

## Comentario respecto del Artículo

**Adherencia segura a la guía de sueño en la comercialización nacional de cunas y productos para bebés*****Safe Sleep Guideline Adherence in Nationwide Marketing of Infant Cribs and Products***

Matthew Kreth, MD, FAAP, a Tammy Shikany, MAE, RRT, a,b Claire Lenker, LCSW, CCM, a R. Bradley Troxler, MD, FAAPa *PEDIATRICS* Volume 139, number 1, January 2017: e2 0161729

Resumen efectuado por Hamui Magalí, Hospital General de Niños Pedro de Elizalde

**Abstract**

**Background:** Sudden infant death syndrome and sleep-related sudden unexpected infant death remain leading causes of infant mortality in the United States despite 4 safe sleep guideline restatements over the previous 24 years. Advertising and retail crib displays often promote infant sleep environments that are counter to the most recent American Academy of Pediatrics (AAP) guidelines. **Methods:** Magazine advertisements featuring sleep in parenting magazines from 1992, 2010, and 2015 were reviewed for adherence. Crib displays from nationwide retailers were surveyed for adherence to the latest AAP safe sleep guidelines. The primary outcome was adherence to the guidelines. **Results:** Of 1758 retail crib displays reviewed, only half adhered to the latest AAP guidelines. The most common reasons for nonadherence were the use of bumper pads and loose bedding. The depiction of infant cribs and sleep products in magazine advertising has become significantly more adherent over time; however, 35% of current advertisements depict nonadherent, unsafe sleep environments. Magazine advertising portraying safe sleep environments revealed racial and ethnic disparities. **Conclusions:** Although improvements have been made over time with increased adherence to AAP safe sleep guidelines, significant deficiencies remain. Advertising continues to depict unsafe sleep environments. Crib manufacturers and retail establishments continue to market and sell bedding and sleep products considered unsafe by the AAP in approximately half of retail crib displays. Pediatric and public health care providers should continue educational and advocacy efforts aimed at the public, but should also include retailers, manufacturers,

and advertising professionals to foster improved sleep environments for all children.

**Resumen**

El síndrome de muerte súbita infantil y la muerte relacionada con el sueño en niños sigue liderando las causas de muerte infantil en los Estados Unidos a pesar de haber desarrollado en los últimos 24 años 4 guías de sueño seguro. La publicidad y los comerciantes de cunas promueven a menudo ambientes de sueño para niños que son contrarias a las guías más recientes de la Academia Americana de Pediatría (AAP)

**Métodos:** Se revisaron anuncios publicitarios acerca del sueño en revistas de crianza de 1992, 2010 y 2015. Vendedores minoristas de cuna de todo el país fueron encuestados por la adhesión a las últimas guías de sueño seguro de AAP.

**Resultados:** De 1758 cunas vendidas al por menor revisadas, sólo la mitad cumplió con las últimas pautas de AAP. Las razones más comunes para la no adherencia fueron el uso de almohadillas de parachoques y ropa de cama suelta. La representación de cunas y productos de sueño infantil en la publicidad de revistas se ha vuelto significativamente más adherente a las guías con el tiempo. Sin embargo, el 35% de los anuncios publicitarios actuales representan ambientes de sueño inaceptables e inseguros. La publicidad en revistas que retrata ambientes de sueño seguro reveló disparidades raciales y étnicas.

**Conclusiones:** Aunque se han logrado mejoras a lo largo del tiempo con una mayor adherencia a las guías de sueño seguro de AAP, persisten importantes deficiencias. La publicidad sigue representando ambientes de sueño inseguros.

Los fabricantes de cunas y los establecimientos minoristas continúan comercializando y vendiendo ropa de cama y productos de sueño considerados inseguros por la AAP en aproximadamente la mitad de las exhibiciones de cunas de venta al por menor. Los pediatras y especialistas en salud pública deben continuar los esfuerzos educativos y de promoción dirigidos al público, pero también deben incluir a vendedores minoristas, fabricantes y profesionales de la publicidad para fomentar la mejoría del ambiente de sueño para todos los niños.

## Comentario

Los niños pasan gran parte de su tiempo en las cunas tanto despiertos como dormidos, muchas veces sin supervisión. Es importante tener en cuenta las siguientes sugerencias para disminuir el riesgo de muerte durante el sueño: los materiales de las cunas no deben tener astillas, ni tornillos expuestos o puntas filosas, la pintura no debe contener sustancias tóxicas. El espacio entre los barrotes debe ser de entre 4,5 y 6 cm, mientras que la altura debe ser de por lo

menos 60 cm. Las barandas móviles y las cunas con ruedas no se recomiendan, prefiriéndose las cunas de patas firmes y fijas. El colchón debe adaptarse a la cuna dejando menos de 2 cm de espacio entre ellos. La cuna debe estar separada por al menos 90 cm de monitores, cables, cadenas de cortinas, y cualquier elemento que pueda ser potencialmente peligroso.<sup>1</sup>

Los anuncios publicitarios no adhieren en la mayoría de los casos a las guías de sueño seguro de la AAP. Se siguen vendiendo cunas y accesorios de cuna que no son seguras. Este artículo propone educar no solo al público en general sino también a los fabricantes y vendedores minoristas de cunas.

Considero que es elemental que los padres conozcan cómo deben ser las cunas y los accesorios que van en ella antes de comprar o mandar a construir una cuna, con el objetivo de crear un ambiente de sueño seguro en su casa. Es tarea de los pediatras conocer cuáles son las características que debe tener un ambiente de sueño para ser seguro y de hacer extensivo este conocimiento, para de esta manera colaborar a disminuir la muerte de los niños asociada al sueño.

<sup>1</sup>Consenso sobre mobiliario infantil seguro. Comité Nacional de Prevención de Lesiones. Sociedad Argentina de Pediatría. Arch Argent Pediatr 2016;114(2):182-188