiscendente. Per qualche ragione, ancora oggi le persone intorno a me amano dirmi, non sollecitate, che a loro il K-pop non piace. Ci sono amici e conoscenti che mi rivedono dopo tanto tempo ed esordiscono dicendo in tono scherzoso:

«Dai, basta con questo K-pop»; chi nel mezzo di una conversazione su musica, altra musica, sente l'urgenza di precisare, anche se nulla ha a che fare con quello di cui stiamo parlando, che «comunque il K-pop è terribile».

Numerosi sono gli articoli con gli stessi toni che vengono pubblicati ogni volta che un gruppo o un drama acquisisce particolare popolarità o raggiunge un traguardo. Mi chiedo il perché di questa attitudine, come mai si senta il bisogno di comunicare questo pensiero a gran voce. Perché è così preoccupante che la cultura pop coreana piaccia e si diffonda?

Sono genuinamente curiosa, perché non sembra accadere con prodotti pop provenienti da altre parti del mondo, o almeno non con la stessa frequenza ed energia. Non mi sorprende che vi siano pregiudizi radicati, data la maniera in cui non solo i coreani ma gli asiatici più in generale sono solitamente ritratti sui nostri media (nerd, simili a robot, poco virili, sottomessi, ecc.); quello che sfugge alla mia comprensione è la resistenza a riconoscere tali pregiudizi per quello che sono e il non voler cercare di smantellarli. Il K-pop sembra essere un argomento che infiamma gli animi, su cui tutti hanno qualcosa da dire, anche se molti di questi tutti fanno poco e nulla a riguardo. Quando rispondo con un calmo «Che canzoni hai ascoltato?», c'è chi addirittura non sa dirmi nemmeno un titolo. Nella maggior parte dei casi hanno sentito quei pochi pezzi virali, spesso nemmeno nella loro interezza, che dunque sono riusciti a raggiungere anche chi non è un ascoltatore del genere, o magari quello che l'algoritmo di YouTube o Spotify in quel momento ha consigliato, e ciò è bastato per formulare un'opinione totalizzante.

Quando si tratta di K-drama va un po' meglio, forse perché, considerato che un episodio dura di solito un'ora e una serie è in media composta da sedici puntate, non possono es-

sere giudicati così frettolosamente come la musica. I K-drama spaziano da commedie romantiche a thriller ed è più facile trovare qualcosa che soddisfi ogni gusto; *Squid Game*, poi, è piaciuto proprio a tutti, e il successo e la popolarità dei film d'autore inducono a pensare che in fondo le serie non possano essere così male.

La mia intenzione non è quella di convincere tutti che la cultura pop coreana sia la migliore al mondo o far sì che tutti ascoltino K-pop e guardino K-drama; desidero però che si parli di quei prodotti culturali con cognizione di causa e che sia riconosciuta la loro legittimità. Una critica sensata che spesso viene mossa da chi poco ne sa e sulla quale mi trovo parzialmente d'accordo, è quella che prende di mira la produzione di stampo capitalista di tali prodotti culturali. Dico «parzialmente» perché mi preme ricordare che non si tratta di una criticità esclusiva di quelli coreani ma di tutto il mondo contemporaneo. Con ciò non condono, anzi; vorrei solo far notare come sia abituale fare due pesi e due misure.

Nell'immaginario occidentale domina il «lato oscuro» della Corea del Sud, vi è l'idea diffusa che dietro la facciata scintillante ci sia una realtà marcia, quella di un Paese depresso dove non si fanno più figli, i suicidi sono all'ordine del giorno e si lavora a ritmi disumani. La condiscendenza e il senso di superiorità con cui si guarda ai coreani deriva dalla presunzione di pensarci più liberi, più felici, più indipendenti. Ma è una visione parziale e spesso esagerata della realtà. La Corea del Sud è anche uno dei Paesi più sicuri al mondo, dove una donna può tornare a casa da sola a piedi alle tre del mattino senza paura, e dove la piccola criminalità e i furti sono rarissimi, tanto che è la norma occupare il proprio posto in un bar lasciando il cellulare o il portafogli sul tavolo. È il Paese

con una delle forze lavoro più istruite al mondo tra i Paesi dell'OCSE, dove il tasso di iscrizione universitaria è oltre il 70%, in confronto alla media globale che è intorno ad appena il 40%. È un Paese dove si lavora molto e ci si diverte altrettanto: le sale di karaoke dove cantare le proprie canzoni preferite con gli amici, le sale di computer (o *PC Bang*, in coreano PC방) dove giocare ai videogiochi online, le discoteche, i bar, i ristoranti sono sempre affollati fino alle prime ore del mattino da gente di tutte le età.

È un Paese con una storia complicata e affascinante. Un Paese che un secolo fa non esisteva, nato come conseguenza di una serie di eventi traumatici: la colonizzazione giapponese, la fine della Seconda guerra mondiale, la guerra di Corea e la divisione della Corea in due. Un Paese che in circa cinquant'anni è passato da essere uno dei più poveri al mondo, con un'economia essenzialmente rurale, a uno dei più ricchi e tecnologicamente avanzati, tanto da ospitare e occupare un posto al G20 del 2010. Il PIL pro capite della Corea è passato da 67 dollari all'inizio degli anni Cinquanta a 33.745 dollari nel 2023: il cosiddetto «miracolo sul fiume Han». Un Paese che fino a poco tempo fa moltissimi non sapevano neanche indicare su un mappamondo, e che oggi è invece sulla bocca di tutti.

Con questo libro, il mio obiettivo non è tanto descrivere il fenomeno dell'hallyu così come si manifesta oggi, quanto raccontare e spiegare come si sia arrivati a questo punto e sfatare alcuni dei miti e stereotipi diffusi, traendone spunto per approfondire temi culturali e sociali. Come ha fatto la Corea del Sud a diventare una potenza culturale? Com'è nata e perché si è propagata l'onda coreana? Perché oggi la Corea del Sud è sulla bocca di tutti?

L'hallyu è il risultato di tanti fattori, di politiche governative, di strategie aziendali, dell'attività e del coinvolgimento dei fan, del lavoro incessante e della voglia di rivalsa di un popolo che un passo alla volta si è conquistato il suo posto sotto i riflettori, senza imporlo con la violenza. Un modello da cui, io credo, abbiamo sicuramente qualcosa da imparare.

INTO THE NEW WORLD

L'ALBA DI UNA NUOVA ERA

È l'11 aprile del 1992 quando il trio Seo Taiji & Boys (noti in Corea come 서태지와 아이들) presenta al programma musicale dell'emittente MBC Teukjong! tv Yeonye (특종! tv 연예) il brano *I Know* (난 알아요). La giuria gli attribuisce un voto basso, ma il pubblico viene immediatamente conquistato e la canzone diventa una hit, tanto che l'album da cui è tratta venderà più di 1 milione e mezzo di copie in un mese.

La vulgata generale concorda nell'indicare in questo momento la nascita di quello che oggi chiamiamo K-pop. I Seo Taiji & Boys hanno il merito di popolarizzare il rap e le coreografie, due degli elementi che diventeranno caratteristiche peculiari del genere, e di trasformare la cultura giovanile e l'industria musicale intera, tanto che non è esagerato affermare che la storia dell'industria musicale coreana è segnata da un «prima» e un «dopo Seo Taiji». Ma la realtà non è mai così semplice e, come per qualunque processo di cambiamento, l'inizio non è mai così netto. È forse più corretto figurarsi l'avvento dei Seo Taiji & Boys come la goccia che fa traboccare il vaso che come una novità assoluta.

Innanzitutto quella non fu la loro prima esibizione: il vero debutto del trio era avvenuto il mese precedente, il 14 marzo,

al programma tv *Toyoil Toyoireun Jeulgeowo* (토요일 토요일은 즐거워). Si trattava del lancio dell'album che sarebbe uscito il 23 marzo. Secondo, e cosa più importante, *I Know* non è il primo pezzo rap in assoluto della storia coreana, come si sente spesso affermare: non a caso, alla fine dell'esibizione dell'11 aprile uno dei giudici, il compositore Ha Gwang-hun (하광훈), ha esordito dicendo che il brano è nello stile «rap dance in voga».

Prima di Seo Taiji, un altro artista aveva già introdotto il rap in Corea del Sud. Nel 1990 Hyun Jin-young (현진영) aveva debuttato sulle scene con l'album *New Dance 1*, assieme al gruppo di ballerini Wawa, formato da future star del K-pop di prima generazione: Koo Jun-yup (구준엽) e Kang Won-rae (강원래), che diventeranno i Clon, e Lee Hyun-do (이현도) e Kim Sung-jae (김성재), che debutteranno in seguito come Deux. Qualche anno dopo anche Sean, futura metà dei Jinusean (지누션), ballerà per Hyun Jin-young. I Wawa non erano semplicemente il corpo di ballo, ma parte integrante del gruppo: il modello di riferimento erano gruppi afroamericani degli anni Ottanta come i New Edition e i Guy. L'album è la prima uscita di SM Planning, che qualche anno dopo cambierà nome in SM Entertainment – un nome che qualunque fan del K-pop riconoscerà.

Figlio di Heo Byeong-chan (허병찬), sergente militare e pianista jazz, noto per aver fondato AAA (Triple A), la prima band jazz dell'8ª Armata degli Stati Uniti (un corpo operativo dell'esercito statunitense che raggruppa tutte le unità combattenti presenti nel territorio della Corea del Sud per cooperare alla difesa del Paese), Hyun Jin-young, il cui vero nome è Heo Hyeon-seok (허현석), cresce a contatto con la popolazione statunitense che vive attorno alla base militare di

Yongsan a Seoul, tramite la quale viene introdotto al rap. Nel 1989, in un locale del quartiere di Itaewon adiacente alla base che Hyun Jin-young era solito frequentare, conosce il fondatore di SM Planning Lee Soo-man (이수만), che decide di metterlo sotto contratto. Un anno dopo pubblicherà il suo album di debutto, al quale seguirà nel 1992 *New Dance 2*, questa volta come solista e non insieme ai Wawa, che lo confermerà star del momento.

I giovani coreani lo amano, i loro genitori meno a causa degli stereotipi razzisti sul rap e sulla cultura afroamericana diffusi nella Corea del Sud del tempo. Gli stessi stereotipi razzisti purtroppo comuni nel resto del mondo e, nel caso specifico della Corea, alimentati dalla cultura di segregazione promossa dai militari statunitensi bianchi nel corso dei decenni precedenti. All'epoca della guerra di Corea, d'altronde, la segregazione era ancora la norma negli Stati Uniti (il Civil Rights Act che rese la segregazione illegale è del 1964) e le divisioni fra bianchi e neri non erano solo circoscritte alle basi militari, ma per estensione anche ai locali notturni che i militari frequentavano. I club, di proprietà coreana, erano generalmente segregati non per legge ma in base alla musica, a grandi linee country o soul, e alla volontà delle prostitute che operavano in alcuni di questi club di servire o meno i soldati neri. I coreani si ritrovarono presto a discriminare i neri alla maniera dei bianchi, un po' per convenienza e difesa personale (ad esempio, una prostituta che serviva i soldati neri veniva anche lei discriminata e stigmatizzata dai soldati bianchi), un po' perché influenzati a pensarla alla maniera dei bianchi. Ovviamente la tendenza a privilegiare questi ultimi, soprattutto negli anni successivi alla promulgazione negli USA del Civil Rights Act, causò numerose rivolte da parte dei soldati neri, la più famosa il 9 luglio 1971 nei dintorni di Camp Humphreys, a circa 65 chilometri da Seoul.

Gli anni in cui Hyun sale alla ribalta sono anche anni di tensione e razzismo negli Stati Uniti tra la popolazione afroamericana e gli immigrati coreani. Pur non essendo accaduti sul territorio coreano, gli eventi non fanno che alimentare gli stereotipi negativi già diffusi nel Paese. È bene ricordare infatti che dalla metà degli anni Sessanta l'emigrazione dei coreani verso gli Stati Uniti era aumentata esponenzialmente, con numeri che tra il 1968 e il 1989 toccavano le 553 mila persone; le famiglie di base in Corea con parenti emigrati negli USA non erano dunque poche. È il 16 marzo del 1991 quando Latasha Harlins, ragazza afroamericana, si reca al mini-market della quarantannenue coreana Du Soon-ja (두순자) a Los Angeles. Harlins viene accusata dalla proprietaria di stare rubando una bottiglia di succo d'arancia, scatenando una discussione che presto sfocia in rissa. Quando la quindi-cenne tenta di scappare, Du le spara uccidendola sul colpo. In tribunale Du sosterrà di aver agito per difesa personale ma verrà subito contraddetta dalle immagini delle telecamere di sorveglianza. Ciononostante, la sentenza verrà ridotta esacerbando così i rapporti tra la comunità afroamericana e quella coreana, la seconda accusata dalla prima di beneficiare di privilegi a loro negati. Durante le rivolte di Los Angeles del 1992, conseguenza dell'assoluzione di quattro agenti del dipartimento di polizia della città dopo un pestaggio e l'uso eccessivo della forza nell'arresto dell'uomo afroamericano Rodney King, la Koreatown di LA venne presa di mira proprio a causa delle crescenti tensioni e dell'omicidio di Latasha; soprattutto nei quartieri a maggioranza nera, oltre 2000 negozi di proprietà coreana vennero saccheggiati e vandalizzati. Eppure, solo un anno dopo, Hyun è a Los Angeles insieme a un gruppo di ballerini afroamericani locali a girare un video musicale proprio nelle strade delle passate rivolte. Il nuovo

album uscirà nel settembre del '93, ma poco dopo Hyun verrà arrestato per possesso di metanfetamine, e la sua carriera finirà prematuramente. Una conseguenza drastica che non sorprende, in un Paese dove le leggi antidroga sono tuttora rigidissime. A seguito dello scandalo, Lee Soo-man rescinde il contratto e leggenda vuole che sia questo avvenimento a portarlo a decidere di non cercare più artisti già formati, con il rischio che sgarrino e lo portino in rovina, ma di crearli da zero.

Hyun Jin-young, dunque, non è solo responsabile di aver introdotto la musica rap e l'hip hop in Corea del Sud, ma è plausibilmente a causa sua che Lee Soo-man, ispirato anche dal già esistente modello degli idol della musica pop giapponese, svilupperà il sistema di training che caratterizzerà il K-pop da quel momento in poi.