

ETHOS, LOGOS E PATHOS: I TRE FATTORI ALLA BASE DI UN PUBLIC SPEAKING EFFICACE



“QUANDO SALIAMO SU UN PALCO, quando teniamo un meeting col nostro team o dobbiamo comunicare in qualsiasi situazione in cui la posta in gioco è alta, dobbiamo tenere presente che come speaker abbiamo una grande responsabilità: quella di arricchire chi ci ascolta, facendogli vedere punti di vista che non considera e lasciando un messaggio. Per farlo, oltre ad avere una certa solidità interiore, occorre conoscere e padroneggiare i tre fattori che stanno alla base di una comunicazione efficace: l’ethos, il logos e il pathos”. Questo sostiene Chiara Alzati, campionessa europea di Public Speaking 2020, CEO e Founder della Chiara Alzati Srl, società di formazione in forte crescita in ambito corsi su misura per Corporate, nonché autrice di cinque libri, tra cui *Parlare Chiaro in Azienda. Manuale Pratico di Public Speaking per CEO, Direttori Formazione e HR Manager.*

Ci spieghi cosa si intende per ethos?

L’ethos risponde alla domanda: “Qual è la mia credibilità agli occhi del pubblico?”

Ci sono diversi modi per trasmettere ethos. Ad esempio:

- **Non leggere mentre si parla.**

La lettura abbassa l’ethos e rende noiosa la performance. Il nostro obiettivo non deve essere mai una performance perfetta, bensì la nostra autenticità.

- **Raccontare qualcosa di se stessi che rafforzi la propria credibilità.** Se ancora non si ha la propria ethos building story, è il caso di iniziare a prepararla per l’occorrenza.

- **Attingere a citazioni.** Rafforzano il messaggio, prendendo in prestito l’autorevolezza del personaggio che si chiama in causa.

- **Creare una frase d’apertura a elevato impatto emotivo.** L’incipit del discorso deve generare curiosità e attirare l’attenzione, affinché le persone percepiscano l’oratore come autorevole e credibile. Esordire in modo non convenzionale per stupire dai primi istanti è la chiave.

E per logos?

Il logos risponde alla domanda: “Quanto è comprensibile quello che dico?”

Alcune strategie per aumentare il logos sono:

- **Assicurarsi di non cadere nella trappola della conoscenza,** usando termini e acronimi comprensibili solo per noi, ma non per chi ascolta.

- **Ricorrere a paragoni, analogie, metafore e similitudini** per assicurarsi di far comprendere concetti astratti e complessi.

- **Seguire un filo logico ben preciso,** usando anche slide che facilitino l’ascolto attraverso diagrammi, immagini e timeline.

- **Valutare l’uso di prop,** ovvero oggetti scenici che rendono concreti dei concetti astratti. Ispirandosi sempre però

a questo principio: usare abbastanza prop per migliorare il sapore del discorso, ma non così tanti da coprirlo.

E per pathos?

Il pathos risponde alla domanda: “Come posso creare una connessione emotiva forte tra me e il mio pubblico?”

Come speaker, abbiamo il compito di creare un’esperienza emozionale condivisa con il pubblico.

Ci sono diversi modi per trasmettere pathos. Ad esempio:

- **Usare sapientemente le pause** e il loro magico potere emozionale. Uno dei pathos killer più tipici nel Public Speaking è “fare troppo rumore”, parlando come un fiume in piena. Senza pronunciare mai quella che Mark Twain, scrittore statunitense, definisce “la parola più importante del Public Speaking”: la PAUSA.

Un bravo speaker sa invece usare all’occorrenza i diversi tipi di pausa. Quella del leader (a inizio discorso, prima di proferire parola), quella umoristica (prima dell’elemento comico, detto *punchline*, che fa scaturire la risata) e quella di riflessione (dopo una domanda, una citazione, una statistica impressionante, una frase d’effetto...)

- **Raccontare storie personali, sempre in prima persona e utilizzando, se calzante, l’autoironia.** Coinvolgere tutti i sensi del pubblico, raccontando storie o aneddoti tratti dalla propria vita e rilevanti per l’argomento di cui si sta parlando è la chiave per emozionare. Condividere le proprie vulnerabilità è altrettanto importante per scendere dal piedistallo e creare connessione con chi ascolta.

