

Garfield, el personaje de las tiras cómicas, y la campaña “Duerme bien”

En su comentario “malicioso”*, el Dr. Fox¹ plantea el problema de usar el gato Garfield, el personaje de unas tiras cómicas, como parte de la campaña del National Heart, Lung, and Blood Institute (NHLBI) para educar a los niños acerca de la necesidad de dormir, como mínimo, 9 horas por noche para dar lo máximo de sí en la escuela, deportes y otras actividades.

La capacidad para abrirse camino en el revoltijo de información que compite por la atención de las audiencias a las que va dirigida es un objetivo decisivo de cualquier campaña de educación del público. En la Campaña “Duerme bien”, como gato portavoz, Garfield ha logrado precisamente esto. Es un personaje reconocido por un amplio público y muy popular, y ha atraído la atención de niños, adultos e incluso pediatras hacia la campaña y los importantes mensajes de salud relativa al sueño. Los niños refieren que lo pasan muy bien con

las actividades de la campaña al mismo tiempo que captan el mensaje de Garfield de que los de 7 a 11 años de edad necesitan habitualmente, como mínimo, 9 horas de sueño por noche para dar lo mejor de sí, hagan lo que hagan. Con independencia de cómo incline la balanza, el valor de Garfield como “portavoz” o mensajero supera las preocupaciones expresadas por el Dr. Fox.

MICHAEL J. TWERY, PHD
National Center on Sleep Disorders Research y National Heart,
Lung, and Blood Institute, National Institutes of Health,
US Department of Health and Human Services, Bethesda,
Maryland, Estados Unidos.

BIBLIOGRAFÍA

1. Fox MD. Sleeping with the enemy: Garfield and the National Heart, Lung, and Blood Institute. *Pediatrics*. 2006;118:1257-8.

*El autor hace un juego de palabras con el término *catty*, que significa “malicioso”, pero que como adjetivo derivado de *cat* (gato) significaría “felino”.