Università
Ca'Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale

in Economia e
gestione delle arti
e delle attività
culturali

Tesi di Laurea

Il ruolo dell'arte e della cultura nell'evoluzione economica della Corea del Sud

Relatore
Ch. Prof. Alessandro Genovesi

Correlatore
Ch. Prof. Federico Pupo

Laureanda
Chiara Zanini
Matricola 868956

Anno Accademico
2024 / 2025

INDICE

INTRODUZIONE 2

Capitolo 1 5

La Corea del Sud: tra economia e cultura 5

1.1 Un rapido sviluppo economico e sociale: i cambiamenti nell'economia e nella società sudcoreana 5

1.2 Ribellioni e manifestazioni per una vera democrazia 15

1.3 Dalle Olimpiadi del 1988 agli anni '90: la cultura sudcoreana si apre al mondo 19

1.4 Il fenomeno dell'onda coreana: la nascita e lo sviluppo dell'industria culturale sudcoreana 23

Capitolo 2 32

L'arte contemporanea coreana 32

2.1 L'importanza di uno spazio di rappresentazione nel panorama artistico internazionale: la Biennale di Gwangju e il Padiglione Corea alla Biennale di Venezia 32

2.2 Dansaekhwa e il mercato dell'arte coreano 38

2.3 Fiere, gallerie e collezionisti: un'analisi di un mercato dell'arte in evoluzione 43

Capitolo 3 50

Il ruolo delle chaebol nella promozione dell'arte e della cultura coreana 50

3.1 Chaebol e il sostegno alla cultura e all'arte coreana 50

3.2 La Samsung Foundation of Culture 53

CONCLUSIONI 61

BIBLIOGRAFIA 63

SITOGRAFIA 65

INTRODUZIONE

Nella tesi ci si propone di analizzare e approfondire vari aspetti che riguardano il ruolo dell'arte e della cultura nell'evoluzione economica e sociale della Corea del Sud. Presentando la sua storia contemporanea e il suo passaggio da nazione sottosviluppata a superpotenza, focalizzandosi sul rapido sviluppo economico dato dall'intervento statale e privato e dall'utilizzo di aspetti artistici e culturali che sono serviti per migliorare e cambiare l'immagine della nazione all'estero, facendo acquisire alla Corea del Sud un successo globale.

Nel primo capitolo, si ripercorre la storia travagliata della Corea che ha caratterizzato specialmente la seconda metà del Novecento ed è sfociata in una scissione del paese in Corea del Nord e Corea del Sud, divise non solo territorialmente ma anche da profonde differenze economiche, sociali e politiche. Specialmente gli schieramenti politici delle due parti hanno portato a una crescita economica diversa e a un'apertura al mondo totalmente opposta, con la Corea del Nord sotto dittatura comunista e la Corea del Sud diventata una vera democrazia dopo il 1988 e pronta a crescere e a raggiungere le più grandi economie del mondo. L'avvento della democrazia ha dato vita a una crescita economica e sociale, possibile grazie a numerose iniziative politiche ed economiche con piani quinquennali per trasformare il paese in una nazione avanzata e volta al progresso. Questa prospettiva si è riflessa anche sul piano culturale con la creazione di due importanti istituzioni statali, la Fondazione coreana per lo scambio culturale internazionale (KOFICE), con l'obiettivo di rafforzare lo scambio culturale internazionale e la creazione di "un hub di rete che collega la Corea e il mondo attraverso la cultura" e la Korea creative content agency (KOCCA) che ha numerosi compiti come il supporto di vari settori culturali in varie fasi della loro vita dalla produzione alla distribuzione, la loro espansione all'estero, la crescita aziendale, la formazione, la ricerca e sviluppo, il finanziamento e lo studio delle politiche. L'istituzione di queste agenzie per amministrare e gestire al meglio le produzioni e i contenuti culturali, fanno capire che la cultura coreana e di conseguenza il fenomeno dell'hallyu, l'onda coreana è considerata un nuovo motore economico che contribuisce al progredire dello status economico della Corea del Sud. Usufruendo e sfruttando questo fenomeno i vari governi che si sono succeduti sono stati in grado di migliorare e rivitalizzare l'immagine e la reputazione della Corea del Sud agli occhi del mondo, utilizzandolo come parte essenziale della sua strategia di soft power e attuando politiche di "national rebranding". L'onda coreana, in questo modo, è riuscita a promuovere all'estero una nuova immagine della nazione rendendo la sua cultura, le sue produzioni cinematografiche e la sua musica un successo globale. Da paese in via di sviluppo a potenza tra le più influenti al mondo, la Corea del Sud è riuscita a diventare quella che oggi tutti noi conosciamo.

Nel secondo capitolo, invece, si osserva come l'apertura al mondo e il cambio di immagine abbia influenzato positivamente il mondo dell'arte coreano, con aperture di nuove sedi di gallerie e l'organizzazione di fiere d'arte di fama internazionale, che hanno portato la capitale, Seul, a diventare uno dei centri culturali e artistici più influenti dell'Asia. La rappresentazione e il riconoscimento dell'arte coreana avvengono anche attraverso la sua presenza in biennali d'arte internazionali come la Biennale di Venezia, importante palcoscenico nel panorama artistico globale e dalla nascita di biennali in Corea del Sud come la Biennale di Gwangju nata con lo scopo di promuovere l'arte coreana e i suoi artisti ma anche ospitare artisti stranieri. Tutto questo ha fatto acquisire uno status di livello globale e dato avvio all'ascesa dell'arte contemporanea asiatica, lanciando l'arte coreana verso il successo internazionale e un elevato valore di mercato. Oggi la scena artistica coreana è eclettica, formata da singole personalità differenti tra loro, a Venezia si è conquistata uno spazio permanente per essere osservata e apprezzata e l'opportunità di poter trasmettere tutta la sua dinamicità, originalità e varietà al resto del mondo artistico.

La diffusione e affermazione di movimenti artistici come Dansaekhwa e successivamente dell'arte coreana è legato al successo registrato da prodotti culturali, in particolare quelli nati dalla korean wave e dalle politiche di soft power attuate dai vari governi e reso possibile anche grazie a un riconoscimento occidentale. Situazione che ha dato la possibilità alla Corea del Sud di beneficiare di una serie di ingenti investimenti sia nazionali che internazionali, attirando quindi gallerie internazionali che hanno aperto nuove sedi a Seul e dove, nel 2022, è approdata la fiera d'arte Frieze. In collaborazione con il KAMS (Korea Arts Management Service) si è dato luogo a numerosi altri eventi collaterali in tutta Seul per sostenere altri tipi di prodotti culturali come la musica e le produzioni cinematografiche. Questa istituzione pubblica sostiene, inoltre, in maniera economica i progetti di artisti e di organizzazioni artistiche e culturali con dei fondi, come il Fondo per la partecipazione alle fiere d'arte internazionali (PIAF) e il Fondo per l'arte coreana all'estero (FKAA). La promozione dell'arte sudcoreana avviene non solo sul territorio nazionale ma anche all'estero con l'organizzazione di mostre in grandi musei e gallerie d'arte, con lo scopo di far conoscere queste pratiche artistiche ad un pubblico sempre più ampio. Si osserva infatti come i collezionisti siano sempre di più e sempre più giovani ed interessati ad acquistare opere d'arte di artisti coreani affermati ed emergenti. Grazie ad essi il volume del mercato dell'arte sudcoreano è aumentato in maniera esponenziale ed è destinato ad evolvere e a rafforzarsi.

Nell'ultimo capitolo, invece, si vuole analizzare il ruolo importante che ha avuto l'intervento privato di alcune grandi aziende coreane, le chaebol, che hanno riconosciuto nell'arte e nella cultura una fonte rilevante per la crescita sociale ed economica del paese e la possibilità attraverso di esse di utilizzare

lo spazio culturale e artistico come mezzo per affermarsi come soft power. Con sponsorizzazioni mirate al settore e la creazione di numerose iniziative, hanno sostenuto lo sviluppo dell'arte e della cultura sia a livello nazionale che internazionale, collaborando con importanti istituzioni museali e gallerie d'arte straniere, principalmente nell'organizzazione di mostre volte alla promozione dell'arte e degli artisti coreani. Tra i numerosi conglomerati che hanno supportato e supportano tutt'ora le arti e la cultura, troviamo Samsung, uno dei più virtuosi in questo senso, che nel 1965 ha fondato la Samsung Foundation of Culture. La creazione di progetti culturali e artistici ha reso possibile la diffusione dell'arte e della cultura coreana in tutto il mondo, rendendola anche accessibile a un maggior numero di persone sul territorio nazionale, inoltre ha sostenuto attivamente artisti coreani di svariati campi della cultura, dalla musica all'arte.

Capitolo 1

La Corea del Sud: tra economia e cultura

1.1 Un rapido sviluppo economico e sociale: i cambiamenti nell'economia e nella società sudcoreana

La Corea del Sud viene definita da Ramon Pacheco Pardo, **"un gambero tra le balene"**, poiché ha sempre dovuto fare i conti con le interferenze di due potenze vicine, la Cina e il Giappone che hanno esercitato nel corso dei secoli un'enorme influenza sulla penisola coreana. Nonostante questo passato turbolento è sempre riuscita ad essere un Paese indipendente e a mantenere salda la propria cultura.

In appena sette decenni ha vissuto una partizione, tra Corea del Nord e Corea del Sud, la guerra, la fame unita alla povertà, una rapida crescita economica, la democrazia e la trasformazione in una superpotenza economica. Tutto quello che altri Stati hanno raggiunto nel corso di secoli, la capitale Seul, l'ha realizzato nel corso di settant'anni[1].

Come è stato possibile questo rapido sviluppo economico? Cosa ha portato la Corea del Sud ad essere uno Paese influente e ammirato dal resto del mondo? Quali sono state le politiche economiche che lo hanno portato a questa tipo di crescita economica, sociale e culturale?

A queste domande si cercherà di rispondere in questo primo capitolo che ha lo scopo di analizzare come alcune scelte economiche in ambito culturale e sociale siano state fondamentali al fine di portare il paese a una rapida trasformazione da paese sottosviluppato a super potenza economica, sfruttando quello che più rende unico questo paese, la propria cultura. Cultura, che viene declinata in produzioni cinematografiche, musica, cibo, arte e molto altro, la quale viene esportata e fatta conoscere in tutto il mondo e che porta l'intero paese a beneficiare di una prosperità economica mai vista in precedenza.

Iniziamo con il dire che la Corea del Sud ha 51 milioni di abitanti e che risulta essere la quarta economia dell'Asia e la decima al mondo per PIL, rilevanti sono settori come quello elettrico e automobilistico, telecomunicazioni, cantieri navali e siderurgico. Detiene un ruolo fondamentale nella politica estera e nella sicurezza dell'Asia Orientale, dovuta anche a una longeva alleanza con gli Stati Uniti e rapporti sempre più forti con il resto del mondo. È, inoltre, il sesto mercato musicale più influente al mondo e il secondo in Asia e non è da meno per quanto riguarda le produzioni

[1] **Pacheco Pardo R.**, *"Da Gambero a Balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop",* Add editore, Torino, 2024, p.7

cinematografiche che occupano il sesto posto al mondo e il quarto in Asia[2]. Ciò che ha portato la Repubblica di Corea ad essere una delle prime venti economie mondiali in una trentina d'anni è il coordinamento tra l'intervento pubblico e l'iniziativa privata. Questo equilibrio tra protezionismo e apertura verso i mercati, fra imprese statali e conglomerate (chaebol) a guida famigliare, per citarne una, Samsung, ha reso il paese adatto alla competizione globale. Tutto questo è stato reso possibile da gerarchie che caratterizzano ogni ambito della società, da un senso di appartenenza molto radicato e dalla volontà di riscattarsi dalle potenze vicine[3].

La Corea ha vissuto anni di repressione e dominazione da parte di nazioni potenti come la Cina e il Giappone. Il dominio più recente è quello nipponico che ebbe inizio il 29 agosto 1910 e che terminò dopo la fine della Seconda guerra mondiale nel 1945. I rapporti con la Cina sono stati ricorrenti nelle fasi di sviluppo delle figure politiche coreane, le quali hanno spesso cercato il sostegno cinese, risultando però per esserne tributari, alleati e vassalli. Per quanto riguarda il Giappone, invece, il suo sviluppo è dato dalle migrazioni di popoli che precedentemente hanno abitato in Corea, come ad esempio, maestri coreani di religione buddhista, pensatori, musicisti, artisti che hanno introdotto nuove espressioni artistiche come il teatro di maschera e le musiche di corte[4].

La Corea è stata per secoli **"un vaso di coccio fra vasi di ferro",** schiacciata fra superpotenze dalle quali si è ritrovata sfruttata e dominata, perdendo la propria indipendenza che fino a quel momento aveva sempre difeso con grande successo e determinazione, visse la tragedia della guerra nel 1950 che la portò alla sua divisione con l'armistizio del 1953[5].

Questa divisione non fu opera del popolo coreano, bensì di due membri dell'esercito degli Stati Uniti, **Dean Rusk e Charles Bonesteel,** i quali ricevettero disposizioni dal dipartimento della Guerra che chiese loro di trovare un confine lungo per dividere il paese, evitando che l'Unione Sovietica la occupasse tutta. Essi scelsero **il 38° parallelo** in maniera che Seul, la capitale, rimanesse nella parte meridionale[6].

A dicembre dello stesso anno, gli Stati Uniti e l'Unione Sovietica stabilirono che per i successivi cinque anni la Corea sarebbe stata soggetta ad amministrazione fiduciaria. Il paese aveva bisogno di una ricostruzione, così già due giorni dopo la liberazione era sorto **"il comitato per la preparazione**

[2] **Pacheco Pardo R.**, *"Da Gambero a Balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop",* Add editore, Torino, 2024, p.8
[3] **Mondin N.,** *"La via coreana. Come la Corea del Sud sta conquistando l'Occidente",* De Agostini Libri S.r.l, Segrate, 2024, pp.23-24
[4] ***Ibid.,*** p.51
[5] ***Ibid.,*** p.24
[6] **Pacheco Pardo R.**, *"Da Gambero a Balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop",* Add editore, Torino, 2024, p.30

dell'indipendenza coreana", che successivamente si trasformò nella **Repubblica popolare di Corea (RPC)[7].**

I numerosi tentativi dell'Onu di promuovere elezioni generalizzate non riscossero successo e anche l'iniziativa dell'aprile 1948 per fare incontrare i leader del Nord e del Sud organizzato a Pyongyang non andò a buon fine, in quanto le parti non si presentarono o abbandonarono l'incontro. Il 10 maggio, l'Onu finanziò le elezioni per eleggere i membri dell'assemblea nazionale. Alle urne si presentarono solamente coloro che vivevano sotto il 38° parallelo che per la prima volta furono in grado di votare[8].

Qualche mese dopo, il 15 agosto, venne fondata la Repubblica di Corea. Questo governo autonomo era una novità per il popolo coreano, ma esso non comprendeva tutta la penisola ma solo parte di essa. A settembre, infatti, nacque la Corea del Nord che vide diventare leader supremo Kim Il-sung[9].

Il presidente del Sud, Syngman Rhee progettava di riconquistare il Nord. I disordini interni tra destra e sinistra erano quasi risolti, anche se continuavano ad esserci delle resistenze da parte dei guerriglieri di sinistra, nella primavera l'esercito riprese il totale controllo della situazione. Il 25 giugno 1950, l'esercito popolare della Corea del Nord scagliò un attacco al di sotto del 38° parallelo, poiché anche il leader Kim Il-sung voleva riunificare il paese. I sudcoreani non avevano né l'equipaggiamento né la forza di combattere i nordcoreani che invece erano ben addestrati e possedevano equipaggiamenti di prim'ordine che gli erano stati forniti dall'Unione Sovietica, differentemente dagli Stati Uniti che avevano negato nuovi aiuti militari al Sud. Questo attacco a sorpresa da parte del Nord diede inizio a quelli che sarebbero stati tre anni di violenti conflitti[10].

Nella primavera del 1951 il fronte si stabilizzò nel 38° parallelo, tracciato da Rusk e Bonesteel che separava due schieramenti di guerra e dalla quale sarebbero rimasti divisi gli eserciti fino alla fine della guerra. La guerra terminò il 27 luglio 1953 con l'armistizio firmato da Corea del Nord, Cina e Stati Uniti per conto dell'Onu. Le due Coree ne uscirono divise e distrutte dopo tre anni di combattimenti, divisione che persiste tutt'ora dopo più di 70 anni[11].

Dopo la guerra si susseguirono governi autoritari e anticomunisti ed emerse un sentimento antiamericano specialmente tra i sudcoreani di sinistra che incolpavano gli Stati Uniti della divisione della Corea e ai loro soldati di aver compiuto crudeltà durante il conflitto. Il popolo sudcoreano dopo

[7] **Pacheco Pardo R.**, *"Da Gambero a Balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop",* Add editore, Torino, 2024, p.31

[8] ***Ibid.,*** pp.32-33
[9] ***Ibid.,*** p.36
[10] ***Ibid.,*** pp.38-39
[11] ***Ibid.,*** p.42

questi terribili anni chiedeva, a gran voce, il benessere economico al quale però il governo del presidente Rhee non avrebbe portato[12].

La situazione post-bellica in cui riversa la Corea del Sud è disastrosa, è una delle nazioni più povere del mondo. Non è, infatti, esagerato paragonare la situazione della Corea del Sud a quella di uno stato africano come il Ghana[13]. Il PIL pro capite del paese nel 1953 era di circa 67 dollari. Nel 1945, dopo la colonizzazione nipponica, il 78% della popolazione era analfabeta e negli anni successivi la percentuale non si era abbassata. Le poche industrie esistenti nella penisola erano tutte nella Corea del Nord, questo faceva del Sud il paese più arretrato e povero del pianeta e senza molte possibilità di crescita. Essa non possedeva nemmeno le risorse naturali che secondo molti avrebbero portato il continente africano a una prospettiva futura migliore. La Corea del Sud, quindi era considerata da economisti e opinionisti di quegli anni, come **un "caso disperato"[14].**

Nonostante tutto questo, la pace e la relativa stabilità dovute all'armistizio portarono ad un boom di nascite, anche se questo incremento demografico venne raggiunto quando il Paese doveva far fronte a numerosi problemi sociali. La Corea risultava a quell'epoca ancora prevalentemente agricola, con più della metà della popolazione che risiedeva nelle campagne. Per quanto riguarda lo sviluppo economico, il governo di Rhee non promosse una crescita a lungo termine e basando il paese su una corruzione diffusa che risultava fondamentale per mantenere il potere, chiese ed ottenne ingenti aiuti economici dagli Stati Uniti[15].

Sebbene la situazione in cui riversava la Corea del Sud non fosse la più rosea, il presidente Rhee aveva compreso che l'istruzione sarebbe stata indispensabile per uscire dalla miseria in cui il paese si trovava. Come detto in precedenza, nel 1945 il tasso di alfabetizzazione era bassissimo, sapeva leggere e scrivere solamente il 22% dei sudcoreani, questo portò a rendere obbligatoria l'istruzione elementare. L'analfabetismo maschile, nel 1960, si aggirava intorno al 15%: valore che, sei anni dopo, venne conseguito anche da quello femminile. Negli anni Sessanta il tasso di iscrizione alle scuole elementari arrivò al 90%. L'attenzione posta all'istruzione universale come base su cui fondare il futuro del Paese era importante in quegli anni e continua a definire quella che è la Corea del Sud al giorno d'oggi. Questo programma di scolarizzazione poteva aiutare il popolo coreano nel lungo

[12] **Pacheco Pardo R.,** "Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop", Add editore, Torino, 2024, p.45
[13] **Mondin N.,** "La via coreana. Come la Corea del Sud sta conquistando l'Occidente", De Agostini S.r.l, Segrate, 2024, p.54
[14] **Pacheco Pardo R.,** "Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop", Add editore, Torino, 2024, pp.45-46

[15] ***Ibid.,*** pp.46-50

periodo ma il presidente Rhee mise a repentaglio la propria carriera poiché diffondere l'istruzione voleva dire divulgare ideali democratici[16].

La durata della prima democrazia sudcoreana fu molto breve, di appena tredici mesi. Nell'aprile del 1960, però, fu fondata la Seconda Repubblica nel momento in cui Rhee aveva perso il controllo del paese e stava per dimettersi. Dopo di lui i membri del Parlamento elessero un nuovo presidente, Yun Posun, un attivista per l'indipendenza e co-fondatore del Partito democratico. La seconda repubblica venne strutturata come un sistema parlamentare, con un presidente a Capo dello Stato e un primo ministro a capo del governo, per cui fu nominato Chang Myon, che oltre a guidare il paese, voleva realizzare un progetto di costruzione di una vera democrazia; infatti, terminarono le persecuzioni politiche degli oppositori e furono tolti i vincoli alla libertà di parola. In questo modo il governo di Chang dichiarò il suo primo piano economico quinquennale. La nuova coalizione politica, rispetto alla precedente, sembrava maggiormente interessata allo sviluppo dell'economia nazionale. Il piano si concentrava sulla modernizzazione del settore agricolo e sullo sviluppo dell'industria leggera e metteva in risalto il campo in cui la Corea del Sud si poneva in una posizione vantaggiosa, la manodopera[17].

Le libertà che vennero concesse, però, portarono a un'ultima manifestazione studentesca nella quale gli studenti chiedevano la riunificazione della Corea del Sud con quella del Nord. Questo portò nel 1961 al golpe militare guidato da **Park Chung-hee** che rimosse il presidente Chang e si assistette al crollo definitivo della Seconda repubblica. È vero che ebbe vita breve ma anche al giorno d'oggi, la costituzione sudcoreana dichiara la difesa degli "ideali democratici della rivoluzione del 19 aprile 1960 contro l'ingiustizia"[18].

Il primo esperimento democratico si era concluso e i sudcoreani avrebbero dovuto attendere fino al 1988 per vivere in una vera democrazia. Nei vent'anni successivi, studenti e lavoratori che avevano assaporato le libertà concesse dal governo precedente avrebbero guidato la resistenza al regime di Park Chung-hee. In generale, però, la popolazione era stata vittima, per oltre un decennio di violenza e corruzione ed era stufa dell'instabilità. A questo proposito Park prometteva un futuro migliore e nel 1962 presentò un piano quinquennale per favorire la crescita economica. Simile a quello proposto da Chang, il piano utilizzava l'industria tessile e leggera come stimolo per dar vita allo sviluppo economico. Introdusse anche delle misure per ricordare lo spirito della rivoluzione di aprile, che condusse alla fine dell'amministrazione di Rhee. Tra queste si ricordano la cancellazione del debito

[16] **Pacheco Pardo R.,** "Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop", Add editore, Torino, 2024, p.50
[17] ***Ibid.,*** pp.51-53
[18] ***Ibid.,*** pp.53-54

per i contadini indigenti, il supporto alla piccola e media impresa e l'arresto dei criminali che appoggiarono il governo corrotto di Rhee[19].

Lo scopo principale del governo Park risultava essere la trasformazione della Corea del Sud da una nazione arretrata a una progredita, nella quale la popolazione avrebbe beneficiato di una situazione di benessere economico. Da questo cambio di modello il paese poteva avviare il processo di riunificazione ma alle condizioni di Park cioè, fondare una Corea non comunista. Park per giustificare la dittatura, utilizzò il concetto di **"nazione avanzata"** (in coreano "seonjinguk"), che caratterizzò il regime sudcoreano fino al 1988 quando venne ripristinata la democrazia. L'obiettivo di fare della Corea del Sud uno stato economicamente prospero venne centrato; infatti, il paese fu soggetto a uno **"sviluppo compresso",** si vide in soli venti o trent'anni, l'attraversamento di una serie di fasi e sviluppo che le nazioni occidentali avevano impiegato tra i cento e duecento anni a raggiungere. L'obiettivo era chiaro, svilupparsi e in tempi brevi e veloci, si diffuse così la cultura del "pali, pali", tradotto "veloce, veloce", che definisce anche oggi la cultura sudcoreana odierna[20].

Negli anni del governo di Park, dal 1963 al 1979, la crescita del Pil rimase su una media annuale del 10%. La percentuale di produzione agricola sul totale calò del 29% nel 1970 a meno del 21% nel 1979. La percentuale, invece, della produzione industriale aumentò dal 27% ad oltre il 35%. Salì anche il valore delle esportazioni dai soli 157 milioni di dollari nel 1963 a quasi 16 miliardi nel 1979. Furono degli ottimi risultati per una nazione che nel 1963 la Banca mondiale aveva etichettato come caso disperato a causa di debolezze di fondo che erano difficilmente risolvibili[21].

Era stato creato da Park, poco dopo il golpe, un consiglio di pianificazione economica, di cui egli era a capo e del quale prendeva tutte le decisioni più importanti. Composto da vari ministri, guidati dal ministro del Commercio e dell'Industria che si occupava della strategia industriale, era presente inoltre il ministero delle finanze, che amministrava le banche di proprietà dello Stato. Si occupavano di erogare il credito e quindi gestivano e controllavano lo stanziamento dei fondi dell'economia. Il consiglio di pianificazione economica influenzò la vita economica del Paese negli anni del presidente Park. L'altra potenza trainante erano i ***"chaebol"*** *(clan di ricchezza),* grandi conglomerati industriali appartenenti a un'unica famiglia, che derivano da piccole imprese risalenti alle ultime fasi del dominio coloniale giapponese e dalle conseguenze della guerra di Corea: tra queste fanno parte Samsung, Hanjii, Hyundai e Lg. Essi si espansero sempre di più diventando altamente diversificati,

[19] **Pacheco Pardo R.,** "Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop", Add editore, Torino, 2024, pp.54-58

[20] ***Ibid.,*** pp.65-66

[21] ***Ibid.,*** p.66

con strutture proprietarie complesse. Il governo concedeva licenze e crediti a basso costo e difendeva i chaebol dalla competizione, costruendo un contesto economico sfavorevole alla concorrenza straniera. I presidenti delle chaebol precedentemente citate diventarono vere celebrità che diedero suggerimenti e pareri al Consiglio per la pianificazione economica. Spesso nascevano contrasti, poiché Park nella micro-gestione economica obbligava le aziende ad ottenere determinati obbiettivi. Quella che si venne a creare tra il governo e le chaebol fu un rapporto simbiotico, in cui il bene di uno era strettamente collegato al bene degli altri, e anche di quello dell'economia sudcoreana[22].

L'obiettivo di Park era quello di trasformare la Corea del Sud, attraverso lo sfruttamento della manodopera a basso costo, in una **"fabbrica"** per gli USA e il resto del mondo occidentale. Park sognava che un giorno, dal punto di vista economico il paese si trasformasse da gambero a balena in grado di competere con Stati Uniti, Giappone ed Europa Occidentale[23]. Per fare ciò aveva bisogno di attuare delle politiche sociali ed economiche che portassero l'economia sudcoreana a interagire e a competere con queste potenze. Di seguito vengono riportate alcune di queste misure:

- Si investì in modo massiccio sull'istruzione. Nel 1979 era iscritto alle scuole di secondo grado il 79% della popolazione e oltre il 30% frequentava l'università.
- Nacque un sistema sanitario universale, ispirato al modello dell'Europa occidentale, poiché Park voleva lavoratori sani che aiutassero il paese ad uscire dalla povertà in cui versava.
- Le chaebol come Hyundai costruivano strade, ferrovie, aeroporti e porti utili ad incrementare l'economia e facilitando lo spostamento dei lavoratori.
- La Corea del Sud, inoltre, beneficiava dei rapporti con il resto del mondo. I due paesi che maggiormente fornivano aiuti economici e finanziamenti erano gli Stati Uniti e il Giappone.
  I primi elargivano importanti somme, si stima che negli anni del governo Park affluirono fino a 8,3 miliardi di dollari. Le imprese statunitensi mettevano a disposizione una moneta forte, conoscenze tecnologiche e competenze tecniche utili alla capitale Seul.
  Washington assicurava una via d'accesso preferenziale agli esportatori sudcoreani dovuta anche alla guerra del Vietnam che consolidò sia i contributi economici che questo trattamento di favore, poiché risultavano i sudcoreani i maggiori fornitori per le truppe statunitensi impegnate nella guerra. Tutto questo rifletteva l'anticomunismo di Park che poneva al primo posto lo sviluppo economico[24].

[22] **Pacheco Pardo R.,** *"Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop",* Add editore, Torino, 2024, pp.67-68

[23] ***Ibid.,*** p.69
[24] ***Ibid.,*** p.70

Per quanto riguarda il Giappone, gli aiuti economici stipulati nel 1965 andavano di pari passo con la regolamentazione dei rapporti diplomatici. Dopo l'accordo, Tokyo elargì indennizzi per 500 milioni di dollari e prestiti commerciali per 300 milioni. Essi vennero utilizzati per arricchire le casse delle banche dello Stato che finanziavano le chaebol, nuove industrie e per modernizzare le infrastrutture. Alcune reti di aziende alleate, le *keiretsu* giapponesi, iniziarono ad esternalizzare parte della produzione in Corea del Sud, si offrì inoltre assistenza tecnica per la crescita delle acciaierie, delle industrie petrolchimiche e di macchinari. Questa collaborazione fu incentivata dagli Stati Uniti come modo per far riallacciare i rapporti tra i due paesi.

- Un altro incentivo economico proveniva dalle rimesse degli emigrati. Il governo sosteneva i migliori studenti a soggiornare negli Stati Uniti, e molti di loro rimanevano; infatti, nel 1979 si contavano centinaia di migliaia di sudcoreani. Più di 20.000 si trasferirono nella Germania dell'Ovest, che li accoglieva in quanto erano a corto di manodopera[25].
- Si decise inoltre di rafforzare l'esercito, poiché la difesa della Corea del Sud dipendeva ancora molto dalle forze militari statunitensi. I piani quinquennali del 1972 e del 1977 volevano trasformare il paese in una nazione avanzata e volta al progresso. Il primo piano registrò uno spostamento dall'industria leggera a quella pesante, ci si concentrò specialmente sull' elettronica, sui macchinari, sui prodotti petrolchimici e sui cantieri navali, settori che poi sarebbero stati rafforzati nel piano del 1977. A tal proposito il presidente Park ricevette pareri contrari dalla Banca mondiale e da esperti stranieri, i quali erano certi che l'economia sudcoreana non sarebbe stata in grado di competere in questi campi più tecnologicamente avanzati. Risultavano incerti sulla buona riuscita anche molti consiglieri di Stato[26].

Oltre queste misure economiche volte a migliorare l'economia del Paese, si registrano anche misure in campo sociale che cambiarono l'assetto della società sudcoreana e il loro livello di benessere. Tra queste ricordiamo:

- Il crescente divario tra aree urbane e campagne, portò la Corea del Sud a trasformarsi in due paesi distinti: da una parte le città ricche ed industrializzate e dall'altra i villaggi poveri e rurali. Nel 1970, il presidente Park introdusse ***il "Saemaul Undong",*** un movimento delle nuove comunità, fondato sullo spirito comunitario, che incoraggiava la collaborazione tra gli abitanti delle campagne disponendo materiali gratuiti per costruire le infrastrutture di cui

[25] **Pacheco Pardo R.,** *"Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop",* Add editore, Torino, 2024, p.71
[26] ***Ibid.,*** p.83-84

avevano bisogno. Esso migliorò la produzione agricola, il reddito e la qualità della vita nei centri più piccoli. Inoltre, si facilitò l'edilizia mettendo a disposizione per molti residenti l'opportunità di beneficiare, per la prima volta, di una casa moderna.

È vero che il Saemaul Undong aveva reso migliori e più abitabili le zone rurali ma è anche vero che la crescita economica stava facilitando lo sviluppo delle città. Il divario esistente tra città e campagna non accennava a svanire[27].

Nel 1972, Park dichiarò la legge marziale, smembrò l'assemblea nazionale e bloccò la Costituzione. Delegò un consiglio nazionale di scrivere una nuova costituzione, chiamata ***"Yushin"*** (rinnovamento), che decretava un vero e proprio regime, dove al potere non era più presente un governo democratico caratterizzato da autoritarismo e repressione, dove rimasero entrambe ma senza l'ombra della democrazia[28].

Il progresso economico rafforzò i cambiamenti sociali che si registravano già da un decennio. L'urbanizzazione continuava molto velocemente e i sudcoreani che volevano fare carriera si spostavano nella capitale per lavorare al Guro o altri complessi industriali; nella città di Ulsan per assemblare le macchine alla Hyundai; a Pohang per lavorare nelle acciaierie; e a Geoje per realizzare le navi. Altri lavoratori aprivano ristoranti, negozi e bar. Questo fenomeno, perciò, peggiorò l'abbandono delle aree rurali e nel '79 il numero di persone che abitavano nelle città raggiunse cifre record, dato anche dal fatto che nel 1973 la produzione manifatturiera superò quella agricola.

Tutto questo però non migliorò il panorama economico del Paese che per tutti gli anni '70 fu caratterizzato dallo sfruttamento dei lavoratori, dalle condizioni precarie in cui riversavano le donne e la corruzione. La repressione della nuova costituzione Yushin ridusse l'instabilità interna, infatti era sempre più complesso organizzare delle manifestazioni e spesso venivano soffocate con la forza. Molti cittadini erano troppi indaffarati a viversi il benessere conquistato e non erano propensi a prendere parte alla rivolta violenta per modificare un regime che alla fine portava avanti i loro interessi[29].

Questa divisione nella società si registrò nel 1978 con il voto per l'assemblea nazionale.

Il partito democratico di opposizione ottenne per poco la vittoria grazie alla classe media che era in continua crescita e che era intimorita dal dilagante autoritarismo del governo Park. Il

[27] **Pacheco Pardo R.,** *"Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop",* Add editore, Torino, 2024, pp.75-76
[28] ***Ibid.,*** pp.83-84
[29] ***Ibid.,*** pp.84-86

partito repubblicano democratico del potere conquistò però la maggioranza dei seggi, che venivano nominati direttamente dal presidente[30].

È possibile, inoltre, notare come questi cambiamenti in campo economico e sociale influenzarono anche la sfera culturale e le preferenze di consumo della popolazione. Si può affermare che in Corea del Sud la cultura consumistica di massa nacque negli anni Settanta. Anni in cui la popolazione sudcoreana lavorava duramente e nel loro tempo libero desiderava divertirsi come gli americani. Alla fine del decennio quasi ogni famiglia aveva una televisione ed i locali erano sempre più frequentati e nei quali venivano scoperti nuovi talenti musicali[31].

In questo contesto nasceva una resistenza al regime, in opposizione alla cultura di massa che le politiche di carattere economico stavano promuovendo. La censura era ferrea ma coloro che facevano della cultura la loro professione e la loro vita riuscirono ad aggirarla. È il caso di musicisti e scrittori che presero parte al movimento di resistenza dello Yushin nato all'interno della cultura di massa[32]. Come conseguenza nacquero dei brani di protesta i **"minjung-gayo",** letteralmente canzoni del popolo che erano apertamente antiamericane, nazionaliste e socialiste con lo scopo di raggiungere l'autentica "coreanità"[33].

Uno dei primi ad utilizzare questo metodo di protesta fu Kim Min-ki che con "Achim Isul" (rugiada del mattino), esortava il popolo a resistere al governo e all'americanizzazione, ricollegata tanto a Park quanto alla divisione delle Corea. Il brano fu vietato nel 1975 anche se i sudcoreani lo cantarono fino alla fine degli anni Ottanta.

Il governo non riuscì né a limitare la diffusione di brani analoghi né a fermare la diffusione della letteratura di protesta, che con l'aumento dell'alfabetizzazione si trasformò in uno strumento di polemica sempre più frequente. Si ricorda uno degli scrittori principali, Kim Jiha, che scrisse "Ojeok" (I cinque banditi), rappresentati dai generali, gli oligarchi chaebol, i ministri del governo, i membri dell'assemblea nazionale e i burocrati. A causa di questa poesia Kim venne arrestato e condannato all'ergastolo; fu successivamente liberato grazie a pressioni politiche sia nazionali che internazionali. La sua letteratura venne presa a modello da altri scrittori che si opponevano al regime usando la propria scrittura[34].

---

[30] **Pacheco Pardo R.,** *"Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop."*, Add editore, Torino, 2024, p.86
[31] ***Ibid.,*** p.83
[32] ***Ibid.,*** pp.86-88
[33] **Lee Jung Min Mina.,** *"Minjung Kayo: Imagining democracy through Song in South Korea",* Cambridge University Press, 2023
[34] **Pacheco Pardo R.,** *"Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop."*, Add editore, Torino, 2024, pp.87-88

Un ruolo importante per il radicamento del **movimento minjung** fu ricoperto dal buddhismo e dal cristianesimo, che inizialmente il presidente Park aveva incentivato per sradicare pratiche sciamaniche e superstiziose dalla società sudcoreana, ma che successivamente appoggiarono la resistenza. I luoghi sacri come chiese e templi buddhisti furono rifugi sicuri per gli oppositori del regime. In generale, entrambe le religioni non ebbero la stessa influenza della cultura di massa, ma esercitarono lo stesso un ruolo importante[35].

Alla fine del decennio, Park fu assassinato e così finì il suo regime. Moltissimi sudcoreani gli erano grati per averli sottratti alla povertà e di aver iniziato un processo di modernizzazione e industrializzazione del Paese. Allo stesso tempo, però, si aspettavano che con la sua morte la Corea del Sud si sarebbe trasformata in una vera democrazia. Il miglioramento delle condizioni di vita della maggior parte della popolazione aveva reso possibile la formazione di una nutrita classe media che insieme a studenti e operai e molte altre categorie, avevano il desiderio e la necessità della democrazia[36].

1.2 Ribellioni e manifestazioni per una vera democrazia

Sembra esserci un prima e dopo il regime di Park, poiché il popolo sudcoreano non era più disposto a rinunciare alla propria libertà e al proprio benessere ed era legato alla speranza di raggiungere al più presto attraverso elezioni libere, una piena **democrazia.**

Il momento che meglio rappresenta la fame di democrazia dei sudcoreani è **la "ribellione di Gwangju",** anche conosciuta come la "ribellione del 18 maggio". Questo episodio incarnò lo spirito democratico che già dominava il paese tra la fine degli anni Settanta e gli inizi degli anni Ottanta. Il popolo non stette a guardare l'avvento di un nuovo regime, ma si oppose a quello che purtroppo non poteva fermare, scendendo nelle strade di città come Gwangju, Seul e molte altre. Nonostante non vinsero la prima battaglia contro la dittatura di Chun, con il passare degli anni avrebbero comunque vinto la guerra e ottenuto la tanto desiderata democrazia. Il 15 maggio 1980, tre giorni prima la ribellione, oltre centomila persone erano scese in centro a manifestare. Due giorni dopo però il governo aveva risposto con l'estensione della legge marziale, che prevedeva l'invio di soldati in tutta il paese per reprimere le eventuali proteste[37].

Il 18 maggio scoppiò la ribellione, gli studenti furono i primi a protestare davanti l'Università nazionale Chonnam, in quanto imponendo la legge marziale l'ateneo avrebbe dovuto chiudere, con questa protesta stavano esplicitamente sfidando il governo. Coloro che vennero arrestati furono più

[35] **Pacheco Pardo R.,** *"Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop.",* Add editore, Torino, 2024, p.88
[36] ***Ibid.,*** p.92
[37] ***Ibid.,*** p.96

di cinquecento fra dimostranti e passanti che si trovavano lì per caso. Con la morte della prima vittima le manifestazioni degenerarono in una vera e propria ribellione, dove studenti, operai e altri cittadini diedero battaglia. La situazione degenerò a tal punto da rendere la città di Gwangju isolata, senza possibilità di comunicazione con l'esterno. I manifestanti combatterono contro i militari e si impossessarono di camionette, veicoli corazzati e armi e i residenti fondarono dei comitati di conciliazione e diedero vita a un governo autonomo. La ribellione si protrasse fino al 27 maggio quando le truppe presero il controllo del centro[38].

Di quello che successe e delle conseguenze della ribellione di Gwangju si sarebbe discusso per decenni. I sudcoreani filodemocratici ne avrebbero fatto un'ispirazione e una lezione su come avanzare richieste. Contemporaneamente, si provocò un'ondata di antiamericanismo dovuto al tacito assenso di Washington all'invio dell'esercito per spegnere la ribellione. Molti iniziarono a vedere in maniera diversa gli Stati Uniti, quindi non più come una forza di liberazione ma come una delle tante potenze neocoloniali[39].

Il governo del presidente Chun condivideva con il governo Park, l'obiettivo di creare una nazione avanzata e la volontà di lasciarsi indietro un passato di arretratezza. La Corea del Sud, però, non poteva più contare come prima su una manodopera a basso costo e su esportazioni di merci a buon mercato. Al contempo doveva garantire un'occupazione a un numero sempre più elevato di cittadini in età lavorativa, offrendo posti di lavoro pensava perciò di poter contenere i disordini sociali e ridurre le proteste[40].

Chun sperava in un "decollo economico" e in una rapida crescita come negli anni del suo predecessore, il quale aveva puntato sulla crescita per garantirsi la legittimità. Per assicurarsela decise di seguire **una politica di liberalizzazione** che rendeva più disteso il rapporto tra governo e chaebol, riducendo i limiti all'importazione e agli investimenti, stimolando le aziende a verso una competitività maggiore o verso il fallimento. Inoltre, ampliò i margini che regolamentavano la partecipazione delle imprese e delle banche straniere all'economia nazionale. La liberalizzazione, in qualche modo era la conseguenza naturale dell'internazionalizzazione, poiché Samsung, Hyundai e Lg stavano diventando troppo globali per farsi manovrare dal governo. I profitti esteri costituivano una parte sempre più rilevante del totale, differentemente dal credito fornito dalle banche dello Stato che diminuiva velocemente. Anche i chaebol volevano emanciparsi dall'intervento dello Stato[41].

---

[38] **Pacheco Pardo R.,** *"Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop",* Add editore, Torino, 2024, p.97
[39] ***Ibid.,*** p.98
[40] ***Ibid.,*** p.100
[41] **Pacheco Pardo R.,** *"Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop",* Add editore, Torino, 2024, p.100

La Corea del Sud sottostava anche a pressioni internazionali, infatti negli anni '80 subirono come tanti altri paesi del mondo, il cosiddetto "Washington consensus" promosso dal fondo monetario internazionale e la banca mondiale che mirava a deregolamentare, privatizzare e liberalizzare. Il governo Chun quindi decise di emanare, nel 1982, il quinto piano economico quinquennale che indirizzava la produzione nazionale verso l'elettronica e i semiconduttori, settori che caratterizzarono anche il sesto piano economico del 1986[42].

Come nel governo Park anche il presidente Chun aveva compreso l'importanza dell'istruzione e della sanità, questo portò il tasso di iscrizione secondaria a crescere, arrivando al 98% nel 1987 e due anni dopo, alla fine del regime di Chun, il paese avrebbe conquistato una copertura sanitaria universale. L'economia, perciò, iniziò a trasformarsi a causa di questa combinazione di competitività nel settore privato e intervento pubblico. Le aziende sudcoreane iniziarono a produrre migliaia di pc, tv, videoregistratori e semiconduttori, cosa che portò le aziende americane e giapponesi ad essere meno propense a rinunciare alle proprie tecnologie di base[43].

Come durante il governo precedente si registrava un divario tra le zone urbane e rurali. Si assisteva a uno svuotamento delle campagne e al riempimento delle città. L'unica cosa il governo poteva migliorare nelle aree rurali erano le infrastrutture come strade, ferrovie e linee di comunicazione, anche se i sudcoreani preferivano comunque vivere nei grandi centri urbani dove la vita si muoveva più frenetica. Negli anni di Chun i cambiamenti economici si tradussero in cambiamenti sociali, tra i quali il più evidente era la comparsa di una classe media urbana, che registrò nel terziario il 50% del totale e nel settore manifatturiero il 40%. I lavoratori chiedevano a gran voce la democrazia e gli scioperi erano passati da 98 nel 1983 a 276 nel 1986. Le manifestazioni contro il governo erano guidate da lavoratori e studenti che spingevano di più per un cambiamento politico[44].

La classe media era sempre più numerosa e questo diede avvio alla **trasformazione della cultura sudcoreana,** dovuta anche all'alleggerimento della censura rispetto al periodo del regime di Park. Si videro cambiamenti nelle attività di intrattenimento come il cinema e la musica, nei film venivano rappresentati scene di vita quotidiana nelle quali la classe media emergente poteva immedesimarsi. Per quanto riguarda la musica, la ballata sudcoreana nata negli anni Sessanta, sotto l'influenza di generi come il blues e le ballads americane, ebbe un boom negli anni 80 e divenne mainstream. Queste canzoni parlavano di amori e innamorati e dalle quali la classe media si sentiva rappresentata[45].

---

[42] ***Ibid.,*** p.101
[43] ***Ibid.,*** p.102
[44] ***Ibid.,*** pp.103-104
[45] **Pacheco Pardo R.,** "Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop", Add editore, Torino, 2024, p.105

Un altro passo importante in questo contesto di continui cambiamenti fu l'enorme sviluppo dei movimenti femministi, che sostenevano i diritti delle donne ed erano influenzati dal minjung. Questi movimenti erano costituiti in larga parte dalle studentesse universitarie e portarono anche alla conferenza delle donne in cui vennero chiesti maggiori diritti per le lavoratrici. Il movimento femminista appoggiava anche altre cause specificatamente sudcoreane, come la fine del regime di Chun, a conferma del fatto che i cambiamenti sociali andavano a sostenere le critiche al governo. Il popolo sudcoreano era libero di scegliere dove lavorare, quale automobile e televisore acquistare, come divertirsi ma non erano liberi di scegliere il proprio Capo di Stato. La crescita della classe media metteva in evidenza la contraddizione tra la libertà a disposizione e la dittatura al potere[46].

Per molti sudcoreani, però, la crescita economica non era soddisfacente. La società era soggetta a dei rapidi cambiamenti, provocati dai movimenti e dalle richieste di operai, studenti, religiosi e nell'ultimo periodo anche dalle donne. La popolazione non vedeva più come una minaccia la Corea del Nord; perciò, questa argomentazione per giustificare la dittatura di Chun non era più efficace. Essi desideravano che il paese diventasse una nazione progredita e questo voleva dire non solo ricchezza economica ma anche la nascita di una vera democrazia. La corsa verso la libertà e la democratizzazione furono alimentati dal ricordo della ribellione di Gwangju e della violenza del regime di Chun, l'opposizione contro di esso veniva spesso paragonata a quella per l'indipendenza dal colonialismo giapponese[47].

Il ritorno di **Kim Dae Jung** diede speranza al popolo coreano, convinto che per trasformare il Paese servissero la resistenza dei cittadini e una leadership politica forte. Nel dicembre del 1984 venne creato il nuovo partito democratico della Corea (NPDC). L'alta affluenza mostrò come i sudcoreani ci tenevano a farsi sentire. Il governo, però, in risposta al movimento minjung e alla richiesta incessante di democrazia, utilizzò lo strumento della repressione, creando dei "campi di purificazione", in cui finivano decine e decine di attivisti e intellettuali[48].

Il popolo si aggrappò alla speranza che scaduto il mandato di sette anni, il presidente Chun si sarebbe dimesso e avrebbe lasciato spazio alla democrazia. Nel 1986, in effetti, Chun avviò un dialogo con il partito NPDC (di cui faceva parte anche Kim Dae Jung), che sembrava potesse portare a una pacifica transizione democratica. Così però non fu, perché il presidente non aveva nessuna intenzione di convertire il paese in una vera democrazia. Scelse il suo successore, **Roh Tae-woo**, facendo passare questa scelta come un'elezione indiretta. Il popolo sudcoreano rispose con fermezza a questa notizia,

[46] ***Ibid.,*** pp.106-107
[47] ***Ibid.,*** p.112
[48] ***Ibid.,*** pp.113-114

inasprendo le proteste. Alla preoccupazione per questa situazione si aggiunse Washington che fece pressioni al presidente Chun, affinché si aprisse alla democrazia. Roh fu nominato come candidato alla presidenza e fu da questo momento che iniziarono le manifestazioni di giugno per la democrazia. Chun e Roh non potevano più ricorrere alla repressione violenta e il 29 giugno 1987 Roh si arrese. Il presidente in carica, Chun, attraverso la **"dichiarazione del 29 giugno",** annunciò che la Corea del Sud stava per diventare una democrazia[49].

Nell'ottobre 1987 la costituzione sudcoreana fu modificata per l'ultima volta, istituendo un sistema presidenziale, in cui il presidente aveva la possibilità di candidarsi per un solo mandato non rinnovabile della durata di cinque anni e sarebbe stato eletto in maniera diretta dal popolo. Il paese avrebbe avuto una figura forte al potere ma che avrebbe dovuto farsi da parte dopo la fine del mandato, garantendo in questo modo un costante ricambio democratico. Alla fine del 1987, la Corea del Sud aveva tre obiettivi principali: ottenere una democrazia libera, desiderava che la propria economia diventasse un modello di innovazione a livello mondiale e infine si preparava ad ospitare le Olimpiadi del 1988[50].

1.3 Dalle Olimpiadi del 1988 agli anni '90: la cultura sudcoreana si apre al mondo

Il 1988 è un anno fondamentale per la storia della Corea del Sud, che modellò la politica e la società per decenni. Iniziò l'era della Sesta Repubblica con l'elezione il 25 febbraio 1988 del presidente **Roh Tae-woo,** anche se il suo mandato fu rinominato "Repubblica 5,5", poiché egli era stato una figura chiave del governo autoritario di Chun. Il suo governo era quindi una via di mezzo tra la Quinta Repubblica dittatoriale di Chun e la promessa di una Sesta Repubblica democratica, che si sarebbe potuta concretizzare solamente con un leader nuovo. Nonostante tutto questo, nel biennio 1988-89, le manifestazioni antigovernative proseguirono anche se esse avevano degli scopi differenti ed erano un forte segnale della neonata democrazia sudcoreana, finalmente i cittadini si sentivano liberi di manifestare il loro dissenso senza la paura di ripercussioni violente come nei governi precedenti[51].

Il cambiamento in corso venne percepito dal resto del mondo, anche grazie alle Olimpiadi che servirono a far vedere a tutti che la Corea del Sud era finalmente un'economia sviluppata. Nel 1988 si raggiunsero con gli altri paesi, degli scambi commerciali da record[52]. Roh, infatti, usò i Giochi per mostrare al mondo **una nazione aperta, dinamica, libera ed economicamente evoluta.** Seoul 1988

[49] **Pacheco Pardo R.,** *"Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop",* Add editore, Torino, 2024, pp.117-119
[50] ***Ibid.,*** pp.120-122
[51] **Cha V., Pacheco Pardo R.,** *"Breve storia della Corea del Sud e del Nord",* Adriano Salani editore s.u.r.l, Milano, 2024, pp.130-131
[52] **Pacheco Pardo R.,** *"Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop",* Add editore, Torino, 2024, p.129

fu anche l'occasione per far conoscere la cultura sudcoreana all'estero sia nella sua versione tradizionale che moderna. La cerimonia di apertura vide protagonista la cultura di questo popolo che fiero delle sue origini e tradizioni, conteneva riferimenti all'alfabeto coreano ***"hangeul",*** agli abiti tradizionali che vennero indossati per l'occasione, gli ***"hanbok"***[53]*,* e ci fu una dimostrazione di ***taekwondo,*** l'arte marziale tradizionale. Lo scopo, quindi, era quello di presentare la cultura coreana nella sua versione migliore e questo fu un'assoluta novità per moltissimi spettatori e telespettatori[54].

Le Olimpiadi rappresentavano l'approvazione da parte della comunità globale. Ospitare i giochi era un fatto simbolico per la Corea del Sud, perché voleva dire che i membri del Comitato olimpico internazionale (COI), provenienti da tutto il mondo, la reputavano capace di gestire la logistica di un evento così complicato. Seoul 1988 fu anche una vittoria diplomatica, poiché vi parteciparono l'Unione Sovietica, la Cina e quasi tutti gli altri paesi comunisti, che videro da vicino la crescita economica del Paese e fu anche l'occasione per stringerci relazioni diplomatiche. Da questo momento la Corea del Sud rappresentava il presente e il futuro, con **un appeal economico** forte e visibile a tutti, non era più un "gambero tra le balene" ma era diventata essa stessa una balena[55].

La nuova immagine di paese sviluppato e in continua crescita si consolidò negli anni '90. In campo economico, nel 1993, il presidente di Samsung Lee Kun-hee propose la "nuova iniziativa di management", che avrebbe trasformato l'azienda in una delle società tecnologiche più innovative del mondo. Altre società coreane seguirono l'esempio e questo diede avvio a un processo di trasformazione dell'economia sudcoreana in una potenza tecnologica all'avanguardia[56].

Nello stesso anno l'ascesa del presidente Kim Young-sam coincideva con il momento in cui l'idea di (sud)coreanità andava costantemente ridefinendosi. La società coreana aveva più cose in comune con le altre democrazie sviluppate che con la dittatura isolata e retrograda al di sopra del 38° parallelo. Iniziò, perciò, a crescere **un nuovo nazionalismo civico,** nutrito dalla generazione 386 e da una visione del mondo prevalentemente di sinistra. Questo nazionalismo delineava **una nuova identità sudcoreana,** nella quale il popolo era coreano, faceva parte della stessa etnia ma era anche sudcoreano. Era evidente che la Corea del Sud non era la Corea del Nord. Il nazionalismo civico implicava dunque l'impegno a costruire una nazione, a far funzionare lo Stato moderno che i cittadini

[53] **Cha V., Pacheco Pardo R.,** *"Breve storia della Corea del Sud e del Nord",* Adriano Salani editore s.u.r.l, Milano, 2024, pp.133-134
[54] **Pacheco Pardo R.,** *"Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop",* Add editore, Torino, 2024, pp.129-130
[55] ***Ibid.,*** pp.130-132
[56] **Cha V., Pacheco Pardo R.,** *"Breve storia della Corea del Sud e del Nord",* Adriano Salani editore s.u.r.l, Milano, 2024, p.146

avevano creato. La nazione era la Corea ma lo Stato era la Corea del Sud. Il minjok non era sparito e persisteva un forte orgoglio per la cultura tradizionale, che avrebbe convissuto con il nazionalismo civico, sempre più rilevante nella vita di moltissimi cittadini[57].

A livello diplomatico il governo di Kim Young-sam avanzò una riforma economica sulle linee del consenso degli Stati Uniti, con l'unico obiettivo di prendere parte all'OCSE, l'organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico. Composta dalle nazioni più ricche del mondo, ne faceva parte solo un membro asiatico, il Giappone. Nel 1996 anche la Corea del Sud riuscì a diventarne un membro ed essere ufficialmente riconosciuta come un'economia mondiale[58].

Dal punto di vista culturale, invece, si può notare come il governo di Kim Young Sam, abbia adottato in maniera attiva la globalizzazione neoliberista per sopravvivere all'interno della concorrenza globale, diventata fondamentale per l'industria culturale nazionale. Sottolineò l'importanza dei prodotti culturali e la necessità che le aziende investissero nel settore culturale, poiché essi erano necessari alla promozione di valori culturali. Giudicava, inoltre, l'industria culturale come una delle industrie più redditizie e all'avanguardia sostenute dal governo, in quanto il settore culturale stava diventando importante per l'economia nazionale, si avviò così la crescita di questo tipo di industrie. Il suo governo ha introdotto il concetto di **"industria culturale",** spostando l'attenzione della politica culturale dalle arti alle industrie culturali commerciali e ha potenziato la mercificazione della cultura popolare locale. Il governo Kim ha dato inizio alla crescita del settore culturale e ha finanziato le industrie culturali, partendo con il sovvenzionamento del settore audiovisivo, che diventerà successivamente la base dello sviluppo dell'**Onda coreana** (Korean wave)[59]. In sintesi, gli obiettivi della sua politica culturale sono stati: la democrazia culturale, la creatività del popolo, la cultura regionale, le industrie culturali e il turismo culturale, l'unificazione, la globalizzazione della cultura coreana e l'affermazione dell'identità culturale[60].

I governi formatesi dopo il 1993, hanno saputo riconoscere l'importanza economica della cultura, creando un approccio nuovo alle industrie culturali utilizzando una prospettiva economica, invece

[57] **Pacheco Pardo R.,** *"Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop",* Add editore, Torino, 2024, pp. 135-136
[58] **Cha V., Pacheco Pardo R.,** *"Breve storia della Corea del Sud e del Nord",* Adriano Salani editore s.u.r.l, Milano, 2024, p.149
[59] **Dal Yong Jin.,** *"The Power of the Nation-state amid Neoliberal Reform: Shifting Cultural Politics in the New Korean Wave",* Pacific Affairs, University of British Columbia, Pacific Affairs, march 2014, Vol. 87, No. 1, pp.80-82
[60] **Haksoon Yim.,** *"Cultural identity and cultural policy in South Korea",* International Journal of Cultural Policy, Routledge Taylor e Francis Group, 2002, p.41

che culturale, portando così all'intensificazione della mercificazione e la capitalizzazione dei prodotti culturali[61].

I cambiamenti in campo sociale si rispecchiavano in modo evidente nella cultura. Nel 1992 il cantante Seo Taiji, con la sua band "Seo Taiji and Boys" fecero il loro debutto con il brano "Lo so", che anche grazie a un videoclip originale ed innovativo ebbe un grande successo. Prima di allora nessuna band aveva mai cantato e ballato nello stesso momento, e dalla combinazione della tradizionale ballata coreana e generi prettamente statunitensi come rap e rock, si diede inizio al kpop. Essi divennero la prima boy band dell'industria musicale nazionale e diedero vita a un nuovo stile che rendeva omaggio alla tradizione coreana inserendo elementi di altri paesi, che i sudcoreani vedevano come loro pari. Ci fu perciò "una trasposizione culturale del nazionalismo civico"[62].

Ci si stava rendendo conto che la cultura poteva essere redditizia tanto quanto altri tipi di industrie. Nel 1994, infatti, il consiglio presidenziale per la scienza e la tecnologia era rimasto sbalordito dagli incassi del film "Jurassic Park". In un solo anno il film aveva incassato tanto quanto la casa automobilistica Hyundai dalla vendita di 1,5 milioni di automobili. Da qui la Corea del Sud si chiedeva se esportando i suoi prodotti di intrattenimento all'estero avrebbe avuto lo stesso risultato. Consapevoli dei profitti che i prodotti culturali potevano generare, alla fine degli anni '90, nacquero tre importanti aziende, la Sm entertainment, YG entertainment e la JYP entertainment, che negli anni avvenire sarebbero diventate responsabili del successo globale del genere kpop[63].

La nuova linea economica proposta dal presidente Kim sembrava funzionare. Sia nel 1994 che nel 1995 la crescita andò oltre il 9% e la disoccupazione scese dal quasi 3% al 2% del 1996. Anche la disuguaglianza rimaneva bassa. La Corea del Sud, con prodotti diversificati ed esportazioni che spaziavano dalle navi high tech alle band kpop, sembrava potesse trasformarsi in un'economia sviluppata[64].

---

[61] **Dal Yong Jin.,** *"The Power of the Nation-state amid Neoliberal Reform: Shifting Cultural Politics in the New Korean Wave",* Pacific Affairs, University of British Columbia, Pacific Affairs, march 2014, Vol. 87, No. 1, p.80

[62] **Pacheco Pardo R.,** *"Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop",* Add editore, Torino, 2024, p.139

[63] ***Ibid.,*** p. 146

[64] ***Ibid.,*** p. 147

1.4 Il fenomeno dell'onda coreana: la nascita e lo sviluppo dell'industria culturale sudcoreana

Il governo sudcoreano ha avuto un ruolo fondamentale nella nascita e nello sviluppo del **fenomeno dell'Onda coreana,** conosciuta come **"Hallyu",** grazie al continuo cambiamento delle politiche culturali. In questo contesto, le industrie culturali coreane hanno generato prodotti culturali riconoscibili, come programmi televisivi e film. Questi prodotti sono stati diffusi in Asia orientale e meridionale. Recentemente la musica kpop e i giochi online sono due nuovi prodotti rilevanti nello sviluppo della cultura sudcoreana in patria e all'estero, tanto da raggiungere il mercato europeo e statunitense[65].

Menzionato precedentemente, il termine **"hallyu"** fu coniato dai media cinesi alla fine degli anni '90 e in seguito usato dal governo e dal popolo sudcoreano. In quel periodo la cultura sudcoreana era arrivata in Cina, Giappone e Taiwan e per la prima volta attraverso serie tv, film e musica pop la Corea del Sud stava diventando popolare e apprezzata[66]. Questo fenomeno fa riferimento principalmente alla diffusione e al successo globale della musica pop sudcoreana, K-pop, le serie tv, K-drama e i film, K-film che sono considerati i principali canali per la promozione all'estero della cultura sudcoreana. In questa popolarità sempre più diffusa a livello mondiale vengono coinvolti anche altri ambiti di interesse come la lingua, i luoghi, la cucina, la moda e i cosmetici[67].

Tutto questo ha portato enormi benefici all'intero paese, infatti nel 2012 "il ministero della cultura, dello sport e del turismo" ha stimato il valore economico dell'Onda coreana a 83,2 miliardi di dollari di cui 5,26 miliardi vengono attribuiti all'industria musicale. Nel 2014 è stato destinato l'1% del bilancio nazionale alla spesa per sostegni economici e prestiti con tasso agevolato alle industrie culturali, presentando agenzie con il compito di promuovere e aumentare le esportazioni di musica kpop e l'istituzione di dipartimenti culturali nelle università[68].

La nascita e la promozione della Korean wave è qualcosa di voluto e studiato per accrescere l'influenza della Corea del Sud all'estero attraverso **il "national rebranding",** cioè il riposizionamento del marchio. Usato dai leader politici di schieramenti diversi per rivitalizzare l'immagine del paese[69], serve per creare un racconto nuovo della nazione in grado di affascinare e sedurre. Il paese ha adattato tecniche di marketing aziendale utili a raggiungere il successo del

---

[65] **Dal Yong Jin.,** *"The Power of the Nation-state amid Neoliberal Reform: Shifting Cultural Politics in the New Korean Wave",* Pacific Affairs, University of British Columbia, Pacific Affairs, march 2014, Vol. 87, No. 1, pp.71-72

[66] **Pacheco Pardo R.,** *"Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop",* Add editore, Torino, 2024, pp.175-176

[67] **Samosir N., Wee L.,** *"Sociolinguistics of the korean wave, Hallyu and Soft Power",* Routledge 4 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon OX14 4RN, 2024, p.1

[68] ***Ibid.,*** p.3

[69] **Mondin N.,** *"La via coreana. Come la Corea del Sud sta conquistando l'Occidente",* De Agostini S.r.l, Segrate, 2024, pp.124-125

“marchio Corea” nel mercato mondiale, una strategia che in modo indiretto ha anche lo scopo di far aumentare il valore delle aziende nazionali. Le politiche scelte hanno influenzato tutta la società, lo Stato ha reso libero il mercato e con questa apertura al resto del mondo, ogni impresa è motivata a rinnovarsi e a competere, non solo a livello nazionale ma anche internazionale[70].

Il national rebranding si fonda sull’osservazione che l’immagine di un paese è ugualmente importante per il suo successo nel mercato mondiale tanto quanto la reputazione nei confronti dei propri prodotti e servizi. I paesi di tutto il mondo modellano e rimodellano continuamente **la propria identità nazionale,** intanto che competono con i paesi vicini per il potere, l’influenza e il prestigio. L’immagine che le altre nazioni asiatiche avevano della Corea in passato non è sempre stata positiva. L’onda coreana in questo senso ha fatto in modo che ci fosse un miglioramento nelle relazioni con l’estero, l’aumento del turismo e un cambiamento dell’immagine della Corea del Sud. Conseguentemente i prodotti culturali hanno suscitato curiosità per la cultura coreana e per la Corea nel suo complesso. I kdrama sono stati utili per la creazione di un legame con diversi paesi, specialmente asiatici, che condividono con la Corea del Sud valori simili, quelli confuciani, come la famiglia, l’obbedienza e il rispetto per gli anziani. Temi che il pubblico asiatico percepisce come più simili ai propri rispetto ai valori diffusi dall’intrattenimento occidentale[71].

I prodotti culturali sudcoreani vengono consumati anche in Occidente, in particolare in Nord America e in Europa. Si evidenzia, quindi, come essi siano il risultato di **un’ibridazione culturale,** in cui si fondono forme mediatiche occidentali e coreane per generare “un’estetica culturalmente ibridata” che però viene riconosciuta come “coreana”. Lo scambio culturale che avviene tra nazioni è facilitato dal fenomeno dell’ibridazione culturale che produce una sensazione di “quasi uguale, ma non del tutto”, in cui possono nascere nuove identità e significati. Esiste competizione tra i paesi dell’Asia orientale per l’acquisizione di una rilevanza culturale sulla scena mondiale. In questo contesto competitivo, i media ibridati della korean wave, sono uno strumento con cui la Corea del Sud cerca di acquisire una diversità culturale data la possibile riduzione della sua particolarità culturale, cercando di favorire le identità locali nel contesto globale. A questo proposito l’esempio di ibridazione culturale più rilevante è la musica pop sudcoreana, il kpop. I produttori di questo genere musicale sono riusciti con successo a superare i confini nazionali e a farlo associare in maniera esclusiva alla Corea del Sud[72].

---

[70] **Mondin N.,** *“La via coreana. Come la Corea del Sud sta conquistando l’Occidente”,* De Agostini S.r.l, Segrate, 2024, pp.106-107

[71] **Lee S.,** *“The Korean Wave: The Seoul of Asia”,* Strategic Communications Major Elon University, The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications, Vol. 2, No. 1, 2011, pp.86-89

[72] **Chen S.,** *“Cultural technology Aframework for marketing cultural exports– analysis of Hallyu (the Korean wave)”,* Emerald Group, International Marketing Review Vol. 33 No. 1, 2016, pp.26-27 e p.42

Negli ultimi anni, il kpop è diventato uno degli elementi più rilevanti dell'Onda coreana, esportato nel 2011 per un valore di 196 miliardi di dollari, registrando un incremento del 141% rispetto all'anno precedente. Il potere dell'industria discografica coreana ha portato al successo numerosi gruppi musicali, uno tra questi è il gruppo BTS, i quali in dieci anni di carriera hanno ottenuto una serie di record, da notare il loro contributo al prodotto intero lordo nazionale, circa cinque miliardi di dollari, equiparabile alla compagnia aerea di bandiera, la Korean air. Inoltre, sei dei loro video musicali hanno raggiunto il miliardo di visualizzazioni ciascuno, sono stati candidati ai Grammy moltissime volte e sono entrati nei Guiness World Records per il numero degli album venduti, per il periodo di permanenza nelle classifiche globali, per il numero di seguaci su instagram e molto altro[73].

A questo proposito, ci si chiede come è riuscita la Corea del Sud a creare nuove prospettive di crescita economica basandosi sulla propria cultura e creando grazie ad essa delle nuove forme di intrattenimento che coinvolgessero non solo la propria sfera sociale ma influenzando anche i gusti e le scelte di consumo di pubblici internazionali? La risposta è da ricercarsi nelle politiche e nelle scelte fatte dal governo coreano e nell'utilizzo del concetto di Soft power.

La nozione di **soft power,** letteralmente **"potere morbido"**, è stata coniata da Joseph Nye nel 2004, affermando che un paese può raggiungere gli obiettivi sperati nella politica mondiale perché altre nazioni, apprezzando i suoi valori, prendendolo come esempio, puntando al suo livello di prosperità e apertura, vogliono seguirlo ed emularlo. Nel momento in cui l'uso del potere militare nella diplomazia internazionale è diminuito nella seconda metà del XX secolo, le potenze globali hanno utilizzato la cultura popolare come uno strumento di relazioni pubbliche e un metodo per rafforzare l'influenza di un paese. Per quanto riguarda il kpop, ad esempio, ci sono differenti versioni sul discorso di soft power. Alcuni studiosi considerano il kpop come **una forma di imperialismo culturale ed economico,** mentre altri lo percepiscono come una forma di diplomazia culturale. In pratica, la cultura pop sudcoreana è un mezzo per mediare la pace tra Paesi asiatici con una storia di conflitti. Ad esempio, la korean wave ha aiutato a ricostruire l'immagine positiva della Corea del Sud agli occhi di Taiwan, dopo che erano state interrotte le relazioni diplomatiche per stabilire rapporti con la Cina. Infine, una terza teoria vede la diffusione dei prodotti culturali come un'opportunità per una nazione di trasmettere nuove immagini culturali di sé stessa[74]. Il potere morbido, perciò, si basa

[73] **Mondin N.,** *"La via coreana. Come la Corea del Sud sta conquistando l'Occidente",* De Agostini S.r.l, Segrate, 2024, p.78 e p.172
[74] **Chen S.,** *"Cultural technology Aframework for marketing cultural exports– analysis of Hallyu (the Korean wave)",* Emerald Group, International Marketing Review Vol. 33 No. 1, 2016, p.43

sulla regola dell'attrazione, concepito come il potere della seduzione, è l'abilità di dare forma alle preferenze degli altri attraverso la fascinazione[75].

La competizione ha portato la Corea del Sud ai primi posti di qualunque classifica, nonostante questo, però, sta continuando a pagare le conseguenze per aver recuperato la distanza che la divideva dagli stati più ricchi e potenti. La sua crescita è stata rapidissima, più veloce di qualsiasi altra nazione, e le forze che hanno aiutato questo processo sono perfettamente individuabili, così come lo sono i risultati e purtroppo anche gli effetti negativi. La forte spinta verso una produzione culturale risulta essere determinante non solo alla produttività e alla crescita economica, ma è anche un modo per rispondere a un rapido sviluppo che si è scontrato con un contesto sociale e culturale rimasto legato a schemi arcaici e categorie culturali antichissime, le cui motivazioni si sono smarrite negli schemi sociali odierni. Oggi, nel settore dei contenuti culturali, storie ed esperienze sono al tempo stesso "input" ed "output", che tramite l'uso dei social media possono arrivare direttamente ad un pubblico di consumatori. Inoltre, uno specifico contenuto culturale riesce a trasformarsi a sua volta in prodotti culturali diversi, creando un valore e dei ricavi nuovi, piuttosto che restare ancorato ad un solo ambito. Si parla quindi di "crossmedialità" e di effetto "one source, multi-use". Come già affermato in precedenza, quindi, il settore culturale ha effetti rilevanti su quelle tradizionali, come il settore manifatturiero, quello dei beni di largo consumo e sul turismo, in più gioca un ruolo essenziale nello sviluppo della reputazione di un paese nella comunità internazionale, dovuto all'esportazione dei prodotti culturali al di fuori dei confini nazionali[76].

Si osserva come la natura dell'Onda coreana, negli ultimi 15 anni, abbia assunto caratteristiche, generi e produzioni culturali differenti. A questo proposito, sono state individuate due tipi di onda coreana, **"l'hallyu 1.0" e "l'hallyu 2.0".** Come riportato nella tabella, per analizzare lo sviluppo dell'hallyu, viene diviso il periodo complessivo in due grandi ere: l'hallyu 1.0 – dal 1997 al 2007 circa – e l'hallyu 2.0 – dal 2008 fino ad oggi. Nonostante la condivisione di caratteri comuni, risultano diverse per i generi culturali esportati, sviluppo tecnologici usati e politiche culturali del governo adottate nel campo delle industrie culturali[77].

[75] **Mondin N.,** *"La via coreana. Come la Corea del Sud sta conquistando l'Occidente",* De Agostini S.r.l, Segrate, 2024, p.105
[76] ***Ibid.,*** pp. 190-191 e pp.110-111
[77] **Dal Yong Jin.,** *"The Power of the Nation-state amid Neoliberal Reform: Shifting Cultural Politics in the New Korean Wave",* Pacific Affairs, University of British Columbia, Pacific Affairs, march 2014, Vol. 87, No. 1, p.75

Table 2
Comparison of Hallyu 1.0 vs. Hallyu 2.0

Major Characteristics	*Hallyu* 1.0	*Hallyu* 2.0
Period	1997–2007	2008 - present
Primary genres	TV dramas, films	K-pop, online gaming
Technologies	Old media technologies	Social media(SNSs, smartphones)
Major Regions	East Asia	East Asia, Europe, North America
Major audiences	40s–50s	10s–20s included
Cultural Policies	Hands-off policies	Hands-on policies

Source: Parts of the table were cited from Vitalsign, "*Hallyu* 2.0 has begun," 29 September 2010.

Dalla tabella si può notare che l'hallyu 1.0 era basata principalmente sulle serie tv coreane, i kdrama e i film, utilizzava media tradizionali come la televisione, si rivolgeva a un pubblico prettamente asiatico composto quasi esclusivamente da donne comprese in una fascia di età tra i 40 e i 50 anni. L'hallyu 2.0, invece, si concentra non solo su kdrama e film ma introduce anche il genere musicale kpop e i videogiochi, utilizza nuovi mezzi di comunicazione come i social media, si rivolge ad un pubblico sicuramente più ampio, dovuto all'esportazione di queste forme d'intrattenimento anche all'estero, includendo l'Europa e il Nord America, infine si è allargato a tutte le fasce di età. Importante sottolineare il ruolo dei social media nell'evoluzione dell'onda coreana, in quanto permettono di velocizzare la loro entrata nei mercati occidentali, dando la possibilità ai fan di tutto il mondo di entrare in contatto più facilmente con i contenuti culturali e di intrattenimento[78].

Infine, è importante considerare le differenze rilevate nelle politiche culturali che hanno influito sull'evoluzione dell'hallyu. Nel periodo hallyu 1.0, il governo sudcoreano ha incrementato la sua politica culturale, dal sostegno iniziale all'intervento indiretto e alla deregolamentazione, in modo tale che il settore privato potesse far progredire il fenomeno dell'Onda coreana. Dal 2008 con il governo di Lee Myung-bak, invece, si è impegnato a far crescere le industrie culturali sia a livello nazionale che internazionale. In questo caso, si sono registrati dei cambiamenti politici significativi nel progresso dell'hallyu, una tra questi è l'aumento del budget per le industrie culturali, che è passato da 5,4 milioni di dollari nel 1994 a 249,1 milioni di dollari nel 2011, nonostante ci siano state alcune fluttuazioni nel periodo 2003-2008. Guardando alle percentuali, il budget destinato alle industrie culturali è aumentato, passando da 1,8% nel 1994 al 13% nel 2011[79].

[78] **Dal Yong Jin.,** *"The Power of the Nation-state amid Neoliberal Reform: Shifting Cultural Politics in the New Korean Wave",* Pacific Affairs, University of British Columbia, Pacific Affairs, march 2014, Vol. 87, No. 1, pp.78-79
[79] ***Ibid.,*** pp. 79 e 85

Nel 2010, il governo Lee ha istituito la "Legge per la promozione dell'industria dei contenuti", decidendo di investire 160 milioni di dollari fino al 2013, una somma di denaro mai investita prima, con lo scopo di farla diventare un'industria strategica nazionale. Uno degli obiettivi principali è stato la promozione del Kpop a livello mondiale[80].

È importante ricordare, inoltre, la creazione di due importanti istituzioni, la **Fondazione coreana per lo scambio culturale internazionale (KOFICE) e la Korea creative content agency (KOCCA).** La prima fu creata dal Ministero della Cultura, dello Sport e del Turismo, con lo scopo di rafforzare lo scambio culturale internazionale. La sua vision è la creazione di "un hub di rete che collega la Corea e il mondo attraverso la cultura", e i suoi principali obiettivi sono:

- L'interconnessione di amministrazioni centrali e locali con il settore privato
- Organizzare e supportare progetti di scambio culturale reciproco fatti su misura per ogni regione
- Formare esperti nel campo dello scambio culturale internazionale
- Essere usato come istituto centrale per la ricerca e lo studio sullo scambio culturale internazionale[81]

La seconda, la Korea creative content agency (KOCCA), invece, si impegna a supportare "la produzione, la pianificazione, la creazione, la distribuzione, l'espansione all'estero, la crescita aziendale, la formazione, la ricerca e sviluppo, il finanziamento e lo studio delle politiche" di differenti generi come musica, moda, animazione, e molto altro. Si occupa, inoltre, di favorire il benessere della popolazione, portando la Corea del Sud ad essere un attore di primo piano nel settore dei contenuti a livello internazionale. Infine, sostiene in modo sistematico e strategico le infrastrutture industriali, cooperando con stakeholder, organizzazioni competenti e centri di promozione locali. La sua mission è la promozione del business dei contenuti per fare della Corea una potenza culturale, mentre la sua vision è l'organizzazione promozionale che guida l'innovazione e la crescita dei contenuti culturali coreani[82].

L'istituzione di queste agenzie per amministrare e gestire al meglio le produzioni e i contenuti culturali, fanno capire che la cultura coreana e di conseguenza l'onda coreana è considerata un nuovo motore economico che contribuisce al progredire dello status economico della Corea del Sud. Per questo motivo, le politiche culturali e mediatiche del governo coreano agiscono in termini economici

[80] **Dal Yong Jin.,** *"The Power of the Nation-state amid Neoliberal Reform: Shifting Cultural Politics in the New Korean Wave",* Pacific Affairs, University of British Columbia, Pacific Affairs, march 2014, Vol. 87, No. 1, p.87

[81] Korean Foundation for International Cultural Exchange, *"Informazioni su Kofice"*, http://eng.kofice.or.kr/about/about_2.asp

[82] Korean creative content agency, https://www.kocca.kr/en/main.do

e finanziari, nonostante si possa pensare servano gli interessi del pubblico in generale. La korean wave, perciò, documenta in modo efficace il ruolo che lo Stato esercita in questo processo di globalizzazione culturale, con molteplici interventi politici, incentivi economici e discorsi nazionalistici[83].

Il principale ruolo dello Stato sudcoreano è quello di fornire le risorse allo scopo di pubblicizzare la cultura pop e non lo fa manovrando in maniera diretta l'onda coreana, poiché la produzione effettiva di prodotti culturali è ancora compito delle industrie creative. Lo Stato si prende i meriti solo dei successi del fenomeno, usando attivamente i registri, gli attori o i cantanti per rafforzare e migliorare l'immagine del paese. Questa relazione tra Stato e industrie creative risulta fondamentale per il successo globale dell'onda coreana. Gli artisti della korean wave sanno perfettamente di non essere semplici artisti, ma di rappresentare con la loro arte l'intera Corea del Sud. Questa consapevolezza viene alimentata dallo Stato che continua a supportare ed utilizzare l'onda coreana come parte essenziale della sua strategia di soft power[84].

L'utilizzo dell'onda coreana, come precedentemente affermato, è stata ed è tutt'ora un fenomeno per rivitalizzare e migliorare la propria immagine e reputazione. È interessante, quindi, chiedersi quale sia la percezione che il resto del mondo ha nei confronti della Corea del Sud e se effettivamente è conosciuta anche e soprattutto per la sua cultura. A questo proposito, il Ministero della Cultura, dello Sport e del Turismo, in collaborazione con la Fondazione coreana per lo scambio culturale internazionale, ha diffuso i risultati dell'indagine **"Hallyu all'estero 2025",** che mostra l'utilizzo e la percezione dei contenuti dell'onda coreana all'estero. Hanno partecipato all'indagine 26.400 persone provenienti da 28 paesi diversi, tra questi è presente anche l'Italia. Hanno tutti usufruito di contenuti culturali coreani legati a 12 principali aree di interesse del fenomeno, che sono: serie tv, varietà, film, musica, animazione, pubblicazioni, webtoons, giochi, moda, prodotti di bellezza, cibo e lingua coreana, aggiunta per la prima volta in questo tipo di indagine[85].

Alla domanda cosa ti fa venire in mente la parola **"Corea",** il 17,8% degli intervistati ha risposto con il K-pop, seguito dal cibo coreano (11,8%), dai K-drama (8,7%), dai prodotti cosmetici (6,4%) e film (5,6%). In generale, il 70,3% dei partecipanti al sondaggio apprezza i contenuti culturali coreani. Si è rilevato, inoltre, che la popolarità dell'hallyu sta crescendo in maniera sempre più rapida in tutte le categorie in esame e la categoria "cibo" ha raggiunto la soglia di "popolarità mainstream" con il

[83] **Nam S.,** *"The Cultural Political Economy of the Korean Wave in East Asia: Implications for Cultural Globalization Theories",* lrp, Asian Perspective , Apr.-June 2013, Vol. 37, No. 2 (Apr.-June 2013), pp.224-226
[84] **Samosir N., Wee L.,** *"Sociolinguistics of the korean wave, Hallyu and Soft Power",* Routledge 4 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon OX14 4RN, 2024, pp.4-5 e 9-10
[85] Ministry of culture, sports and tourism, https://www.mcst.go.kr/english/policy/pressView.jsp?pSeq=511

53,7%, seguito dalla musica (51,2%), prodotti di bellezza (50,8%) e serie tv (49%). L'accesso diretto ai contenuti culturali coreani sembra essere aumentato con la crescita dell'esposizione alla cultura coreana sui social media e sulle piattaforme di streaming. In conclusione, si è rivelato che l'intenzione di acquisto complessiva per i prodotti e servizi sudcoreani è in continuo aumento[86].

Il Ministero della Cultura, dello Sport e del Turismo, sulla base dei risultati della ricerca, vuole intraprendere una serie di azioni che sostengano la korean wave e le sue industrie. Entrerà in vigore, infatti, la legge quadro sulla promozione delle industrie Hallyu e si organizzeranno tre esposizioni sull'onda coreana, con lo scopo di incoraggiare l'effetto a catena dell'hallyu sulle industrie ad essa collegate, e aprirà un centro di pubbliche relazioni a Dubai, gestito in maniera congiunta da differenti ministeri, per la promozione costante della cultura coreana. Infine, si svolgerà un importante evento, il My K-festa, per supportare in modo attivo la crescita sostenibile dell'onda coreana[87].

Un ruolo importante nella promozione dell'onda coreana nel mondo è svolto anche dai **centri culturali** che hanno il compito di diffondere e far conoscere gli aspetti più importanti della cultura coreana ad un pubblico più vasto possibile. In Europa, due esempi rilevanti sono il centro culturale coreano di Roma e quello di Parigi. A Roma sono stati esposti manufatti e architetture storiche coreane, ed è stata poi ricreata una casa tradizionale nella quale i visitatori possono accedervi. Nel centro culturale di Parigi, invece, è esposto un video che mostra la preparazione di piatti della tradizione ed è presente una sala interattiva dove i visitatori possono indossare gli abiti tradizionali coreani, gli hanbok, e comprendere meglio l'alfabeto coreano, hangul. Ha, inoltre, presentato nel 2021 una mostra dell'associazione di artisti sudcoreani "SONAMOU", in occasione della celebrazione dei 30 anni di creatività artistica del gruppo. Dai siti internet dei due centri culturali si può costatare che entrambi organizzano numerosi corsi di generi differenti come, corsi di cucina, di lingua, di taekwondo, di danza, di strumenti musicali tradizionali, ed allestiscono inoltre mostre d'arte e organizzano concerti e spettacoli di danza con artisti coreani. Osservando le varie attività e mostre organizzate dai centri culturali, è evidente come essi siano consapevoli del ruolo significativo che l'Hallyu svolge nello sviluppo del soft power della Corea del Sud e i cui effetti operativi possano essere percepiti nella misura in cui i fruitori partecipano agli eventi, per il desiderio e la curiosità di capire meglio una cultura differente alla loro e verso la quale però sono già predisposti positivamente o, per lo meno, neutrali[88].

[86] Ministry of culture, sports and tourism, https://www.mcst.go.kr/english/policy/pressView.jsp?pSeq=511

[87] ***Ibid.,*** https://www.mcst.go.kr/english/policy/pressView.jsp?pSeq=511

[88] **Samosir N., Wee L.,** *"Sociolinguistics of the korean wave, Hallyu and Soft Power",* Routledge 4 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon OX14 4RN, 2024, p.47

Per concludere, la Corea del Sud è riuscita ad avere un ruolo attivo e a promuovere sé stessa nel mondo attraverso numerose iniziative che l'hanno portata ad essere una nazione tra le più sviluppate e potenti. Non è azzardato pensare e affermare che negli anni a venire continuerà a collezionare successi. Oggi, il paese non è mai stato tanto apprezzato e amato a livello mondiale. È una delle maggiori economie del mondo, sostenuta da prodotti ad alta tecnologia e dalla sua cultura che è entrata a far parte della quotidianità di molte persone, attraverso il consumo di film, musica e serie tv. Continuerà sicuramente a conservare la sua posizione tra le nazioni più competenti e aperte al mondo, e anche al suo interno è molto diversa da quella che esordì sulla scena internazionale con le Olimpiadi di Seul nel 1988. La Corea del Sud appare alla moda e i cambiamenti che l'hanno caratterizzata negli ultimi decenni prospettano un futuro promettente[89].

[89] **Pacheco Pardo R.,** *"Da gambero a balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop",* Add editore, Torino, 2024, pp.234,237 e 240

Capitolo 2

L'arte contemporanea coreana

Nel capitolo precedente, è stato evidenziato che l'apertura della Corea del Sud al resto del mondo è iniziata negli anni '90 con l'avvento della democrazia e con il fenomeno dell'onda coreana, che ha reso possibile la conoscenza della cultura coreana all'estero ed ha favorito la creazione di una nuova immagine di nazione sviluppata e aperta.

In questo secondo capitolo, si vuole analizzare **il mondo dell'arte contemporanea,** un altro aspetto importante in questo processo di crescita e internazionalizzazione della penisola sudcoreana. Attraverso numerose iniziative nazionali ed internazionali, incentivi statali e privati ha dato un notevole contributo alla diffusione e alla promozione della cultura e dell'arte coreana, sviluppando un forte interesse di gallerie e fiere d'arte internazionali che hanno deciso di aprire delle sedi nella capitale ma anche di numerosi collezionisti di nuova generazione che vedono nell'arte contemporanea coreana un buon investimento.

2.1 L'importanza di uno spazio di rappresentazione nel panorama artistico internazionale: la Biennale di Gwangju e il Padiglione Corea alla Biennale di Venezia

L'ascesa dell'arte contemporanea asiatica nel mondo e il suo grande successo sulla scena globale delle mostre d'arte e dei mercati artistici sono in gran parte responsabilità dell'**"effetto biennale".** In tutta l'Asia, negli ultimi decenni, si è propagata la febbre delle biennali, influenzando in particolare i principali paesi, regioni e città dell'Asia orientale e sud-orientale con il fenomeno delle mega-mostre. Dal momento in cui si è registrata la prima ondata di biennali asiatiche, si è intrapreso un processo di documentazione, istituzionalizzazione e accademizzazione per tentare di sfruttare il boom dell'evento temporaneo e il mercato dell'arte contemporanea asiatica in crescita che esso alimenta[90].

Le biennali asiatiche hanno avuto **il ruolo di mediatori dell'arte internazionale** per un pubblico asiatico locale e sono state anche in grado di attirare l'arte contemporanea proveniente da altri paesi asiatici, facilitando in questo modo i processi di circolazione, confronto e competizione artistica tra i diversi paesi asiatici. La più importante e prima fra tutte le biennali dell'Asia a dichiarare l'ascesa di un mondo dell'arte globalizzato nel continente asiatico, è nata in Corea nel 1995, a **Gwangju.** Da evento espositivo regionale, perfino provinciale, connesso alla città di Gwangju con lo scopo di

[90] **Mersmann B.,** *"Global Dawning: The Gwangju Biennial Factor in the Making and Marketing of Contemporary Asian Art",* Routledge Taylor e Francis Group, 2013, p.525

sostenere le relazioni artistiche e culturali sia nazionali che internazionali, si è evoluta in una biennale autenticamente asiatica che mette in mostra **il "contemporaneo globale"[91].** (P.525-526 global)

È stata inaugurata proprio nel centenario della fondazione della **Biennale di Venezia,** mostrando in questo modo un legame diretto con la tradizione delle biennali europee e la nascita di una nuova era di biennali asiatiche. La prima biennale ha registrato **1,6 milioni di visitatori,** diventando così la più visitata degli anni '90, con un budget totale di 10 milioni di dollari, investiti sia dallo Stato che da donatori privati, soprattutto chaebol coreani. Con una funzione commemorativa, politica, culturale e comunicativa, è stata in grado di fornire un palcoscenico internazionale per richiamare alla memoria gli eventi del **massacro di Gwangju e l'avvio del processo di democratizzazione** che ha caratterizzato la Corea del Sud degli anni '80-'90[92].

Questa volontà nel diventare una biennale realmente asiatica di importanza internazionale e di portata mondiale è contenuta nella rivendicazione di un regionalismo dinamico, sottolineando che sia fondamentale che tale biennale sia **un evento internazionale tipicamente asiatico,** che riesca a concretizzare l'identità dell'Asia. Allo scopo di rendere Gwangju **"una città culturale-hub dell'Asia",** la biennale si fa portavoce dei discorsi e dell'estetica asiatici, riuscendo a mettere in comunicazione Gwangju, la Corea del Sud, l'Asia e il mondo[93].

La biennale di Gwangju si posiziona intenzionalmente come **un modello espositivo aperto e globale,** un luogo di confronto sia per la creazione di mostre che per il dibattito culturale. Non viene ricercata solamente la connessione con la rete della cultura globale in generale, ma anche con una diversificata infrastruttura culturale in Corea del Sud pianificata a livello locale, regionale e nazionale. Queste iniziative locali e regionali, oltre la biennale di Gwangju, includono progetti e istituzioni, come **la biennale di Busan, il progetto Anyang Sculpture,** collocato appena fuori Seul, **la Biennale dei Media di Seul e una rete di musei nazionali e cittadini** distribuiti nelle diverse province. Importante risulta essere anche il ruolo svolto dal governo nazionale attraverso **l'Art Council Korea,** che fa dà intermediario internazionale per l'esportazione dell'arte contemporanea sudcoreana in sedi internazionali come la Biennale di Venezia, la Biennale di San Paolo e altre fiere d'arte globali analoghe. Anche le grandi aziende multinazionali a conduzione familiare (chaebol), come **Samsung, Daewoo e Kumho,** si fanno promotori dell'arte sudcoreana, sponsorizzando musei privati,

[91] **Mersmann B.,** *"Global Dawning: The Gwangju Biennial Factor in the Making and Marketing of Contemporary Asian Art",* Routledge Taylor e Francis Group, 2013, pp.525-526
[92] ***Ibid.,*** pp.526-528
[93] ***Ibid.,*** p.531

costruendone di propri, collezionano ed espongono opere d'arte, organizzano mostre e mettono a disposizione programmi educativi dedicati all'antichità coreana o all'arte moderna e contemporanea[94].

Il tema dominante della prima biennale, **"Oltre i confini"**, sottolineava l'interesse verso l'internazionalizzazione e la funzione umanitaria dell'arte, si associava perciò all'agenda europea delle biennali d'arte utilizzate come incontri per la comprensione internazionale, la pacificazione e la creazione di reti. La struttura espositiva si basava su una suddivisione in mostre internazionali, speciali, tematiche e sponsorizzate, esprimendo così la logica guida dall'internazionalità alla località e viceversa. La prima biennale si concentrava su due mostre speciali: la mostra internazionale di arte contemporanea, **"Art as witness",** dedicata alla creazione e alla definizione dell'arte come testimone della storia, si proponeva di riflettere le interconnessioni tra arte, politica e storia da un punto di vista internazionale. La mostra era stata pensata come evento commemorativo per ricordare la ribellione del 18 maggio 1980 a Gwangju. La seconda fu una mostra tematica speciale **"The Spirit of Kwangju Resistance in May",** concepita come un completamento alla mostra internazionale, si concentrava **sull'arte Minjung,** cioè una forma peculiare di espressione artistica populista coreana comparsa come movimento di protesta contro l'oppressione politica dittatoriale degli anni '80 e portavoce attraverso il linguaggio visivo delle forze democratiche e di riunificazione dopo il massacro di Gwangju[95].

Questa prima esperienza ha dato modo all'arte coreana di integrarsi nella scena artistica internazionale e nella storia dell'arte contemporanea e l'apertura del mondo artistico occidentale all'arte coreana, e di conseguenza, all'arte asiatica. È servito anche come forum per **i giovani artisti emergenti asiatici,** specialmente coreani, e per la promozione della città di Gwangju, elevandola a fonte e centro della democrazia coreana e polo culturale[96]. Oggi, questa biennale ricopre un ruolo importante nella diffusione della **globalizzazione asiatica,** è infatti una delle principali istituzioni culturali internazionali nate dall'esperienza moderna, nazionale e storica unica della Corea, e Gwangju è ora legata, nella sua seconda fase, al dinamismo dell'Asia del XXI secolo[97]. Per concludere si può affermare che le forze della globalizzazione economica e culturale, hanno fatto acquisire alla Biennale di Gwangju, e di conseguenza alla Corea, uno status di livello globale e hanno preso parte

[94] **Enwezor O.,** *"The Politics of Spectacle: The Gwangju Biennale and the Asian Century",* InVisible Culture, 2010, pp.22-23
[95] **Mersmann B.,** *"Global Dawning: The Gwangju Biennial Factor in the Making and Marketing of Contemporary Asian Art",* Routledge Taylor e Francis Group, 2013, pp.526-528
[96] ***Ibid.,*** pp.528-529
[97] **Enwezor O.,** *"The Politics of Spectacle: The Gwangju Biennale and the Asian Century",* InVisible Culture, 2010, pp.21-22

all'ascesa dell'arte contemporanea asiatica, lanciando l'arte coreana verso il successo internazionale e un elevato valore di mercato[98].

Un altro fondamentale avvenimento per l'ascesa e il conseguente successo dell'arte coreana a livello internazionale è dato dalla realizzazione del **"Padiglione Corea" alla Biennale di Venezia,** in quanto possedere uno spazio permanente in una delle mostre internazionali di arte contemporanea più influenti, decretava **il riconoscimento formale** dell'affermazione dell'arte coreana sulla scena globale. Fin dal 1986, la Corea prendeva parte come **paese "ospite"** alla Biennale veneziana, poiché non aveva un padiglione nazionale. Possedere **uno spazio di rappresentanza artistica permanente** a Venezia voleva dire essere riusciti ad accedere a quel sistema dell'arte e avere la possibilità di incontrarsi e confrontarsi con le tendenze globali contemporanee, che avrebbero permesso l'evoluzione della stessa arte coreana. Il desiderio di ottenere un edificio proprio era forte, specialmente per coloro che potevano sostenerlo economicamente, e questo era ancora più rilevante a livello simbolico per quelle nazioni considerate "periferia del primo mondo" come la Corea[99].

Nell'ottenimento di un padiglione alla biennale veneziana, esistevano però due impedimenti principali, l'impossibilità materiale di edificare per motivi di spazio e la "lista d'attesa" di cui facevano parte nazioni che aspettavano il permesso di costruire la propria struttura nella sede principale dei Giardini. Nonostante la sua partecipazione da appena nove anni e la sua richiesta tardiva rispetto ad altri paesi in attesa, la Corea riuscì a conquistarsi l'ultimo spazio disponibile. Le motivazioni dietro questa scelta sono attraenti e originali e furono dovute principalmente all'incontro, tra **il critico d'arte italiano Achille Bonito Oliva e l'artista coreano Nam June Paik** al Dejeon Expo, che convinse il futuro direttore artistico della biennale di Venezia del 1993 a costruire **uno spazio unico per entrambe le Coree,** utilizzato con l'auspicio di una futura riunificazione della penisola coreana e che il padiglione stesso potesse essere un mezzo mediante il quale raggiungere la pace[100]. Lo slogan utilizzato dall'artista Nam June Paik **"political healing through art",** descrive bene il desiderio di una guarigione politica tramite l'arte[101]. Questo progetto, visto in un'ottica contemporanea, risulta chiaramente utopico e in un primo momento lo fu anche allora per molti sostenitori dell'impresa. L'idea, però, in quel particolare momento storico appariva meno idealista, poiché era una fase animata da un forte ottimismo dato dalla caduta del muro di Berlino e dalla

[98] **Mersmann B.,** *"Global Dawning: The Gwangju Biennial Factor in the Making and Marketing of Contemporary Asian Art",* Routledge Taylor e Francis Group, 2013, p.535
[99] **Chia S.,** *"Il Padiglione coreano a Venezia: una questione identitaria",* Storie dell'arte contemporanea 4 | Atlante delle Biennali 1, Edizione Ca' Foscari, 2019, pp. 400-401
[100] ***Ibid.,*** pp. 401-402
[101] https://www.artribune.com/dal-mondo/2025/06/arte-storia-politica-corea-sud/

conseguente riunificazione della Germania[102]. Ciononostante, le probabilità che il Nord e il Sud Corea condividessero un unico padiglione erano remote, ma anche solo una possibilità che potesse verificarsi venne ritenuta giustificazione sufficiente per la costruzione del padiglione. A questo proposito ci fu il sostegno di diverse istituzioni, il governo coreano, il comune di Venezia, il Ministero dei beni e delle attività culturali e l'Unesco, convinti che questa potesse essere un'occasione irrepetibile per il mondo dell'arte, in grado di dare il proprio contributo alla storia dell'umanità. Si diedero così avvio, l'anno successivo, ai lavori per la costruzione di un padiglione provvisorio e smontabile, che venne inaugurato **l'11 giugno 1995[103].**

Le due Coree non condivisero mai il padiglione, la Corea del Nord non partecipò mai alla biennale e l'unificazione, come è risaputo, non si realizzò mai. Solamente la Corea del Sud ha beneficiato di uno spazio permanente nella scena artistica mondiale, conservando però l'iscrizione "Corea" sulla porta d'ingresso (figura 1). **Il governo sudcoreano,** non ha voluto dimenticare una divisione geopolitica che è oramai consolidata, ma ha cercato di creare uno spazio unico per l'intera penisola. Questa conquista ha significato entrare maggiormente in contatto con la comunità internazionale, con l'intento di ottenere vantaggi dal punto di vista politico e diplomatico. **Gli artisti** hanno avuto la possibilità di mostrare la contemporaneità e la Corea così come la vedono loro e di esplorare insieme al pubblico la propria identità. Si è rivelato, inoltre, un momento di confronto, un modo per distaccarsi dalle regole ferree date da musei, gallerie e scuole d'arte coreane, e per raggiungere il tanto atteso interesse e riconoscimento per il loro lavoro all'estero[104].

La partecipazione negli anni alle biennali d'arte veneziane mostra l'esito di una lunga lotta degli artisti coreani per affermare la propria individualità, caratterizzata dallo scontro tra **la tradizione e l'ibridazione culturale e artistica.** Le tematiche trattate durante la sua presenza alla biennale si ripetono e si evolvono nelle varie edizioni, si ricordano ad esempio: **la critica della società capitalista, la complicata e contraddittoria relazione con l'Occidente e con la tradizione, la guerra civile del 1950-1953, il rapido sviluppo economico e tecnologico, un possibile futuro distopico e apocalittico.** Tutti temi che dialogano tra loro grazie a numerosi fili conduttori, uno di questi è **la questione identitaria[105].**

---

[102] **Chia S.,** *"Il Padiglione coreano a Venezia: una questione identitaria",* Storie dell'arte contemporanea 4 | Atlante delle Biennali 1, Edizione Ca' Foscari, 2019, p.402

[103] ***Ibid.,*** pp.403-404
[104] ***Ibid.,*** pp.406-413
[105] ***Ibid.,*** p.407

Per quanto riguarda la fruizione dell'arte coreana, **il pubblico occidentale** ha scoperto un'arte praticamente sconosciuta che stava cercando di liberarsi dagli stereotipi, un contributo alla conoscenza della **"vera" cultura coreana,** cioè "qualcosa che esiste", raccontata dalle forme e dalle voci degli artisti contemporanei, distinta dunque dalla "cultura coreana" perciò le immagini, le strutture, i concetti, tutto quello che gli spettatori esterni intendono come tale e che hanno creato nella loro mente. È per questo motivo che oggi **la scena artistica coreana è eclettica,** composta da singole personalità diverse tra loro e decise a sottolineare la loro unicità come individui, a Venezia si è conquistata uno spazio sicuro per essere osservata e apprezzata dal mondo e l'opportunità di poter trasmettere tutta la sua **dinamicità, originalità e varietà** al resto del mondo artistico[106]. Il ruolo delle biennali d'arte è perciò fondamentale per la definitiva consacrazione dell'arte coreana nel panorama artistico internazionale.



Figura 1: "Padiglione Corea" alla Biennale di Venezia

fonte: https://censimentoarchitetturecontemporanee.cultura.gov.it/scheda-opera?id=2198

[106] **Chia S.,** *"Il Padiglione coreano a Venezia: una questione identitaria",* Storie dell'arte contemporanea 4 | Atlante delle Biennali 1, Edizione Ca' Foscari, 2019, pp. 413-414

2.2 Dansaekhwa e il mercato dell'arte coreano

Partendo dalla storia travagliata che caratterizza le due Coree si può affermare che dalla metà del XX secolo, le differenze politiche, sociali ed economiche che dividevano i due stati si riflettevano anche sul piano delle identità culturali e artistiche. Emergeva, infatti, in Corea del Nord lo stile del Realismo socialista, mentre in Corea del Sud si diffondeva l'influenza di correnti artistiche europee e statunitensi[107]. Nel momento in cui i coreani si liberarono dalla dominazione giapponese, ragionarono su quale potesse essere la direzione migliore da dare al Paese. Dal 1945 si formarono circoli di intellettuali e artisti, gli unici a farsi carico del destino culturale e identitario della nazione. Questi circoli erano influenzati, anche se non direttamente, dal clima teso dovuto dal contrasto tra due super potenze, gli Stati Uniti e la Russia. Essi si resero conto che era impossibile non schierarsi politicamente, così espressero le loro preferenze, spinti dalla volontà di partecipare in maniera attiva alla ricostruzione di una Corea libera. Nacquero due distinte fazioni, gli artisti di sinistra dichiaravano che l'arte dovesse avere una **funzione sociale**, essere perciò attivamente benefica e funzionale allo Stato e gli artisti di destra che sostenevano l'esigenza di **un'arte libera,** il ritorno di un'estetica che rispecchiasse il motto **"l'arte per l'arte".** Ne derivò che molti artisti di sinistra si trasferirono nella Corea del Nord poiché trovarono soddisfatte le loro aspirazioni artistiche nel realismo socialista. Con l'avvento della **guerra civile (1950-1953),** i pittori di destra rimasero in Corea del Sud, anche se si trasferirono in massa nella città di Busan (più sicura rispetto alla capitale), che diventò il nuovo polo artistico e culturale sudcoreano. In questo contesto gli artisti usufruirono dell'American Cultural Center, istituito dagli Stati Uniti, in cui venivano svolte numerose presentazioni e convegni incentrati sulle tendenze artistiche internazionali del momento[108]. È da qui che i pittori sudcoreani entrarono in contatto con l'arte astratta, specialmente i principi dell'arte informale e dell'espressionismo astratto che diedero la possibilità ai giovani artisti sudcoreani di esprimere l'angoscia e il turbamento, causati dalla guerra civile. Influenzati da queste correnti artistiche venne istituita, inoltre, **l'associazione "Hyun-Dae",** nel 1957 a Seul, nella quale presero parte artisti come **Park Seo Bo e Chung Chang Sup,** che successivamente fonderanno **Dansaekhwa,** il movimento di pittura monocromatica degli anni Settanta, che attualmente è di tendenza nel mondo del collezionismo internazionale[109].

---

[107] **Quaroni I.,** *"South Korea for dummies… e come decodificarne l'arte contemporanea",* L.U.P.O Lorenzelli Upcoming Projects Organization, Milano, 2023, catalogo della mostra K90-99, p.258

[108] https://www.artribune.com/dal-mondo/2025/06/arte-storia-politica-corea-sud/

[109] **Quaroni I.,** *"South Korea for dummies… e come decodificarne l'arte contemporanea",* L.U.P.O Lorenzelli Upcoming Projects Organization, Milano, 2023, catalogo della mostra K90-99, p.258

Dansaekhwa, letteralmente "pittura monocromatica", è un termine diffuso di recente per indicare il gruppo di artisti, che dopo vent'anni dalla fine della guerra civile, chiudeva in maniera definitiva con i linguaggi dell'informale e dell'espressionismo astratto. Questo movimento univa lo spirito tradizionale coreano con l'astrazione occidentale in un insieme di ricerche originali, nelle quali la preferenza per le tinte monocolore o per i moduli geometrici si combinava con la sperimentazione di nuove tecniche e il riutilizzo di materiali tradizionali[110]. Molti artisti, infatti, utilizzarono per le loro opere **l'hanji**, la carta tradizionale coreana ottenuta dalla lavorazione del gelso, al posto della tela o in aggiunta ad essa. Esse sono l'esito di processi controllati e ripetitivi, nei quali gli artisti condividono l'interesse a comprendere l'oggetto tramite le sue proprietà materiali più basilari[111].

Il movimento è diventato una parte importante nella ricerca di un'identità culturale moderna sudcoreana in un momento storico contraddistinto da uno sviluppo economico lento e da politiche repressive. Esso, inoltre, riflette la crisi che la società sudcoreana ha vissuto nel periodo successivo alla guerra civile; una società lasciata in un conflitto in cui coesistevano in maniera scomoda l'esigenza di un forte controllo sociale e politico e le spinte a sanzionare ed incentivare una crescita economica rapida e a garantire la protezione del paese da parte degli Stati Uniti. Questa pittura monocromatica è maturata anche perché gli artisti sudcoreani, verso la metà degli anni '70, hanno acquisito una conoscenza più ampia dell'arte occidentale. Dansaekhwa risulta come un aspetto tardivo di un impulso artistico, proveniente dall'Occidente ed espresso come volontà di astrazione. Tutto questo porta a una situazione di ritardo culturale e inferiorità, in quanto gli artisti coreani hanno dovuto lottare per riuscire a stare al passo con la cultura dominante, quella occidentale, assimilando nella maniera più produttiva possibile i tratti occidentali. In quest'ottica, la pittura monocromatica coreana può essere intesa anche come **un "simbolo" culturale,** che evidenzia lo schieramento della Corea del Sud agli Stati Uniti e alle democrazie occidentali. La severa "astrattezza" delle opere è in linea con la narrativa occidentale dominante, per cui il rifiuto della figurazione è un analogo visivo della libertà di espressione garantito e difeso dalla protezione statunitense[112].

Il movimento monocromatico si mostra visivamente come un punto di rottura con il passato, poiché gli artisti sudcoreani hanno provato a distaccarsi dal proprio patrimonio culturale, assimilando ed emulando gli stili del modernismo occidentale. Ad eccezione di **Quac In-Sik, Lee Ufan, Park Seo-Bo e Kim Gui-Line** che hanno avuto la possibilità di studiare all'estero, tutti gli altri artisti

---

[110] **Quaroni I.,** *"South Korea for dummies… e come decodificarne l'arte contemporanea",* L.U.P.O Lorenzelli Upcoming Projects Organization, Milano, 2023, catalogo della mostra K90-99, p.259

[111] **Morley S.,** *"Haptic Perception and the Non-Western Monochrome",* Routledge Taylor and Francis Group, Vol. 35, No. 5, 2021, p.637

[112] **Morley S.,** *"Dansaekhwa Korean Monochrome Painting",* Routledge Taylor and Francis Group, Vol. 27, No. 2, 2013, pp.189-190

monocromatici non hanno né studiato né trascorso periodi di formazione fuori dalla Corea. In quegli anni le occasioni di viaggiare erano poche visto che la Corea era un paese sotto dittatura militare ed economicamente debole e i passaporti venivano rilasciati con difficoltà. Gli artisti di Dansaekhwa scelsero quindi di non trasferirsi in Occidente ma rimasero a lavorare in una scena artistica ancora agli albori e che veniva influenzata dall'arte contemporanea occidentale solamente in parte, poiché la conoscenza di essa avveniva per lo più tramite riproduzioni su giornali e riviste[113].

Uno degli artisti più influenti è **Lee Ufan,** fondamentale per lo sviluppo e la diffusione del movimento. Le prime mostre e valutazioni critiche si verificarono sotto la sua supervisione in Giappone, dove nel 1975 a Tokyo si tenne la prima mostra collettiva di Dansaekhwa. Egli scelse anche di passare molto tempo a Parigi, quasi come se volesse incarnare "un'identità nomade e ibrida postmoderna". Riuscì in questo modo a deviare con successo le idee tradizionali dell'Asia orientale tramite modelli filosofici e artistici dell'Occidente ma anche ad avvicinare dal punto di vista culturale la Corea del Sud al Giappone e viceversa e simultaneamente agli sviluppi occidentali. Da tutto questo emerge che gli artisti monocromatici hanno sentito la necessità di riesaminare le proprie tradizioni culturali senza però rinunciare alle conoscenze apprese sull'arte occidentale progressista[114].

Ne deriva che l'interessamento abbastanza recente degli attori occidentali per Dansaekhwa e per gli artisti di generazioni successive, non corrisponde ad un innamoramento improvviso di europei e statunitensi a questo movimento artistico, ma è in realtà dovuto alla politica culturale adottata dai governi filocapitalisti e pienamente anticomunisti che si sono succeduti fin dal dopoguerra alla guida della penisola sudcoreana. È stata quindi una politica culturale che ha avuto l'appoggio totale degli interlocutori occidentali. Tutto questo provato anche dal fatto che una corrente artistica e sociopolitica come il **"Minjung",** nato tra gli anni Settanta e Ottanta dal movimento democratico durante la dittatura militare e in risposta al massacro di Gwangju del 1980, non sia stato oggetto di riscoperta da parte del collezionismo occidentale[115].

La popolarità dell'arte coreana nel mondo e del movimento Dansaekhwa in particolare, si registra a partire dal 2013, grazie alla seconda edizione di **Frieze Masters,** che accolse per l'occasione la **galleria Kukje** di Seul, che fu in grado di identificare, promuovere e lanciare sul mercato il movimento monocromatico. Non stupisce che le opere di Dansaekhwa siano state apprezzate all'estero, dato che le loro forme, colori e messaggi hanno trovato terreno fertile, ricalcando un gusto

[113] **Morley S.,** *"Dansaekhwa Korean Monochrome Painting",* Routledge Taylor and Francis Group, Vol. 27, No. 2, 2013, pp.192-194
[114] ***Ibid.,*** pp.194-195
[115] **Quaroni I.,** *"South Korea for dummies… e come decodificarne l'arte contemporanea",* L.U.P.O Lorenzelli Upcoming Projects Organization, Milano, 2023, catalogo della mostra K90-99, pp. 259-260

che gli occidentali avevano già da tempo compreso e fatto proprio. È importante, però, non dividere questa tendenza dal suo contesto storico, contraddistinto da "forti turbolenze politiche, battaglie sanguinose e tentativi di subordinazione dell'arte a molteplici interventi propagandistici". La contraddizione di questo movimento sta nella disillusione degli artisti nei riguardi dell'arte concepita come mezzo di autoaffermazione politica che per la prima volta nella storia dell'arte coreana moderna, li ha spinti a chiudersi in sé stessi e cercare di dare sfogo alle proprie emozioni[116].

Osservando Dansaekhwa nel mercato dell'arte, i prezzi degli artisti sono aumentati, mediamente del 200% a partire dal settembre del 2014. Una tendenza rilevata anche nelle aste internazionali, in cui sempre più mercanti e collezionisti occidentali hanno acquistato le opere monocratiche coreane, dando luogo a una serie di nuovi record per i principali artisti. Un esempio è il caso **dell'artista Park Seo-Bo** con le opere della sua serie più rilevante, **"Ecriture"**, (figura 2) passate da aggiudicazioni di poco più di 55.000 dollari del dicembre 2014 agli 838.633 dollari del novembre 2015. Questo successo è stato possibile grazie ad un gruppo di gallerie coreane che hanno saputo promuovere e rilanciare il movimento[117], con l'obiettivo di costruire un dialogo con curatori di varie istituzioni e presentare questi artisti ad un pubblico internazionale[118]. All'estero sono state fondamentali mostre come ***"Park Seo-Bo, Ecriture (1967-1981)"*** alla **White Cube** di Londra, ***"Dansaekwha and Minimalism"*** alla **Blum & Poe** di Los Angeles e **"*Dansaekhwa and Korean abstraction"*,** alla **Boghossian Foundation** di Bruxelles[119].

Le prospettive per il mercato di Dansaekhwa sono positive, dovuto anche dal fatto che da mercato prettamente locale si sia trasformato in un mercato globale in tempi brevi[120]. Il movimento è perciò al centro dell'attenzione, non solo nelle case d'asta, ma anche in gallerie, biennali e musei di tutto il mondo[121].

Il successo registrato da Dansaekhwa, e dall'arte coreana contemporanea che verrà analizzato nel prossimo paragrafo, si può ricondurre al riconoscimento occidentale di molti prodotti culturali sudcoreani, specialmente quelli nati con l'Onda coreana e con le politiche di soft power attuate dal governo. Questo ha portato la Corea del Sud a beneficiare di una serie di notevoli investimenti

[116] https://www.artribune.com/dal-mondo/2025/06/arte-storia-politica-corea-sud/

[117] https://collezionedatiffany.com/dansaekhwa-dalla-corea-con-furore-2016/
[118] https://news.artnet.com/market/frieze-masters-report-2021-2019895
[119] https://collezionedatiffany.com/dansaekhwa-dalla-corea-con-furore-2016/
[120] https://news.artnet.com/art-world/artnet-asks-k-auction-markets-dansaekhwa-moment-489767

[121] https://news.artnet.com/market/interview-with-hak-jun-lee-ceo-seoul-auction-298997

nazionali ed internazionali. Nel mondo dell'arte, oltre alle molteplici mostre su Dansaekhwa e su artisti di generazioni successive, si osserva l'apertura di nuove sedi di gallerie di fama internazionale a Seul, tra queste ci sono la galleria Perrotin, Pace, Konig, Thaddaeus Ropac, Lehmann Maupin, Peres Project e White Cube. Nel 2022 arriva anche Frieze Art Fair al Coex Convention Art Exhibition Center nel distretto di Gangnam. Questa vivacità culturale e artistica conferma **Seul come "nuova capitale dell'arte contemporanea",** titolo validato anche dalla presenza del National Museum of Modern and contemporary art, del Leeum Samsung museum of art e del Ho-Am Art Museum. A marzo 2025 è stata inaugurato, inoltre, presso la Tower 63 della Hawha Culture Foundation[122], il Centre Pompidou che ha individuato nella Corea del Sud il potenziale per diventare uno dei mercati artistici emergenti più forti in Asia, alimentato da una fiorente scena artistica, in particolare tra le giovani generazioni, che sta interessando sempre di più la comunità artistica globale[123].

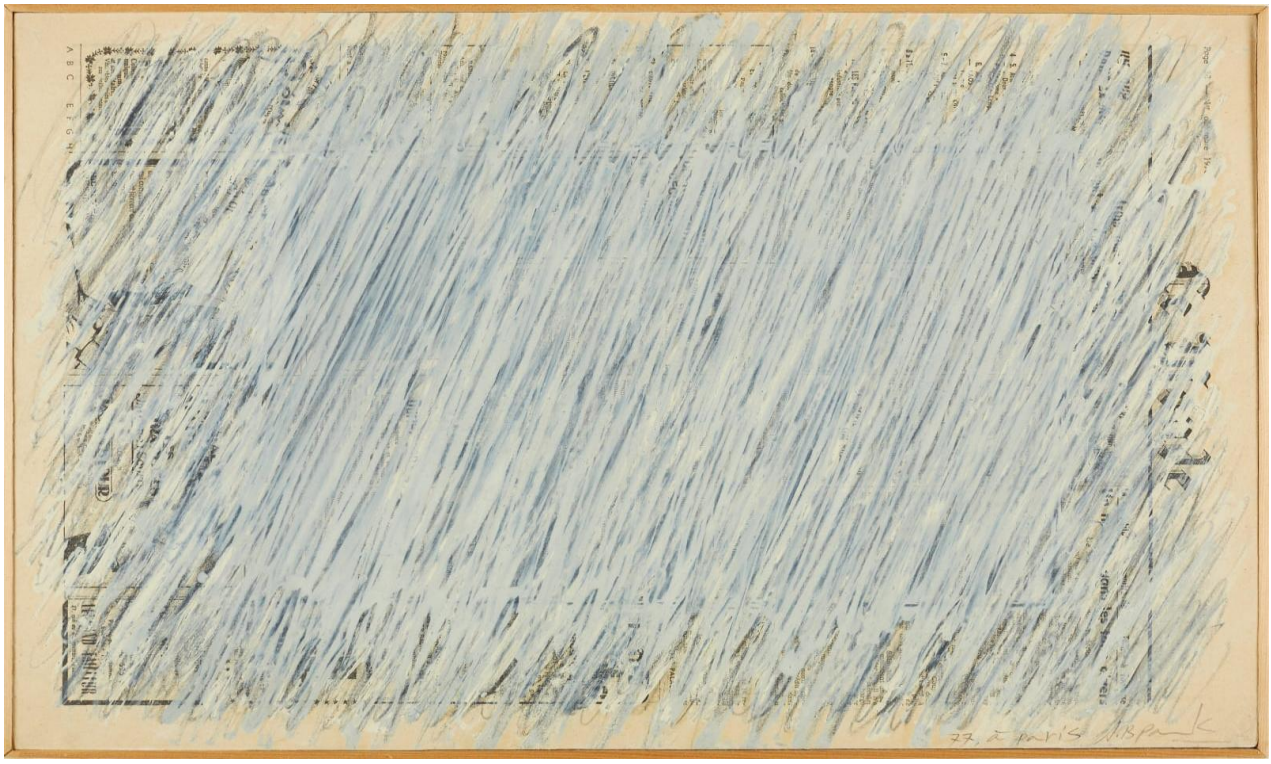


Figura 2: "Ecriture", Park Seo Bo / fonte: https://www.arariogallery.com/artworks/12488-park-seo-bo-ecriture-1977/

[122] **Quaroni I.,** *"South Korea for dummies… e come decodificarne l'arte contemporanea",* L.U.P.O Lorenzelli Upcoming Projects Organization, Milano, 2023, catalogo della mostra K90-99, pp.263-264

[123] https://www.hanwha.com/newsroom/news/press-releases/hanwha-partners-with-centre-pompidou-to-showcase-modern-and-contemporary-art-in-south-korea.do

2.3 Fiere, gallerie e collezionisti: un'analisi di un mercato dell'arte in evoluzione

In Asia stanno sorgendo nuovi centri di interesse dal punto di vista artistico e di mercato. Primo fra tutti **Seul,** la capitale sudcoreana, oggi tra i più importanti centri per l'arte in Asia, sviluppo dato da una forte crescita del collezionismo dei giovani e da fattori strutturali favorevoli come la logistica, la vigorosa espansione della cultura coreana e il sostegno assicurato al settore sia dal governo che dai privati[124]. Nel 2022, anno fondamentale per il mercato dell'arte coreano, Seul si è totalmente ripresa dalla crisi sanitaria dovuta alla pandemia di Covid-19 e si sta affermando come una delle **nuove capitali dell'arte contemporanea su scala mondiale,** superando Tokyo che registra comunque una crescita del 55%[125].

Il mercato dell'arte sudcoreano si è affermato come un attore significativo sulla scena internazionale, triplicando le sue dimensioni sebbene sia stata registrata una contrazione a livello globale. Questo sviluppo indica sia l'espansione quantitativa che la maturazione del mercato, unendo artisti affermati con artisti emergenti. I dati di vendita, nel 2022, rispecchiano la crescita di questo mercato, con un fatturato complessivo maggiore di 1000 miliardi di won, che corrispondono all'incirca a 870 milioni di dollari, in aumento se si confrontano con i 380 miliardi di won del 2019. La Corea del Sud si posiziona al **settimo posto a livello globale per fatturato delle aste di arte contemporanea,** dopo i centri principali del mercato dell'arte come Stati Uniti e Cina. Il successo odierno si fonda su un'eredità che risale agli anni '60 e con un interesse spiccato negli anni '70 per gli artisti d'avanguardia, fondamentale risulta essere anche il ruolo degli artisti contemporanei che cooperano con importanti comunità artistiche e gli artisti della diaspora che stanno accrescendo l'influenza globale dell'arte coreana. Le prospettive uniche e gli approcci innovativi degli artisti hanno aumentato **il riconoscimento mondiale dell'arte coreana.** Nei musei, le principali mostre espongono sia opere contemporanee che storiche, seguendo il successo riscosso dal movimento monocromatico Dansaekhwa. Con l'evoluzione del mercato dell'arte coreano, gli artisti modellano sempre di più il discorso artistico globale, proponendo un ruolo ancora più significativo nel futuro dell'arte contemporanea[126].

Un elemento importante per la diffusione dell'arte coreana e per le crescenti dimensioni del mercato dell'arte coreano è la presenza a Seul di fiere d'arte come **Frieze e Kiaf,** che hanno dato visibilità e rilevanza al mercato dell'arte coreano in generale e a Seul in particolare, creando scambi di idee e di

---

[124] **Ripa P., e Ghilardi R.,** *"Il mercato dell'arte e dei beni da collezione – Report 2024",* Deloitte Italy S.p.A. S.B, Deloitte Creative Team – Italia, 2024, p.21

[125] **Ehrmann T.,** *"The Ultra Contemporary Art Market in 2022",* Art Price, Francia, 2022, p.6

[126] https://www.mcst.go.kr/english/policy/kocis/newsView.jsp?pSeq=308

esperienze coinvolgenti tra comunità anche molto diverse tra loro[127]. Dopo Londra, Los Angeles e New York, Frieze approda nel 2022 nella capitale sudcoreana, organizzata al **COEX** (centro dedicato principalmente ad esposizioni artistiche), nella stessa settimana e in collaborazione con **Kiaf Seoul**, presente ormai da vent'anni, è una fiera storica dell'associazione delle gallerie coreane[128]. I risultati positivi del debutto di **Frieze Seoul** (figura 3) nel suo primo anno di attività, ha spinto numerose gallerie ad iscriversi alla fiera del 2023, passando da 110 a 121 espositori. Sono stati registrati **70.000 visitatori,** con collezionisti provenienti da 36 paesi. Le vendite, rispetto alla prima edizione del 2022, non sono state né frenetiche né milionarie, ma le gallerie internazionali hanno ottenuto e comunicato delle trattative positive. Frieze Seoul è riuscita a combinare le principali istituzioni sudcoreane a un'ampia gamma di espositori derivanti da mercati artistici internazionali. Tutto questo ha dato vita a un entusiasmante discorso sull'arte e ha diretto l'attenzione sulle comunità artistiche di Seul[129].

Il 2023 ha segnato, inoltre, una svolta non solo nel numero di gallerie partecipanti, ma anche nell'organizzazione degli spazi della fiera con due padiglioni e tre sezioni, così organizzate:

1. La principale con le gallerie impegnate nella ricerca artistica contemporanea;

2. Frieze Masters, per "una prospettiva contemporanea sulla storia dell'arte, dai capolavori antichi agli Old Masters e alle icone del Ventesimo secolo";

3. Focus Asia, con dieci stand monografici per altrettante gallerie asiatiche aperte negli ultimi dodici anni.

Oltre l'esposizione al Coex, si è svolta una programmazione ricca di eventi in città, come **Frieze Film,** che ha dato luogo alla proiezione di opere filmiche di quattordici artisti coreani e a numerosi talk progettati in collaborazione con Kiaf e il Korea Arts Management Service (KAMS), e a **Frieze Music** per le performance live. Questi progetti elevano l'importanza e l'identità di Frieze, confermando il suo ruolo di organizzazione guidata dagli artisti e come un momento da non perdere nel panorama dell'arte internazionale[130].

[127] https://www.artribune.com/arti-visive/2023/09/seoul-galleria-lehmann-maupin/
[128] https://www.artribune.com/professioni-e-professionisti/fiere/2023/09/frieze-seoul-fiera-arte-2023/
[129] **Ripa P., e Ghilardi R.,** *"Il mercato dell'arte e dei beni da collezione – Report 2024",* Deloitte Italy S.p.A. S.B, Deloitte Creative Team – Italia, 2024, pp.26-27

[130] https://www.artribune.com/professioni-e-professionisti/fiere/2023/09/frieze-seoul-fiera-arte-2023/

Le fiere d'arte costituiscono un asset strategico del mercato e vengono valutate come il mezzo più efficace per acquisire nuovi clienti[131]. Il settore fieristico è infatti in crescita, le vendite nel 2022 sono aumentate rispetto al 2021, passando da 188,9 miliardi a 302 miliardi di won. Si stima che questa tendenza di crescita sia connessa in maniera diretta all'aumento del 13,1% su base annua del numero di visitatori delle fiere d'arte, passando da 774.000 a 875.000. Queste rilevazioni sono utili al **Ministero della Cultura, dello Sport e del Turismo** per la politica artistica del 2023. Innanzitutto, si concentrerà sulle fiere d'arte nazionali, nelle quali le vendite sono in crescita e perseguono l'obiettivo di presentare e far apprezzare le opere d'arte agli acquirenti e al grande pubblico. Si impegna, inoltre, ad assistere in modo attivo gli artisti emergenti o di medio livello e le gallerie d'arte nella partecipazione a fiere d'arte e nell'organizzazione di mostre all'estero, con lo scopo di facilitarne l'affermazione nei mercati internazionali[132].

In questa sua mission viene supportato dal **KAMS, il Korea Arts Management Service.** Questa istituzione pubblica ha un ruolo cruciale nel **supporto all'arte coreana e alle organizzazioni artistiche.** Nata nel 2006, associata al Ministero della Cultura, dello Sport e del Turismo, si occupa di programmi dediti a sostenere la distribuzione delle arti, a migliorare la competitività delle organizzazioni artistiche e a promuovere l'autosufficienza della scena artistica coreana. Per favorire una crescita sostenibile del settore, il Kams ha il compito di **creare valore futuro per l'industria artistica** fortificando i quadri di gestione, inoltre punta a rivitalizzare i mercati delle arti performative e visive, migliorando al tempo stesso la competitività delle organizzazioni artistiche e delle start-up[133].

Sono stati attivati dei fondi per sostenere economicamente questi progetti come il **Fondo per l'arte coreana all'estero (FKAA),** attraverso cui si assegnano aiuti economici a istituzioni artistiche che organizzano mostre e programmi fuori dalla Corea a cui sono chiamati a partecipare artisti coreani, ai quali si dà la possibilità di farsi conoscere e affermarsi nel mercato dell'arte internazionale, rafforzando il proprio sistema di relazioni all'interno della comunità artistica globale. Si supportano spese come la spedizione delle opere, l'acquisto di biglietti aerei, alloggio, produzione di video, costi di critica e altre. Un altro esempio è il **Fondo per la partecipazione alle fiere d'arte internazionali (PIAF),** che ha lo scopo di accrescere le opportunità di internazionalizzazione del mercato dell'arte

[131] **Ripa P., e Ghilardi R.,** *"Il mercato dell'arte e dei beni da collezione – Report 2024",* Deloitte Italy S.p.A. S.B, Deloitte Creative Team – Italia, 2024, p.26
[132] **Ministry of Culture, Sports and Tourism.,** *"Korean Art Market Sales Surpass KRW 1 Trillion",* 2023, Republic of Korea
[133] https://www.gokams.or.kr:442/eng/06_about/history.aspx

coreano sostenendo la partecipazione a fiere d'arte internazionali all'estero. Supporta spese come la quota di iscrizione allo stand, i costi di trasporto e l'assicurazione delle opere d'arte[134].

Queste iniziative hanno portato a un impatto molto positivo nel mercato dell'arte coreano, sfociato anche nell'apertura di numerose **sedi di gallerie e case d'asta internazionali,** nonché alla conseguente rappresentazione mondiale degli artisti coreani[135]. Gli attori internazionali in questione non vogliono sprecare l'opportunità offerta dalla Corea del Sud; infatti, è stata aperta nel 2023 a Seul, la prima sede di **Sotheby's** con lo scopo di rafforzare il proprio legame con i collezionisti locali e stimolare in essi un maggior interesse nell'arte occidentale. La fiducia nella crescita potenziale del mercato dell'arte coreano è data da gallerie come **Gagosian, White Cube, Lehmann Maupin, Emmanuel Perrotin, Pace Gallery e Thaddaeus Ropac** che hanno deciso di aprire sedi nella capitale sudcoreana poco prima di Frieze Seoul del 2022, a riconferma del suo ruolo di **"centro nevralgico dell'arte contemporanea" in Asia. (p.41 art price 2024)** Il loro interesse è molto alto e si prevede che continueranno a cercare rappresentanza in Corea del Sud[136]. L'entusiasmo si è diffuso anche nelle aste coreane, con la dinamica di concorrenza tra **Seoul Auction e K Auction,** generando nel 2021 un fatturato di oltre 237 milioni di dollari e portando il paese al sesto posto nella classifica mondiale. I tassi di successo delle vendite all'asta sono all'incirca dell'80% per artisti coreani affermati come Lee Ufan, Tschang-Yeul Kim, Bae Lee, Kwang-Young Chun, Seo-Bo Park e **Whan-Ki Kim,** il quale occupa una buona posizione nella classifica mondiale di Art Price, con 13,9 milioni di dollari ottenuti dalla vendita di 32 opere, superando artisti occidentali come Egon Schiele e Paul Cézanne nella classifica annuale del fatturato delle aste del 2024[137].

La presenza di queste gallerie straniere nel mercato dell'arte coreano avrebbe fatto triplicare il numero di collezionisti, dai circa 1000 del 2017 ai 3000 del 2022, sempre più giovani e interessati ad investire in arte. Questa tendenza si è vista non solo a Seul ma anche in città come Busan e Daegu. Le **condizioni istituzionali ed economico-finanziarie** sono molte e stanno concorrendo al rilancio del ruolo della Corea del Sud nelle grandi manovre dell'arte. Si inizia da una fiscalità alquanto

[134] https://www.gokams.or.kr:442/eng/main/main.aspx

[135] https://news.artnet.com/market/veteran-seoul-dealer-jung-lee-on-ups-and-downs-in-the-korean-art-market-and-the-nations-rising-profile-abroad-2528989

[136] https://www.theartnewspaper.com/2023/08/31/frieze-seoul-bumpy-year-for-korean-art-market

[137] **Ehrmann T.,** *"The Art Market in 2024",* Artprice.com, Francia, 2025, p.41

vantaggiosa per coloro che acquistano opere d'arte uniche, non digitali, e agevolazioni per somme inferiori ai 55 mila dollari[138].

Oggi i collezionisti asiatici sono sempre più "onnivori", disposti a spendere cifre elevate per molte tipologie di beni in asta, inclusi i grandi maestri del Pre War e Post War europei. Lo spiccato interesse dei collezionisti asiatici per l'arte occidentale rivela **una crescente complessità nel mercato dell'arte asiatico.** È stato riscontrato che i collezionisti occidentali sono sempre più appassionati ed esperti di arte orientale mentre i collezionisti asiatici tendono a riappropriarsi di opere appartenenti alla loro cultura e a ricercare e acquistare beni artistici occidentali[139].

Con l'avvento di gallerie e fiere d'arte internazionali, la base di collezionisti si è ampliata notevolmente e continuerà a farlo nei prossimi anni[140]. Si è assistito, inoltre, all'entrata di una nuova generazione di collezionisti, che reputano l'arte come una classe di attività e un investimento[141]. Composta da individui nati dopo il 1980, **la "generazione MZ"**, un mix tra Millennial e Gen-Z, sta alimentando l'attuale mercato artistico coreano. Molti di questi giovani collezionisti sudcoreani provengono da famiglie di collezionisti, cresciuti in mezzo all'arte, possiedono perciò un'ampia conoscenza della scena artistica, mentre altri vedono l'arte come un investimento alternativo. In genere sono nativi digitali, con un alto livello di istruzione e molto interessati alla cultura, capaci di effettuare investimenti strategici. Eseguono ricerche accurate sul mondo dell'arte servendosi di tutte le fonti a loro disposizione, da quelle più tradizionali come corsi d'arte nei musei passando a canali come YouTube e i social media[142].

Si rileva che le nuove generazioni sono più mature ed interessate agli acquisti e che come registrato dalle major internazionali, tra il 30% e il 50% di nuovi acquirenti un terzo appartiene alla generazione MZ. Questa tendenza porta a nuove esigenze, nuove abitudini di acquisto e un nuovo potenziale target

---

[138] https://www.artribune.com/professioni-e-professionisti/fiere/2023/09/frieze-seoul-fiera-arte-2023/

[139] **Franzese A.,** *"Il Global Painting Asia Index | Focus ultimi 5 anni",* Il mercato dell'arte e dei beni da collezione - Report 2025, Deloitte Italy S.p.A. S.B, Deloitte Creative Team – Italia, 2025, p.47

[140] https://www.artribune.com/arti-visive/2023/09/seoul-galleria-lehmann-maupin/

[141] https://news.artnet.com/market/veteran-seoul-dealer-jung-lee-on-ups-and-downs-in-the-korean-art-market-and-the-nations-rising-profile-abroad-2528989

[142] https://italia.korean-culture.org/it/1373/board/966/read/122876

da fidelizzare[143]. Ad esempio, la ricerca degli artisti è cambiata, i collezionisti della generazione precedente preferivano fare ricerca e acquistare opere di artisti affermati, i giovani collezionisti MZ invece sono più attratti verso artisti coreani emergenti[144], scelta dovuta a budget limitati, costi di spedizione, bonifici internazionali e l'inesperienza nell'acquisto di opere costose da gallerie straniere[145].

Si è osservato come il 41% spenda in media da 10.000 a 50.000 dollari per opera d'arte, il 18% da 50.000 a 100.000 dollari e solamente l'1,79% ha speso da 500.000 a 1 milione di dollari e da 1 a 2 milioni di dollari. Negli ultimi tre anni, un solo collezionista ha speso più di 3,6 milioni di dollari in opere d'arte. Questi acquisti comprendono artisti coreani affermati del movimento Dansaekhwa come **Lee Ufan** e artisti occidentali ma anche artisti emergenti, tra i più desiderati ci sono **Sangho Noh** e **Kwangsoo Park,** il primo rappresentato dalla galleria Arario e il secondo dalla galleria Hakgojae. In un primo momento non beneficiavano del sostegno di musei e grandi gallerie a causa della loro età, perfino le gallerie di fascia media li evitavano per via di prezzi bassi e opere d'arte troppo sperimentali. Recentemente, per sostenere questi artisti emergenti, sono stati aperti dai galleristi MZ degli spazi più accoglienti e dal 2020 i collezionisti della nuova generazione hanno cominciato ad organizzare mostre ed eventi dedicati a questi artisti emergenti, sostenuti nella maggior parte dei casi dal **KAMS, il Korea Arts Management Service[146].**

In conclusione, si osserva che per merito dei collezionisti MZ il mercato dell'arte sudcoreano, secondo le stime del 2021, è cresciuto di quasi tre volte realizzando un valore stimato di 920 miliardi di won, che corrispondono a circa 675 milioni di euro[147]. Questi giovani acquirenti sono **i maggiori consumatori d'arte contemporanea in Asia** e sono ritenuti i più sofisticati nel mercato dell'arte contemporanea tra i collezionisti asiatici[148], sono inoltre considerati culturalmente entusiasti,

[143] **Ripa P., e Ghilardi R.,** *"Il mercato dell'arte e dei beni da collezione – Report 2024",* Deloitte Italy S.p.A. S.B, Deloitte Creative Team – Italia, 2024, p.17
[144] https://italia.korean-culture.org/it/1373/board/966/read/122876
[145] https://www.theartnewspaper.com/2022/09/07/the-young-mz-collectors-driving-koreas-art-market-boom-are-only-just-getting-started-finds-new-government-study

[146] https://www.theartnewspaper.com/2022/09/07/the-young-mz-collectors-driving-koreas-art-market-boom-are-only-just-getting-started-finds-new-government-study
[147] https://italia.korean-culture.org/it/1373/board/966/read/122876
[148] https://www.theartnewspaper.com/2023/08/31/frieze-seoul-bumpy-year-for-korean-art-market

intelligenti e rapidi nell'apprendimento, tutte caratteristiche che li porteranno in futuro a una maggiore maturità ed esperienza[149].

L'individuazione di Seul come hub per l'arte ha impiegato un periodo di tempo alquanto lungo. La città sudcoreana offre **un mercato dinamico e stimolante,** supportato da una raffinata scena artistica locale grazie anche ad una lunga tradizione culturale. È necessario potenziare l'infrastruttura di musei e istituzioni capaci di favorire lo **scambio cross-culturale tra artisti occidentali e asiatici.** La posizione unica in cui la città si trova, consente la promozione di dialoghi diversificati e proficui per le comunità artistiche differenti. Le previsioni per il mondo dell'arte contemporanea nella penisola sudcoreana sono rassicuranti. Si pensa, infatti, che diventerà un mercato sano e sostenibile e con un potenziale di crescita importante. Influenze positive come il mondo del cibo, della moda, della musica si affiancano alla scena artistica per farla diventare una destinazione culturale capace di affascinare[150].



Figura 3: Frieze Seoul fonte: Photo by Lets Studio. Courtesy Lets Studio and Frieze. https://www.theartnewspaper.com/2022/09/02/kiaf-frieze-seoul-fair-report-art-market

[149] https://www.theartnewspaper.com/2022/09/07/the-young-mz-collectors-driving-koreas-art-market-boom-are-only-just-getting-started-finds-new-government-study

[150] https://www.artribune.com/arti-visive/2023/09/seoul-galleria-lehmann-maupin/

Capitolo 3

Il ruolo delle chaebol nella promozione dell'arte e della cultura coreana

3.1 Chaebol e il sostegno alla cultura e all'arte coreana

La presenza della cultura e dell'arte coreana sulla scena mondiale non è una coincidenza. È il risultato dell'impegno congiunto del **governo sudcoreano e delle chaebol,** i grandi conglomerati aziendali a conduzione familiare, nati nella prima metà del XX secolo, e che svolgono una notevole influenza nell'economia, nella politica e nella promozione globale della cultura coreana tramite **importanti sponsorizzazioni e investimenti.** Questo contributo è cominciato con il cinema, le serie tv e il K-pop, per poi espandersi alle arti, con lo scopo di far conoscere meglio e far riconoscere il proprio paese a livello internazionale. I benefici economici, come l'aumento delle esportazioni, l'attrazione degli investimenti e la crescita del turismo, hanno incoraggiato le aziende a sponsorizzare programmi artistici in tutto il mondo. Atteggiamento dovuto ad eventi come **Frieze Seoul,** grandi mostre dedicate all'arte e alla cultura coreana allestite in istituzioni museali prestigiose come il **Los Angeles County Museum of Art (LACMA) e il Victoria and Albert Museum (V&A) di Londra,** inaugurate subito dopo un festival d'arte coreana in un teatro vicino. Da Netflix al K-pop ai migliori musei di tutto il mondo, la cultura coreana è ovunque[151].

Storicamente è evidente che le chaebol furono le protagoniste del miracolo sudcoreano, da un'economia prettamente agricola si riuscì a passare a un sistema industriale all'avanguardia, specializzandosi nel mercato di beni di largo consumo destinati all'esportazione. Al proprio interno, svilupparono un'organizzazione basata su una rigida disciplina lavorativa e sulla lealtà alla famiglia a capo del conglomerato. Il termine **chaebol** nasce dall'unione dei caratteri coreani **"ricchezza" e "clan",** è infatti alla famiglia proprietaria che i membri dell'azienda devono dichiarare la propria lealtà, giudicata come uno principi su cui si fonda la società coreana. Oggi le chaebol controllano il 77% dell'economia coreana, con Samsung (41%), Hyundai (13%), LG (9%) e SK Group (7%), specializzate non soltanto nell'elettronica di consumo o nei servizi finanziari e assicurativi, ma si occupano di sovvenzionare anche altri settori come la ristorazione, il commercio al dettaglio e

[151] https://news.artnet.com/art-world/korean-companies-art-sponsorships-2022-2197021

l'intrattenimento, con lo scopo di favorire la diffusione e il successo della cultura coreana all'estero e facendole guadagnare una fama globale senza precedenti[152].

Osservando questo fenomeno nel dettaglio, le grandi aziende coreane non sono estranee alla scena artistica internazionale degli ultimi decenni. Uno tra i più famosi chaebol è **Samsung** che ha supportato la prima galleria permanente di Londra dedicata all'arte coreana al Victoria and Albert Museum (V&A) negli anni '90. Coopera con il British Museum dal 2009, per sviluppare un programma gratuito di apprendimento digitale rivolto a scuole e famiglie tramite il Samsung Digital Discovery Center (SDDC). Nel 2010 alla Tate di Liverpool ha sponsorizzato la retrospettiva dell'**artista Nam June Paik,** al quale aveva procurato 1.003 monitor per realizzare l'opera d'arte "The More The Better" per le Olimpiadi di Seul del 1988. Al giorno d'oggi è ancora uno degli sponsor più attivi nella sponsorizzazione dell'arte.

Oltre a Samsung ci sono altre aziende che si sono mostrare propense ad elargire sponsorizzazioni artistiche, tra queste troviamo **l'azienda di cosmetici AmorePacific,** che ha donato 1 milione di dollari al Los Angeles County Museum of Art (LACMA) per l'acquisto di opere d'arte contemporanea e 500.000 sterline al British Museum. Il rivenditore **Shinsegae,** il gigante dell'intrattenimento **CJ Group** e il colosso delle spedizioni **Hanjin** sono tra i principali sponsor artistici[153].

Nel 2022 si registra un aumento di attività di questi mega conglomerati coreani con **LG Electronics,** che ha intrapreso **una partnership quinquennale con il Guggenheim** focalizzata sull'arte basata sulla tecnologia, che include il lancio della LG Guggenheim Art and Technology Initiative, un premio d'arte da 100.000 dollari, la sponsorizzazione dell'assunzione di un assistente curatore e la festa annuale del Consiglio dei giovani collezionisti del Guggenheim. È stata inoltre sponsor della mostra "Korean Wave" al V&A. Anche la casa automobilistica **Hyundai Motor** è stata protagonista con la sponsorizzazione della mostra "The Space Between: The Modern in Korean Art" al LACMA e la mostra " Hallyu! The Korean Wave " al V&A sostenuta da una divisione di Hyundai, il marchio di auto di lusso Genesis. Questa mostra propone più di 200 oggetti che ripercorrono l'ascesa della cultura pop coreana negli ultimi vent'anni, dalla prime serie TV alla musica K-pop, passando per film

[152] https://www.ispionline.it/it/pubblicazione/le-chaebol-e-il-sistema-di-potere-corea-del-sud-17093

[153] https://news.artnet.com/art-world/korean-companies-art-sponsorships-2022-2197021

di fama internazionale e serie di successo come Squid Game, vengono esaminati anche temi come la moda e la bellezza. Attraverso di essa si è anche cercato di contestualizzare l'ascesa della cultura pop sudcoreana sullo sfondo della storia turbolenta dell'intera penisola coreana, dall'occupazione giapponese alla guerra di Corea, e della trasformazione della Corea del Sud da dittatura a democrazia, che risulta essere un elemento essenziale per la fiorente creatività del paese.

Il rapporto di collaborazione tra il LACMA e Hyundai Motor risale al 2013, due anni dopo si decise di siglare un accordo di partnership decennale fino al 2024, che includeva due importanti iniziative **"Arte + Tecnologia" e borse di studio per l'arte coreana,** dalle quali si è dato vita alla mostra "Beyond Line: The Art of Korean Writing", del 2019, incentrata sull'evoluzione della calligrafia coreana. Da questo momento in poi Hyundai ha cominciato a stringere partnership a lungo termine con prestigiose istituzioni in tutto il mondo; infatti, ha siglato un accordo nel 2014 con la Tate per la commissione annuale della Turbine Hall della durata di undici anni. Facendo questo ha preso il più lungo impegno che un partner aziendale abbia mai intrapreso con la Tate[154].

Nel coronamento del suo impegno nel rendere l'arte maggiormente accessibile al pubblico e il suo interesse verso le comunità di artisti di tutto il mondo, è impegnata, inoltre, come **sponsor principale del Padiglione Corea alla Biennale di Venezia** dal 2015, con lo scopo di portare gli artisti coreani sul più importante palcoscenico internazionale, inserendosi perciò nelle numerose iniziative a supporto dell'arte elencate precedentemente[155].

Quello che emerge da queste sponsorizzazioni è il notevole interesse delle aziende sudcoreane nell'utilizzo dello **spazio culturale come mezzo per affermarsi come soft power.** Proporre la cultura in una maniera culturalmente sensibile e come apporto all'istruzione di tutti, anziché come semplice branding. L'entusiasmo delle chaebol per la sfera culturale è coerente con la visione del governo coreano. L'iniziale supporto all'industria cinematografica ha attirato le aziende coreane e altri investitori privati, allargandosi progressivamente ad altri settori culturali[156].

La mostra al V&A, infatti aderisce ad una collaborazione da 2 miliardi di won tra il Korean Cultural Center di Londra, gestito dallo stato, e il museo londinese, sottoscritta nel 2020 per rafforzare i

[154] https://news.artnet.com/art-world/korean-companies-art-sponsorships-2022-2197021

[155] https://www.hyundai.news/it/articles/press-releases/hyundai-e-il-mondo-dellarte-insieme-alla-58esima-biennale-di-venezia.html

[156] https://news.artnet.com/art-world/korean-companies-art-sponsorships-2022-2197021

programmi e la ricerca del museo riguardo all'arte e il design coreani in un arco di tempo di cinque anni. Sono stati stanziati dal Ministero della Cultura, dello Sport e del Turismo fondi consistenti per la promozione dell'arte e della cultura coreana sia sul territorio nazionale che all'estero. La diplomazia culturale coreana, perciò, ha avuto un ruolo chiave nella creazione di una nuova immagine del paese, allontanando l'attenzione degli stranieri dalle questioni connesse alla Corea del Nord e alle minacce nucleari e focalizzandosi sulla cultura[157].

3.2 La Samsung Foundation of Culture

La Samsung Foundation of culture è stata fondata nel 1965 dal fondatore di Samsung, **Hoam Lee Byung-chull,** il quale basandosi sulla convinzione che la cultura e le arti migliorino la qualità di vita degli individui ed estinguano contrasti sociali, funzionando quindi come motore per la crescita nazionale, ha sostenuto **molteplici progetti artistici e culturali[158].** Tra questi troviamo:

- **Korean piano-tuner training project**

Offerto dal 2017, è un programma per la formazione di accordatori di pianoforte di livello mondiale, in collaborazione con la Korea Piano Technicians Association. La Samsung Foundation ha inoltre proposto il suo **"Programma avanzato per tecnici di pianoforte",** che procura teorie e pratiche approfondite sull'accordatura del pianoforte **incentrate** sull'esperienza di tecnici esperti e famosi internazionali e coreani, mettendo a disposizione a venti tecnici selezionati una formazione di livello avanzato sull'accordatura su misura per l'ambiente musicale coreano.

- **Samsung Music Fellowship**

Attraverso questo programma si concede a musicisti coreani promettenti e con straordinarie doti artistiche, la sponsorizzazione di strumenti musicali. La fondazione sostiene la futura generazione di musicisti noleggiando loro in maniera gratuita, strumenti musicali di livello mondiale, perché possano prendere parte ad attività musicali di rilievo e a diventare musicisti di livello internazionale. Molti di questi artisti si sono esibiti attivamente e alcuni di essi sono riusciti a diventare tra i musicisti più importanti della Corea[159].

- **Support for artists participating in the residency program of the Cité Internationale des Arts**

---

[157] https://news.artnet.com/art-world/korean-companies-art-sponsorships-2022-2197021

[158] https://www.samsungfoundation.org/en/, *"Samsung Foundation of Culture Sustainability - Report 2023",* Samsung, 2023, p.4

[159] ***Ibid.,*** p.7

Al fine di sostenere gli scambi culturali fra la Corea del Sud e la Francia ed incentivare le attività creative degli artisti coreani, la Samsung Foundation of Culture ha siglato, nel 1996, un accordo con la **Cité Internationale des Arts** per affittare uno spazio destinato alle attività creative fino al 2060. La Citè nacque nel 1965, con il sostegno del Ministero della Cultura e del Ministero degli Affari Esteri francesi, è uno spazio dedicato alle attività artistiche destinato solamente agli stranieri a cui sono offerti 270 spazi di lavoro. Gli artisti che vengono scelti dalla Fondazione Samsung hanno l'opportunità di lavorare per un anno alla Cité, relazionandosi con altri artisti provenienti da 28 paesi e organizzando mostre.

- **Academic/cultural support**

Per favorire la globalizzazione della cultura e delle arti coreane, la Fondazione Samsung supporta le organizzazioni accademiche e culturali coreane. Nel 2022 per aiutare l'industria musicale coreana messa in difficoltà dalla pandemia di Covid-19, sono state sostenute **l'orchestra da camera multinazionale Sejong Soloists,** composta da artisti coreani, **e il Going Home Project,** costituito da 90 membri provenienti da 50 prestigiose orchestre di 14 paesi in tutto il mondo. È stata sponsorizzata, inoltre, **la 25° Assemblea Generale dei Professionisti dei Musei Coreani,** ospitata dall'Associazione dei Musei Coreani, e la pubblicazione della **Rivista Coreana di Storia dell'Arte** dall'Associazione di Storia dell'Arte della Corea.

- **Publication of WANA, a culture magazine**

La Fondazione Samsung ha realizzato **WANA,** una rivista culturale monotematica incentrata sulle persone. In ogni numero della rivista viene selezionato un tema legato all'arte, trattato da persone che propongono prospettive e intuizioni innovative. Per la progettazione vengono chiamati a collaborare diversi giovani creatori emergenti che hanno la possibilità di presentare i loro stili e di estendere le loro reti di relazioni tramite WANA. Ogni anno sono pubblicati tre numeri con una tiratura di 5.000 copie per ogni numero, è inoltre un servizio gratuito messo a disposizione sul sito della Fondazione oppure si può trovare nelle biblioteche e nei principali complessi culturali della Corea del Sud[160].

- **Support for Korean Artist Exhibitions at International Museums**

La Samsung Foundation identifica e sostiene continuamente musei internazionali che ospitano **mostre di artisti coreani.** Si ricordano ad esempio:

[160] https://www.samsungfoundation.org/en/, *"Samsung Foundation of Culture Sustainability - Report 2023",* Samsung, 2023, p.7

- La mostra **"Black Sun" dell'artista Mire Lee** al New Museum of Contemporary art di New York.
- **"Only the Young: Experimental Art in Korea, 1960s–1970s"** al Solomon R. Guggenheim Museum di New York con oltre 80 opere di 29 artisti sperimentali coreani del XX secolo.
- Una retrospettiva dell'artista **Lee Ufan** all'Hamburger Bahnhof di Berlino
- **"Lineages: Korean Art at The Met",** in occasione del 25° anniversario della galleria dedicata alla Corea del Metropolitan Museum of Art di New York[161].

Oltre a questi progetti a supporto della formazione di artisti di ogni genere sia sul territorio nazionale che all'estero, l'impegno di Samsung si è esteso anche al sostegno, alla diffusione e alla conservazione delle arti e del patrimonio culturale coreano nel suo insieme. Questi sforzi si sono concretizzati nell'apertura di due musei: l'**Hoam museum of art** nel 1982 e il **Leeum Museum of Art** nel 2004. Il primo è un museo privato che custodisce una collezione di opere d'arte coreane raccolte dal fondatore di Samsung, Hoam Byung-chull Lee, il quale realizzò un luogo educativo vivace in cui le persone potessero apprezzare la cultura, impegnandosi a supportare i visitatori nella scoperta di valori creativi per il futuro tramite l'arte tradizionale coreana e ad acquisire conoscenze sulla storia del paese e sulla storia dell'arte. Il secondo museo, invece, è composto da tre edifici M1, M2 e dal Child Education & Culture Center, realizzati da Mario Botta, Jean Nouvel e Rem Koolhaas, ospitano opere d'arte tradizionali e contemporanee coreane e opere d'arte internazionali e numerose mostre speciali, come **"Art Spectrum 2022"** in cui sono state esposte le opere di giovani artisti coreani emergenti[162].

I due musei si occupano di numerose attività sia interne che esterne all'istituzione museale. **Le attività principali** risultano essere:

- La pianificazione di mostre e la comunicazione con gli artisti e gli altri operatori del settore artistico e culturale
- L'analisi della soddisfazione dei visitatori attraverso dei sondaggi; l'accoglienza e la gestione di eventuali lamentale
- Il rafforzamento della rete di collaborazione con i principali musei coreani e internazionali; la gestione del sito web

[161] https://www.samsungfoundation.org/en/, *"Samsung Foundation of Culture Sustainability - Report 2024",* Samsung, 2024, p.10
[162] https://www.samsungfoundation.org/en/, *"Samsung Foundation of Culture Sustainability - Report 2023",* Samsung, 2023, pp.5-6

- La gestione di programmi di formazione ed esperienza per i soggetti culturalmente svantaggiati
- I prestiti delle collezioni al di fuori del museo e gestione dell'attività di noleggio delle immagini.
- La condivisione di video e testi riguardanti la conservazione tramite il sito e i social network; condivisione di informazioni relative alla conservazione per la realizzazione di simposi e workshop accademici coreani e internazionali[163].

Ad esempio, dalla collaborazione del **Leeum Museum of Art e il Kansong Art Museum di Seul** è nata la prima mostra congiunta dedicata all'artista **Jeong Seon,** un maestro della pittura tradizionale. Il progetto prevede un tour con esposizioni pianificate presso l'Hoam Museum of Art nel 2025 e nel 2026 al Kansong Art Museum di Daegu. Questo darà la possibilità ai visitatori di poter godere dei dipinti tradizionali coreani senza dover percorrere lunghe trattate. In aggiunta alla mostra, verranno organizzati diversi eventi per arricchire l'esperienza dei visitatori, come conferenze e programmi educativi.

Per quanto riguarda la preservazione del patrimonio culturale nazionale è stato firmato un accordo di sponsorizzazione per sostenere **la digitalizzazione dei materiali culturali del Tempio Songgwangsa,** con lo scopo di accrescere la fruizione da parte del pubblico. È prevista, perciò, la digitalizzazione dei preziosi manufatti xilografici risalenti alla dinastia Joseon, conservati nel Tempio Songgwangsa, la fotografia delle stampe xilografiche e il loro caricamento nell'Archivio della Cultura Buddista dell'Accademia Buddista Coreana, incluse le note bibliografiche e le traduzioni. Questo progetto portare al miglioramento nella comprensione della cultura buddhista della dinastia Joseon e accrescere la cultura generale dei fruitori[164].

Nel 2022 è stato attuato un altro progetto al fine di conservare i beni culturali coreani. È stato firmato, infatti, un protocollo d'intesa tra **la Samsung Foundation of Culture e la Overseas Cultural Heritage Foundation** per la realizzazione di numerosi progetti relativi alla **conservazione, al restauro e alla valorizzazione del patrimonio culturale coreano all'estero.** Al momento la Fondazione sta restaurando "Il banchetto di benvenuto del governatore di Pyeongan", che fa parte della collezione del **Peabody Essex Museum (PEM)** negli Stati Uniti. Il completamento del trattamento di conservazione dell'opera dovrebbe terminare dopo un anno e cinque mesi di lavoro.

[163] https://www.samsungfoundation.org/en/, *"Samsung Foundation of Culture Sustainability - Report 2023",* Samsung, 2023, p.12
[164] https://www.samsungfoundation.org/en/, *"Samsung Foundation of Culture Sustainability - Report 2024",* Samsung, 2024, pp.55-56

Nel complesso il progetto ha l'obiettivo di favorire la conservazione e il restauro del patrimonio culturale coreano al di fuori della Corea del Sud, offrendo competenze museali in materia di conservazione e a condividere questo impegno con i visitatori attraverso una mostra. Mira, inoltre, a sensibilizzare l'opinione pubblica sul patrimonio culturale nazionale, introducendo e facendo conoscere questo patrimonio a livello globale in uno stato di conservazione migliore e più completo[165].

Oltre alle collaborazioni esterne alle istituzioni museali vengono organizzate anche numerose iniziative svolte all'interno del museo, importanti per il coinvolgimento attivo del pubblico nelle attività artistiche e culturali. Dal 2005 la Samsung Foundation of Culture ha dato vita al **sistema di adesione** al Leeum Museum of Art, mettendo a disposizione al pubblico interessato alla cultura e alle arti, dei programmi culturali e artistici. Nel 2022 gli iscritti erano più di 6000 e i ricavi provenienti dal sistema di adesione sono stati impiegati per finanziare il funzionamento del museo e dei suoi programmi. Tra questi programmi troviamo, il **"Leeum concert"** che presenta diversi generi musicali, tra i quali musica classica, danza coreana e canti popolari coreani nell'auditorium del Leeum museum of Art. In questo modo, oltre ad apprezzare le opere d'arte e a sostenere gli artisti di vari ambiti, si offre anche l'opportunità ai visitatori di assistere a numerosi spettacoli culturali e artistici.

Dal 2022 viene offerto anche **"Ways of Seeing",** un programma che propone un'esperienza di apprezzamento della cultura e dell'arte differente. Si selezionano una o due opere d'arte tra quelle esposte per consentire ai partecipanti di concentrarsi su di esse ed apprezzarle liberamente per circa un'ora, in modo tale che possano capirle e in maniera creativa generare delle interpretazioni personali al riguardo. I visitatori possono, inoltre, condividere le proprie impressioni e giudizi sviluppando prospettive estetiche e di immaginazione artistica[166].

Un altro programma chiamato **"Leeum Conservation Studio Tour"** mette a disposizione del pubblico la possibilità di vedere come il museo conservi le sue collezioni nel suo studio di conservazione, nel quale vengono condotte delle ricerche sul tema e dei trattamenti di conservazione. Coloro che decidono di partecipare al programma possono assistere alle spiegazioni dei conservatori sul funzionamento e sui retroscena del processo di conservazione e si spiegano le tecniche e i materiali utilizzati dagli artisti. È possibile visitare lo studio fotografico dove vengono scattate le foto ai raggi

[165] https://www.samsungfoundation.org/en/, *"Samsung Foundation of Culture Sustainability - Report 2024",* Samsung, 2024, p.57
[166] https://www.samsungfoundation.org/en/, *"Samsung Foundation of Culture Sustainability - Report 2023",* Samsung, 2023, p.41

X per indagini approfondite e la sala archivio nel quale vengono mostrati i campioni di materiali appartenenti alle opere d'arte[167].

La vision della Samsung Foundation of Culture è di contribuire al miglioramento della società attraverso l'arte e la cultura. Vengono individuati quattro valori fondamentali e i rispettivi obiettivi di ognuno, tra questi si ricordano:

1. **Orgoglio nell'essere una persona culturalmente raffinata:**

- Diventare **una fondazione culturale globale** affidabile e rispettata dal mondo dell'arte e della cultura e contribuendo al suo sviluppo.
- Migliorare **la qualità della vita culturale e rafforzare la competitività culturale** della Corea del Sud tramite la creazione di molteplici progetti di promozione artistica e culturale

2. **Inclusione come cittadino globale:**

- **Consolidare il posizionamento degli artisti coreani** sostenendoli e sponsorizzando le loro mostre presso importanti musei d'arte all'estero.
- **Coltivare e sostenere talenti diversi con** tolleranza, flessibilità e in un'ottica globale, fissando standard di partecipazione e opportunità eque.
- Ristabilire le regole per garantire fiducia e tolleranza.

3. **Connettività che collega passato, presente e futuro:**

- Curare con una nuova interpretazione che supera il tempo e lo spazio ospitando varie mostre speciali.
- **Comunicare agli stakeholder le esperienze** che trascendono il tempo e lo spazio e comprimono il passato, il presente e il futuro.
- Costruire le basi per la crescita e il capitale sociale radunando diverse generazioni e massimizzando i loro punti di forza.

4. **Competenza digitale per un'innovazione sostenibile:**

- Promuovere la comunicazione con gli stakeholder creando **un database multidimensionale delle collezioni.**
- Preparare un ambiente digitale che aiuti gli artisti a concretizzare la loro creatività e a creare infrastrutture che fondano il mondo virtuale e quello reale

[167] https://www.samsungfoundation.org/en/, *"Samsung Foundation of Culture Sustainability - Report 2023",* Samsung, 2023, p.41

- Utilizzare la piattaforma digitale di nuova generazione nella quale chiunque può fruire delle mostre quando e dove vuole e condividere la propria esperienza con gli altri senza limiti di tempo e spazio[168].

La Fondazione Samsung elabora attività di contributo sociale attraverso numerosi progetti artistici e culturali fin dalla sua nascita nel 1965 e ha scelto di utilizzare **la gestione ESG,** acronimo di **Environmental / Social / Governance,** per diventare **una fondazione culturale globale affidabile.** Sono state definite le strategie esaminando il proprio ambiente di gestione ESG e formando un Comitato ESG coordinato dal proprio amministratore delegato, nel 2022 è stata migliorata la sua trasparenza, nominando soggetti esterni e coinvolgendoli largamente nelle attività di gestione ESG. Tramite la pubblicazione di rapporti di gestione sostenibile con i soggetti interessati, la Fondazione si impone di ridurre le emissioni di carbonio e a sostenere varie istituzioni artistiche e culturali, creando un ambiente di gestione sostenibile e condividendo le proprie attività[169].

A questo proposito sono stati ospitati all'auditorium del Leeum museum of art due programmi rivolti alle istituzioni culturali e artistiche, con lo scopo di indagare temi ambientali ed ecologici, risvegliando in esse un'attenzione e una maggiore sensibilità. Il primo programma di scambio ESG **"Creare un cambiamento sostenibile"** aveva l'obiettivo di analizzare la definizione e la direzione della gestione sostenibile nelle organizzazioni artistiche e culturali, mostrare le pratiche ESG di diverse istituzioni e dare la possibilità agli operatori del settore artistico di riflettere sul proprio ruolo nello sviluppo di idee concrete e nella realizzazione di un futuro sostenibile. Il seminario di lettura in tre sessioni ha ripercorso le tematiche e i dibattiti del simposio scegliendo un libro alla settimana. I partecipanti hanno esaminato e condiviso con l'autore o il traduttore, i loro punti di vista e numerose interpretazioni sulle questioni ecologiche o ambientali[170].

Il secondo programma, invece, **"IDEA Museum"** ragionava su temi chiave quali inclusività, diversità, uguaglianza e accessibilità. È stato pensato con lo scopo di analizzare il potenziale e le direzioni future del museo utilizzando l'immaginazione artistica. Il programma si concentrava sulla **transizione ecologica,** osservando il panorama del discorso ecologico connettendo argomenti come esseri umani e animali, disastri climatici e disuguaglianza, civiltà e natura, sostenibilità e decrescita, cura e conservazione. Il Leeum museum ha quindi deciso di ospitare un simposio con numerosi esponenti del mondo della cultura, tra i quali filosofi, sociologi, antropologi, architetti, designer,

---

[168] https://www.samsungfoundation.org/en/, *"Samsung Foundation of Culture Sustainability - Report 2023",* Samsung, 2023, p.9
[169] ***Ibid.,*** pp.9-10
[170] https://www.samsungfoundation.org/en/, *"Samsung Foundation of Culture Sustainability - Report 2024",* Samsung, 2024, p.58

scrittori e curatori di diverse nazionalità, con lo scopo di capire come integrare le discussioni ecologiche e ambientali nelle strategie e attività del museo incluso quello che è necessario sapere sulla conservazione del patrimonio culturale mondiale e sul coinvolgimento con differenti ecosistemi.

Si ricorda, inoltre, che dal 2023 la Fondazione ha aderito alla **"Cultural Institutions ESG Initiative"**, organizzata dall'Arts Council Korea e composta da 29 istituzioni culturali e artistiche del settore pubblico e privato. Questa iniziativa agisce sulla base dell'adesione volontaria a undici punti d'azione che contribuiscono alla sostenibilità del settore culturale e artistico e alla gestione delle istituzioni che lo compongono, il tutto da una prospettiva ESG[171].

In conclusione, la Samsung Foundation of Culture è fondamentale sia per quanto riguarda attività interne all'istituzioni museali con diverse iniziative per favorire la diffusione e la fruizione dell'arte e della cultura verso un pubblico sempre più ampio e consapevole, sia esternamente con numerose collaborazioni volte alla promozione della cultura e dell'arte coreana e alla conservazione del patrimonio culturale coreano all'estero.



Figura 4: "Samsung e la Corea del Sud", https://www.ispionline.it/it/pubblicazione/le-chaebol-e-il-sistema-di-potere-corea-del-sud-17093

[171] https://www.samsungfoundation.org/en/, *"Samsung Foundation of Culture Sustainability - Report 2024",* Samsung, 2024, pp.58-59

CONCLUSIONI

In conclusione, in base a ciò che è stato esposto nei capitoli, emerge che nonostante la Corea del Sud abbia avuto una storia complicata sia riuscita a diventare una nazione sviluppata e apprezzata dal resto del mondo, diventando un modello da seguire ed imitare. Ci si è domandato se l'arte e la cultura abbiano avuto un qualche ruolo in questo processo di crescita economica e sociale e se sì in che modo siano riuscite ad influenzare le scelte di un'intera nazione.

Si è osservato come lo Stato e grandi conglomerati di aziende coreane si siano serviti di aspetti culturali e artistici per costruire e diffondere un'immagine e una reputazione più positive del paese, aumentando il riconoscimento mondiale dell'arte e della cultura coreana. Dall'uso di questi settori ne deriva inoltre che, la presenza di fiere e l'apertura di gallerie d'arte sul territorio nazionale, abbiano consacrato Seul come "centro nevralgico dell'arte contemporanea" e portato a benefici economici poiché si è attirato un notevole flusso di persone e ingenti investimenti. Le fiere, infatti, rappresentano un asset strategico del mercato e vengono considerate come uno degli strumenti più efficaci per acquisire nuovi clienti e fruitori. Tutto questo ha dato la possibilità al mercato dell'arte sudcoreano di affermarsi come un attore significativo sulla scena internazionale, aumentando notevolmente le sue dimensioni e fama. Un contributo fondamentale è dato anche dagli artisti che hanno aumentato il riconoscimento dell'arte contemporanea nel mondo e fornito prospettive originali e approcci innovativi, modellando sempre di più il discorso artistico globale.

È importante menzionare come l'intervento statale e quello privato siano stati essenziali, in questo senso, per lo sviluppo di vari tipi di settori culturali ed artistici da quello cinematografico e discografico fino all'arte contemporanea, fornendo investimenti cospicui con lo scopo di contribuire alla loro evoluzione, poiché sia lo Stato che le aziende vedono in essi un mezzo per la crescita di altri settori chiave per l'economia sudcoreana. Per quanto riguarda lo Stato ci si riferisce a politiche volte al miglioramento funzionale di questi settori attraverso il potenziamento della loro organizzazione, la progettazione di iniziative e al supporto economico attraverso dei fondi. Le grandi aziende coreane, invece, hanno finanziato grandi mostre d'arte e dato vita a fondazioni, come nel caso della Samsung Foundation of Culture, che si impegnano ad organizzare, progettare e supportare iniziative culturali e artistiche sia sul territorio nazionale che all'estero.

È possibile, perciò, affermare che l'arte e la cultura hanno avuto, hanno e avranno un ruolo fondamentale per la crescita dell'economia sudcoreana, diventando sempre più dei settori strategico in cui investire e dai quali estrarre valore, anche economico. È importante che sia lo Stato che le aziende continuino a sostenerle e promuoverle per accrescere la loro importanza, migliorando rapporti

diplomatici con altri paesi e costruendo una nuova immagine di paese aperto e avanzato, capace di dialogare con realtà differenti dalla propria e adattarsi ai cambiamenti dati da una scena internazionale sempre più ibrida ed evoluta. Il futuro per la Corea del Sud si prospetta, perciò, prospero e con prospettive di crescita dovute non solo ad industrie pesanti ma anche attraverso la forza di aspetti culturali e artistici che la caratterizzano.

BIBLIOGRAFIA

Chia S. (2019), *"Il Padiglione coreano a Venezia: una questione identitaria",* Storie dell'arte contemporanea 4 | Atlante delle Biennali 1, Edizione Ca' Foscari, pp. 400-414

Chen S. (2016), *"Cultural technology Aframework for marketing cultural exports– analysis of Hallyu (the Korean wave)",* Emerald Group, International Marketing Review Vol. 33 No. 1, pp.26-43

Dal Yong J. (2014), *"The Power of the Nation-state amid Neoliberal Reform: Shifting Cultural Politics in the New Korean Wave",* Pacific Affairs, University of British Columbia, Pacific Affairs, Vol. 87, No. 1, pp.71-87

Ehrmann T. (2022), *"The Ultra Contemporary Art Market in 2022",* Art Price, Francia, p.6

Ehrmann T. (2025), *"The Art Market in 2024",* Artprice.com, Francia, p.41

Enwezor O. (2010), *"The Politics of Spectacle: The Gwangju Biennale and the Asian Century",* InVisible Culture, pp.21-23

Franzese A. (2025), *"Il Global Painting Asia Index | Focus ultimi 5 anni",* Il mercato dell'arte e dei beni da collezione - Report 2025, Deloitte Italy S.p.A. S.B, Deloitte Creative Team – Italia, p.47

Haksoon Y. (2002), *"Cultural identity and cultural policy in South Korea",* International Journal of Cultural Policy, Routledge Taylor e Francis Group, p.41

Lee Jung-Min M. (2023), "Minjung Kayo: Imagining Democracy through Song in South Korea", Twentieth-Century Music 20/1, 49–69 © The Author(s), Cambridge University Press.

Lee S. (2011), *"The Korean Wave: The Seoul of Asia",* Strategic Communications Major Elon University, The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications, Vol. 2, No. 1, pp.86-89

Mersmann B. (2013), *"Global Dawning: The Gwangju Biennial Factor in the Making and Marketing of Contemporary Asian Art",* Routledge Taylor e Francis Group, pp.525-535

Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2023), *"Korean Art Market Sales Surpass KRW 1 Trillion",* Republic of Korea

Mondin N. (2024), *"La via coreana. Come la Corea del Sud sta conquistando l'Occidente",* De Agostini Libri S.r.l, Segrate (MI), pp. 23-172

Morley S. (2013), *"Dansaekhwa Korean Monochrome Painting",* Routledge Taylor and Francis Group, Vol. 27, No. 2, pp.189-195

Morley S. (2021), *"Haptic Perception and the Non-Western Monochrome",* Routledge Taylor and Francis Group, Vol. 35, No. 5, p.637

Nam S. (2013), *"The Cultural Political Economy of the Korean Wave in East Asia: Implications for Cultural Globalization Theories",* lrp, Asian Perspective, Vol. 37, No. 2 (Apr.-June 2013), pp.224-226

Pacheco Pardo R., Cha Victor D. (2024), *"Breve storia della Corea del Sud e del Nord",* Adriano Salani editore s.u.r.l, Milano, pp.130-149

Pacheco Pardo R. (2024), *"Da Gambero a Balena. Corea del Sud, dalla guerra dimenticata al K-pop",* Add editore, Torino, pp. 7-240

Quaroni I. (2023), *"South Korea for dummies… e come decodificarne l'arte contemporanea",* L.U.P.O Lorenzelli Upcoming Projects Organization, Milano, catalogo della mostra K90-99, pp.258-264

Ripa P., e Ghilardi R. (2024), *"Il mercato dell'arte e dei beni da collezione – Report 2024",* Deloitte Italy S.p.A. S.B, Deloitte Creative Team – Italia, pp.17-27

Robertson I. (2018), *"A comparative study of the influence of political systems on the art markets of East Asia and China",* Emerald Publishing Limited, Arts and the Market Vol. 8 No. 2, p.130

Samosir N., Wee L. (2024), *"Sociolinguistics of the korean wave. Hallyu and soft power",* Routledge, 4 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon OX14 4RN, pp.1-10 e p.47

SITOGRAFIA

Art net, (2015), https://news.artnet.com/market/interview-with-hak-jun-lee-ceo-seoul-auction-298997

Art net, (2016), https://news.artnet.com/art-world/artnet-asks-k-auction-markets-dansaekhwa-moment-489767

Chow V., (2021), https://news.artnet.com/market/frieze-masters-report-2021-2019895

Chow V., (2022), https://news.artnet.com/art-world/korean-companies-art-sponsorships-2022-2197021

Hanwha foundation, https://www.hanwha.com/newsroom/news/press-releases/hanwha-partners-with-centre-pompidou-to-showcase-modern-and-contemporary-art-in-south-korea.do

Hyundai, (2019), *"Hyundai e il mondo dell'arte insieme alla 58esima Biennale di Venezia",* https://www.hyundai.news/it/articles/press-releases/hyundai-e-il-mondo-dellarte-insieme-alla-58esima-biennale-di-venezia.html

Istituto culturale coreano, https://italia.korean-culture.org/it/1373/board/966/read/122876

Istituto per gli studi di politica internazionale, (2017), *"Le chaebol e il sistema di potere in Corea del Sud",* https://www.ispionline.it/it/pubblicazione/le-chaebol-e-il-sistema-di-potere-corea-del-sud-17093

Joo H., (2022), https://www.theartnewspaper.com/2022/09/07/the-young-mz-collectors-driving-koreas-art-market-boom-are-only-just-getting-started-finds-new-government-study

Korea Arts Management Service (KAMS),
https://www.gokams.or.kr:442/eng/06_about/history.aspx

Korean Foundation for International Cultural Exchange, *"Informazioni su Kofice"*, http://eng.kofice.or.kr/about/about_2.asp

Korean creative content agency, https://www.kocca.kr/en/main.do

Lee J., (2024), https://news.artnet.com/market/veteran-seoul-dealer-jung-lee-on-ups-and-downs-in-the-korean-art-market-and-the-nations-rising-profile-abroad-2528989

Maggi N., (2016), *"Dansaekhwa: dalla Corea con furore",* https://collezionedatiffany.com/dansaekhwa-dalla-corea-con-furore-2016/

Masturzo C., (2023), *"Seoul nuovo polo dell'arte globale? Intervista alla galleria Lehmann Maupin, in città dal 2017",* https://www.artribune.com/arti-visive/2023/09/seoul-galleria-lehmann-maupin/

Masturzo C., (2023), *"Frieze Seoul 2023. Guida alla fiera d'arte asiatica con l'anima europea",* https://www.artribune.com/professioni-e-professionisti/fiere/2023/09/frieze-seoul-fiera-arte-2023/

Ministry of culture, sports and tourism, https://www.mcst.go.kr/english/policy/pressView.jsp?pSeq=511

Ministry of culture, sports and tourism, https://www.mcst.go.kr/english/policy/kocis/newsView.jsp?pSeq=308

Movius L., Joo H., (2023), https://www.theartnewspaper.com/2023/08/31/frieze-seoul-bumpy-year-for-korean-art-market

Samsung, *"Samsung Foundation of Culture Sustainability - Report 2023",* Samsung, 2023, pp.4-41, https://www.samsungfoundation.org/en/

Samsung, *"Samsung Foundation of Culture Sustainability - Report 2024",* Samsung, 2024, pp.10-59, https://www.samsungfoundation.org/en/

Timillero B., (2025), *"Pittura, potere e sangue. La straordinaria epopea dell'arte in Corea del Sud",* https://www.artribune.com/dal-mondo/2025/06/arte-storia-politica-corea-sud/

Figura 1: "Padiglione Corea" alla Biennale di Venezia, https://censimentoarchitetturecontemporanee.cultura.gov.it/scheda-opera?id=2198

Figura 2: "Ecriture", Park Seo Bo / fonte: https://www.arariogallery.com/artworks/12488-park-seo-bo-ecriture-1977/

Figura 3: “Frieze Seoul”, fonte: Photo by Lets Studio. Courtesy Lets Studio and Frieze. https://www.theartnewspaper.com/2022/09/02/kiaf-frieze-seoul-fair-report-art-market

Figura 4: “Samsung e la Corea del Sud”, https://www.ispionline.it/it/pubblicazione/le-chaebol-e-il-sistema-di-potere-corea-del-sud-17093