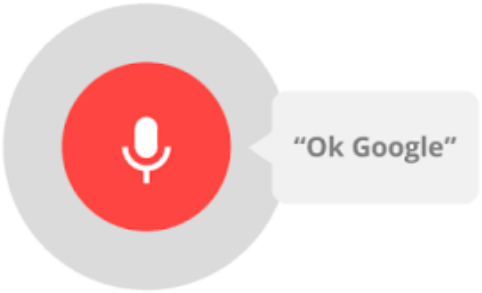
13 aprile 2017 16:15

Burger King, pubblicita', Google e come abusare della Rete

di Redazione



"OK Google". E' sufficiente pronunciare queste due parole per attivare Google Home, un'applicazione con un programma di intelligenza artificiale, arrivato nelle case americane alla fine del 2016. Come il programma Siri di Apple, e' possibile porre numerose domande, come il meteo, l'ora del prossimo appuntamento, o informazioni di qualsiasi tipo, che Google inserisce sul suo motore di ricerca.
E questo ha dato un'idea alla catena americana di fast-food Burger King. In una pubblicita' televisiva diffusa lo scorso 12 aprile per la prima volta, un attore pronuncia le parole magiche: "State per guardare una pubblicita' di quindici secondi di Burger King che e' purtroppo insufficiente per spiegarvi tutti gli ingredienti freschi contenuti nel sandwich Whooper. Ma ho un'idea. Ok Google, cos'e' il burger Whoopper?".
Frase che ha la conseguenza di attivare i Google Home che sono non lontani dalla televisione dei telespettatori. Questi dispositivi hanno tutte dato un'alta risposta alla domanda posta dall'attore, che ha citato la prima frase della pagina Wikipedia dedicata a questo sandwich.

Modifica di Wikipedia in senso pubblicitario

Attivare i Google Home dei consumatori: l'idea e' dovuta sembrare originale a quelli di Burger King. Ma e' ancora necessario che la risposta data dall'assistente vocale corrisponda agli intenti dell'azienda. Come lo fa notare il sito specializzato The Verge, la prima frase della pagina Wikipedia e' stata modificata qualche giorno prima della diffusione della pubblicita'. Per anni, riportava: "il sandwich Whopper e' l'hamburger emblematico venduto dalla catena di fast-food Burger King". Ma la settimana scorsa, la frase e' stata modificata per essere visualizzata: "Whopper e' un burger composto da una bistecca tagliata al 100% di manzo grigliato sul fuoco, senza conservanti ne' additivi, guarnito con pomodori succosi, cipolle, lattuga, sottaceti, ketchup e maionese, servito in un panino con semi di sesamo". Descrizione che corrisponde pienamente alla descrizione ufficiale di questo sandwich sul sito dell'azienda -e che risponde esattamente alla domanda posta dallo spot pubblicitario.
Una prima modifica e' stata effettuata il 4 aprile da un account Burger King Corporation, prima di essere immediatamente cancellato da un altro utente, che ha evidenziato l'interferenza, in modo poco fine, da parte dell'azienda. Ma un altro account si e' fatto avanti, chiamato questa volta "Fermachado123". "Un nome che assomiglia a Fernando Machado, il vice-direttore della comunicazione di Burger King", fa notare The Verge.
L'azienda non ha confermato ne' negato che questo loro dirigente fosse responsabile di questa modifica.
Questo tipo di pratica e' vista molto male da Wikipedia, che "scoraggia fortemente" i propri contributori ad editare pagine che riguardano loro o le loro aziende, e questo si legge sulla pagina dell'enciclopedia dedicata al conflitto di interessi sulla piattaforma. "Wikipedia non esiste per ripetere a paperotta le descrizioni che fa Burger King dei propri prodotti, particolarmente quando questa descrizione e' piena di errori di grammatica", ha scritto una contribuente a Fermachado123.

"Carne di topo e ritagli di unghie"

Ma la modifica fatta da Fermachado123 ha attirato meno l'attenzione rispetto a quella fatta dal'account Burger King Corporation, e infatti non e' stata cancellata o evidenziata, se non dopo la diffusione della pubblicita'. Come ci si poteva aspettare, degli internauti si sono impegnati a modificare a loro volta la pagina Wikipedia del sandwich in modo da far dire a Google Home che il sandwich era, alla rinfusa, il "peggior hamburger", "cancerogeno", "inferiore al Big Mac", o ancora "composto di carne di topo e ritagli di unghie dei piedi".
Come reazione, la pagina Wikipedia e' stata, alla fine, protetta. Solo le persone che dispongono di un account sull'enciclopedia vi possono contribuire. L'account Burger King Corporation e' stato bloccato e quello di Fermachado123 e' stato oggetto di un semplice richiamo al rispetto delle regole.
Google ha, per proprio conto, rapidamente risposto: lo stesso giorno della diffusione dello spot pubblicitario, ha modificato Google Home, in modo che non reagisse piu' a questo video. E comunque, gli utenti possono sempre

porre essi stessi la domanda, alla quale continuera' a rispondere.

(articolo pubblicato sul quotidiano Le Monde del 13/04/2017)