

Bruno Cancellieri, ChatGPT e Claude.ai

Conversazione e competizione

Come le conversazioni determinano le relazioni

25 luglio 2026

Copyright © Bruno Cancellieri

NOTA: Questo articolo nasce da un dialogo con ChatGPT e Claude.ai, secondo un metodo che ho adottato anche per altri lavori: propongo un tema, discuto con questi strumenti l'impostazione e i contenuti, e faccio scrivere e poi correggere i testi attraverso un confronto articolato, in cui le modifiche vengono proposte, argomentate e discusse insieme.

Il quadro teorico specifico si sviluppa in questi dialoghi, ma si inserisce in una formazione psicologica e filosofica che ho maturato in autonomia ben prima di ricorrere a questi strumenti.

La responsabilità delle tesi sostenute, e delle loro eventuali debolezze, resta comunque mia.

Bruno Cancellieri

Due livelli, una vecchia scoperta

Le conversazioni vengono generalmente considerate uno strumento di comunicazione: servono a scambiare informazioni, raccontare esperienze, esprimere opinioni. Tutto vero, ma è solo il livello più visibile.

Che ogni messaggio operi contemporaneamente su un piano di contenuto e su un piano di relazione non è un'idea nuova: è il secondo assioma della pragmatica della comunicazione di Watzlawick, Beavin e Jackson (1967). Erving Goffman ha mostrato come in ogni interazione sia in gioco la "faccia" dei partecipanti, cioè l'immagine di sé che ciascuno rivendica; Brown e Levinson hanno costruito su questa base la teoria della cortesia; Deborah Tannen ha documentato come lo status venga negoziato frase per frase; l'analisi della conversazione di Sacks e Schegloff ha descritto la microcompetizione per il turno di parola.

Questo articolo non pretende quindi di scoprire il livello relazionale della conversazione. Propone una cosa più circoscritta: identificare i tre oggetti concreti che gli interlocutori costruiscono insieme e che, proprio perché devono essere condivisi, diventano terreno di competizione. Sono il tema, il contesto e la storia.

Questi tre elementi non sono soltanto oggetti della conversazione: sono tre forme fondamentali di realtà condivisa, tre modi dell'avere-in-comune — cioè di quell'insieme di cose condivise (un'attenzione, una cornice interpretativa, una narrazione, e più in generale valori, interessi, esperienze) che rende possibile ogni relazione umana. In questa prospettiva la conversazione non è un fenomeno a sé: è il principale laboratorio in cui l'avere-in-comune viene costruito, mantenuto e conteso. Ciò che segue è dunque un caso particolare di una dinamica più generale: le persone entrano in relazione attraverso ciò che riescono a mettere in comune, e competono per decidere che cosa verrà messo in comune e alle condizioni di chi. In questa prospettiva, negoziare il tema, il contesto e la storia significa, nello stesso tempo, negoziare la relazione.

I tre oggetti contesi

Perché una conversazione esista, gli interlocutori devono condividere, almeno temporaneamente, tre elementi.

Il tema risponde alla domanda: di che cosa stiamo parlando? È la porzione di realtà su cui si concentra l'attenzione.

Il contesto risponde alla domanda: da quale prospettiva la stiamo guardando? È ciò che Goffman chiamava frame: la cornice interpretativa che attribuisce significato ai fatti.

La storia risponde alla domanda: che cosa è successo, perché, e con quali conseguenze? È la narrazione che organizza gli eventi collegando cause, intenzioni ed effetti.

Una precisazione è necessaria: i tre livelli non sono indipendenti. Chi racconta una storia con certe attribuzioni causali sta già imponendo una cornice; chi impone una cornice sta già selezionando quali fatti conterranno. La distinzione è analitica, non ontologica: serve a osservare tre mosse diverse che nella pratica si presentano spesso intrecciate. Vale come una mappa, non come una tassonomia rigida.

La competizione per il tema

La forma più evidente di competizione è decidere di che cosa parlare. Chi introduce un argomento sceglie il terreno dell'interazione: ogni tema rende rilevanti certe competenze ed esperienze e ne oscura altre. Per questo le persone tendono a proporre temi in cui si sentono forti e a evitare quelli in cui sarebbero in difficoltà.

Un esempio quotidiano: a una cena, un ingegnere continua a riportare il discorso sull'intelligenza artificiale mentre la cognata, medico, lo devia sistematicamente verso la sanità. Nessuno dei due sta "cambiando argomento" per caso: ciascuno sta spostando la conversazione sul terreno in cui può apparire competente.

La competizione per il contesto

Anche a tema invariato, la conversazione cambia profondamente con la cornice. Una stessa decisione politica può essere letta come problema economico, morale, psicologico o giuridico; un conflitto familiare come questione di carattere, di comunicazione o di rapporti di potere. Cambiare il contesto significa cambiare il significato del tema senza cambiarne l'oggetto.

È la logica del reframing studiata nella retorica e nella comunicazione politica: nel dibattito sull'immigrazione, "sicurezza", "solidarietà" ed "economia" non sono tre opinioni sullo stesso quadro, ma tre quadri diversi, ognuno dei quali avvantaggia chi lo ha imposto.

La competizione per la storia

La forma più sottile riguarda la narrazione. Gli interlocutori possono condividere tema e contesto ma selezionare episodi diversi, attribuire responsabilità diverse, collegare gli eventi con catene causali diverse. Molte discussioni di coppia ne sono l'illustrazione perfetta: entrambi concordano che si parli della lite di sabato (tema) e che sia una questione di rispetto reciproco (contesto), ma nella versione di lei tutto comincia da una frase sgarbata di lui, e nella versione di lui da un ritardo di lei. Non litigano su ciò che è accaduto, ma su dove la storia comincia.

Strategie spesso inconsapevoli

Queste mosse avvengono raramente in modo deliberato. Ogni domanda, ogni esempio, ogni digressione può spostare tema, contesto o storia, e chi la compie di solito si percepisce semplicemente come uno che "precisa" o "aggiunge un punto di vista". Va detto che distinguere una deviazione strategica da una casuale è difficile anche per l'osservatore esterno, e che l'attribuzione di intenzioni inconsapevoli è per sua natura poco verificabile: qui il quadro va preso come ipotesi interpretativa, non come diagnosi.

La posta in gioco: la relazione stessa

La conversazione è il terreno; la posta è la relazione. Questa formula va presa alla lettera, in un senso più radicale di quanto sembri a prima vista. Non si tratta soltanto del fatto che chi orienta il tema guadagna una reputazione di competenza o che chi impone la storia appare più autorevole: il prestigio è un sottoprodotto. Ciò che viene negoziato attraverso tema, contesto e storia è la struttura stessa della relazione: chi guida e chi segue; chi definisce la realtà comune e chi si adatta alla definizione altrui; chi concede all'altro legittimità interpretativa — il diritto di dire “com'è andata” — e chi deve chiederla.

Il secondo assioma di Watzlawick afferma che ogni comunicazione, oltre a trasmettere un contenuto, definisce la relazione tra i comunicanti. Ma l'assioma dice che questo accade, non come. Il modello proposto qui suggerisce un possibile meccanismo: la relazione viene definita attraverso la negoziazione continua del tema, del contesto e della storia. Sono questi i tre canali concreti per cui passa ciò che Watzlawick lasciava implicito. Ogni mossa conversazionale è quindi due cose insieme: un contributo sul contenuto e una proposta di relazione — una proposta che l'altro, secondo la dinamica delle posizioni simmetriche e complementari descritta dallo stesso Watzlawick, può accettare, rifiutare o rinegoziare. “Ecco come la vedo io” significa sempre anche “ecco chi propongo di essere per te, ed ecco chi propongo che tu sia per me”. Accettare il tema, la cornice o la storia dell'altro non è solo un atto cognitivo: è la ratifica di un assetto relazionale.

Nella maggior parte dei casi, peraltro, le persone non cercano dominio: cercano di essere comprese, riconosciute, rispettate. Ma questi bisogni si traducono negli stessi tentativi di orientare tema, contesto e storia — ed è per questo che molte discussioni sembrano interminabili: la posta reale non è più l'argomento iniziale, ma la forma che la relazione sta prendendo.

Quando la competizione è forte e quando è debole

Non ogni conversazione è un'arena. Chiedere un'indicazione stradale a uno sconosciuto ha una dimensione relazionale trascurabile. La componente competitiva cresce in condizioni riconoscibili: quando c'è un pubblico davanti a cui la faccia si può guadagnare o perdere; quando la relazione è di lunga durata e la posizione conquistata oggi varrà anche domani; quando lo status reciproco è incerto o conteso; quando il tema tocca l'identità di uno dei partecipanti. E varia con la cultura: le società differiscono molto in quanto la competizione conversazionale sia tollerata, premiata o sanzionata — l'interruzione che a Milano segnala coinvolgimento può segnalare prevaricazione a Helsinki. Una teoria che dichiarasse competitiva ogni conversazione spiegherebbe tutto e quindi niente; è più utile chiedersi che cosa accende la competizione e che cosa la spegne.

Quando prevale la cooperazione

Nelle interazioni più costruttive gli interlocutori non cercano di imporre la propria rappresentazione: costruiscono insieme il tema, esplorano cornici alternative, lasciano che le proprie narrazioni vengano modificate da quelle altrui. La conversazione diventa un processo di costruzione condivisa della realtà anziché un campo di battaglia.

Due avvertenze, però. Primo, la cooperazione non elimina la negoziazione della relazione: anche nel gruppo più collaborativo qualcuno propone la sintesi, qualcuno viene citato e qualcuno no. La differenza è di grado e di stile, non di natura. Secondo, la cooperazione non è un tratto morale ma un equilibrio che dipende da condizioni: sicurezza relazionale (nessuno teme di perdere la faccia ammettendo un errore), obiettivi comuni espliciti, e la disponibilità a rendere negoziabili proprio i tre oggetti — a chiedere “di cosa stiamo parlando davvero?”, “da che prospettiva?”, “la racconteresti diversamente?” — invece di darli per definiti.

Osservare le conversazioni in modo diverso

Questa prospettiva suggerisce quattro domande da porsi davanti a qualunque conversazione: quale tema si sta costruendo? Con quale cornice viene interpretato? Quale storia sta prendendo forma? E in che modo tutto questo sta ridefinendo la relazione tra gli interlocutori?

Le conversazioni non sono soltanto scambi di parole: sono il luogo in cui l'avere-in-comune si costruisce e si contende. E la relazione stessa è una particolare forma di avere-in-comune: non uno dei contenuti condivisi, ma il modo in cui la condivisione viene organizzata — chi guida e chi segue, chi definisce ciò che diventa comune e chi lo accetta. Gli interlocutori negoziano così, contemporaneamente, tre cose: che cosa condividere (tema, contesto e storia), come dividerlo, e quale relazione nascerà da quella condivisione. Da questa prospettiva, la negoziazione della conversazione e quella della relazione appaiono come due aspetti dello stesso processo di costruzione dell'avere-in-comune: la prima ne è il livello più immediatamente osservabile, la seconda l'esito più durevole — e con essa il posto che ciascuno occupa nel mondo condiviso. Saper vedere questa negoziazione non serve a vincerla, ma a scegliere, quando è possibile, come giocarla: in modo competitivo o cooperativo.

Questo articolo costituisce un'applicazione alla comunicazione della teoria dell'avere-in-comune sviluppata dall'autore in un altro lavoro, ai quale si rimanda per il quadro concettuale generale.

Riferimenti essenziali

Cancellieri B. (2026), Psicologia dell'avere-in-comune.

https://cancellieri.org/doc/Psicologia_dell_avere_in_comune.pdf

Watzlawick P., Beavin J.H., Jackson D.D. (1967), Pragmatica della comunicazione umana, Astrolabio.

Goffman E. (1967), Il rituale dell'interazione, Il Mulino; (1974) Frame Analysis, Harvard University Press.

Brown P., Levinson S. (1987), Politeness: Some Universals in Language Usage, Cambridge University Press.

Tannen D. (1990), You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation, Morrow.

Sacks H., Schegloff E., Jefferson G. (1974), A Simplest Systematics for the Organization of Turn-Taking for Conversation, Language, 50(4).

Lakoff G. (2004), Don't Think of an Elephant!, Chelsea Green (sul reframing nel discorso pubblico).