



OLTRE LA MORTE: la trasformazione digitale della memoria e della privacy

Laura Tonsi

16 novembre 2025

INDICE

1. INTRODUZIONE
2. I 4 PILASTRI
3. IL PATRIMONIO DIGITALE POST-MORTEM
4. COSA VOGLIONO DAVVERO GLI UTENTI?
5. LE PERSONALITÀ DIGITALI IMMORTALI
6. COME FUNZIONA LA RESURREZIONE DIGITALE?
7. ESEMPI REALI DI DIGITAL RESURRECTION
8. I VANTAGGI
9. I RISCHI
10. COSA DICE LA NORMATIVA?
11. IL BUSINESS DELLA MEMORIA
12. LA POSTMORTAL SOCIETY
13. CONCLUSIONI
14. BIBLIOGRAFIA

INTRODUZIONE

La nostra vita quotidiana è ormai inseparabile dal digitale: social, email, cloud, dispositivi smart.

- ▶ Lasciamo online una **traccia costante** della nostra esistenza.

Ma cosa succede ai nostri dati dopo la morte?

- ▶ La digitalizzazione ha aperto nuove sfide:
 - ▶ etiche (*chi ha diritto a gestirli?*),
 - ▶ legali (*chi ne è il proprietario?*),
 - ▶ tecnologiche (*cosa può essere ricostruito?*).

Il concetto di **eredità digitale** evolve verso quello di **presenza digitale post-mortem**.

I 4 PILASTRI



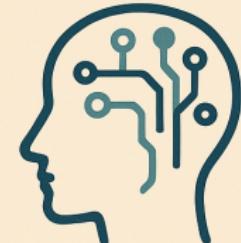
DATI

- ▶ La base per le ricostruzioni digitali.
- ▶ Qualità e quantità determinano l'accuratezza



PERSONE

- ▶ Familiari, utenti, professionisti.
- ▶ Coinvolti nel processo di elaborazione del lutto



TECNOLOGIE

- ▶ IA e piattaforme che elaborano i dati.
- ▶ Creano profili memoriali o entità interattive



PROCESSI

- ▶ Norme e protocolli ancora inadeguati.
- ▶ Mancano regole chiare sulla gestione post-mortem

IL PATRIMONIO DIGITALE POST-MORTEM

Il **patrimonio digitale post-mortem** comprende tutti i dati che una persona lascia di sé online dopo la morte.

Si tratta di contenuti quali:

1. post,
2. messaggi, email,
3. video, foto,
4. file archiviati nel cloud,
5. cronologia di navigazione.



COSA VOGLIONO DAVVERO GLI UTENTI?

Le preferenze degli utenti rispetto al destino dei propri dati digitali dopo la morte **non sono univoche**.

Qual era la percezione degli utenti nel Regno Unito nel 2012 riguardo al destino dei loro profili online post-mortem? Soltanto il 20% degli intervistati aveva considerato seriamente cosa ne sarebbe stato dei propri account social dopo la morte.	Eliminazione	43%
	Profili attivi, commenti disabilitati	20%
	Consentire commenti	16%
	Incertezza	20%

Fonte: Sofka, C. J., Gibson, A., & Silberman, D. R. (2017). Digital immortality or digital death? In *Routledge eBooks* (pp. 173–196). <https://doi.org/10.4324/9781315601700-10>

PIATTAFORMA	OPZIONE	GIAPPONE / USA / FRANCIA
Facebook	Eliminazione	50%
	Digital memorial	24%
	Dati invariati	27%
Twitter	Eliminazione	62%
	Dati invariati	38%

Fonte : Orita (2019, 2021a, b)

- ▶ Questi dati suggeriscono che la sensibilità verso la privacy post-mortem è fortemente influenzata dalle norme sociali e culturali.



Alcuni servizi online offrono oggi opzioni di **gestione post-mortem**:

- ▶ **Facebook** = consente di trasformare un profilo in memoriale;
- ▶ **Google** = permette di designare contatti fidati per la gestione dell'account attraverso lo strumento Inactive Account Manager.

Tuttavia, questi strumenti **non** risolvono completamente i dilemmi connessi all'eredità digitale, soprattutto in assenza di istruzioni esplicite da parte del defunto.



Figura: Esempio di profilo Facebook memoriale

LE PERSONALITÀ DIGITALI IMMORTALI

La vera rivoluzione è rappresentata dalla possibilità di creare **personalità digitali immortali**, ricostruzioni digitali dei defunti basate su una grande quantità di dati raccolti in vita.

L'obiettivo non è solo ricordare, ma **simulare la loro presenza**: linguaggio, tono, risposte emotive.

Esistono due tecnologie principali:

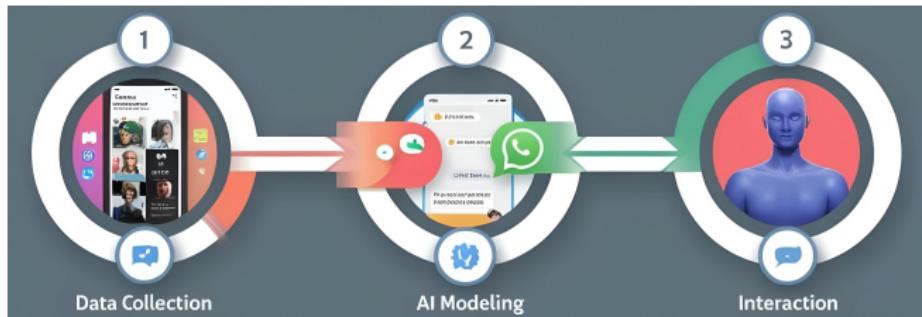
1. **Thanabots (o deadbots)**: chatbot che imitano il modo di scrivere e parlare del defunto. L'utente può chattare con loro come se fosse ancora in vita. Si basano sull'**analisi linguistica** dei messaggi lasciati online.
2. **Avatar iper-realistici**: rappresentazioni grafiche o olografiche che riproducono l'aspetto fisico, la voce e i movimenti del defunto. Possono apparire in video o in realtà aumentata, generando un effetto di **presenza viva**.

Queste tecnologie trasformano i dati in simulazioni con cui è possibile interagire: un fenomeno nuovo, che ridefinisce il concetto stesso di assenza.

COME FUNZIONA LA RESURREZIONE DIGITALE?

Il processo che porta alla creazione di una personalità digitale immortale si sviluppa in **tre fasi principali** :

- 1. RACCOLTA DEI DATI** : tutto ciò che l'utente ha lasciato online viene analizzato e aggregato, dai post sui social ai messaggi privati.
- 2. MODELLAZIONE TRAMITE IA** : il sistema apprende il modo di parlare, scrivere e comportarsi dell'individuo, cercando di ricostruirne la personalità.
- 3. INTERAZIONE** : possibilità di dialogare con il defunto tramite chat, video o addirittura avatar 3D - ologrammi.



ESEMPI REALI DI DIGITAL RESURRECTION

- ▶ **Eter9** : social network basato sull'intelligenza artificiale. Mentre l'utente è in vita, l'IA impara il suo modo di scrivere, commentare e interagire. Dopo la morte, la "controparte" continua a pubblicare contenuti al suo posto.
- ▶ **LifeNaut** : gli utenti rispondono a un questionario di oltre 480 domande, caricano foto, video e audio. I dati vengono utilizzati per creare una versione digitale dell'individuo.
 - ▶ Possibilità di costruire **robot bioispirati** che emulano voce e gesti della persona scomparsa.
- ▶ **Microsoft Patent (2021)** : brevetto per la creazione di chatbot capaci di imitare persone reali, vive o defunte. Il sistema raccoglie dati da social media, conversazioni e altri contenuti per creare un assistente virtuale con la personalità e il modo di parlare dell'individuo. Prevede anche l'uso di immagini e video per animare l'interfaccia del chatbot.

I VANTAGGI

Le tecnologie di digital resurrection possono offrire diversi **vantaggi**:

1. **SUPPORTO EMOTIVO** : poter "parlare" ancora con un proprio caro può aiutare alcune persone ad affrontare meglio la perdita.
2. **MEMORIA** : la conservazione della memoria diventa molto più ricca e accessibile, permettendo di lasciare alle generazioni future una testimonianza viva e interattiva.
3. **INNOVAZIONE** : queste tecnologie aprono nuove opportunità commerciali, in settori come l'intrattenimento o il marketing, ad esempio con ologrammi di celebrità defunte utilizzati per concerti, film o pubblicità.

I RISCHI

- 1. CONSENSO** : molti di questi sistemi usano dati di persone che non hanno mai autorizzato esplicitamente la loro "resurrezione" digitale.
- 2. AUTENTICITA'** : un algoritmo, per quanto sofisticato, non è una persona e il rischio è di generare versioni distorte o "deepfake" del defunto.
- 3. RISCHIO EMOTIVO** : il contatto continuo con avatar o chatbot può ostacolare l'elaborazione del lutto, generando attaccamenti patologici o un'illusione di presenza eterna.
- 4. USO COMMERCIALE** : sempre più spesso, i dati e le immagini dei defunti vengono usati a scopo di lucro. Le aziende possono monetizzare la memoria e l'immagine dei defunti *senza un consenso esplicito*, trasformando il lutto in intrattenimento o marketing.

COSA DICE LA NORMATIVA?

A livello normativo, il tema è ancora poco regolato. Il **GDPR** non si applica direttamente ai dati dei defunti (Considerando 27).

- ▶ In Italia, però, è intervenuto l'**articolo 2-terdecies del Codice Privacy** (D.Lgs. 196/2003, modificato dal D.Lgs. 101/2018), che stabilisce che alcuni diritti (accesso, cancellazione, ecc.) possono essere esercitati da:
 - ▶ Chi ha un interesse proprio;
 - ▶ Chi agisce come mandatario del defunto;
 - ▶ Chi agisce per ragioni familiari meritevoli di protezione.
- ▶ Tuttavia, se la persona defunta ha vietato **espressamente e per iscritto** che i suoi dati vengano trattati dopo la morte, questo divieto prevale. La legge italiana chiarisce che tale opposizione vale **solo per i servizi digitali**, come social network, email o piattaforme online.
- ▶ **PROBLEMA** : molti utenti non lasciano istruzioni scritte, quindi il consenso all'uso post-mortem dei dati rimane spesso implicito o non espresso.

IL BUSINESS DELLA MEMORIA

Negli ultimi anni è emersa una nuova e crescente industria: la **Digital Afterlife Industry (DAI)**. Questa industria si occupa di:

1. gestione dei dati post-mortem;
2. creazione di presenze digitali immortali.

Il mercato include una varietà di servizi destinati a chi cerca di **preservare la memoria dei defunti**.

Alcuni dei servizi :

- ▶ **Creazione di memoriali digitali permanenti:** profili social trasformati in memoriali, archiviazione di contenuti personali.
- ▶ **Chatbot e avatar interattivi:** riproduzioni digitali delle persone scomparse per simulare interazioni.
- ▶ **Archiviazione digitale a lungo termine:** piattaforme che conservano e organizzano i dati per le generazioni future.
- ▶ **Ologrammi di celebrità:** eventi dal vivo, concerti e apparizioni pubbliche tramite ologrammi.

Tuttavia, l'espansione di questo mercato solleva anche **questioni etiche** rilevanti:

- ▶ **Ologrammi di celebrità:** ologrammi di artisti defunti (es. Tupac, Whitney Houston) generano profitti, ma spesso senza consenso delle famiglie.
 - ▶ Dubbi su chi controlli e quanto sia autentica la loro "persona digitale".
- ▶ **Caso Snapchat (2016):** introduzione di un filtro che imitava il volto di un giovane defunto, senza l'autorizzazione della famiglia.
 - ▶ Proteste pubbliche e legali per il rispetto della memoria e della dignità della persona scomparsa.

In un mondo in cui le personalità digitali possono essere ricreate e utilizzate a scopo commerciale, **chi ha il diritto di decidere come vengono usati i dati di una persona defunta?**

Senza un chiaro quadro legale e senza il consenso esplicito del defunto, **c'è il rischio che la memoria diventi un prodotto da monetizzare.**

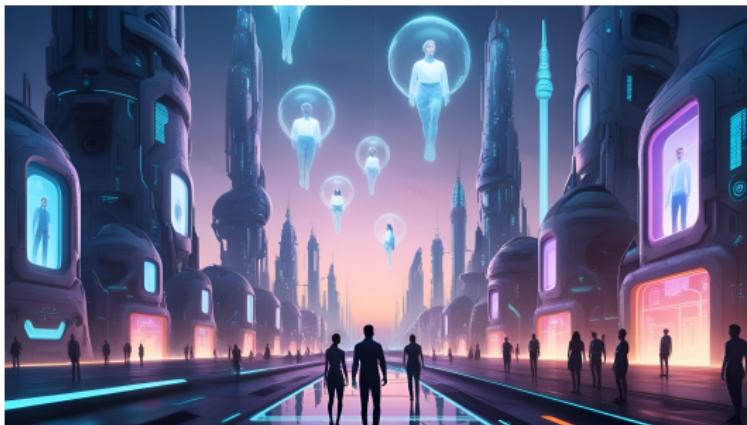
LA POSTMORTAL SOCIETY

Stiamo entrando in una **Postmortal Society**:

- ▶ società in cui la morte non rappresenta più un punto finale, ma una *transizione verso una nuova forma di esistenza digitale*.

In questo contesto, **la morte fisica non implica la scomparsa totale di un individuo.**

- ▶ La digitalizzazione cambia la **percezione della mortalità**, trasformando la morte da un evento definitivo a una transizione.
- ▶ Questo solleva domande su *cosa significhi essere vivi in un contesto digitale*.



CONCLUSIONI

La gestione dei dati post-mortem e la creazione di personalità digitali immortali rappresentano un passo fondamentale nella trasformazione digitale della nostra società.

Mentre la digitalizzazione avanza, il nostro rapporto con la morte e la memoria si evolve:

- ▶ Le innovazioni aprono nuove strade per l'uso dei dati, spingendo i limiti di ciò che significa "essere vivo" in un mondo digitale.
- ▶ La continua raccolta di dati solleva interrogativi cruciali sulla privacy, il consenso e la proprietà digitale.
- ▶ La creazione di memorie digitali e la possibilità di interagire con "presenze" digitali dei defunti non solo offre un supporto emotivo ai vivi, ma potrebbe anche contribuire a una nuova forma di storia collettiva digitale.

Concludendo, la trasformazione digitale non si limita alla tecnologia, ma implica un'**evoluzione culturale** che ridefinisce la nostra relazione con il tempo, la memoria e la morte.

BIBLIOGRAFIA

1. Nakagawa, Hiroshi, and Akiko Orita. "Using Deceased People's Personal Data." *AI Society*, vol. 39, 2024, pp. 1151-69. SpringerLink, <https://doi.org/10.1007/s00146-022-01549-1>
2. Rodríguez Reséndiz, Hugo, and Juvenal Rodríguez Reséndiz. "Digital Resurrection: Challenging the Boundary Between Life and Death with Artificial Intelligence." *Philosophies*, vol. 9, no. 3, 2024, p. 71. MDPI, <https://doi.org/10390/philosophies9030071>
3. Özdemir, Vural, et al. "Thanatechnology and the Living Dead: New Concepts in Digital Transformation and Human-Computer Interaction." *OMICS: A Journal of Integrative Biology*, vol. 25, no. 7, 2021, pp. 403-08. Mary Ann Liebert, Inc., DOI: [10.1089/omi.2021.0100](https://doi.org/10.1089/omi.2021.0100)
4. "Snapchat's Controversial Use of a Filter with a Deceased Person's Face." Unilad, 2016