

Désinformation délibérée sur les effets indésirables du Zyprexa

Le témoignage de **Shahram Ahari**, un ancien visiteur médical d'**Eli Lilly**, qui a surtout fait la promotion de l'antipsychotique **ZYPREXA**° (olanzapine), utilisé principalement dans le traitement de la schizophrénie et des troubles bipolaires. Il raconte les « combines » pour influencer les médecins et témoigne du **cynisme absolu d'Eli Lilly, qui a délibérément occulté les effets secondaires**, pourtant connus, tels le diabète, l'obésité, etc. **Pour ceux qui ne lisent pas l'anglais, voici les grandes lignes, suivies d'autres informations :**

Si jamais un médecin insistait pour connaître le revers de la médaille, Ahari devait dire que les effets indésirables pouvaient être limités par... un grand verre d'eau avant, pendant ou après la prise du Zyprexa... Et noyer le poisson en disant que le Zyprexa n'avait que tel pourcentage d'effets indésirables par rapport à tel autre antipsychotique, que c'était le meilleur de la catégorie, bien testé, défendu par tels pontes, etc. Un autre argument à opposer aux médecins curieux était du genre : « voulez-vous avoir un patient mince mais psychotique ou préférez-vous qu'il soit certes gros mais stabilisé ? »

La stratégie globale consiste à occulter délibérément les effets indésirables pour des raisons de profit. Soit la relation de causalité entre le médicament et l'effet indésirable n'est pas démontrée et la firme n'est pas inquiétée, soit elle l'est, mais après avoir vendu le plus possible... Auquel cas les amendes ou les éventuels dommages et intérêts ne sont pas grand-chose par rapport aux profits. Cynisme absolu. La connaissance des effets indésirables est telle que ce visiteur médical dit qu'il n'a aucun mal à reconnaître dans la rue des patients psychotiques traités par Zyprexa... Quant aux études médicales et aux fameuses **statistiques** censées fonder scientifiquement la publicité des firmes, « **elles sont comme les prisonniers. Il suffit de les torturer assez longtemps pour leur faire dire tout ce qu'on veut qu'elles disent** », souligne Ahari.

Tout cela rejoint les critiques formulées par **McCormick** et **Skrabaneck** dans le livre **Idées folles, idées fausses en médecine** à l'encontre de tout ce qui obscurcit le regard : argument d'autorité, sophismes en série, raisonnements circulaires, biais, erreurs de logique et autres outils de manipulations, tels les statistiques... On ne répétera jamais assez cette phrase de **Benjamin Disraëli**, citée dans le livre: "**Il existe trois sortes de mensonges : les mensonges, les sacrés mensonges, et les statistiques**".

Cette vidéo a été faite par l'excellent programme de « désenvoûtement » et d'immunisation aux charmes pharmaceutiques **PharmedOUT**. Sa directrice, **Adriane Fugh-Berman**, est d'ailleurs celle qui a épinglé le dernier cas de **disease mongering**, consistant à **ériger le tabagisme en maladie chronique**, à traiter indéfiniment par des médicaments du genre Champix, Zyban et/ou d'autres substituts nicotiniques...

Enfin, d'autres anciens visiteurs médicaux dévoilent dans le documentaire **Selling Sickness** les techniques utilisées pour influencer et manipuler les médecins et pour créer un terrain accueillant en les "intéressant" par des

cadeaux, des échantillons gratuits, des repas et/ou des voyages offerts, etc. Voire même par toutes sortes de gadgets, comme en témoigne le blog [Drug Rep Toys](#): la gamme de jouets que les visiteurs médicaux tiennent à la disposition de ces grands enfants innocents que sont les médecins, émerveillés par ce qu'on leur offre et ne pouvant pas résister à la tentation ...