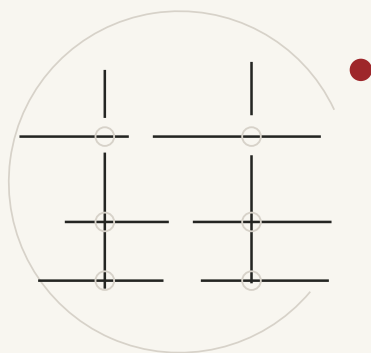


Luca Tomassini

Come abbiamo rotto Internet

Dalla promessa di una rete libera
al potere delle piattaforme



Internet ci aveva promesso uno spazio aperto, fatto di conoscenza, relazioni e libertà. Non è stata la tecnologia a tradire quella promessa: sono state le scelte con cui abbiamo costruito la sua economia. Capire dove abbiamo sbagliato è il primo passo per ricominciare.

QUADERNI DEL DOMANI

Come abbiamo rotto Internet

Dalla promessa di una rete libera al potere delle
piattaforme

Luca Tomassini

QUADERNI DEL DOMANI · N. 05

© 2026 Luca Tomassini. Tutti i diritti riservati.

Nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta, copiata, modificata o diffusa
senza autorizzazione scritta dell'autore, salvo quanto consentito dalla legge.

Edizione digitale gratuita pubblicata sul sito ufficiale:

www.lucatomassini.it

Quaderni del domani · N. 05 · Prima edizione, 2026

La rete che avevamo immaginato

Ho trascorso buona parte della mia vita professionale occupandomi di tecnologie che mettono in comunicazione le persone. Per questo, quando ripenso ai primi anni della diffusione di Internet, non riesco a liquidarli come un'epoca di ingenuità. C'era davvero qualcosa di straordinario nell'idea che un'infrastruttura potesse consentire a persone lontanissime di scambiarsi conoscenze senza chiedere il permesso a un centro. Una rete di reti, costruita su protocolli condivisi, nella quale nessuno avrebbe dovuto possedere l'intera conversazione. Non era un'utopia astratta: funzionava, e proprio perché funzionava apriva possibilità che prima non esistevano.

Per la prima volta diventava normale consultare documenti conservati dall'altra parte del mondo, scrivere a qualcuno senza conoscere i suoi intermediari, pubblicare un'idea senza possedere una tipografia o una frequenza televisiva. La rete rendeva visibili comunità piccole, competenze rare, passioni che non avevano mai trovato spazio nei mezzi tradizionali. Un ragazzo curioso poteva imparare da ricercatori lontani; un'impresa di provincia poteva presentarsi a un mercato internazionale; una persona isolata poteva incontrare altre persone con cui condividere un problema. Internet non cancellava le disuguaglianze, naturalmente. Abbassava però alcune barriere che per decenni avevano separato chi produceva informazione da chi poteva soltanto riceverla.

Mi colpiva soprattutto un aspetto: l'intelligenza della rete non coincideva con un'unica organizzazione. Era distribuita fra apparati, programmi, università, aziende e utenti. La sua forza nasceva dalla possibilità di collegare sistemi differenti. È una distinzione tecnica che contiene anche una lezione civile. Una rete aperta non chiede a tutti di essere uguali; chiede che possano

comunicare. Non esisteva alcuna garanzia che quella struttura avrebbe prodotto automaticamente una società migliore, ma c'erano le condizioni perché molti soggetti potessero contribuire a costruirla.

Oggi tendiamo a ricordare soltanto l'entusiasmo e a sorriderne. Sarebbe un errore. Una parte essenziale di quella promessa è stata mantenuta: comunicazioni, ricerca, istruzione, assistenza, servizi pubblici e iniziative sociali hanno beneficiato enormemente della connessione. Il punto è capire come siamo passati da una rete nella quale si poteva entrare e uscire liberamente a un ambiente nel quale poche porte sembrano obbligatorie. E soprattutto perché abbiamo finito per chiamare Internet ciò che, molto spesso, è soltanto una delle sue piattaforme.

La gratuità aveva un prezzo

La prima decisione che ha orientato il destino della rete non è stata presa in un laboratorio. È stata una scelta economica. Ci siamo abituati a considerare naturale che quasi ogni servizio online dovesse essere gratuito. La posta elettronica, i motori di ricerca, i social network, le fotografie, le notizie: tutto apparentemente accessibile senza pagare. Sembrava la realizzazione più convincente dell'abbondanza digitale. Il costo di riprodurre un'informazione era diventato bassissimo; perché non immaginare che anche il suo accesso potesse esserlo?

La gratuità, però, non eliminava i costi. Qualcuno doveva finanziare le infrastrutture, il software, le persone e la crescita. La pubblicità apparve come la soluzione più semplice: offrire un servizio agli utenti e vendere agli inserzionisti la possibilità di raggiungerli. Di per sé non era una novità, né necessariamente una scelta sbagliata. Giornali e televisioni avevano vissuto per decenni anche grazie alla pubblicità. Nel mondo digitale accadde qualcosa di diverso. La possibilità di osservare quasi ogni comportamento rese l'attenzione misurabile, segmentabile, commerciabile con una precisione senza precedenti.

Non bastava più mostrare un annuncio a chi leggeva una pagina. Diventava conveniente sapere quanto tempo vi restava, su che cosa si soffermava, quali altre pagine aveva visitato, che cosa lo incuriosiva, che cosa poteva irritarlo. Più dati si raccoglievano, più si prometteva di migliorare la capacità di vendere pubblicità. Più a lungo una persona restava connessa, maggiore era il valore potenziale generato. In questo passaggio il servizio cominciò lentamente a cambiare scopo. La qualità dell'esperienza dell'utente non

scomparve, ma si trovò a convivere con un altro obiettivo, spesso più remunerativo: trattenerlo.

Abbiamo così accettato un patto senza discuterne davvero le condizioni. In cambio di comodità straordinarie, abbiamo concesso la registrazione di porzioni sempre più ampie della nostra vita. La questione non riguarda soltanto la privacy, parola che a volte sembra descrivere un fastidio individuale. Riguarda il rapporto di potere fra chi conosce i nostri comportamenti e chi non può sapere come quella conoscenza venga utilizzata. Una società può scegliere di finanziare servizi attraverso la pubblicità. Dovrebbe però poter decidere quanto controllo sia disposta a cedere in cambio. Noi abbiamo lasciato che fosse soprattutto il mercato a stabilirlo.

Quando l'attenzione è diventata il prodotto

Nella stagione iniziale del web eravamo noi a cercare le informazioni. Aprivamo un sito, seguivamo un collegamento, scoprivamo una pagina imprevista. La navigazione richiedeva una certa intenzione. Con il tempo, l'esperienza si è trasformata in un flusso. Non siamo più soltanto noi a scegliere dove andare: un sistema sceglie continuamente che cosa presentarci, quale contenuto mettere in evidenza e quale lasciare scomparire. La differenza sembra piccola perché lo schermo è rimasto lo stesso. In realtà modifica il nostro rapporto con il sapere.

Un algoritmo di raccomandazione può essere molto utile. Ci aiuta a trovare un libro, un brano musicale, una notizia o una persona che altrimenti non avremmo incontrato. Il problema nasce quando il criterio principale con cui viene giudicato è la capacità di ottenere una reazione. Il contenuto che suscita indignazione, sorpresa o paura può trattenere l'attenzione più di una spiegazione paziente. Una discussione equilibrata può essere meno redditizia di uno scontro. A quel punto la piattaforma non ha bisogno di volere deliberatamente una società più aggressiva: può produrre quell'effetto seguendo fedelmente il proprio sistema di incentivi.

Ci siamo ritrovati in un ambiente che conosce sempre meglio le nostre debolezze e ci restituisce una versione del mondo costruita anche per sfruttarle. Il risultato non è uguale per tutti e non va raccontato come se ogni cittadino fosse una vittima passiva. Le persone conservano capacità critica, scelgono, resistono, cambiano abitudini. Sarebbe tuttavia ingenuo ignorare la sproporzione tra l'attenzione limitata di un individuo e le risorse dedicate da un'intera industria a studiarne i comportamenti. Un conto è scegliere

un'informazione; un altro è farlo dentro un ambiente progettato per rendere difficile smettere di scegliere.

La conseguenza più importante è culturale. Abbiamo iniziato a confondere la visibilità con il valore, la popolarità con l'autorevolezza, la rapidità con la conoscenza. Anche chi produce informazione è stato spinto ad adattarsi: titoli pensati per essere cliccati, argomenti scelti per ottenere reazioni, notizie che inseguono l'ultima polemica. Non è scomparso il buon giornalismo, così come non è scomparsa la ricerca seria. È cambiato il terreno sul quale devono farsi riconoscere. E quel terreno è sempre più spesso di proprietà di qualcuno che non produce il contenuto, ma decide quanto lontano potrà arrivare.

La grande recinzione

Internet era nata come un sistema nel quale i collegamenti contavano più dei confini. Oggi molte delle nostre attività digitali avvengono in spazi chiusi, con regole definite da singole imprese. Condividiamo fotografie, conversazioni, contatti, acquisti, documenti e ricordi all'interno di ambienti che ci sembrano familiari, ma che non controlliamo. Possiamo usarli, spesso gratuitamente, finché ne accettiamo le condizioni. Portare altrove ciò che abbiamo costruito può essere complicato, quando non praticamente impossibile.

Questo è il punto nel quale la comodità diventa dipendenza. Una piattaforma è utile anche perché ci sono già gli altri. Un social network vale per le persone che vi incontriamo, un servizio di messaggistica per i contatti che lo utilizzano, un mercato digitale per gli acquirenti e i venditori che vi partecipano. Quando un sistema raggiunge una certa dimensione, abbandonarlo significa spesso perdere relazioni, visibilità o opportunità economiche. È una forma di potere che non ha bisogno di vietare l'uscita. Basta renderla troppo costosa.

Nel frattempo, i soggetti che costruiscono valore dentro quelle piattaforme diventano dipendenti da regole mutevoli. Un piccolo editore può perdere lettori perché cambia il modo in cui vengono mostrati i collegamenti. Un commerciante può vedere aumentare il costo necessario per essere trovato. Un autore può scoprire che la comunità che credeva di aver costruito non gli appartiene davvero, perché non può raggiungerla senza pagare un intermediario. Le condizioni possono cambiare dall'oggi al domani e le ragioni non sono sempre comprensibili.

Da uomo che ha lavorato sulle reti, considero questa trasformazione particolarmente significativa. L'interoperabilità non è un dettaglio per ingegneri: è la possibilità di scegliere senza dover ricominciare da zero. Se posso chiamare una persona che utilizza un operatore diverso dal mio, la comunicazione non dipende da un unico proprietario. Se invece la mia vita digitale resta prigioniera di un'applicazione, la concorrenza perde una parte della sua forza e anche la mia libertà si restringe. Abbiamo costruito sistemi tecnicamente capaci di collegare il mondo e li abbiamo progressivamente organizzati come territori separati. Non è stata una necessità tecnologica. È stata una scelta.

La lenta usura delle piattaforme

Molti ricordano il momento in cui un servizio online sembrava migliorare a ogni aggiornamento. Era più semplice, più veloce, più utile. Poi, senza un evento preciso, l'esperienza ha iniziato a peggiorare. I risultati di una ricerca sono diventati meno chiari, gli annunci più invasivi, le notifiche più insistenti, i contenuti suggeriti più numerosi di quelli richiesti. Non sempre è possibile distinguere ciò che deriva dalla crescita del servizio da ciò che nasce da una decisione deliberata. La sensazione, però, è familiare: ciò che ci aveva convinto a entrare viene progressivamente sacrificato.

Una piattaforma che vuole conquistare utenti ha un forte incentivo a trattarli bene. Quando diventa il luogo in cui tutti devono trovarsi, quell'incentivo può indebolirsi. Può cominciare a chiedere di più agli inserzionisti, ai produttori, ai venditori e agli stessi utenti, restituendo progressivamente meno valore. Non è una legge naturale, né un destino inevitabile di ogni impresa digitale. È un rischio che cresce quando diminuiscono le alternative, quando i costi di uscita sono elevati e quando chi governa la piattaforma non incontra limiti sufficienti.

Il deterioramento non si misura soltanto nel fastidio provocato dalla pubblicità. Si vede nel progressivo impoverimento dell'esperienza. Cercare qualcosa e trovare soprattutto ciò che qualcuno ha pagato per mostrarci. Aprire una pagina e dover attraversare ostacoli costruiti per prolungare la permanenza. Seguire una persona e ricevere al suo posto contenuti selezionati perché promettono più reazioni. Sono piccoli spostamenti, ciascuno apparentemente sopportabile, che nel loro insieme cambiano il significato di un servizio.

C'è una responsabilità delle imprese, naturalmente, ma esiste anche una responsabilità delle istituzioni e di chi progetta le regole del mercato. Se la concorrenza viene soffocata, se la portabilità dei dati è solo formale, se le acquisizioni eliminano alternative prima che possano crescere, la qualità non è più una condizione necessaria per conservare gli utenti. L'innovazione può perfino rallentare: perché migliorare radicalmente un prodotto quando il cliente non ha davvero dove andare? Per ricostruire Internet dobbiamo smettere di considerare la possibilità di uscire come una concessione. È una delle condizioni della libertà.

La verità dentro il rumore

La rete ha reso possibile una circolazione della conoscenza che nessuna generazione precedente avrebbe potuto immaginare. È uno dei suoi meriti più grandi e non voglio perderlo di vista. Allo stesso tempo, ha abbassato il costo di produrre e diffondere qualunque affermazione, vera o falsa. In un ambiente nel quale la visibilità dipende spesso dalla capacità di provocare una reazione, la disinformazione può trovare condizioni favorevoli. Non perché le persone abbiano improvvisamente smesso di cercare la verità, ma perché gli strumenti che utilizzano per orientarsi sono stati progettati anche per altri scopi.

La difficoltà non consiste soltanto nel riconoscere una notizia inventata. È diventato più complicato stabilire una gerarchia delle fonti. Un articolo costruito con settimane di lavoro e un video improvvisato possono comparire nello stesso spazio, con un linguaggio visivo simile e una capacità di diffusione che dipende da fattori diversi dalla qualità. Il problema si aggrava quando il dibattito pubblico si organizza intorno a comunità che si parlano poco e diffidano delle informazioni provenienti dall'esterno. Non esiste un algoritmo che possa sostituire il paziente lavoro di costruzione della fiducia.

La politica ha imparato rapidamente a muoversi in questo ambiente. La comunicazione diretta permette ai rappresentanti di parlare ai cittadini senza attraversare i filtri tradizionali, e può essere una conquista democratica. Può però trasformarsi in una scorciatoia permanente, nella quale la ricerca del consenso immediato sostituisce il confronto e ogni critica viene presentata come ostilità. Le piattaforme non hanno inventato la propaganda, la

polarizzazione o la menzogna. Hanno cambiato la velocità, la scala e la precisione con cui questi strumenti possono essere utilizzati.

A volte sento proporre soluzioni semplici: eliminare i contenuti sbagliati, affidare tutto a un'autorità, delegare agli algoritmi il compito di distinguere il vero dal falso. Non credo che una società libera possa accontentarsi di risposte così facili. Servono responsabilità editoriali comprensibili, trasparenza sui sistemi di raccomandazione, tutela del pluralismo e alfabetizzazione digitale. Soprattutto, occorre ricostruire luoghi nei quali sia possibile discutere senza essere costantemente spinti verso lo scontro. La qualità di una democrazia non dipende soltanto da quante persone possono parlare. Dipende anche dalle condizioni nelle quali possono ascoltarsi.

L'intelligenza artificiale e la nuova soglia

L'arrivo dell'intelligenza artificiale generativa sta modificando un altro elemento essenziale del web: il rapporto fra chi cerca un'informazione e chi l'ha prodotta. Per molti anni il motore di ricerca ha rappresentato una porta verso altri luoghi. Si formulava una domanda, si ricevevano collegamenti e si decideva quali fonti consultare. Ora è sempre più frequente ottenere una risposta già confezionata, costruita a partire da materiali che possono provenire da numerosi siti. È una comodità reale. Per molte attività permette di risparmiare tempo e di orientarsi più rapidamente.

Esiste però una conseguenza che merita attenzione. Se la risposta arriva senza che sia necessario visitare la fonte, chi ha prodotto quell'informazione può perdere lettori, riconoscimento e risorse. Un giornale, un ricercatore, un autore, un sito specializzato possono contribuire a generare valore senza partecipare in misura adeguata ai benefici economici che ne derivano. Una ricerca del Pew Research Center del 2025 ha osservato, in un campione di navigazione statunitense, una minore propensione a cliccare sui collegamenti quando compariva una sintesi prodotta dall'intelligenza artificiale. È un dato circoscritto, non una previsione sul destino dell'intero web, ma indica una tensione che non possiamo ignorare.

Il rischio più sottile è quello di un circuito che consuma le proprie fonti. Se produrre conoscenza originale diventa economicamente insostenibile, la qualità delle informazioni disponibili può deteriorarsi. Se i contenuti generati automaticamente si moltiplicano senza criteri di provenienza e verifica, distinguere esperienza diretta, analisi e imitazione diventa più difficile. Non dobbiamo immaginare che tutto ciò accada necessariamente.

Dobbiamo riconoscere che la qualità della rete dipende anche dalla possibilità di remunerare, proteggere e rendere riconoscibile il lavoro umano che la alimenta.

Da tecnologo, vedo nell'intelligenza artificiale opportunità straordinarie: strumenti di accessibilità, traduzione, studio, progettazione, ricerca e assistenza. Sarebbe assurdo rinunciarvi per paura delle conseguenze. La questione è il modello con cui le integriamo nell'ecosistema digitale. Un assistente intelligente dovrebbe aiutarmi a comprendere da dove arriva un'informazione, non soltanto a ricevere una frase convincente. Dovrebbe facilitare il confronto fra fonti, non rendere invisibili gli autori. Dovrebbe ampliare la mia autonomia, non chiudermi in una nuova dipendenza. Abbiamo ancora il tempo per scegliere quale strada seguire.

La rete non è innocente, e nemmeno noi

Quando si cerca di capire come Internet sia cambiata, è rassicurante attribuire tutta la responsabilità a pochi dirigenti della tecnologia. Le loro decisioni contano moltissimo, e sarebbe sbagliato minimizzarle. Non spiegano però da sole il risultato. Abbiamo premiato la comodità anche quando riduceva la nostra libertà di scelta. Abbiamo chiesto servizi gratuiti senza interrogarci abbastanza sul modo in cui venivano finanziati. Abbiamo confuso il numero degli utenti con il successo di un'idea, la crescita con il miglioramento, la capacità di trattenere l'attenzione con la qualità del servizio.

Anche le istituzioni hanno accumulato ritardi. Per anni si è pensato che il mondo digitale fosse troppo rapido, troppo nuovo o troppo complesso per essere governato con strumenti pubblici. La conseguenza è stata lasciare che regole decisive per la vita collettiva nascessero all'interno di contratti privati e di sistemi poco trasparenti. Nel frattempo, scuole, università e mezzi di informazione hanno dovuto adattarsi a un ambiente che cambiava più velocemente delle competenze necessarie per comprenderlo. Non siamo rimasti immobili, ma spesso abbiamo reagito quando gli effetti erano già visibili.

Mi interessa poco distribuire colpe in modo generico. Mi interessa capire quali decisioni possono essere corrette. L'esperienza dell'innovazione insegna che un sistema può essere riprogettato. Si possono cambiare gli incentivi, aprire interfacce, rendere trasferibili i dati, proteggere la concorrenza, imporre responsabilità proporzionate al potere esercitato. Si possono sostenere modelli economici diversi, nei quali il rapporto fra chi

offre un servizio e chi lo utilizza sia più comprensibile. Si può tornare a investire in spazi pubblici digitali e in comunità che non dipendano interamente dalla pubblicità.

Soprattutto, possiamo smettere di pensare che Internet sia un oggetto già concluso. La rete non è una città costruita una volta per tutte. È un insieme di scelte tecniche, economiche, giuridiche e culturali che continuano a essere prese ogni giorno. La sua forma attuale non era inevitabile. Questo significa che neppure la sua forma futura è decisa. Non serve rimpiangere un'età dell'oro che, in realtà, non è mai esistita per tutti. Serve recuperare la capacità di progettare.

Riparare significa tornare a scegliere

Riparare Internet non vuol dire spegnere i social network, cancellare la pubblicità o tornare ai modem di trent'anni fa. Significa restituire agli utenti e alle comunità una possibilità reale di scelta. Una rete nella quale cambiare servizio non comporti la perdita dei propri contatti, nella quale i dati possano essere trasferiti, nella quale i criteri di raccomandazione siano comprensibili e modificabili, nella quale i creatori di contenuti non dipendano completamente dall'umore di una piattaforma. Sono obiettivi concreti, anche se difficili da raggiungere, e richiedono un'alleanza fra innovazione tecnologica e regole pubbliche.

L'Europa può svolgere un ruolo importante, a condizione di non limitarsi a produrre norme. Occorre sviluppare infrastrutture, ricerca, imprese e competenze capaci di offrire alternative credibili. Non basta chiedere alle piattaforme di comportarsi meglio se poi non esistono condizioni perché altri soggetti possano competere. La sovranità digitale, nella sua accezione più utile, non dovrebbe significare chiudere i confini della rete. Dovrebbe significare evitare che cittadini, imprese e istituzioni siano costretti a dipendere da scelte che non possono discutere né influenzare.

Esiste anche una dimensione personale. Possiamo scegliere di dedicare più tempo a fonti affidabili, di sostenere chi produce conoscenza, di cercare comunità meno rumorose e di insegnare ai giovani che la tecnologia non coincide con la prima applicazione che trovano sullo schermo. Sono gesti piccoli rispetto alla dimensione dei grandi sistemi, e da soli non bastano. Hanno però un valore culturale: ci ricordano che l'utente non deve essere

soltanto una misura statistica. Può tornare a essere un cittadino, un lettore, un autore, una persona capace di decidere.

Non credo che abbiamo distrutto Internet. Abbiamo compromesso una parte delle condizioni che la rendevano aperta e promettente. Abbiamo lasciato che un'infrastruttura di libertà si intrecciasse troppo strettamente con un'economia della dipendenza. Riconoscerlo non significa essere contrari al progresso; significa prenderlo sul serio. Ho visto la tecnologia cambiare la vita delle persone in modi che un tempo sembravano impossibili. So che può farlo ancora. Il futuro della rete non dipende dalla nostalgia per ciò che è stato, ma dal coraggio di domandarci che cosa vogliamo che diventi. Se siamo stati capaci di costruire Internet, possiamo essere capaci anche di ripararla.

Nota sulle fonti

Questo quaderno è un testo originale. La riflessione è stata sviluppata anche attraverso il confronto con studi e contributi internazionali sul modello pubblicitario della rete, l'economia dell'attenzione, il deterioramento delle piattaforme e gli effetti dell'intelligenza artificiale sulla ricerca online. Fra i riferimenti di ricerca: Ethan Zuckerman, "The Internet's Original Sin" (2014); Tim Wu, *The Attention Merchants* (2016); Shoshana Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism* (2019); Cory Doctorow, "The Enshittification of TikTok" (2023); Federal Trade Commission, *A Look Behind the Screens* (2024); Pew Research Center, "Google users are less likely to click on links when an AI summary appears" (2025). Le interpretazioni e le conclusioni espresse sono dell'autore.