

Federica G. Bartolini

GOVERNARE L'IMPATTO DELL'AI IN AZIENDA

Il metodo Golden Bridge®
per una strategia applicativa



FrancoAngeli

MANAGEMENT **Tools**

Visioni, esperienze, metodologie per potenziare competenze e capacità: proprie e dei collaboratori

Management Tools offre a tutti i professional (e agli imprenditori) testi precisi, puntuali, agili e innovativi. Scritti appositamente da consulenti qualificati, i volumi affrontano tutte le aree e i temi di rilievo per valorizzare le competenze e indirizzare al successo le organizzazioni.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: *www.francoangeli.it* e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

Federica G. Bartolini

GOVERNARE L'IMPATTO DELL'AI IN AZIENDA

Il metodo Golden Bridge®
per una strategia applicativa



FrancoAngeli

Tutti i marchi, i nomi commerciali, i loghi e i marchi di servizio citati in questo volume (inclusi ma non limitati a: Microsoft, Google, OpenAI, Anthropic, IBM, Salesforce, Adobe, Meta, Amazon, Apple, NVIDIA, SAP, Oracle, Coca-Cola, L'Oréal, Unilever, Nestlé, Barilla, Ferrari, Intesa Sanpaolo, Generali, Enel, TIM, Poste Italiane, e tutti gli altri marchi menzionati) sono proprietà dei rispettivi titolari. L'uso di tali marchi in questo volume è esclusivamente a scopo descrittivo, editoriale e didattico, senza alcuna affiliazione, sponsorizzazione o endorsement da parte dei titolari dei marchi stessi.

Metodo Golden Bridge® è marchio di proprietà di Federica Grazia Bartolini / FGB Communications.

L'autrice si è avvalsa di strumenti di Intelligenza Artificiale per attività di supporto editoriale, mantenendo piena responsabilità autoriale sui contenuti.

Per segnalazioni o aggiornamenti:
www.federicabartolini.com, www.fgbcommunications.com

Progetto grafico di copertina di Elena Pellegrini

I link attivi presenti nel volume sono forniti dall'autore. L'editore non si assume alcuna responsabilità sui link ivi contenuti che rimandano a siti non appartenenti a FrancoAngeli.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore.

Sono riservati i diritti per Text and Data Mining (TDM), AI training e tutte le tecnologie simili.

L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

*A chi ha il coraggio di assumersi responsabilità anche
nell'incertezza, di innovare senza perdere l'anima,
di costruire ponti dove altri vedono solo barriere.
Ai leader che scelgono di essere umani in un
mondo sempre più artificiale.
Alle persone che trasformano la paura in curiosità.
A chi crede ancora nel valore dell'umanità.
Questo libro è per voi.*

Indice

Prefazione , di <i>Gian Luca Grondona, Chief Corporate Officer Global, Rocktree S.r.l.</i>	pag. 11
Lettera al lettore	» 13
Introduzione	» 15
1. Dalla tecnologia alla strategia: il paradosso dell'AI in azienda	» 19
1. Capire davvero l'AI generativa	» 19
<i>Quick Check – La vostra AI è tattica o strategica?</i>	» 22
2. L'AI non è un progetto IT	» 23
3. I cinque miti più diffusi – E perché sono pericolosi	» 25
4. Il Metodo Golden Bridge® come linguaggio comune interfunzionale	» 27
<i>Executive insight – L'identità come leva di posizionamento nell'epoca dei contenuti generativi</i> , di <i>Alessandro Magnoni, Head of Institutional Affairs EMEA, Marelli</i>	» 29
5. Golden Bridge® Score	» 32
2. I sei pilastri del Metodo Golden Bridge® per governare l'AI	» 35
1. Perché serve un metodo (e perché proprio Golden Bridge®)	» 35
2. Pilastro 1: Brand & Beliefs – L'AI che amplifica l'identità	» 37
2.1. Fare in modo che l'AI racconti chi siete davvero	» 38

3. Pilastro 2: Reputation & Responsibility – L’AI come custode della fiducia	pag. 40
3.1. La lezione nascosta	» 41
4. Pilastro 3: Innovation & AI – Quando la tecnologia incontra la strategia	» 42
4.1. La matrice delle scelte pragmatiche	» 43
4.2. Come bilanciare il portafoglio di progetti AI	» 44
5. Pilastro 4: Dialogue & Empathy – L’AI che sa ascoltare	» 45
5.1. Framework operativo Dialogue & Empathy	» 47
5.2. Le metriche invisibili dell’empatia: come misurare ciò che conta davvero	» 48
6. Pilastro 5: Growth & Leadership – L’AI che costruisce autorevolezza	» 52
6.1. La rivoluzione della comunicazione dei leader nell’era AI	» 53
6.2. Il Metodo Golden Bridge® per la Growth & Leadership	» 54
7. Pilastro 6: Ethics & Authenticity – L’AI con una bussola morale	» 56
7.1. Il framework operativo Ethics & Authenticity	» 56
8. Golden Bridge® Starter Kit – Le cinque fasi per guidare il cambiamento	» 58
<i>Toolkit di autovalutazione</i>	» 59
 3. Creare e pianificare: l’AI come sistema operativo della comunicazione	» 61
1. La prima architettura: l’AI che ascolta e personalizza	» 62
2. La seconda architettura: l’AI che include e democratizza	» 64
3. La terza architettura: l’AI che trasforma dall’interno	» 65
4. Schema di valutazione – Da tattica a strategia	» 67
5. Golden Bridge® Content Governance Framework	» 68
<i>Executive insight – Il contenuto e il tocco umano nell’era dell’intelligenza artificiale, di Jorge Acosta Alvarez, Partner Alterpraxis</i>	» 71
<i>Checklist – Controllo di validazione Golden Bridge®</i>	» 74
6. Red flag: quando l’AI erode invece di costruire	» 76
7. Il paradosso italiano in numeri – Analisi integrata	» 78
8. Conclusione: il ponte verso il futuro è già costruito	» 79
 4. Crisis management nell’era dell’AI	» 81
1. WPP & Ferrari: quando i protocolli battono i deepfake	» 82
2. Le cinque crisi che non ti aspetti	» 83

3. Costruire il Crisis Intelligence System: il Golden Bridge® Crisis Framework	pag. 88
4. Il nuovo crisis leader: competenze per l'era algoritmica	» 93
5. Check-up di prontezza per crisi AI: dieci indicatori chiave	» 95
<i>Toolkit – Test di preparazione alla crisi AI: quanto è pronta la vostra organizzazione?</i>	» 98
5. Employer branding & employee engagement nell'era dell'AI: quando la verità diventa strategia	» 101
1. L'ecosistema della reputazione potenziato dall'AI	» 102
2. Barilla: quando la formazione diventa leva strategica	» 105
<i>Executive insight – Tecnologia e talento: il fattore umano che l'algoritmo non replica, di Elisa Cristadoro, HR Director Amplifon Italia</i>	» 106
3. Screening del CV automatizzato, l'impatto di un errore algoritmico	» 106
4. Il Golden Bridge® Framework applicato al recruiting: le cinque domande strategiche	» 107
<i>Box operativo – Golden Bridge® per l'Employer Branding AI-ready</i>	» 109
5. Il nuovo scenario: dove engagement, tecnologia e regole convergono	» 110
6. Change management nell'era dell'AI: guidare la trasformazione oltre la resistenza	» 113
1. La mappa delle paure nascoste	» 114
2. Strategie operative di trasformazione	» 115
<i>Executive insight – Oltre la resistenza: come l'HR guida l'adozione dell'AI, di Adolfo Criscuolo, Global CHRO Artsana</i>	» 115
3. Leadership e competenze nell'era AI	» 118
4. Il percorso di trasformazione: dal Golden Bridge® alla pratica	» 119
5. Guidare il cambiamento con le competenze. Il caso IKEA	» 120
6. Metriche per la vera trasformazione	» 121
7. Thought leadership e personal brand nell'era dell'AI: l'equazione dell'influenza executive	» 123
1. L'equazione dell'influenza direzionale: oltre i social media	» 123
2. Il nuovo paradigma: quando l'AI democratizza la perfezione	» 126
3. Il Golden Bridge® per la comunicazione del leader	» 127

4. Strumenti operativi: dal concetto all'azione	pag. 128
<i>Box operativo – Il piano dei primi 100 giorni</i>	» 132
8. Il futuro che scegli: etica, valori e il destino della leadership nell'era dell'AI	» 135
Ringraziamenti	» 139
Bibliografia	» 141

Prefazione

di *Gian Luca Grondona**

La complessità delle nostre organizzazioni moderne è senza precedenti. Ogni giorno ci troviamo ad affrontare sfide imprevedibili, mercati in continua evoluzione e tecnologie che riscrivono le regole del gioco.

Nella mia esperienza alla guida di grandi realtà globali ho imparato che nessuna trasformazione può realizzarsi senza un forte investimento sulle persone. Sono loro il vero motore del cambiamento, l'elemento che dà significato quando tutto intorno si muove rapidamente.

La lezione più importante che ho appreso in trent'anni di carriera in aziende globali come FIAT, Indesit Company e WeBuild è l'importanza di dare fiducia e responsabilità alle persone giuste al momento giusto.

Quando un leader sceglie di delegare, formare e ascoltare, crea le condizioni per far emergere talento e iniziativa. La soddisfazione più grande è vedere i collaboratori crescere fino a superare i propri maestri. È questo che misura il segno lasciato da una leadership. Nel mio percorso ho avuto il privilegio di contribuire alla crescita di numerosi professionisti HR, molti dei quali hanno raggiunto posizioni apicali – tra questi 14 hanno raggiunto ruoli da Chief HR Officer in aziende nazionali e multinazionali.

La tecnologia sta ridefinendo ruoli e competenze a tutti i livelli. I profili digitali e le funzioni IT sono in continua crescita, e l'intelligenza artificiale insieme ai dati sta trasformando il mondo del lavoro e il modo in cui lavoriamo.

Guidando sia le risorse umane sia i sistemi informativi, so bene quanto sia essenziale integrare questi due mondi. La sfida è utilizzare la tecnologia come amplificatore dell'ingegno umano: uno strumento che libera creatività e intelligenza collettiva. Il compito delle risorse umane è collegare fattore

* Chief Corporate Officer Global, Rocktree S.r.l.

umano e fattore tecnologico, garantendo che quest'ultimo rafforzi il potenziale delle persone.

Prepararsi al futuro del lavoro significa accettare di non smettere mai di imparare. Viviamo un'epoca di cambiamenti profondi e continui, che richiede di acquisire costantemente nuovi modi di pensare e di agire. Questo vale tanto per i team quanto per i leader. In uno scenario volatile e incerto, guidare significa uscire dalla propria zona di comfort e mantenere uno scopo chiaro. La leadership oggi è un esercizio collettivo: servono team coesi che condividano responsabilità, visione e fiducia reciproca.

Empatia e autenticità sono qualità imprescindibili. I leader capaci di coniugare visione strategica e umanità, innovazione e rispetto per la cultura organizzativa sapranno accompagnare le proprie imprese verso il futuro.

Guardando al domani, ricordo sempre che le sfide nuove richiedono sguardi nuovi. La trasformazione inizia dal coraggio di evolvere il proprio modo di pensare e di agire. Il futuro del lavoro sarà scritto da chi terrà il cuore rivolto alle persone e la mente aperta all'innovazione. Mettere le persone al centro di ogni scelta significa costruire organizzazioni più forti, competitive e al tempo stesso più umane, capaci di lasciare un'eredità positiva alle generazioni future.

Lettera al lettore

Cara lettrice, caro lettore,

nelle aziende con cui lavoro da oltre quindici anni – dalla manifattura al lusso, dalla logistica alla formazione, ai servizi finanziari – vedo ripetersi la stessa scena. Un comitato direttivo entusiasta approva un investimento importante in innovazione. Sei mesi dopo, i risultati non arrivano. Un anno dopo, il progetto viene ridimensionato o abbandonato. Due anni dopo, si ricomincia da capo con un nuovo fornitore.

Il problema non è quasi mai la tecnologia. È la mancanza di una regia strategica.

L'AI ha una caratteristica che la rende diversa da qualsiasi innovazione precedente: amplifica ciò che trova. Se incontra una cultura aziendale solida, la rafforza. Se incontra confusione, la moltiplica. Se incontra leadership chiara, ne estende la portata. Se incontra mediocrità, la accelera.

Questo libro nasce da una constatazione semplice: la maggior parte delle aziende italiane sta affrontando l'AI come un problema tecnologico. Ma è un problema di leadership. Non servono algoritmi più sofisticati – servono leader capaci di governare la trasformazione senza perdere l'identità dell'organizzazione.

Il Metodo Golden Bridge® che presento in queste pagine è nato sul campo, non in un'aula accademica. È costruito su sei pilastri – Brand & Beliefs, Reputation & Responsibility, Innovation & AI, Dialogue & Empathy, Growth & Leadership, Ethics & Authenticity – che formano l'acronimo BRIDGE. Non è una ricetta da applicare meccanicamente: è un linguaggio comune che permette a funzioni diverse di dialogare e prendere decisioni coerenti.

Troverete casi concreti di aziende che hanno affrontato questa sfida, alcune con successo, altre no. Troverete strumenti operativi, checklist, metriche. Troverete le voci di professionisti che ogni giorno si confrontano con queste decisioni nelle loro organizzazioni.

Non troverete tutorial su ChatGPT, dissertazioni tecniche su reti neurali, né promesse di trasformazione miracolosa. L'AI cambia troppo velocemente perché un libro possa inseguire gli strumenti del momento. I principi, invece, restano.

Questo libro è pensato per chi ha responsabilità di guida: CEO che devono portare risultati mentre attraversano trasformazioni profonde; responsabili Risorse Umane che riprogettano organizzazioni dove persone e macchine devono convivere; responsabili Comunicazione e Marketing che proteggono la reputazione aziendale in un ecosistema dove un deepfake può distruggere in minuti ciò che si è costruito in decenni.

Se siete tra questi, spero che il libro vi sia utile. Non come lettura da fare in un weekend e dimenticare, ma come strumento da consultare quando dovrete prendere decisioni concrete.

Il futuro della leadership non è una scelta tra AI e persone. È la capacità di farle lavorare insieme, con una direzione chiara.

Buona lettura.

Federica Grazia Bartolini

P.S. Un'ultima riflessione. Se mentre iniziate a leggere vi viene da pensare “sì, ma la mia azienda è diversa, il mio settore ha dinamiche particolari”, fermatevi un attimo. Avete ragione: ogni realtà è unica. Ed è esattamente per questo che il Golden Bridge® funziona. Non è un modello rigido da applicare meccanicamente. È un metodo adattivo che si plasma sulla vostra specificità, valorizzando ciò che vi rende unici invece di omogeneizzarvi. Il ponte che costruirete sarà il vostro, con i vostri materiali, per i vostri obiettivi. Io vi fornisco l'architettura e gli strumenti. La costruzione – quella vera – spetta a voi.

Introduzione

Viviamo un tempo in cui l'intelligenza artificiale è sulla bocca di tutti. Non c'è riunione di board, conferenza o articolo che non la menzioni come la prossima grande svolta. Ma, se guardiamo oltre i titoli, vediamo che le aziende si dividono in due categorie: chi rincorre l'AI come fosse un gadget tecnologico e chi, invece, la utilizza come leva per ripensare il proprio modo di comunicare, guidare, crescere.

Questo libro nasce da una convinzione semplice: l'AI è un tema di leadership strategica. Non si tratta solo di "implementare strumenti", ma di decidere che tipo di organizzazioni vogliamo costruire. La tecnologia accelera e amplifica: moltiplica ciò che trova. Se incontra confusione, amplifica confusione. Se incontra chiarezza e purpose, amplifica coerenza e impatto.

Per questo, ai leader di oggi non basta comprendere il funzionamento di un algoritmo. Devono sviluppare un metodo per governare la trasformazione, mantenendo intatta la propria autenticità. È qui che entra in gioco il Metodo Golden Bridge®: un ponte tra ciò che l'AI rende possibile e ciò che rende umani i leader.

Nelle pagine che seguono troverete casi concreti di aziende che hanno già affrontato questa sfida, errori da evitare, strumenti pratici e metriche per misurare l'impatto. Non un manuale tecnico, ma una guida strategica pensata per chi prende decisioni in tempo reale davanti a team, mercati, stakeholder.

Il futuro della leadership non è una scelta tra AI e persone. È la capacità di guidare con entrambe.

Questo libro vi accompagnerà a farlo, passo dopo passo.

I numeri che ogni leader deve conoscere

Area	Numero chiave	Fonte
Investimenti globali in AI	252,3 miliardi di \$ di investimenti privati nel 2024 (+26% vs. 2023).	Stanford HAI, “AI Index Report 2025” (Stanford HAI, 2025a)
AI generativa globale	33,9 miliardi di \$ di finanziamenti nel 2024 (8,5x vs. 2022).	Stanford HAI, “AI Index Report 2025” (Stanford HAI, 2025a)
Adozione aziendale AI	Il 78% delle aziende globali usa AI nel 2024 (era 55% nel 2023).	Stanford HAI, “AI Index Report 2025” (Stanford HAI, 2025a)
Mercato AI in Italia	1,2 miliardi di € nel 2024 (+58% vs. 2023).	Osservatori Digital Innovation – Politecnico di Milano (2025a)
Adozione AI aziende italiane	59% di grandi imprese con progetti AI attivi (ultimo posto tra i principali Paesi europei).	Osservatori Digital Innovation – Politecnico di Milano (2025a)
Prospettive PMI italiane	Il 18,9% delle imprese italiane investirà in AI entro il 2027.	Unioncamere 2024
Mercato AI futuro	Il mercato AI globale può raggiungere 4,8 trilioni di \$ entro il 2033 .	UNCTAD, “Technology and Innovation Report 2025”
Impatto lavoro nel mondo	Entro il 2030: 170 milioni di posti creati, 92 milioni eliminati → saldo netto +78 milioni.	World Economic Forum, “The Future of Jobs Report 2025” (World Economic Forum, 2025b)
Skill gap (divario tra competenze richieste e disponibili) a livello globale	Il 63% degli employer indica lo skill gap come barriera principale.	World Economic Forum, “The Future of Jobs Report 2025” (World Economic Forum, 2025b)
Italia – competenze AI	L’83% aziende italiane dichiara difficoltà a reperire skill AI.	BCG, “AI at Work 2024” (Boston Consulting Group, 2024a)

Questi numeri ci confermano che l’AI non è più un esperimento bensì il nuovo campo di battaglia del business.

Eppure c’è un problema che nessun investimento miliardario può risolvere. Come ha sintetizzato Erik Brynjolfsson del MIT: “L’AI non sostituirà gli esseri umani, ma gli esseri umani con l’AI sostituiranno quelli senza” (Microsoft WorkLab, 2024).

È una verità parziale: serve una regia strategica per governarla.

Oggi gli strumenti di AI automatizzano processi, scrivono report, selezionano candidati, ottimizzano campagne. Ma chi garantisce coerenza con visione, valori e identità aziendale? Chi difende l'etica quando l'algoritmo suggerisce scorciatoie? Chi trasforma l'efficienza in vantaggio competitivo sostenibile?

La creazione di valore, la fiducia, la reputazione non si delegano. Si governano.

Per questo nasce il **Metodo Golden Bridge®**. Non è teoria accademica, ma un sistema operativo *battle-tested*, architettato su sei pilastri che formano l'acronimo BRIDGE:

- **Brand & Beliefs**: consolidare il DNA aziendale prima di scalare;
- **Reputation & Responsibility**: ogni output AI porta la vostra firma;
- **Innovation & AI**: trasformare modelli di business, non solo processi;
- **Dialogue & Empathy**: l'AI cattura segnali; voi costruite relazioni;
- **Growth & Leadership**: crescita che evolve cultura, non solo revenue;
- **Ethics & Authenticity**: l'etica come vantaggio competitivo, non compliance.

Questo libro parla a voi che avete responsabilità di guida. CEO che portate risultati ogni trimestre mentre attraversate trasformazioni importanti.

Responsabili Risorse Umane che riprogettate organizzazioni complesse, dove macchine e talenti co-evolvono. Responsabili Comunicazione e Marketing che proteggete la reputazione in ecosistemi dove un tweet può cancellare decenni di brand equity.

La verità che pochi ammettono al board è semplice: si può automatizzare l'intera catena del valore, ma, se si automatizza la mediocrità, si ottiene solo mediocrità a velocità estrema.

Tre scenari si profilano per ogni organizzazione:

1. **negazione**: ignorare il fenomeno liquidandolo come moda passeggera;
2. **adozione caotica**: implementazione massiva senza regia centrale;
3. **orchestrazione strategica**: integrazione metodica con visione cristallina ed esecuzione disciplinata.

Questo libro è pensato per chi sceglie il terzo scenario.

Non troverete ricette preconfezionate. Ogni organizzazione è unica. Troverete un metodo rigoroso per navigare la complessità mantenendo la rotta, per accelerare senza perdere l'anima, per costruire narrative che resistono al test del tempo.

Le regole del gioco vengono riscritte ogni trimestre. Ma i principi restano.

Come usare questo libro

Ogni lettore troverà valore nell'intero percorso, ma alcune sezioni sono state pensate specificamente per ruoli chiave.

Per il **CEO** e l'**amministratore delegato**:

- capitoli essenziali: 1, 2, 8 (visione strategica e metodo);
- capitoli operativi: 4, 6 (crisis management e change leadership);
- focus: come l'AI ridefinisce strategia, governance e cultura aziendale.

Per il **Chief Human Resources Officer (CHRO)**:

- capitoli fondamentali: 2 (pilastri Dialogue & Empathy, Ethics & Authenticity), 5, 6;
- focus: trasformazione culturale, employer branding AI-powered, gestione del cambiamento;
- strumenti pratici: framework per upskilling e metriche di engagement.

Per il **Chief Communication/Marketing Officer (CCO/CMO)**:

- capitoli prioritari: 3, 4, 7;
- focus: content governance con AI, crisis communication, *thought leadership* executive;
- applicazioni immediate: Golden Bridge® Content Framework e crisis protocol.

Per **tutti i leader**:

- **il Golden Bridge® non è solo teoria ma una bussola operativa in sei pilastri (BRIDGE);**
- **ogni capitolo include con strumenti immediatamente applicabili;**
- **le metriche e i KPI permettono di misurare progressi concreti.**

Percorsi di lettura suggeriti:

- urgenza trasformazione: Capitoli 1 → 2 → 6 → 8;
- focus comunicazione: Capitoli 2 → 3 → 4 → 7;
- gestione persone: Capitoli 2 → 5 → 6.

Il libro è progettato per essere sia **lettura sequenziale** sia **manuale di consultazione**: potete iniziare dal capitolo più rilevante per la vostra sfida immediata.

Immaginate questa scena. Siete in una riunione di board. Il CFO presenta numeri impressionanti: “Abbiamo implementato l'AI in 12 processi chiave. Ridotto i costi del 30%. Accelerato la produzione del 40%”. Applausi.

Poi il presidente pone la domanda che congela la stanza: “E quindi? Che cosa ci rende diversi dai nostri competitor che hanno fatto lo stesso?”. Silenzio.

Questo è il paradosso dell'AI oggi: tutti corrono verso la stessa tecnologia, ma pochissimi sanno dove stanno andando.

È come dare a ogni azienda una Ferrari e scoprire che la maggior parte non sa guidare oltre la seconda marcia. L'efficienza non è strategia. La velocità senza direzione è solo un modo più rapido per perdersi, e se manca la maturità di implementazione le cose si complicano ulteriormente.

In Italia il dato fa riflettere: il 59% delle grandi imprese ha progetti AI attivi, ma siamo ultimi tra otto Paesi europei per maturità nell'implementazione (Osservatori Digital Innovation – Politecnico di Milano, 2025b) e questo, se non si interviene subito, significa rimanere indietro come sistema Paese: stiamo correndo veloce nella direzione sbagliata.

1. Capire davvero l'AI generativa

L'AI generativa, al centro delle tecnologie che oggi attraggono maggiore attenzione, si fonda su un principio semplice: **predire ciò che con maggiore probabilità dovrebbe venire dopo in una sequenza.**

Che si tratti di una parola in un testo, di un pixel in un'immagine o di una nota in una melodia, il meccanismo è simile: il modello calcola l'elemento più plausibile in base al contesto precedente e lo genera. Le architetture possono variare – i modelli linguistici operano sui token, quelli di immagini