

# Tutti pazzi per il K-Pop L'Italia dei piccoli fan

Il fenomeno Demon Hunters e la passione per le band di Seul: streaming record, gadget e la corsa a imparare il coreano  
«Nei loro idoli i ragazzini vedono l'impegno verso la perfezione»

di **Roberta Scorrane**

Tutto cominciò con *Gangnam Style*: era il 2012 e il mondo sgranava gli occhi guardando in tv l'allora Segretario Generale delle Nazioni Unite Ban Ki-moon ancheggiare nel tamarrissimo balletto assieme alla popstar Psy. Da allora è stato un crescendo: nel 2016 nascono le Blackpink, destinate a segnare il record di incassi per una girl-band nel 2023; i BTS c'erano già (oltre 50 milioni di dischi) come Girls' Generation e Big Bang, mentre gli Stray Kids verranno dopo... Non avete mai sen-

tito nominare nessuno di questi? Bene: i vostri figli, sì.

Il K-Pop, l'ondata di cultura popolare che da decenni è anche una chiave di rilancio economico della Corea del Sud, ha il potere di bucare intere generazioni per arrivare a adolescenti e bambini di tutto il mondo. E così, mentre noi adulti ciondoliamo davanti a *Squid Game*, su Netflix il vero uragano viene alimentato dai ragazzini: si chiama *K-Pop Demon Hunters* e ha infranto tutti i record della piattaforma, con 325 milioni di streaming, una linea dedicata da Zara Kids e da Gap, giochi digitali e gadget.

Tutto per queste tre cacciatrici di demoni: Mira, Zoey e Rumi, adolescenti un po' problematiche ma ben consapevoli di esserlo. Una ha radici demoniache, un'altra tende alla ribellione, ma nulla in questo film ammicca al genere «fanciulla fatata», come le loro «nonne», le Winx. Qui c'è

la modernità iperconnessa di Seoul, ma anche il vero imma-

ginario contemporaneo dei social con tanto di dinamiche psicologiche (le tre fanno le popstar), oltre ai rimandi alla tradizione, dai rituali sciamanici alle danze propiziatriche.

Punto chiave, come nota Ramon Pacheco Pardo, autore di *Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-Pop* (Add editore): «Gli artisti hanno deciso di restare fedeli alle proprie origini. I BTS, le Blackpink e altre band cantano prevalentemente in coreano, film e serie narrano storie locali». Insomma, piace perché è made

in Seul, non nonostante. Perché la straordinaria esperienza in fatto di tecnologie che il Paese coltiva e incoraggia da decenni, qui ha compiuto un piccolo miracolo: gli effetti speciali, la qualità altissima dei video, le canzoni del film (che hanno superato nella classifica streaming anche la discografia dei BTS), si uniscono ai temi irrazionali per una saga che sembra fatta appo-

sta per uno degli smartphone più raffinati. Un po' gioco, un po' film, un po' materiale d'ispirazione (sanissimo: sia nelle band che nelle serie, zero eccessi, tanta skincare, tanto detox). Non stupisce allora che anche in Italia si pubblicino manuali per insegnare il coreano ai bambini. Come sottolinea Jiyoung Ahn insegnante a Padova. «Perché questa passione per il K-Pop? Vedono negli idol l'impegno

verso la perfezione e trovano nei testi un invito ad amarsi di più», dice la specialista.

Nelle band, così come nelle serie e nei film coreani, c'è poi un altissimo grado di innovazione. Osserva Noemi Pelagalli, autrice di *Made in Korea: Dalle origini al K-pop* (Corbaccio): «Gli Stray Kids si sono guadagnati il titolo di Concept Matjib (persona di concetto) per l'innovazione apportata a ogni nuova uscita, compresi gli abiti di scena».

E in questa nouvelle vague coreana c'è anche un passo in avanti: una consacrazione dell'eroina al femminile, anzi, del gruppo di donne che si sostengono a vicenda. Certo conta il fatto che nella fanbase della K-Pop ci sono molte bambine: in agosto la stessa presidente del Consiglio, Giorgia Meloni è andata al concerto delle Blackpink a Milano, ovviamente con la figlia Ginevra, oggi 9 anni.

Chissà se Meloni sarà anche al grande evento previsto all'Unipol Forum di Milano nella prossima primavera: *K-Pop Forever!* vuole essere una mega celebrazione musicale del-

**Su Netflix**

Le Handrix, protagoniste di «K-Pop Demon Hunters», il film d'animazione oggi più visto nella storia della piattaforma con oltre 350 milioni di streaming





la cosiddetta *hallyu*, la diffusione globale della cultura coreana iniziata già negli Anni Novanta. L'evento sarà il 25 aprile, forse la premier avrà da fare (e poi è già sold out), ma ci saranno molti genitori famosi. Come Novak Djokovic: dopo la vittoria agli US Open 2025 contro Taylor Fritz, si è messo a ballare *Soda Pop*, tra i brani più famosi di *Demon Hunters* e lo ha spiegato così: «Me l'ha chiesto mia figlia Tara». Gioco, partita, incontro.

rscurranese@corriere.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Bts** Sette ragazzi sudcoreani, dal 2013 nell'Olimpo delle star mondiali, anche grazie ai loro video spettacolarmente coreografati



**Big Bang** Considerati i re del K-Pop, hanno debuttato nel 2006 e aiutato a diffondere l'ondata coreana a livello internazionale

## I gruppi



**Blackpink** Il video musicale «Ddu-Du Ddu-Du» del gruppo femminile K-Pop più famoso al mondo è il più visto di sempre su YouTube



**Stray Kids** La boy band (8 componenti, tra i 24 e i 27 anni) di Seul ha 11 miliardi di stream a livello mondiale su Spotify

