

Ethos, Pathos e Logos: efficacia della retorica classica nella professione docente

Ciro De Angelis

Università del Salento
Istituto Comprensivo Statale “Casalini”
di San Marzano di San Giuseppe (TA)

DOI: [10.17421/2498-9746-01-12](https://doi.org/10.17421/2498-9746-01-12)

Sommario

Nella società odierna i docenti occupano un ruolo fondamentale. Da essi dipende la formazione culturale ed educativa, e quindi il successo delle future generazioni. Un antico proverbio orientale recita: *Se nessuno sa quel che tu sai, il tuo sapere serve a poco*. Si comprende che non basta possedere o produrre cultura: bisogna essere in grado di trasmetterla adeguatamente. Il docente efficace è in grado di padroneggiare una serie di abilità che rendono brillante il proprio insegnamento. Tra queste un posto rilevante spetta alla capacità comunicativa. Comunicare è una vera arte che si può acquisire e migliorare e che il docente non può e non deve sottovalutare, dal momento che educa e forma gli adulti di domani. La qualità dell'insegnamento svolge quindi un compito essenziale. Le competenze necessarie, tese ad ottimizzare la didattica, includono sia la capacità di sviluppare i tre fondamentali livelli della comunicazione, verbale, paraverbale e non verbale (o linguaggio del corpo), insegnate da Cicerone nel *De Oratore*, sia quella di padroneggiare i tre modi o mezzi di persuasione indicati in primo luogo nella *Retorica* di Aristotele, l'*Ethos*, il *Pathos* ed il *Logos*, poi ampliati e ripresi da Isocrate, grande maestro di eloquenza della Grecia classica. La retorica classica fornisce così numerosi strumenti per rendere più competente la classe docente attraverso lo sviluppo dell'arte oratoria, per una didattica basata non sulla mera trasmissione di contenuti, ma in grado di persuadere, educare e formare e per mettere in condizione gli studenti, grazie ad una sorta di maieutica socratica, di sviluppare in maniera completa le proprie risorse e le proprie potenzialità.

INDICE

1 Professione docente e comunicazione	190
2 <i>Ethos, Pathos e Logos</i> in Aristotele	191
3 Isocrate e la Paideia formativa	193
4 L'arte del comunicare in Cicerone	195
5 Conclusione	199
Note	200

1 PROFESSIONE DOCENTE E COMUNICAZIONE

La capacità di parlare con efficacia davanti ad un gruppo di persone, sia se formato da alunni che ascoltano una lezione o da professionisti partecipanti ad un convegno, è un'arte. Tutti hanno la possibilità di divenire oratori brillanti imparando e facendo proprie le tecniche dell'arte oratoria, come sostenuto dalla massima *poeta nascitur, orator fit* (poeti si nasce, oratori si diventa)¹. È di fondamentale importanza per un docente utilizzare tutte le strategie che gli consentiranno di divenire un formatore efficace, un tutor, un leader, un gestore di gruppi, un educatore, un motivatore, un facilitatore dell'apprendimento, una persona che trasmette contenuti ed entusiasmo. Egli deve saper condurre una lezione senza annoiare, saper catturare e mantenere viva l'attenzione della classe, essere in grado di variare ed integrare più modelli di comunicazione e di adeguare metodi e contenuti dell'insegnamento agli stili di apprendimento dei singoli allievi e ai loro interessi specifici, incrementandone la capacità di concentrazione e fornendo un forte impulso motivazionale. Tutto ciò, nell'insieme, concorre a rendere capace un insegnante. Egli lascerà un segno indelebile nella mente e nel cuore dei propri allievi, poiché non sarà stato un semplice veicolo di informazioni e cultura, ma un educatore, un formatore, un coach.

Quali sono gli ingredienti più efficaci di una comunicazione in grado di incuriosire, interessare, coinvolgere e persuadere i propri studenti? Come può un docente, ma anche un oratore riuscire a lasciare un segno positivo (in-segnare = imprimere segni) e duraturo²?

Attingiamo innanzitutto alla *Retorica* di Aristotele³, prima grande opera organica sull'arte oratoria, e riflettiamo sulle *tre specie di argomentazioni* indicate dal grande filosofo per *realizzare la persuasione* durante un discorso: l'*Ethos*, il *Pathos*, il *Logos*⁴.

2 ETHOS, PATHOS E LOGOS IN ARISTOTELE

Padroneggiare l'arte oratoria diventa sempre più importante, non solo come caratteristica della professione docente, ma in tutta la società della comunicazione, in cui si avverte, in ogni settore e ad ogni livello, la costante esigenza di comunicare allo scopo di informare, insegnare, aggiornare, prendere decisioni, persuadere e motivare. Questa necessità è confermata dall'attuale aumento del numero di riunioni, seminari, convegni, corsi di formazione e convention. Coloro che in queste occasioni sono chiamati a prendere la parola in pubblico, spesso fanno affidamento soltanto sulle proprie personali capacità, e sulla padronanza dell'argomento da esporre, ma non sulle tecniche della comunicazione, che, oltre ad agevolare il compito del relatore, accrescerebbero il valore e l'efficacia dell'esposizione.

Saper parlare in pubblico è una capacità che, come ogni altra, deve essere appresa, e nella società odierna, in cui la comunicazione è più che mai considerata forza che genera e incrementa qualsiasi attività, saper pronunciare una relazione chiara ed efficace, essere in grado di tenere una lezione di alto livello in un'aula universitaria o di scuola primaria, o anche far fronte a un'intervista, non solo è un mezzo di affermazione personale, ma è soprattutto un valido contributo all'efficienza operativa. Purtroppo la monotonia domina spesso incontrastata tanto nell'insegnamento scolastico, quanto in quello accademico e nelle diverse attività aziendali d'informazione, istruzione, formazione e aggiornamento, portandosi appresso uno strascico non indifferente di ricadute negative per la società. Alla monotonia di chi parla va imputato buona parte dell'*assenteismo mentale* di tanti allievi e di svariate platee di uditori, perché chi si annoia non ascolta e chi non ascolta non impara⁵. Molti si giustificano affermando che l'argomento o la materia da trattare sia poco interessante, pesante e tediosa. Ma, in realtà, quasi tutti i manuali sulla comunicazione efficace sostengono che *non esistono argomenti o materie noiose ma, talvolta, relatori o docenti monotoni* che non utilizzano né le importanti tecniche della comunicazione, né gli ausili offerti dalle nuove tecnologie per rendere più interessanti le proprie presentazioni⁶. Ad esempio le slides, se usate dovutamente, possono far sì che una lezione in aula rappresenti una vera pietra miliare per la classe. Come una pietanza cucinata con cura e con le giuste proporzioni di ingredienti può divenire gustosa, così ogni argomento, ogni contenuto, può essere reso interessante, significativo ed attraente, se "cucinato" e "condito" con gli ingredienti giusti e presentato con strumenti adeguati.

Nella sua *Retorica*, composta nel 329 a.C., Aristotele indica tre pilastri fondamentali che devono caratterizzare la comunicazione: l'*Ethos*, il *Logos*

ed il *Pathos*. Questi rappresentano le tre grandi categorie di variabili che possono rendere un messaggio persuasivo ed efficace. Il grande filosofo definì la retorica «la facoltà di scoprire il possibile mezzo di persuasione riguardo a ciascun soggetto», aggiungendo che «questo compito non appartiene a nessun'altra tecnica, poiché ognuna di esse si prefigge di insegnare e di persuadere in relazione alla materia che le è propria», mentre «la retorica, invece, per così dire, sembra essere in grado di scorgere il mezzo di persuasione intorno a qualsiasi soggetto proposto»⁷. La retorica ha quindi, per Aristotele, carattere autonomo, funzione propria e le sue argomentazioni devono essere persuasive⁸. A sua volta, la persuasione avviene per mezzo dell'*Ethos*, del *Pathos*, e del *Logos*. Ogni comunicazione si realizza necessariamente attraverso tre componenti: *chi parla*, *chi ascolta* e *l'argomento sviluppato*. Se viene a mancare anche una sola delle tre componenti, non può esservi comunicazione. Aristotele associa a ciascuna di esse una delle tre modalità indicate sopra. L'*ethos* ha a che fare con colui che parla, il *pathos* con chi ascolta, il *logos* con i contenuti del discorso oggetto della comunicazione.

L'*Ethos*, citato per primo dal filosofo, indica la credibilità che ogni oratore dovrebbe avere. Aristotele afferma: «La persuasione si realizza per mezzo del carattere quando il discorso sia fatto in modo da rendere credibile l'oratore: noi infatti crediamo alle persone affidabili in misura maggiore»⁹. Dunque, l'oratore deve instaurare *ethos* con chi ascolta. Esso nel tempo ha acquistato un significato ampio, principalmente legato al possesso di capacità morale e credibilità personale. «Aristotele non sta dicendo qui che a rendere credibile il discorso è la fama dell'oratore, ma è il discorso stesso, o meglio il modo in cui il discorso è detto, a rendere degno di fede (e dunque credibile) colui che pronuncia il discorso»¹⁰. Aristotele lega, quindi, questo concetto più al modo attraverso cui un'oratoria persuasiva rende credibile chi parla. L'*ethos*, per il filosofo, si realizza durante il discorso. Ed è il tipo di discorso, pronunciato con competenza e conoscenza, a rendere affidabile un oratore e a contribuire alla persuasione. Il filosofo afferma che l'*ethos* sarà raggiunto soltanto dal discorso, da quello che viene detto e «non dalle opinioni persistenti sul carattere dell'oratore»¹¹. Come si vedrà più avanti, Isocrate non sarà dello stesso avviso.

In secondo luogo ci deve essere il *Pathos*¹². Aristotele sostiene che è quel tipo di discorso che suscita emozioni negli ascoltatori. Ha a che fare con i sentimenti, con il cuore. Il *pathos* è il lato empatico di ogni persona e rappresenta tutto ciò che fa emozionare. Esso ha a che fare con la seconda delle componenti della comunicazione: gli ascoltatori. A tal fine il filosofo afferma: «La persuasione si realizza invece tramite gli ascoltatori quando questi siano condotti dal discorso a provare un'emozione: i giudizi non vengono

emessi allo stesso modo se si è influenzati da sentimenti di dolore o di gioia, oppure di amicizia o di odio»¹³.

Infine, il *Logos*. Esso rappresenta il mezzo di persuasione basato sui discorsi. Viene quindi chiamata in causa la terza delle componenti della comunicazione, rappresentata dai contenuti del discorso, dagli argomenti trattati. Il discorso «deve dimostrare o sembrare dimostrare qualcosa». Il pensatore sostiene che «la persuasione si ottiene tramite i discorsi quando mostriamo il vero o ciò che appare tale attraverso i mezzi di persuasione appropriati in ogni caso»¹⁴. I discorsi, per raggiungere il loro scopo, devono essere formati da ragionamenti logici, devono fornire prove e dimostrazioni. Il *logos* è la logica della comunicazione, la sua parte razionale: consiste nell'essere chiari, ordinati ed attendibili in quello che si dice. Il *logos* richiede che le argomentazioni forniscano prove a sostegno della propria tesi, che soddisfino la parte razionante della mente. Chi ascolta non deve avere dubbi o perplessità sulla bontà delle argomentazioni presentate.

La *Retorica* di Aristotele indica quindi, come si è visto, che le «argomentazioni offerte per mezzo del discorso sono di tre specie: le prime dipendono dal carattere dell'oratore (*ethos*), le seconde dalla possibilità di predisporre l'ascoltatore in un dato modo (*pathos*), le ultime dal discorso stesso, in quanto dimostra o sembra dimostrare qualcosa (*logos*)»¹⁵.

A questo punto Aristotele conclude il ragionamento indicando qual è il tipo di interlocutore più ricettivo all'ascolto ed alla comprensione: «Poiché le argomentazioni dipendono da questi tre mezzi, è evidente che comprenderle è proprio di chi è in grado di compiere ragionamenti logici e di riflettere intorno ai caratteri, alle virtù, e, in terzo luogo, intorno alle emozioni»¹⁶.

3 ISOCRATE E LA PAIDEIA FORMATIVA

Con Isocrate, noto retore vissuto ad Atene dal 436 al 338 a.C., uno dei più grandi maestri di retorica ed educatore di coloro che avrebbero formato la nuova classe dirigente ateniese, nasce una nuova *paideia*, basata sull'educazione, sull'istruzione e sulla formazione completa dell'individuo. Isocrate fu allievo di Gorgia e contemporaneo di Platone. Di quest'ultimo ne criticò la visione pedagogica. Egli considerava l'educazione come fondamento dell'etica sociale che deve cominciare sin dalla nascita¹⁷. Isocrate fonde oratoria e filosofia, nella sua forma dialettica, per arrivare ad un'eloquenza finalizzata alla formazione ad uso politico. Il suo è un discorso persuasivo ed efficace, basato sull'affermazione di valori morali e civili (*aretè* = virtù). Innovative le caratteristiche della sua scuola: privata ma aperta a tutti, e con non molti

allievi; atmosfera serena ma severità negli studi; sapere e saper fare (saper parlare per convincere). Al primo posto deve porsi la coerenza con i valori morali e civili. Con Isocrate, la parola acquista bellezza solo se vi è salda cultura e coerenza nei valori morali. È la parola che deve guidare i pensieri. Egli afferma che «L'elemento impareggiabile e di gran lunga superiore a tutti per l'educazione oratoria è la disposizione naturale di chi ha uno spirito capace di inventare, di apprendere, di studiare e di ricordare, e una voce e una chiarezza di dizione tali da persuadere l'uditorio non solo con le parole ma con il loro armonico accordo e inoltre quell'ardire che non è segno d'imprudenza, ma che, accompagnandosi alla misura, dispone lo spirito a non aver minore fiducia nel parlare davanti a tutti i cittadini [...]»¹⁸.

Lo storico Henri Marrou, a proposito di Isocrate e della sua *paideia*, scrive: «È Isocrate che, generalmente, ha prevalso ed è divenuto l'educatore della Grecia e poi di tutto il mondo antico.[...] La retorica è rimasta lo scopo specifico dell'alto insegnamento greco, dell'alta cultura. [...] Da Isocrate in poi la retorica non ha mai cessato d'essere praticata come la forma normale dell'educazione superiore. [...] Imparare a ben parlare significava nello stesso tempo imparare a ben pensare, e anche a ben vivere. [...] *Paideia* [...] designa contemporaneamente educazione e cultura; [...] la distinzione, tra noi tanto netta, fra "cultura" e "educazione", tendeva necessariamente ad annullarsi»¹⁹.

Isocrate riprende la questione relativa all'*ethos*, già trattata da Aristotele, modificandone il significato. Egli, a differenza di Aristotele, sostiene che l'*ethos* è connesso esclusivamente alla morale ed alla storia dell'oratore e che queste possono avere un notevole impatto, negativo o positivo, sugli ascoltatori, indipendentemente dalle argomentazioni presentate. La retorica, secondo Isocrate, non deve occuparsi esclusivamente della cura formale o della bellezza del discorso, ma deve essere legata alla dimensione morale ed al contesto politico²⁰. L'*ethos* non va quindi costruito col ragionamento, come sostenuto dal grande filosofo, ma deve necessariamente preesistere nell'oratore. Ha relazione con la credibilità personale, con la buona reputazione e con la fiducia riposta da chi ascolta. È l'*ethos* che fa di un individuo una persona vera ed affidabile²¹. In sua assenza, sostiene Isocrate, contraddicendo Aristotele, qualunque ragionamento o argomentazione, seppur convincenti, potrebbero rivelarsi vani.

4 L'ARTE DEL COMUNICARE IN CICERONE

Isocrate ha avuto una grande influenza su Cicerone, sia in relazione alle caratteristiche che un perfetto oratore deve possedere (capacità oratorie, cultura enciclopedica e qualità morali) sia sui rapporti tra retorica e filosofia²². Cicerone, grande esponente dell'oratoria forense romana, fu autore di celebri orazioni, quali le *Catilinarie* e le *Filippiche*; a lui si devono anche importanti trattati sulla comunicazione, tra cui il *De Oratore*, composto nel 54 a.C. Quest'opera è scritta sotto forma di dialogo immaginario, in cui il primo interlocutore sostiene che un buon oratore deve avere una predisposizione naturale al parlare in pubblico (*natura*), da affinarsi con l'esperienza (*exercitatio*), mentre il secondo si dice convinto che, oltre a questi due fattori, sia molto importante per un oratore avere una ricca cultura (*doctrina*), soprattutto nell'ambito delle leggi e della filosofia.

I due interlocutori analizzano inoltre le cinque fasi della stesura di un'orazione:

1. *inventio*: individuare gli argomenti su cui costruire il discorso;
2. *dispositio*: stabilire l'ordine con cui tali argomenti vengono trattati nel discorso;
3. *elocutio*: stendere il discorso, prestando molta cura alla scelta delle parole giuste;
4. *memoria*: imparare il discorso a memoria;
5. *actio*: esercizio di pronuncia del discorso, dando importanza all'intonazione della voce e alla gestualità.

Queste cinque fasi, con qualche piccola modifica, rappresentano, ancora oggi, la base per articolare una buona relazione e fornire diversi elementi ai docenti che possano rendere interessante la propria lezione. Il *De Oratore*, sebbene scritto in maniera specifica per gli oratori pubblici, contiene innumerevoli consigli che anche i docenti possono applicare per rendere più avvincente la propria capacità comunicativa. Ogni docente deve far sì che ogni sua lezione sia una performance, una pietra miliare. A tal fine, anche Cicerone richiama, nelle sue opere, l'attenzione sulle tre caratteristiche affrontate da Aristotele ed Isocrate: l'*Ethos*, il *Pathos* ed il *Logos*. A proposito dell'*Ethos*, egli afferma:

Se vogliamo una definizione completa e precisa di oratore, diremo che questo termine, così solenne e degno, spetta a colui che, qualunque argomento gli capiti di dover affrontare, è in grado di trattarlo con *competenza*, proprietà ed eleganza, sostenuto dalla memoria e con una certa *autorevolezza*²³.

è compito dell'oratore esprimere il proprio pensiero in modo *autorevole* quando interviene su questioni molto importanti²⁴.

La capacità di esprimersi, del resto, rientra tra le più grandi *virtù* [...] Quanto più questa forza cresce, però, tanto più deve essere accompagnata dall'*onestà* e dalla *saggezza*²⁵.

Nelle sue opere Cicerone ha dato notevole importanza al *Pathos*, caratteristica essenziale che ogni oratore deve padroneggiare. Egli, tra l'altro, sostiene:

bisogna inoltre avere una profonda esperienza della vasta gamma di stati d'animo che appartengono per natura agli uomini, poiché la forza e l'intelligenza di un valido oratore saranno messe alla prova dalla capacità di placare o stimolare le emozioni di coloro che lo ascoltano²⁶.

Infine, a proposito del *Logos* egli raccomanda:

«Un buon oratore deve possedere conoscenze estese in diversi ambiti, senza le quali si ha una vuota e ridicola produzione di parole. Il discorso si deve reggere non solo su un'attenta selezione dei termini, ma anche su una precisa organizzazione delle sue parti; [...] Il discorso deve infatti sbocciare e scaturire da una padronanza degli argomenti; se il tema non è stato appreso e assimilato bene dall'oratore, suonerà come una sterile e infantile esposizione»²⁷.

Decisivo, per Cicerone, è applicare tutti livelli di comunicazione. Per una comunicazione efficace, è fondamentale, secondo il grande oratore, non solo ciò che diciamo, ma anche come lo diciamo, associato ad una significativa gestualità. Oggi, queste tre modalità comunicative sono definite ed identificate con le espressioni *verbale*, *paraverbale* e *non verbale*. Devono essere utilizzate tutte, se si mira a raggiungere una piena competenza nell'arte oratoria. Secondo una ormai nota ricerca realizzata verso la fine degli anni Sessanta dallo psicologo americano Albert Mehrabian, e che potrebbe stupire molti, l'efficacia della comunicazione dipende per il 7% dalle parole usate (*verbale*), per il 38 % dal *paraverbale* (l'uso della voce) e per il 55% dal *non verbale* (il linguaggio del corpo)²⁸. «Quello studio dimostrò che, in generale, quello che vuoi comunicare non si trova tanto nelle parole che pronunci, quanto in qualsiasi altra cosa tu faccia: il modo in cui lo dici e tutti gli aspetti non verbali»²⁹. Mehrabian giunse «alla generalizzazione ragionevolmente affidabile che il comportamento non verbale abbia un peso molto maggiore dell'impatto delle parole [...]»³⁰ sostenendo che «i nostri messaggi silenziosi possono contraddire o rinforzare quello che diciamo a parole. In entrambi

i casi, nella comunicazione essi sono più potenti delle parole che pronunciamo»³¹. La gestualità ha quindi un ruolo dominante. Entriamo nel merito, riflettendo sui benefici derivanti dall'applicazione di questi consigli da parte del docente durante una lezione³².

Si è detto che il *verbale* è rappresentato dal linguaggio utilizzato e dalla trasmissione dei contenuti. A scuola accade solitamente che per il 70% del tempo, a parlare sia l'insegnante, che talvolta incontra qualche difficoltà a creare interattività con i ragazzi. Se poi la sua comunicazione risulta monotona, noiosa, prolissa, o poco chiara, inevitabilmente chi ascolta finirà con il perdere l'attenzione attiva. Il linguaggio verbale richiede chiarezza e l'uso di termini comprensibili a tutti. E' necessario spiegare quelli difficili, tecnici o stranieri, ed evitare di volare troppo in alto. Cicerone sostiene, al riguardo, che «se un discorso contempla l'esposizione di fatti, bisogna dedicare a tale fase uno sforzo di chiarezza [...]»³³.

Il grande oratore latino elargisce poi consigli a tutto campo che aiutino a rendere entusiasmante, interessante ed efficace una lezione, una relazione, una conferenza. Egli insegna sia come comunicare ragionando con gli ascoltatori sia quanto è importante usare buon senso e accuratezza nella scelta degli argomenti da sviluppare. Spiega inoltre come rendere bello un discorso, come discernere lo stile più appropriato da adottare, quando e perché utilizzare metafore ed altre figure retoriche ed, infine, l'importanza della memoria.

Il *paraverbale* è tutto ciò che accompagna il contenuto del messaggio e riguarda la voce e la sua diversa modulazione: *ritmo, velocità, volume, tono e pause*. Questo permetterà di non pronunciare una lezione piatta e monotona. Cicerone, al riguardo, dice che

le modulazioni della voce possono essere acute e gravi, rapide o lente, solenni o pacate; e tra ciascuno di tali estremi vi è sempre un livello intermedio [...] Non c'è nessuna di queste modulazioni che non si possa imparare a gestire con una tecnica: esse sono strumenti di cui un oratore può servirsi come fa il pittore con i colori³⁴.

Indubbiamente la voce trasmette sicurezza, entusiasmo e convinzione in ciò che si dice. Infine, il *non verbale*. Esso riguarda il linguaggio del corpo, la *gestualità*. In ciò Cicerone era un maestro. Egli sostiene che tutti gli stati d'animo espressi attraverso il tono della voce

si manifestano anche nei gesti, che però non devono accentuare ogni parola, come quelli dell'attore, ma accompagnare il discorso nel suo complesso ed i pensieri. Non bisognerà mimare, dunque, ma limitarsi ad accennare.

Il movimento delle mani deve essere meno espressivo, con le dita che accompagnano le parole ma non le esprimono. Il braccio può essere proteso in avanti, come una sorta di arma del discorso [...] Lo strumento più importante è comunque l'espressione del volto [...] è determinante lo sguardo; sono gli occhi, infatti, a indicare il nostro stato d'animo, il quale si riflette sul viso e nell'atteggiamento complessivo con cui pronunciamo il discorso³⁵.

Cicerone aggiunge che la gestualità deve essere aperta e spontanea, deve accompagnare il messaggio e rafforzare il contenuto attraverso gesti sia enfatici sia descrittivi. La *mimica facciale* è un elemento importante della comunicazione. Con il viso si trasmettono messaggi emozionali importanti. È uno dei mezzi di comunicazione dell'emotività che contribuisce notevolmente alla creazione del clima d'aula. Per quanto riguarda la *postura*, è preferibile che il docente non stia dietro la cattedra nascondendo il proprio corpo. La disposizione più opportuna nell'aula è a ferro di cavallo, in quanto permette al docente di abbracciare con lo sguardo tutti i suoi allievi. Come indicato da Cicerone, «per l'espressione del volto è determinante lo sguardo; sono gli occhi, infatti, a indicare il nostro stato d'animo, il quale si riflette sul viso e nell'atteggiamento complessivo con cui pronunciamo un discorso»³⁶. Durante una lezione lo sguardo è lo strumento che permette all'insegnante di osservare attentamente chi ha di fronte e ciò che sta accadendo. Infatti, attraverso lo sguardo attento di ciò che accade in aula, si ottiene una serie di feedback importanti che consentono di tenere sotto controllo le reazioni dei ragazzi, di capire se c'è stanchezza o anche importanti segni di dissenso, assenso o dubbi utili per modificare, eventualmente, il proprio intervento. La gestione dello sguardo deve essere *democratica*, per cui è consigliabile guardare per qualche secondo, a rotazione, tutti i ragazzi o, nel caso di un discorso, le singole persone del pubblico, in modo da creare un *contatto empatico* con ciascuno³⁷.

Le tre grandi categorie di variabili che possono rendere un messaggio persuasivo ed efficace, l'*Ethos*, il *Pathos* ed il *Logos*, possono trovare la loro elaborazione all'interno dei tre livelli della comunicazione, *verbale*, *paraverbale* e *linguaggio del corpo*.

Il *logos*, che rappresenta la parte razionale del discorso, ovvero quella argomentativa, enunciativa e logica, trova la sua realizzazione principalmente nel *linguaggio verbale*. È quest'ultimo che chiama in causa i contenuti ed è rappresentato dalle parole che vengono pronunciate e dai ragionamenti espressi.

Il *pathos*, che rappresenta la parte emotiva e sentimentale, quella che ha

a che fare con le emozioni, trova la sua piena realizzazione nel *linguaggio paraverbale*. Qui non sono le parole a dominare, ma *come* queste vengono pronunciate. Il tono, la voce, il ritmo, la dizione, le pause, creano *pathos*, suscitano emozioni, fanno leva sul cuore e sul sentimento dell'ascoltatore.

Infine, l'*ethos*. Esso può essere incluso nel *linguaggio non verbale*. Quest'ultimo abbraccia tutto ciò che non è rappresentato dal *verbale* (ciò che viene detto) e dal *paraverbale* (come viene detto). Il *non verbale* non è rappresentato esclusivamente dal linguaggio del corpo, ma anche dalla postura, dalla mimica, dalla prossemica: in definitiva, da come complessivamente ci si pone e ciò include la credibilità e l'affidabilità dell'oratore. La reputazione di chi parla, la sua coerenza nella vita, la sua morale possono comunicare qualcosa di estremamente importante agli ascoltatori, pur senza proferire alcuna parola. Quindi, indipendentemente dalle belle parole che possono essere dette, l'*ethos* può avere un impatto decisivo ai fini dell'efficacia della comunicazione. Esso può predisporre positivamente l'uditorio all'ascolto, ma lo può anche allontanare e distogliere³⁸.

5 CONCLUSIONE

In questo lavoro si è cercato di mostrare, in breve, l'utilità della retorica classica nella formazione della classe docente e di tutti i comunicatori ai fini di una *paideia* innovativa. Una formazione completa richiede competenze di alto livello ed abilità diversificate. Il ruolo dei docenti risulta essere sempre più impegnativo e la loro responsabilità è di certo cresciuta notevolmente nel tempo. Lavorare per continuare a formarsi ed acquisire capacità comunicative adeguate porterà sicuramente a risultati soddisfacenti. Ogni docente, se svolge con passione il suo *mestiere*, definito spesso il più bello del mondo, non si limiterà a trasmettere contenuti facendo leva solo sulla cultura (*logos*), ma si preoccuperà di farlo con sentimento. Solo allora, le sue lezioni saranno emozionanti ed entusiasmanti (*pathos*) e lasceranno un segno non solo nella mente, ma anche sul cuore. Ma, ciò che più di ogni altra cosa sortirà un effetto positivo ed indelebile negli studenti, sarà l'*ethos*.

Passeranno gli anni, forse i decenni. Gli studenti probabilmente avranno allora dimenticato la gran parte dei contenuti delle singole lezioni; sicuramente un po' meno la modalità con cui gli argomenti furono a suo tempo presentati. Ma certamente non dimenticheranno mai i valori morali insegnati dal docente, non attraverso le parole, ma con il suo esempio. Non scorderanno mai il suo rigore, la sua coerenza di uomo, i suoi principi, la sua credibilità, la sua reputazione, il suo meraviglioso esempio (*ethos*). A tal fine

le parole di Gandhi risuonano forti e più che mai attuali: “*Sii il cambiamento che vuoi vedere avvenire nel mondo*”. Sarà questo che contribuirà, forse più di ogni altra cosa, alla vera e duratura educazione e formazione (*paideia*), non solo di un individuo, ma dell’intera società.

NOTE

1. La massima, attribuita da alcuni a Cicerone, da altri a Orazio o a Quintiliano, in realtà sembra sia di origine scolastica. Cfr. R. Tosi, *Dizionario delle sentenze latine e greche*, Rizzoli, Milano 1001, p. 162. Si veda anche D. Mattellini, *Notti landiniane*, 2012, p. 214. Cicerone sostiene che «non c’è nel genere umano figura più rara di un perfetto oratore» perché da un oratore «si pretendono l’abilità argomentativa dei dialettici, la profondità di pensiero dei filosofi, l’eleganza espressiva dei poeti, la memoria del giurista, il tono di voce e la gestualità degli attori migliori». E continua dicendo che «se qualcuno pensa che tutti i requisiti di un buon oratore possano essere conseguiti con l’impegno e l’esercizio, sbaglia» perché «vi sono ad esempio determinate doti che nascono con l’uomo stesso». Ciononostante, «certe buone qualità possono essere migliorate» e, anche se occorre una buona dose di «predisposizione naturale», non bisogna «desistere dallo studio dell’arte di comunicare: vi sono esempi di oratori i quali hanno conseguito lodi e riconoscimenti di quella abilità, anche se non eccelsa, che sono riusciti a raggiungere con l’impegno» (M. T. Cicerone, *L’arte di comunicare*, Mondadori, Milano 2007, pp. 53-55, a cura di P. Marsich).
2. Il vocabolario Treccani (ed. online), alla voce insegnare, dice: «*imprimere segni* (nella mente)», der. di *signum* «segno».
3. La versione utilizzata è: Aristotele, *Retorica*, a cura di M. Dorati, Mondadori, Milano 1996.
4. Cfr. M. Piovano, *Sviluppare il proprio carisma*, De Vecchi, Firenze 2010, p. 60.
5. Cfr. M. Grinder, *Appunti di PNL per gli insegnanti*, NLP ITALY, Bergamo 2009.
6. Cfr., ad esempio, V. Galgano, *Come sedurre il pubblico con la parola*, FrancoAngeli, pp. 13-14.
7. Aristotele, *Retorica*, I, 2, 1356a.
8. Cfr. D. Vannoni, *Manuale di psicologia della comunicazione persuasiva*, UTET, Torino 2001. A p. 4 afferma che per *comunicazione persuasiva* si intende quel «particolare tipo di comunicazione che ha come obiettivo l’indurre nel destinatario un cambiamento d’atteggiamento o comportamento». Cfr. anche M. Piovano, *La pentacomunicazione*, De Vecchi, Milano 2008, p.10.
9. Aristotele, *Retorica*, I, 2, 1356a.
10. F. Piazza, *L’arte retorica: antenata o sorella della pragmatica?*, «Esercizi filosofici» 6, 2011, p. 128.
11. Aristotele, *Retorica*, I, 2, 1356a.
12. Cfr. F. Piazza, *L’arte retorica: antenata o sorella della pragmatica?*, cit., pp. 128-129.
13. Aristotele, *Retorica*, I, 2, 1356a.
14. *Ibidem*.

15. *Ibidem*. A tal proposito, Barthes, commentando Aristotele, sostiene che la persuasione si raggiunge attraverso «due grandi vie, una logica, l'altra psicologica: *convincere* e *commuovere*. *Convincere* (*fidem facere*) richiede un apparato logico o pseudo-logico [...]: attraverso il ragionamento, si tratta di fare una giusta violenza allo spirito dell'ascoltatore, il cui carattere e disposizioni psicologiche non entrano ancora in conto: le prove hanno una forza loro propria. *Commuovere* (*animos impellere*) consiste, al contrario, nel pensare il messaggio probatorio, non in sé, ma secondo la sua destinazione, l'umore di chi deve riceverlo, nel mobilitare le prove soggettive, morali» (R. Barthes, *La retorica antica*, trad. it. Milano 1972, p. 20, citato in Aristotele, *Retorica*, a cura di M. Dorati, Mondadori, Milano 1996, pp. 132-133).
16. *Ibidem*.
17. Cfr. D. Pesce, *Le due culture nell'antichità: Isocrate e Platone*, «Rivista di filosofia neo-scolastica», 76, 4, 1984, pp. 585-591.
18. Isocrate, *Sullo Scambio*, parr. 189-190.
19. H. I. Marrou, *Storia dell'educazione nell'antichità*, Studium, Roma 2008 (I ed. 1966), pp. 266-268.
20. Cfr. L. Bellatalla, G. Genovesi, *Isocrate ovvero l'educazione innanzitutto*, Anicia, Roma 2013, p. 51.
21. Cfr. M.F. Quintiliano, *Istituzione Oratoria*, L. X, Loecher, Torino 1910, p. XVI, dove Domenico Bassi, nella sua introduzione all'opera, parlando dell'oratore dice che è «più che necessario, indispensabile che egli sia un uomo *bonus*, parola dal nostro retore usata nel suo più largo significato. Pertanto nel libro XII son messi avanti alcuni precetti, i quali per una parte tendono a rendere compiuta l'istruzione e l'educazione del perfetto oratore, per l'altra hanno lo scopo di persuaderlo che egli, per essere tale, deve anzitutto essere onesto». Bassi sostiene che i precetti contenuti nell'opera di Quintiliano vanno considerati «sotto un duplice aspetto, cioè in relazione col metodo tenuto dai romani nell'educare i figli alla vita pubblica e con le condizioni dell'eloquenza nel primo secolo dell'impero» (p. XVII). Viene inoltre posto l'accento sulle critiche rivolte da Quintiliano al sistema educativo romano, considerato *pedantesco*, e che non conduce a nulla di concreto, ed alle *soverchie* ed *affettate* sottigliezze dei retori. L'*Institutio Oratoria*, fornisce quindi gli strumenti necessari sia per rendere più elegante l'arte oratoria in sé, sia per formare maestri in grado di educare i giovani, sin dall'infanzia, senza annoiare attraverso efficaci precetti pedagogici e didattici (pp. XIV-XXI).
22. Cfr. C. Natali, *L'immagine di Isocrate nelle opere di Cicerone*, University of California Press, 1985.
23. M. T. Cicerone, *L'arte di comunicare*, cit., p. 8.
24. *Ibidem*, p. 69.
25. *Ibidem*, p. 71.
26. *Ibidem*, p. 4.
27. *Ibidem*, pp. 4-5.
28. Cfr. C. Sansavini, *Parlare in pubblico*, Giunti, Firenze 2002, pp. 28-31.
29. T. James, D. Shephard, *PNL per comunicare in pubblico*, ITALY, Bergamo 2004, p. 109.

30. J. Richardson, *Introduzione alla PNL*, NLP ITALY, Bergamo 2004, p. 51.
31. A. Mehrabian, *Silent Messages*, (Belmont, CA: Wadsworth, 1971), p. 56, citato da J. Richardson, *Introduzione alla PNL*, cit., p. 50-51.
32. Cfr. C. De Angelis, *L'arte del comunicare nella professione insegnante per un'efficace didattica della lingua italiana*, in E. Pirvu (a cura di), *Discorso e metodo nella lingua e nella letteratura italiana*, Atti del V Convegno internazionale di italinistica dell'Università di Craiova, 20-21 settembre 2013, Franco Cesati Editore, Firenze 2014, pp. 415-426.
33. M. T. Cicerone, *L'arte di comunicare*, cit., p. 34.
34. *Ibidem*, p. 64.
35. *Ibidem*, p. 65.
36. *Ibidem*.
37. D. Bregantin, *Corso rapido per parlare in pubblico*, De Vecchi, Firenze 2010, pp. 106-108.
38. Cfr. M. Piovano, *Sviluppare il proprio carisma*, cit., pp. 49-78, dove, tra l'altro, viene menzionato lo straordinario carisma di madre Teresa di Calcutta, dovuto non solo alla sua grande capacità di comunicare con le parole, ma soprattutto con l'esempio (*ethos*).

© 2015 Ciro De Angelis & Forum. Supplement to Acta Philosophica



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

[Testo completo della licenza](#)