

## Caso *Actimel*

En marzo de 2007 un usuario que se dio en llamar Luis Daniel De Urquiza dio a conocer, a través de un e-mail, datos supuestamente verídicos sobre el producto *Actimel*, fermento lácteo que ayuda a reforzar las defensas naturales del organismo, de la empresa líder en productos lácteos *La Serenísima*.

De Urquiza, quien decía pertenecer al Colegio de Farmacéuticos de Entre Ríos y trabajar en el hospital de La Paz, decía difundir un supuesto informe elaborado por el CEMIC (Centro de Educación Médica e Investigaciones Clínicas) que informaba sobre los efectos perjudiciales del consumo de *Actimel* de manera prolongada. El e-mail se expandió viralmente en poco tiempo y esto repercutió de manera sorprendente en los medios de comunicación. En abril del mismo año, el Colegio de Farmacéuticos aclaró públicamente que De Urquiza no pertenecía a la institución y el hospital de La Paz ratificó que tampoco trabajaba allí.

El CEMIC, por su parte, desmintió haber realizado dicho informe. Rápidamente *Danone*, socio comercial de *La Serenísima*, salió al cruce para explicar los beneficios de *Actimel* y señalar punto por punto que lo que informaba el e-mail no era ni podía ser verdad(1). Además, *La Serenísima* lanzó un comunicado por televisión de casi dos minutos de duración, en el cual se refutaba la información distribuida por e-mail y se reconocían los beneficios de *Actimel*(2). Se destila rápidamente de este caso que un usuario puede crearse una personalidad ficticia, redactar un e-mail verosímil para un sector de la población y boicotear la imagen de una marca, además de hacerle perder varios miles de pesos en una campaña masiva no planificada en el presupuesto anual de publicidad.

Es notable cómo casi cualquier información distribuida por Internet logra un efecto de verosimilitud tal. Hay algunas estrategias como firmar el e-mail con un nombre, un cargo, una dirección de e-mail de respuesta y hasta un teléfono, que logran que la noticia difundida tenga un efecto de verdad aún mayor, aunque la gran mayoría de los que reciban el e-mail no se detengan a verificar la veracidad de los datos.

- 1) Para información adicional acerca de este caso, consultar la siguiente página web: [analisisdigital.com.ar/noticias.php?ed=1&di=0&no=57274](http:// analisisdigital.com.ar/noticias.php?ed=1&di=0&no=57274). El comunicado de Danone se encuentra disponible en formato pdf en la siguiente dirección web: [www.danone.es/Danone/descargas/actimel.pdf](http://www.danone.es/Danone/descargas/actimel.pdf).
- 2) El comunicado está disponible en *YouTube* y es accesible a través de la URL: [www.youtube.com/watch?v=FvQDwpgBj1w](http://www.youtube.com/watch?v=FvQDwpgBj1w).