

L'incontro del secolo? In diretta su Twitter (senza pagare niente)

Il mondiale di boxe trasmesso dagli utenti con Periscope
Si apre il caso dei diritti televisivi: «È pirateria online»

Il primo round si poteva vedere con un nutrito gruppo di appassionati dalle parti di Washington tra lattine di birra sul tavolo e luci fioche che riflettevano sulla parete. Il secondo, volendo, con degli agenti dentro a una stazione della polizia in Kenya. Il terzo addirittura a una manciata di metri dal ring della «MGM Grand Garden Arena» di Las Vegas, tra i 6.800 spettatori — fortunati o privilegiati, a seconda dei punti di vista — che hanno sborsato da 1.500 a 12 mila dollari.

E così via, saltando da un Paese all'altro, da un edificio all'altro, per tutte e dodici le riprese. In verticale o in orizzontale, con qualità buona o pessima, con video in preda al tremolio continuo o con mano ferma, con o senza commento, con o senza «Wow!» e impressioni varie, in presenza di qualche utente o di centinaia, comunque sempre a colori.

Che sarebbe stato difficile fermare i pirati televisivi sul web gli organizzatori lo sapevano da tempo. Ma mai si sarebbero immaginati l'impatto di due app — Periscope (comprata da Twitter) e Meerkat — create per trasmettere video in diretta con il telefonino ma usate sabato notte per mandare in onda, gratis, sui social network il «match del secolo» dei pesi welter di boxe tra Floyd Mayweather Jr e Manny Pacquiao, vinto dal primo ai punti.

Un appuntamento tale da generare — soltanto con i canali a pagamento — 270 milioni di dollari, con circa tre milioni di case americane collegate (non senza qualche intoppo), una spesa di 90-100 dollari per iscritto e finita — almeno sul web — con un knock-out tecnologico.

Hbo e Showtime, i canali che si erano assicurati l'esclusiva dell'incontro, ora promettono battaglia (legale) dopo aver ottenuto l'oscuramento dei siti [boxinghd.net](#) e [sportship.org](#). Ma sanno anche loro che non sarà così facile fermare la nuova forma di pirateria che corre sui social network.

La replica di Periscope e Me-

La campagna dell'Humanitas

Lavarsi le mani, così la buona igiene tutela la salute

Le mani pulite possono salvare vite umane, fermando epidemie ed infezioni. Per questo in occasione della Giornata Mondiale per l'igiene delle mani, celebrata ieri dall'Organizzazione mondiale della sanità (Oms), l'ospedale Humanitas ha raccolto l'appello e lanciato una campagna «per la buona igiene delle mani», rivolto a personale, pazienti e visitatori. Una maggior pulizia riduce del 40% il rischio di infezioni che in Europa, secondo la Commissione, colpiscono ogni anno 4 milioni di persone.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Cosa sono

- Periscope e Meerkat sono due app che permettono di trasmettere in diretta le immagini riprese attraverso la fotocamera del telefonino

erka non è mancata. «Stiamo lavorando con le emittenti tv e inviando notifiche agli utenti segnalati», dice Ben Rubin, amministratore delegato di Meerkat. Più esplicita la posizione di Periscope (quindi di Twitter): «Rispettiamo la proprietà intellettuale, per questo trasmettere contenuti protetti dal diritto d'autore è una violazione delle nostre regole».

Nel caso specifico — l'incontro di pugilato — l'app ricorda di aver rafforzato il team e di aver ricevuto 66 segnalazioni da Hbo e Showtime interrompendo il segnale di 30 account.

«Da quei profili Periscope non si può più trasmettere», precisano. Proprio il social network dei cinghiali (che conta 302 milioni di utenti mensili) ci tiene a chiarire un punto: loro offrono un servizio e «de condizioni di utilizzo sono molto chiare: Periscope non si può utilizzare per trasmettere eventuali protetti dal diritto d'autore». Una realtà che però rende impossibile interventi preventivi, prima delle dirette, «ma solo dopo, su segnalazione».

Non è il primo «incidente» e non sarà l'ultimo. Sempre Hbo e sempre Periscope si erano

dovuti affrontare durante la messa in onda del serial «Game of Thrones» («Il trono di spade») quando gli utenti avevano mostrato la prima puntata della nuova stagione.

La questione è pure sul tavolo di chi si occupa dei diritti tv legati al calcio. La Lega americana di hockey (Nhl) si è già portata avanti decidendo che tifosi e giornalisti non possono usare le due app per il live streaming «prima, durante e dopo» le partite cui assistono dal vivo.

Leonard Berberi
@leonard_berberi
© RIPRODUZIONE RISERVATA

1

Millone
Sono le persone che si sono iscritte a Periscope (comprata da Twitter) nei primi 10 giorni di lancio dell'app

Il Garante

Privacy su Internet: l'utente deciderà se un sito può utilizzare i suoi dati

ROMA Mai più cookie «invisibili». Chi naviga su internet avrà il diritto di scegliere se le informazioni che lo riguardano e restano registrate sul web potranno essere utilizzate a fini pubblicitari. La normativa, già emanata dal Garante della Privacy un anno fa, disciplina l'uso di quei piccoli file di testo (i cookie appunto, i cosiddetti «biscottini») che i siti visitati inviano al terminale — pc, tablet, smartphone, notebook — che li memorizza e poi li ritrasmette alla visita

successiva. Non sono in discussione quelli tecnici, che consentono le operazioni, ma i cookie di profilazione, che monitorano la navigazione e raccolgono dati su gusti, abitudini e scelte personali dell'utente-consumatore. E che non potranno circolare a sua insaputa. Dal 2 giugno tutti gli operatori dovranno mettersi in regola. Finora lo hanno fatto in pochi. Gli inadempienti rischiano sanzioni fino a 120 mila euro. «L'obiettivo è disciplinare lo strumento principale con cui viene fatta la profilazione sul web», spiega il Garante Antonello Soro. «Senza però demonizzare la pubblicità, indispensabile oggi per creare occupazione e ricchezza». Il mercato della pubblicità online vale 2 miliardi di euro, nel 2015 le-commerce supererà i 15 di fatturato con 16 milioni di clienti. Nel momento in cui aprirà un sito internet, l'utente visualizzerà un banner in cui verrà informato sull'uso dei cookie e sarà chiamato a dare il consenso. «Starà a lui decidere, in maniera libera e consapevole, se fare uso delle informazioni raccolte su di sé» spiega ancora Soro. La fascia banner dovrà essere semplice e ben visibile. Gli italiani peraltro sembrano già preparati. Secondo una indagine statistica su 800 utenti di Internet promossa dalle associazioni di categoria (circa 1.000 aziende tra editori online, siti di e-commerce, operatori, investitori pubblicitari e data driver advertising) il 90% riconosce i benefici del consenso, il 70 considera un valore ricevere offerte commerciali personalizzate, il 72 conosce il diritto di cancellazione. Le informazioni ritenute più riservate sono quelle bancarie (91%), il numero di cellulare (86%), sui figli (81%), sulla salute (80), molto meno sulla spesa settimanale (55%) o su peso e altezza (43%) o sugli esercizi fisici (36%).

G.Ca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dall'Arena
Il primo
immagine di una
delle dirette
video su
Periscope
dell'incontro
Mayweather —
Pacquiao: a farla
è stato uno
spettatore che
ha pagato
migliaia di dollari
di biglietto



Vini trentini, con una forte
inclinazione per la qualità.

www.cavit.it

TRENTINO

MASTRI VERNACOLI

Müller Thurgau

TRENTINO DOC ITALIA

CANTINA VITICOLTORI DEL TRENTO

Vitigno di origine tedesca, ben adattatosi ai vigneti di montagna del Trentino. Profumo leggermente aromatico con note floreali di salvia e sambuco.

MAESTRI DELLA TRADIZIONE TRENTO.

Mastri Vernacoli di Cavit è la linea di vini DOC che racchiude i sapori e la varietà di una terra ad alta vocazione vinicola: dal Teroldego Rotaliano al Müller Thurgau, dal Marzemino al Gewürztraminer. Mastri Vernacoli di Cavit: il Trentino, in sintesi.

Scegli Cavit, bei responsabilmente.