

# L'ultrasound come pozzo di misteri e di mestieri

La nuova tendenza che privilegia l'udito rispetto alla vista

In un mondo che rischia il ripiegamento su di sé, cresce la richiesta di mestieri e competenze "sonore" in grado di espandere la dimensione emozionale, affrontando, articolando e scavalcando il muro del suono. Possiamo definirla la tendenza dell'*ultrasound*, che privilegia l'udito rispetto alla vista: una dimensione in cui diventa essenziale la sintonia fine per cogliere codici affettivi come il battito del cuore. Il rischio dell'isolamento e della solitudine che i *lockdown* ripetuti hanno causato in molte persone, può essere scongiurato con l'**affinamento delle capacità di ascolto e comprensione**. Il mondo della radio e del podcasting, in costante ascesa, hanno dimostrato di saper fronteggiare l'emergenza, così come le comunità che vedono nella musica una pratica di ascolto e di attiva partecipazione. Lo ha capito Ikea che a settembre 2022 lancerà la collezione dedicata alla creazione, produzione e ascolto della musica progettata insieme agli Swedish House Mafia. Il gruppo svedese di musica elettronica aiuterà l'azienda a capire come conciliare musica e creatività con la vita in casa. **Partendo da musica, suono e voce, dobbiamo vivere la realtà (offline e online) come occasione per curare contenuti vocali e far crescere "relazioni sonore"**, con mestieri e professioni che devono misurarsi con le nuove sfide dell'ascolto. Dobbiamo allenare l'orecchio al mondo degli ultrasuoni, a quel mondo di segnali e messaggi difficili da intercettare, che richiedono adeguata strumentazione per una comunicazione incisiva. Si tratta di produrre e alimentare le abilità vocali, usare nuovi linguaggi e la sottile pervasività del suono, la misteriosa seduttività del tono, l'irresistibile attrattività della musica. Ma anche rivedere l'idea restrittiva di società dell'immagine per estenderla a una dimensione vocale che dai messaggi personali sui social, arrivano a forme sonore di intrattenimento e spettacolo che mai avremmo immaginato qualche anno fa.



## IL CASO

### Il boom dell'App dell'ascolto rivolta alle donne

«La pornografia visiva inibisce l'immaginazione, è solo consumo: quella audio fa esercitare il cervello». A partire da questa affermazione, Gina Gutierrez e Faye Keegan, amiche di lunga data, hanno fondato a San Francisco una startup per la realizzazione di *Dipsea*. Si tratta di una App rivolta principalmente alle donne, con l'obiettivo di ridefinire l'immaginario erotico al femminile attraverso una maggiore aderenza alla contemporaneità e contribuire allo sviluppo di una sessualità armonica attraverso l'ascolto sullo

smartphone di brevi storie a sfondo erotico. *Dipsea* è diventato un podcast di successo: lanciato a dicembre 2018, in pochi mesi è stato ascoltato da 287 milioni di utenti, che ne hanno scaricato almeno una puntata attraverso la relativa App. Le storie di *Dipsea* hanno una durata variabile, da 7 a 15 minuti, e sono ormai diventate un punto di riferimento nel mondo *ultrasound*.



#### \* IL NOSTRO ESPERTO, UN GRANDE SOCIOLOGO FIRMA

**MILLIONAIRE** Francesco Morace, sociologo, presidente di Future Concept Lab, è docente alla Domus Academy, al Politecnico di Milano. I suoi ultimi libri si intitolano *Il bello del mondo*, *Un futuro + umano*, *La rinascita dell'Italia*, *L'alfabeto della rinascita* (Egea). È l'ideatore del Festival della Crescita, un tour in 10 città sulla crescita felice. INFO: [www.futureconceptlab.com](http://www.futureconceptlab.com)