

## Et ailleurs...?

Antoine de Torrenté

### Cancer et désinformation

#### La question

On peut prévoir une nette augmentation des cas de cancer dans les années à venir principalement en raison du vieillissement de la population. Ces patients, actuels et à venir, représentent un «marché» immense. Il faut détecter, traiter, accompagner ces patients souvent fragilisés et angoissés par une maladie qui, dans le public, a toujours sinistre réputation. Dans ce «marché» du cancer aux Etats-Unis, il est permis de pratiquer par des centres spécialisés dans le traitement du cancer une publicité directement aux patients («direct-to-consumer advertisement») par voie de presse, magazines, radio, télévision et bien sûr Internet. Ce mode de faire pose des questions éthiques évidentes: les informations sont-elles honnêtes? Exagération des bénéfiques? Minimisation des risques? Une étude résumée ci-dessous examine la teneur de la publicité de centres anti-cancer (59% travaillant pour le profit).

#### La méthode

Une entreprise spécialisée (Kanta Media New York) a recueilli toutes les annonces publicitaires publiées dans 269 magazines et diffusées sur 44 chaînes de télévision touchant >115 000 000 personnes. Un système de codage a été développé pour identifier objectivement le contenu des annonces comprenant quatre domaines: (1) type de service clinique offert; (2) qualité de l'information; (3) contenu émotionnel des annonces; (4) témoignages de patients.

#### Les résultats

409 promotions publicitaires de 103 centres anticancéreux ont été retenues pour analyse. 59% de ces centres travaillaient pour

un profit. Les méthodes de traitement sont proposées dans 88% des cas, de dépistage dans 18% et un suivi dans 13%. Les bénéfices des traitements offerts sont soulignés dans 27% des annonces alors que les risques ne le sont que dans 2%. Les annonces de type émotionnel sont présentes dans 85% des annonces, parlant de survie dans 61%, de bataille contre la maladie dans 41% ou induisant la peur dans 30%. Les témoignages de patients sont très largement biaisés vers le succès des soins offerts.

#### Les problèmes et commentaires

Ni l'Internet ni la radio n'ont été examinés. Cette étude est la première à s'intéresser aux méthodes publicitaires dont le contenu est parfois sévèrement biaisé. L'importance de ces biais peut induire de faux espoir. Exemples d'annonces: «votre dernier espoir», «nous pratiquons les techniques les plus avancées et vous donnons des traitements innovants», «nous avons des résultats extraordinaires»... Faire appel à l'émotion plutôt qu'à la raison est évidemment beaucoup plus facile pour faire passer un message. Les tenants de ces méthodes publicitaires argumentent que le public a le droit d'être informé sur les traitements et les méthodes de dépistage. Heureusement, bien des professionnels pensent que de graves questions éthiques persistent. Attirer des patients souvent gravement atteints, par des informations à la limite du mensonge pour faire du «chiffre» ne paraît pas vraiment obéir au serment d'Hippocrate. Si l'honnêteté dirigeait les actions des hommes et de certains médecins en particulier, le monde serait meilleur...

Vater LB, et al. Ann Int Med. 2014;160:813.

### Patch de nicotine pour femmes enceintes?

La fumée nuit au développement fœtal et bien des femmes le savent. Mais l'addiction à la cigarette est tenace. Les patches de nicotine sont-ils un allié pour les femmes enceintes qui désirent arrêter la cigarette? 403 femmes enceintes fumeuses entre la 9<sup>e</sup> et la 20<sup>e</sup> semaine ont été randomisées pour recevoir soit un patch soit un placebo jusqu'à l'accouchement. Pas de différence entre les deux groupes: 5,5 versus 5,1% d'abstinentes. Dur d'arrêter! Et la cigarette électronique? L'étude reste à faire...

Berlin I, et al. BMJ. 2014;348:g1622.

### Fréquence cardiaque et devenir en cas d'insuffisance cardiaque et de fibrillation auriculaire (FA)

>2000 patients avec une FA et une fraction d'éjection <50% au départ ont été suivi d'abord pendant une année. Après une optimisation du traitement, 840 patients ont été revus. 22% étaient encore en FA. Après 3,6 ans de suivi et ajustement des variables (diabète, âge, sexe, traitement) pas de différence de survie entre les patients toujours en FA et ceux en rythme sinusal. Une fréquence cardiaque élevée était liée à une diminution de la survie de cas de rythme sinusal mais pas en cas de FA. En FA, une fréquence cardiaque élevée permet de compenser une fraction d'éjection abaissée. Cela paraît logique mais jusqu'à quelle fréquence?

Cullington D, et al. JACC Heart Fail. 2014;2:213.

### Viande rouge et cancer du sein

Dans la Nurses' Health study, il a été constaté après un suivi de 12 ans que l'absorption de viande rouge au début de la vie d'adulte conduit à une augmentation des cancers du sein chez les femmes préménopausiques. Le suivi a été étendu à 20 ans. 89 000 infirmières d'âge moyen de 36 ans ont rempli un questionnaire sur les habitudes alimentaires. 2800 cas de cancers ont été observés. L'absorption de viande rouge une fois par jour versus une fois par semaine conduit à une augmentation de cancer de 1,2. C'est significatif. Mauvaise nouvelle pour les poulets dont la consommation paraît diminuer les cas de cancer...

Farvid MS, et al. BMJ. 2014;348:g3437.

### Canal lombaire étroit: stéroïdes par injection épidurale?

Les injections épidurales de stéroïdes sont un traitement fréquent des symptômes du canal lombaire étroit. Une étude rigoureuse sur l'efficacité n'a pas été faite. 400 patients ont reçu une injection épidurale de triamcinolone + lidocaïne ou de lidocaïne seule. Six semaines plus tard pas de différence notable entre les deux groupes dans les scores d'invalidité. Omettre les stéroïdes a l'avantage de supprimer leur action systémique...

Friedly JL, et al. N Engl J Med. 2014;371:11.