ISSN PRINT 1824-1301
ISSN ONLINE 3103-5876

23 (43) 2026



Progetto Grafico
International Journal of Communication Design

BACK THEN IS BACK NOW

DESIGN HISTORY AND EDUCATION IN THE AGE OF AI

AIAP EDIZIONI

ISSN PRINT **1824-1301**
ISSN ONLINE **3103-5876**

23 **(43)** *2026*

BACK THEN IS BACK NOW
DESIGN HISTORY AND EDUCATION IN THE AGE OF AI

AIAP EDIZIONI

Progetto Grafico

N. 43, V. 23, Novembre • November 2026
International Journal
of Communication Design

Semestrale pubblicato da AIAP,
Associazione italiana design
della comunicazione visiva
Half-yearly published by AIAP,
the Italian Association of Visual
Communication Design

› pgjournal.aiap.it

ISSN print: 1824-1301
ISSN online: 3103-5876

Registrazione del Tribunale di Milano
n. 709 del 19/10/1991. Periodico
depositato presso il Registro Pubblico
Generale delle Opere Protette.
Milan Court Registration No. 709 of
October 19, 1991. Periodical filed with the
General Public Register of Protected Works.

Progetto Grafico adotta il sistema
di revisione del double-blind peer review.
Progetto Grafico adopts a double-blind peer
review system.

INDICIZZAZIONE
INDEXING
Progetto Grafico è stata inclusa nella
lista ANVUR delle riviste di classe A
per l'area 08 e i settori 08/C1, 08/D1,
08/E1, 08/F1.
Progetto Grafico has been included in the
Italian ANVUR list of Class A Journals
for area 08 and sectors 08/C1, 08/D1,
08/E1, 08/F1.

EDITORE
PUBLISHER
AIAP
Associazione italiana design
della comunicazione visiva
via Amilcare Ponchielli, 3
20129 Milano
+39 02 29520590
› aiap@aiap.it
› www.aiap.it

AIAP

CONSIGLIO DIRETTIVO AIAP 2025–2028
AIAP BOARD 2025–2028

PRESIDENTE
PRESIDENT
Francesco E. Guida

VICE PRESIDENTE
VICE PRESIDENT
Fabiana Ielacqua

SEGRETARIA GENERALE
GENERAL SECRETARY
Ilaria Montanari

CONSIGLIERI
BOARD MEMBERS
Isabella Battilani
Gaetano Grizzanti
Maria Loreta Pagnani
Marco Goran Romano

COLLEGIO DEI PROBIVIRI
PANEL OF ARBITRATORS
Laura Bortoloni *Presidente President*
Simonetta Scala *Segretaria Secretary*
Stefano Tonti *Past President*
Giangiorgio Fuga
Claudio Madella

TESORIERE
TREASURER
Michele Salmi

REVISORE DEI CONTI
AUDITOR
Dario Carta

SEGRETERIA E AMMINISTRAZIONE
SECRETARIAT AND ADMINISTRATION
Elena Panzeri

PAST PRESIDENT
PAST PRESIDENT
Marco Tortoioli Ricci

CENTRO DI DOCUMENTAZIONE SUL PROGETTO GRAFICO DI AIAP
AIAP GRAPHIC DESIGN DOCUMENTATION CENTRE
› www.aiap.it/cdpg/

RESPONSABILE ARCHIVIO, RICERCHE E BIBLIOTECA
ARCHIVE, RESEARCH AND LIBRARY MANAGER

Lorenzo Grazzani
› biblioteca@aiap.it

DIRETTORE SCIENTIFICO & RESPONSABILE
SCIENTIFIC & MANAGING DIRECTOR
Carlo Martino *Sapienza Università di Roma*

DIRETTORI DEL COMITATO EDITORIALE
EDITORS-IN-CHIEF
Alessio Caccamo *Sapienza Università di Roma*
Vincenzo Maselli *Sapienza Università di Roma*

COMITATO SCIENTIFICO INTERNAZIONALE
INTERNATIONAL SCIENTIFIC COMMITTEE
José Manuel Allard *Pontificia Universidad Católica de Chile*
Ali Abu Ghanimeh *The University of Jordan (Giordania)*
Andreu Balius *EINA, Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona*
Helena Barbosa *Universidade de Aveiro*
Letizia Bollini *Libera Università di Bolzano*
Mauro Bubbico *Abadir Accademia di Design e Comunicazione Visiva*
Valeria Bucchetti *Politecnico di Milano*
Fiorella Bulegato *Università Iuav di Venezia*
Francesca Cozzolino *École nationale supérieure des Arts Décoratifs (EnsAD) (Francia)*
Paolo Ciuccarelli *Northeastern University*
Vincenzo Cristallo *Politecnico di Bari*
Federica Dal Falco *Sapienza Università di Roma*
Sebastian Della Giustina *Universidad Blas Pascal (Argentina)*
Davide Fornari *ECAL/Haute école d'art et de design de Lausanne*
Rossana Gaddi *Università degli Studi "G. d'Annunzio" Chieti-Pescara*
Stuart Medley *Edith Cowan University*
Francesco Monterosso *Università degli Studi di Palermo*
Matteo Moretti *Università degli Studi di Sassari*
Luciano Perondi *Università Iuav di Venezia*
Daniela Piscitelli *Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli"*
Emanuele Quinz *Université Paris 8 Vincennes-Saint-Denis*
Chiara Lorenza Remondino *Politecnico di Torino*
Elisabeth Resnick *Massachusetts College of Art and Design*
Fiona Ross *University of Reading*
Dario Russo *Università degli Studi di Palermo*
Gianni Sinni *Università Iuav di Venezia*
Michael Stoll *Technische Hochschule Augsburg*
Davide Turrini *Università degli Studi di Firenze*
Carlo Vinti *Università degli Studi di Camerino*

COMITATO EDITORIALE INTERNAZIONALE
INTERNATIONAL EDITORIAL BOARD
Roberta Angari *Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli"*
Carlotta Belluzzi Mus *Sapienza Università di Roma*
Laura Bortoloni *Università degli Studi di Ferrara*
Josefina Bravo *University of Reading*
Fabiana Candida *Sapienza Università di Roma*
Dario Carta *CFP Bauer Milano*
Francesca Casnati *Politecnico di Milano*
Leonardo Gómez Haro *Universidad Politécnica de Valencia*
Pilar Molina *Pontificia Universidad Católica de Chile*
María Griñán Montealegre *Universidad de Murcia*
Cristina Marino *Università degli Studi di Parma*
Fabiana Marotta *Università degli Studi di Napoli "Federico II"*
Chris Nuss *University of Birmingham*
Giulia Panadisi *Università degli Studi "G. d'Annunzio" Chieti-Pescara*
Dario Rodighiero *Universiteit Groningen*
Francesca Scalisi *Università degli Studi di Palermo*
Alessandro Spennato *Università degli Studi di Firenze*
Anna Turco *Sapienza Università di Roma*
Annapaola Vacanti *Università Iuav di Venezia*

MAIL DI CONTATTO & SOCIAL MEDIA
CONTACT MAILS & SOCIAL MEDIA
Director › director.pgjournal@aiap.it
Editorial › editors.pgjournal@aiap.it
Instragram @progetto_grafico_journal
LinkedIn @Progetto Grafico Journal

PROGETTO GRAFICO EDITORIALE
EDITORIAL DESIGN
Anna Turco

IMPAGINAZIONE
EDITING
Claudia Cecchi

COPERTINA
COVER
Si ringrazia Paolo Sala, vincitore della call for cover, per aver progettato e donato gratuitamente la copertina del numero 43 di Progetto Grafico.
We thank Paolo Sala, winner of the call for cover, for designing and generously donating the coverof issue 43 of Progetto Grafico.

CARATTERI TIPOGRAFICI
TYPEFASE
Calvino by Andrea Tartarelli · *Zetafonts*
Atrament by Tomáš Brousil · *Suitcase Type Foundry*

PER LE ATTIVITÀ SVOLTE NEL 2026 RELATIVE AL DOUBLE-BLIND PEER REVIEW PROCESS, SI RINGRAZIANO I SEGUENTI REVISORI

AS CONCERN THE DOUBLE-BLIND PEER REVIEW PROCESS DONE IN 2026 WE WOULD THANKS THE FOLLOWING REFEREES

Letizia Bollini *Libera Università di Bolzano-Bozen*
Francesco Burlando *Università degli Studi di Genova*
Alessandro Colizzi *Politecnico di Milano*
Ida Cortoni *Sapienza Università di Roma*
Pietro Costa *Università Iuav di Venezia*
Raissa D'Uffizi *Sapienza Università di Roma*
Veronica Dal Buono *Università degli Studi di Ferrara*
Sergio Degiacomi Garbero *Politecnico di Torino*
Fernando Fraenza *Universidad Blas Pascal Córdoba (Argentina)*
Rossana Gaddi *Università degli Studi "Gabriele d'Annunzio" di Chieti-Pescara*
Clorinda Sissi Galasso *Politecnico di Milano*
Raffaella Massacesi *Università degli Studi "Gabriele d'Annunzio" di Chieti-Pescara*
Annunziato Mazzaferro *École nationale supérieure d'art et de design de Nancy (Francia)*
Pietro Nunziante *Università degli Studi di Napoli Federico II*
Jonathan Pierini *Università degli Studi di Urbino Carlo Bo*
Dina Riccò *Politecnico di Milano*
Paolo Tamborrini *Università degli studi di Parma*

DIRITTI

COPYRIGHTS

La rivista è pubblicata in open access. Tutto il materiale scritto dai collaboratori è disponibile sotto la licenza Creative Commons Attribuzione-NonCommerciale - Condividi allo stesso modo 4.0. Significa che può essere riprodotto a patto di citare Progetto Grafico, di non usarlo per fini commerciali e di condividerlo con la stessa licenza.
This is an open access publication. All material written by the contributors is available under Creative Commons license Attribution-NonCommercial- Share Alike 4.0 International. It can be reproduced as long as you mention Progetto grafico, do not use it for commercial purposes and share it with the same license.

OPEN ACCESS

Le immagini utilizzate in Progetto Grafico rispondono alla pratica del fair use (Copyright Act 17 U.S.C. 107) recepita per l'Italia dall'articolo 70 della Legge sul Diritto d'autore che ne consente l'uso a fini di critica, insegnamento e ricerca scientifica a scopi non commerciali.
The images used in Progetto Grafico comply with fair use practices (Copyright Act 17 U.S.C. 107), implemented in Italy by Article 70 of the Copyright Law, which allows their use for criticism, teaching, and scientific research for non-commercial purposes.

RINGRAZIAMENTI

AKNOWLEDGEMENTS

Progetto Grafico ringrazia Zetafonts per aver gentilmente concesso l'uso gratuito di uno dei suoi caratteri tipografici per la realizzazione di questa rivista. *Progetto Grafico thanks Zetafonts for kindly providing the complimentary use of one Calvino typefaces for this journal.*

ZETAFONTS™

Editoriale
Editorial

LA STORIA COME CONDIZIONE NECESSARIA DELLA CONOSCENZA
EDITORIALE PGJ43
di **Carlo Martino**

HISTORY AS A NECESSARY CONDITION FOR KNOWLEDGE
PGJ43 EDITORIAL
12 — 43

Inquadrare
Frame

DESIGN REMAINS A CULTURAL PRACTICE
PERCHÉ PERCEZIONE, GIUDIZIO E RESPONSABILITÀ DEVONO RIMANERE ANALOGICI NELL'ERA DELL'IA
di **Michael Stoll**

DESIGN REMAINS A CULTURAL PRACTICE
WHY PERCEPTION, JUDGMENT, AND RESPONSIBILITY MUST REMAIN ANALOG IN THE AGE OF AI
44 — 71

Ricercare
Research

L'IA COME STRUMENTO NELL'EDUCAZIONE AL DESIGN
UNA REVISIONE SISTEMATICA
di **Verónica Silva, Hande Ayanoğlu & Rodrigo Hernández-Ramírez**

AI AS A TOOL IN DESIGN EDUCATION
A SYSTEMATIC REVIEW
72 — 97

IL DESIGN DELLA COMUNICAZIONE NELLE CULTURE DELL'AI
UNA MAPPA RELAZIONALE PER UN CAMBIO DI PARADIGMA
di **Marco Quaggiotto, Elena Caratti, Francesco E. Guida, Umberto Tolino & Valeria Bucchetti**

COMMUNICATION DESIGN IN THE AGE OF AI
A RELATIONAL MAP FOR A PARADIGM SHIFT
98 — 123

ARCHEOLOGIE DEL FUTURO
UNA RIFLESSIONE CONTROFATTUALE SULL'INSEGNAMENTO DEL VISUAL COMMUNICATION DESIGN NELL'ERA DELL'AI
di **Vincenzo Maselli**

ARCHEOLOGIES OF THE FUTURE
A COUNTERFACTUAL REFLECTION ON VISUAL COMMUNICATION DESIGN EDUCATION IN THE AI ERA
124 — 145

REIMPARARE A VEDERE
LA PEDAGOGIA DI BASE DEL VISUAL DESIGN NELL'ETÀ DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE
di **Giulia Ciliberto**

RELEARNING TO SEE
BASIC DESIGN PEDAGOGY IN THE AGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE
146 — 165

BACK THEN IS BACK NOW

Ricercare
Research

DESIGN PER LA RICERCA IN ARCHIVIO
STRUMENTI PER LA FORMAZIONE CONTINUA DEL PROGETTISTA NEGLI ARCHIVI D'IMPRESA

di **Flavia Softa & Massimiliano Dibitonto**

DESIGN FOR ARCHIVAL RESEARCH
TOOLS FOR THE CONTINUING EDUCATION OF DESIGNERS IN CORPORATE ARCHIVES

166 — 189

DAL PIXEL AL PROMPT
SUSAN KARE E IL DESIGN COME MEDIAZIONE NELLE SOGLIE TECNOLOGICHE

di **Dario Russo & Samuele Morvillo**

FROM PIXEL TO PROMPT
SUSAN KARE AND DESIGN AS MEDIATION AT TECHNOLOGICAL THRESHOLDS

190 — 211

PERDERSI SENZA SMARRIMENTO
DESIGN COME PRATICA DI CONGIUNZIONE DENTRO E FUORI I MONDI ARTIFICIALI

di **Michela Mattei**

GETTING LOST WITHOUT LOSING THE WAY
DESIGN AS A PRACTICE OF CONJUNCTION INSIDE AND OUTSIDE ARTIFICIAL WORLDS

212 — 235

ANALIZZARE L'ARCHIVIO GRAFICO CON L'AI
POSTER READING ROOM, UN PROTOTIPO PER LA DESCRIZIONE E L'ESPLORAZIONE CRITICA

di **Ludovica Polo**

ANALYSING GRAPHIC ARCHIVES WITH AI
POSTER READING ROOM, A PROTOTYPE FOR THE DESCRIPTION AND CRITICAL EXPLORATION OF A CORPUS OF POSTERS

236 — 265

ANEMOIA: MEMORIE DEL FUTURO
TEMPORALITÀ SINTETICHE E CULTURA VISUALE GENERATIVA

di **Michela Musto**

ANEMOIA: MEMORY OF UNLIVED FUTURES
SYNTHETIC TEMPORALITIES AND GENERATIVE VISUAL CULTURE

266 — 285

IL PROCESSO INVERSO
CONOSCENZA INCARNATA, ESTETICA ALGORITMICA E FORMAZIONE CRITICA NEL DESIGN DELL'ERA DELL'IA

di **Jacopo Battisti, Filippo Maria Disperati & Maria Antonia Salomè**

THE INVERSE PROCESS
EMBODIED KNOWLEDGE, ALGORITHMIC AESTHETICS AND CRITICAL DESIGN EDUCATION IN THE AGE OF AI

286 — 311

Visualizzare
Visualize

PROGETTARE SENZA MANI — *312 – 325*
RICOSTRUIRE UN'APPLICAZIONE WEB CON L'IA

DESIGN WITHOUT HANDS
REBUILDING A WEB APPLICATION WITH AI

di **Dario Rodighiero**

Scoprire
Discover

QUALCOSA È ANDATO STORTO — *326 – 330*
COME I SOCIAL NETWORK E L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE
CI HANNO RUBATO IL FUTURO

di **Riccardo Luna**
recensione di **Annapaola Vacanti**

LA DIFFERENZA FONDAMENTALE — *331 – 335*
ARTIFICIAL AGENCY: UNA NUOVA FILOSOFIA
DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

di **Luciano Floridi**
recensione di **Mirko Bonfiglio**

Divagare
Wander

ORALITÀ E ALGORITMO — *336 – 357*
GENEALOGIA DELLE INTERFACCE
COME SCRITTURE COMPUTAZIONALI

ORALITY AND THE ALGORITHM
A GENEALOGY OF INTERFACES
AS FORMS OF COMPUTATIONAL WRITING

di **Lorenzo Esposito & Fabiana Marotta**

LA REGOLA PRIMA DELLA FORMA — *358 – 383*
ALFABETI ILLEGGIBILI
E DIDATTICA DEL TYPE DESIGN

RULES FIRST, FORMS LATER
UNREADABLE ALPHABETS
AND TYPE DESIGN EDUCATION

di **Paola Antimina Tuccillo**

BACK THEN IS BACK NOW

Copertina
Cover

COVER N.43

384 — 385

di **Paolo Sala**

COVER PROPOSALS

386 — 391

di **Claudio Antonelli Perino & Martina Colucci, Payam Ataeefar; Salvatore Bellucci, Silvia Bertolazzi, Nehira Boursier Niutta, Andrea Busi, Cabaret Typographie, Alessandra Caparotta, Norma Carbone, Laura Doro, Emanuele Fabrizioli, Francesca Filippi, Matteo Giacomelli, Martina Giustolisi, Sandra Iacone, Roberto Inargiola, Giuseppe Laselva, Elisa Leotti, Matteo Maccio, Chiara Mancina, Milena Micale, Valerio Moretti, Mauro Morgana, Fabricio Olivieri, Pino Pipoli, Domenico Pulce, Marzia Ricci, Silvia Riccò, Samuel David Silva Batista, Lucrezia Stella, Marco Tosi, Damiano Viscardi, Ekin Yay.**

Scritto da **Luciano Floridi**
e pubblicato nel **2025** da **Mondadori**

LA DIFFERENZA FONDAMENTALE

ARTIFICIAL AGENCY: UNA NUOVA FILOSOFIA DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

recensione di **Mirko Bonfiglio**
0009-0008-2036-4510
Sapienza Università di Roma
mirko.bonfiglio@uniroma1.it

10.82068/pgjournal.2026.23.43.15



Esiste una tentazione ricorrente, nella letteratura sull'intelligenza artificiale, di porsi alle estremità: o enfatizzarne i benefici o drammatizzarne i pericoli. Luciano Floridi, fondatore della filosofia dell'informazione e del concetto di *infosfera*, sceglie un terzo percorso, più scomodo e più fertile. *La differenza fondamentale* propone un cambio di prospettiva: smettere di chiedersi se l'IA sia intelligente e iniziare a comprenderla come una nuova forma di *agency*, cioè la capacità di agire nel mondo con efficacia e successo, in assenza totale di intelligenza. L'autore lo presenta come complemento naturale dell'*Etica dell'intelligenza artificiale* (2023).

La tesi, apparentemente semplice, ha una portata travolgente. Floridi argomenta che l'espressione «intelligenza artificiale» è destinata a diventare obsoleta come oggi accade per i «cavalli vapore» di un motore, dei quali nessuno cerca criniere o zoccoli: un'eredità terminologica che descrive male ciò a cui si riferisce. I sistemi che chiamiamo IA non pensano, non comprendono, non hanno intenzionalità. Sono, invece, agenti artificiali capaci di processare, rispondere e trasformare ambienti sempre più progettati per accoglierli. Il cambiamento di registro, dall'intelligenza all'*agency*, non è una questione di etichette: è la condizione per evitare errori di valutazione che già producono danni concreti, dalla regolamentazione all'etica, dal diritto alla politica.

Il libro si divide in due momenti. Il primo è teorico e in larga parte critico: Floridi smonta l'*hype* attorno all'IA riconducendolo alla morfologia di una bolla tecnologica – analizzata per analogia con le bolle *dot-com*, delle criptovalute e dei titoli pandemici – e individua il cortocircuito che alimenta la confusione, con l'IA che antropomorfizza le macchine da un lato e le scienze cognitive che concepiscono le menti come computer dall'altro.

Da questa *pars destruens* emerge la proposta costruttiva: l'analisi sistematica dell'*agency* senza intelligenza. Il secondo momento è applicativo e si articola in una serie di esplorazioni della cultura *post-IA*, dalla mobilità ai *deepfake*, dal lavoro alla sovranità digitale europea, fino all'ipersuasione e alla cultura del *proxy*.

La lettura qui privilegia i nodi più pertinenti alla cultura del progetto. Uno dei contributi più acuti è la categoria degli *ectipi*: creazioni autentiche ma non originali generate dall'IA, distinte dagli archetipi (opere originali umane) e dai falsi (imitazioni con intenzione ingannevole). La distinzione, sviluppata a proposito del deterioramento dell'ambiente digitale, offre strumenti analitici preziosi per chiunque si occupi di produzione visiva e comunicativa nell'era generativa. Se un'immagine non è né un'opera né un falso, ma un *ectipo*, le categorie di autenticità, originalità e responsabilità autoriale richiedono una revisione radicale. È un nodo che il design della comunicazione non può continuare a ignorare.

Altrettanto rilevante è il tema dell'ipersuasione: la capacità di rimodellare l'ambiente informativo entro cui si formano le credenze, indirizzando preferenze e decisioni in modo sistematico. Floridi la distingue dalla persuasione ordinaria per la capacità di operare a scala e con continuità, attraverso sistemi di raccomandazione che costruiscono «camere dell'eco» e «bolle di filtraggio», con effetti sulla polarizzazione del dibattito pubblico e sull'integrità democratica. È significativo che l'autore recuperi il modello comunicativo di Shannon e Weaver, riportandolo a nuova funzione critica per analizzare diffusione e provenienza dei contenuti.

Il vaglio critico va però portato al centro della proposta stessa. Floridi imposta la scelta tra due tesi – ampliare la nozione di intelligenza fino a includervi quella artificiale, oppure ampliare la nozione di *agency* fino a includere agenti privi di cognizione e intenzione – e dichiara apertamente di privilegiare la seconda perché «più convincente» da difendere. È una mossa onesta, ma il lettore deve esserne avvertito: l'asimmetria con cui il dilemma è costruito è, per ammissione dell'autore, voluta. Floridi concede del resto che l'IA possa dirsi «intelligente» se per intelligenza si intende la capacità di calcolare o generare testi coerenti. La forza della sua tesi dipende dunque dalla definizione restrittiva di intelligenza che la sostiene, assunta più che dimostrata. L'efficace analogia dei cavalli vapore resta una scelta retorica, persuasiva sul piano divulgativo ma non risolutiva su quello concettuale. Riconoscerlo non indebolisce il libro: ne chiarisce lo statuto di proposta interpretativa, non di tesi conclusa.

Anche la struttura non è priva di tensioni. I capitoli, come Floridi stesso dichiara in prefazione, sono versioni rivedute di testi già apparsi altrove. Questa composizione per tessere, difesa dall'autore con l'immagine del mosaico, produce discontinuità di tono e profondità, con un ritmo che il lettore non sempre riesce ad anticipare.
Resta però il nodo più rilevante per chi si occupa di progetto: se l'IA è *agency* senza intelligenza, essa entra nel processo progettuale come risorsa operativa – al pari dei dati che la alimentano – la cui integrazione richiede metodi di governo, strumenti di misurazione dell'impatto e ridefinizione dei ruoli nei team multidisciplinari. Il libro fornisce il quadro concettuale, ma è la cultura del design a dover tradurre l'*agency* artificiale in protocolli di processo: decidere quando delegare, cosa verificare, come documentare le scelte che un agente non intenzionale ha compiuto al posto del progettista.

Del resto, tanto Manovich (2026), nel definire l'IA generativa come medium dotato di una propria cognizione mediale, quanto Somaini (2023), nel mappare le trasformazioni che le immagini algoritmiche impongonoalla cultura visiva, hanno già mostrato che la questione non è più se il design debba fare i conti con questi agenti, ma con quali strumenti critici e progettuali - un'urgenza che investe in modo diretto anche la storia e la formazione disciplinare, chiamate a riattrezzarsi per restituire ai progettisti le categorie necessarie a operare consapevolmente nell'*infosfera*.

Ciò detto, *La differenza fondamentale* è un libro necessario.
In un panorama editoriale saturo di volumi sull'IA che oscillano tra l'entusiasmo acritico e la distopia preconfezionata, Floridi offre rigore concettuale al servizio di un'urgenza pratica. La sua è una proposta normativa, non speculativa, che egli stesso distanzia dalla fantascienza: comprendere meglio per progettare meglio, regolamentare meglio, vivere meglio con tecnologie che già abitano il presente. La filosofia, scrive Floridi, deve uscire dalla torre d'avorio. Questo libro è un tentativo coerente di farlo, la cui posta, per la cultura del progetto, sta tutta nel saperlo tradurre in pratica.

THE FUNDAMENTAL DIFFERENCE

Written by *Luciano Floridi*, published in 2025 by *Mondadori*
Review by *Mirko Bonfiglio*

There is a recurring temptation in the literature on artificial intelligence to take extreme positions: either emphasising its benefits or dramatising its dangers. Luciano Floridi, founder of the philosophy of information and of the concept of the *infosphere*, takes a third path - more uncomfortable and more fertile. *The Fundamental Difference* proposes a shift in perspective: to stop asking whether AI is intelligent and begin understanding it as a new form of *agency*, that is, the capacity to act in the world effectively and successfully, in the complete absence of intelligence. The author presents the volume as a natural complement to *The Ethics of Artificial Intelligence* (2023).

The thesis, apparently simple, has sweeping consequences. Floridi argues that the expression 'artificial intelligence' is destined to become obsolete in the way that 'horsepower' has for engines, where no one looks for manes or hooves: a terminological legacy that poorly describes what it refers to. The systems we call AI do not think, do not understand, have no intentionality. They are, rather, artificial agents capable of processing, responding to, and transforming environments increasingly designed to accommodate them.
The shift from intelligence to *agency* is not a matter of labels: it is the precondition for avoiding misjudgements that are already producing concrete damage - from regulation to ethics, from law to politics.

The book unfolds in two movements.
The first is theoretical and largely critical: Floridi dismantles the *hype* surrounding AI by tracing it to the morphology of a technology bubble - analysed by analogy with the *dot-com*, cryptocurrency, and pandemic stock bubbles - and identifies the short circuit that fuels the confusion, with AI anthropomorphising machines on one side and cognitive science

conceiving of minds as computers on the other. From this *pars destruens* the constructive proposal emerges: a systematic analysis of *agency* without intelligence. The second movement is applied, articulating a series of explorations of *post-AI* culture – from mobility to *deepfakes*, from labour to European digital sovereignty, through to *hyper*persuasion and the culture of the *proxy*.

The reading offered here privileges the nodes most pertinent to design culture. One of the sharpest contributions is the category of *ectypes*: authentic but non-original creations generated by AI, distinguished from archetypes (original human works) and forgeries (imitations with deceptive intent).

The distinction, developed in relation to the deterioration of the digital environment, offers valuable analytical tools for anyone concerned with visual and communicative production in the generative era. If an image is neither a work nor a forgery but an *ectype*, the categories of authenticity, originality, and authorial responsibility require radical revision. This is a node that communication design can no longer afford to ignore.

Equally relevant is the theme of *hyper*persuasion: the capacity to reshape the informational environment in which beliefs are formed, directing preferences and decisions systematically. Floridi distinguishes it from ordinary persuasion by its ability to operate at scale and with continuity, through recommendation systems that construct 'echo chambers' and 'filter bubbles', with effects on the polarisation of public discourse and on democratic integrity. It is significant that the author recovers the communication model of Shannon and Weaver, repurposing it as a critical tool for analysing the dissemination and provenance of content.

Critical scrutiny must, however, be brought to bear on the proposal itself. Floridi frames the choice between two theses – broadening the notion of intelligence to encompass the artificial kind, or broadening the notion of *agency* to include agents devoid of cognition and intention – and openly declares his preference for the second as 'more convincing' to defend. An honest move, but the reader should be forewarned: the asymmetry with which the dilemma is constructed is, by the author's own admission, deliberate. Floridi does concede that AI may be called 'intelligent' if by intelligence one means the capacity to calculate or generate coherent texts. The strength of his thesis thus depends on the restrictive definition of intelligence that underpins it – assumed rather than demonstrated. The horsepower analogy, effective as it is, remains a rhetorical choice: persuasive at the popular level but not conclusive at the conceptual one. Acknowledging this does not weaken the book: it clarifies its status as an interpretive proposal, not a settled thesis.

The structure, too, is not without tensions. The chapters, as Floridi himself states in the preface, are revised versions of texts previously published elsewhere. This composition by tessellation, defended by the author with the image of the mosaic, produces discontinuities of tone and depth, with a rhythm the reader cannot always anticipate. The most relevant node for those concerned with design remains, however: if AI is *agency* without intelligence, it enters the design process as an operational resource – on a par with the data that feed it – whose integration calls for methods of governance, instruments for measuring impact, and a redefinition of roles within multidisciplinary teams. The book provides the conceptual framework, but it falls to design culture to translate artificial *agency* into process protocols: deciding when to delegate, what to verify, how to document the choices that a non-intentional agent has

made in the designer's place. Manovich (2026), in defining generative AI as a medium endowed with its own media cognition, and Somaini (2023), in mapping the transformations that algorithmic images impose on visual culture, have already shown that the question is no longer whether design must reckon with these agents, but with which critical and design tools - an urgency that directly concerns disciplinary history and education as well, both called upon to re-equip designers with the categories needed to operate consciously within the *infosphere*.

That said, *The Fundamental Difference* is a necessary book. In a publishing landscape saturated with volumes on AI that oscillate between uncritical enthusiasm and pre-packaged dystopia, Floridi offers conceptual rigour in the service of a practical urgency.

His is a normative proposal, not a speculative one, which he himself distances from science fiction: to understand better in order to design better, regulate better, live better with technologies that already inhabit the present. Philosophy, Floridi writes, must leave the ivory tower. This book is a coherent attempt to do so, and what is at stake, for design culture, lies entirely in the capacity to translate it into practice.

REFERENCES

Floridi, L. (2023b). *AI as Agency without Intelligence: On ChatGPT, Large Language Models, and Other Generative Models. Philosophy & Technology,* 36(1), 15.

Floridi, L. (2023a). *The Ethics of Artificial Intelligence: Principles, Challenges, and Opportunities.* Oxford University Press.

Floridi, L., & Chiriatti, M. (2020). *GPT-3: Its Nature, Scope, Limits, and Consequences. Minds and Machines,* 30(4), 681-694.

Manovich, L. (2026). *A Medium That Thinks: Generative AI and Media Cognition. Emerging Media,* 4(2), 225-232.

Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949, repr. 1998). *The Mathematical Theory of Communication.* University of Illinois Press.

Somaini, A. (2023). *Algorithmic Images: Artificial Intelligence and Visual Culture. Grey Room,* 93, 74-115.

BIO

Mirko Bonfiglio
Mirko Bonfiglio è Media Designer e Dottorando presso il Dip. di Pianificazione, Design e Tecnologia dell'Architettura di Sapienza, Università di Roma. I suoi interessi di ricerca riguardano le teorie e le pratiche creative computazionali che riflettono nuovi modi di comunicare attraverso i dati, e mediante un approccio che intercetta cultura del design, antropologia, sociologia e nuove tecnologie.

Mirko Bonfiglio is a media designer and PhD candidate at the Department of Planning, Design, and Architectural Technology at Sapienza University of Rome. His research focuses on computational theories and creative practices that explore new ways of communicating through data, adopting an interdisciplinary approach that draws on design culture, anthropology, sociology, and emerging technologies.



AIAP CDPG > CENTRO DI DOCUMENTAZIONE SUL PROGETTO GRAFICO
AIAP CDPG > GRAPHIC DESIGN DOCUMENTATION CENTRE



PIÙ DI UN ARCHIVIO
MORE THAN AN ARCHIVE

WWW.AIAP.IT >AIAP.IT/CDPG/



The new AIAP CDPG digital platform is a project funded by the European Union – Next Generation EU within the framework of the PNRR (National Recovery and Resilience Plan) in accordance with Directorial Decree No. 385 dated 19/10/2022 – Sub-investment 3.3.2 – Support to cultural and creative sectors for innovation and digital transition. Project Ref. No. TOCC 0001515, COR 15905620, CUP C87I23000580008.

Co-funded by the European Union

MINISTERO DELLA CULTURA

2026 NEW ITEMS IN AIAP BOOKSHOP!



PINK
Women of Italian Graphic Design. From the Origins to Contemporaneity



Franco Bassi.
Insegnante e grafico
Dalla Scuola d'Arte di Cantù
alla Olivetti

Riflessi
For a [Disordered] Interpretation
of Italian Graphic Design

aiap.it/libreria/

AIAP EDIZIONI

Next issue 44

GRAPHIC DESIGN FOR THE PUBLIC
COMMUNICATION, ACCESS, AND CIVIC EXPERIENCE

Il n. 44 di Progetto Grafico invita a esplorare criticamente il ruolo del graphic design, della comunicazione visiva e dell'information design nel settore pubblico.
Il numero considera il design della comunicazione come un'interfaccia fondamentale tra istituzioni e cittadini, capace di incidere sulle modalità con cui le persone accedono ai servizi, comprendono le informazioni, si orientano all'interno dei sistemi pubblici e partecipano alla vita civica e sociale.

La call accoglie in particolare ricerche dedicate ai temi dell'accessibilità e dell'inclusione, della trasformazione digitale e della crescente complessità dei sistemi informativi pubblici, della progettazione e valutazione delle interfacce fisiche e digitali, dell'identità e della coerenza visiva delle istituzioni e delle forme multimodali della comunicazione pubblica. Invita inoltre a riflettere criticamente sulle responsabilità etiche e politiche del design e sul suo potenziale nel favorire chiarezza, trasparenza, fiducia e relazioni più efficaci tra cittadini e istituzioni pubbliche.
I contributi possono comprendere saggi scientifici, casi studio e ricerche applicate, indagini storiche, oltre ad artefatti di comunicazione scientifica quali infografiche, mappe, visualizzazioni sperimentali, video e rappresentazioni interattive.

Issue No. 44 of Progetto Grafico invites contributions that critically explore the role of graphic design, visual communication, and information design within the public sector. The issue considers communication design as a crucial interface between institutions and citizens, shaping how people access services, understand information, navigate public systems, and participate in civic and social life.

The call particularly welcomes research addressing accessibility and inclusion, digital transformation and the growing complexity of public information systems, the design and evaluation of physical and digital interfaces, institutional identity and visual coherence, and multimodal forms of public communication.
It also encourages critical reflection on the ethical and political responsibilities of design and on its potential to foster clarity, transparency, trust, and more effective relationships between citizens and public institutions.
Contributions may include scientific articles, case studies and applied research, historical investigations, as well as scientific communication artefacts such as infographics, maps, experimental visualisations, videos, and interactive representations.

Progetto Grafico
International Journal
of Communication Design

ISSN PRINT 1824-1301
ISSN ONLINE 3103-5876

pgjournal.aiap.it