



L'influenza della sponsorizzazione delle aziende farmaceutiche sui risultati degli studi sulla NRT: meta-analisi

Etter JF, Burri M, Stapleton J. The impact of pharmaceutical company funding on results of randomized trials of nicotine replacement therapy for smoking cessation: a meta-analysis. *Addiction* 2007;102:815-822.

Lo scopo di questo interessante lavoro di Etter e collaboratori è stato quello di capire se l'origine dei fondi per la ricerca abbiano influenzato i risultati dei trials sulla terapia sostitutiva nicotinic (NRT) per la cessazione del fumo. È stata quindi effettuata una revisione di tutti i trials controllati randomizzati inclusi nella Cochrane Review. Sono stati inclusi 90 studi, sia sulle gomme (52) che sul cerotto alla nicotina (38). Questi studi comprendevano 18.238 trattamenti e 16.235 controlli. Quarantanove studi erano stati condotti con fondi dell'industria. La meta-analisi ha mostrato che l'industria farmaceutica ha supportato un numero maggiore di studi (63%) su campioni più grandi. Il 51% degli studi sponsorizzati dall'industria farmaceutica davano risultati che raggiungevano la significatività sta-

tistica, mentre questo accadeva solo nel 22% di quelli non supportati. Questa differenza non è spiegabile dalle caratteristiche dei trials. Il pooled odd ratio degli studi dell'industria è di 1.90 contro l'1.61 degli altri studi. È evidente una asimmetria del funnel-plot (strumento utile a valutare l'apporto di piccoli studi sugli effetti dei trattamenti, ndr) solo negli studi sponsorizzati. Ciò indica che diversi piccoli trials con effetti nulli non sono stati pubblicati. Dopo gli aggiustamenti, l'odd ratio per i trials sponsorizzati si riduceva a 1.73 e il pooled odds ratio della NRT si riduceva da 1.73 a 1.62. Confrontati con studi indipendenti, i trials supportati dall'industria producono con maggior frequenza risultati statisticamente significativi e odds ratio maggiori. Queste differenze si mantengono anche dopo gli aggiustamenti per le caratteristiche di base dei trials.

Sebbene non ci siano dati sull'entità dei fondi, è possibile che risorse maggiori conducano a maggiore compliance al trattamento, e quindi a maggiore efficacia nel caso degli studi supportati dall'industria. Le differenze, tuttavia, potrebbero essere spiegate anche dalla non pubblicazione di piccoli studi sponsorizzati, con effetto nullo. Infatti, dopo l'aggiustamento per questi possibili errori di fondo, i risultati dei due gruppi di trials risultavano molto più simili tra di loro. Da quando gli studi valutati in questa meta-analisi sono stati condotti, in molti Paesi la registrazione dei trials clinici è divenuta obbligatoria: di conseguenza anche piccoli trials con effetto nullo dovranno essere pubblicati e i risultati globali del trattamento saranno sicuramente più confrontabili tra loro e aderenti alla realtà. ■

[Nolita Pulerà]

Gli effetti della pubblicità di NRT e Zyban sui giovani a rischio di cominciare a fumare

Wakefield M., Durrant R. "Effects of exposure of youths at risk for smoking to television advertising for nicotine replacement therapy and zyban(r): an experimental study." *Health Communication* 2006 19(3):253-8.

Durkin S., Wakefield M., Spittal M. "Looking for boomerang effects: A pre-post experimental study of the effects of exposure of youth to television advertising for nicotine replacement therapy and Zyban(R)." *Addict Behav.* 2006 Mar 24

Le pubblicità televisive sulla terapia sostitutiva della nicotina (NRT) e sullo

Zyban (bupropione) espongono l'intera popolazione, inclusi gli adolescenti, a

messaggi persuasivi riguardo a metodi farmacologici per smettere di fumare.

La preoccupazione degli autori di questi studi è rivolta ad un'ipotetica influenza "boomerang" involontaria che tali pubblicità potrebbero esercitare sulle percezioni dei giovani sia riguardo ai danni del fumo che riguardo alla facilità dello smettere di fumare. Questo è un punto interessante quanto cruciale poiché l'ottimismo riguardo al poter smettere è, tra i giovani, il maggior predittore del cominciare e del continuare a fumare.

In questo contesto, lo studio di Wakefield e Durrant (2006) ha voluto esaminare l'effetto di tali pubblicità sulle percezioni dei giovani riguardo alla facilità di smettere di fumare, ai fattori di rischio associati al fumo e alle future intenzioni a fumare.

718 giovani con età compresa tra i 14 e i 16 anni sono stati casualmente assegnati alla visione di 4 pubblicità televisive che promuovevano ognuna: NRT; Zyban; servizi non farmacologici per smettere di fumare (quitline tele-

foniche); o messaggi, non relativi allo smettere di fumare, sulla protezione dai raggi solari.

Dopo che tutte le pubblicità sono state viste i giovani hanno completato un questionario che misurava le proprie intenzioni a fumare in futuro, la percezione della dipendenza creata dal fumo, la percezione dei rischi e dei benefici del fumo e la percezione della necessità di utilizzare prodotti farmaceutici e di servizi ad hoc.

I risultati hanno mostrato che l'esposizione alla pubblicità non ha avuto effetti sulla percezione dei giovani riguardo ai danni del fumo sulla salute o riguardo alle eventuali intenzioni di continuare o riprendere a fumare, specialmente per gli adolescenti suscettibili di diventare fumatori assidui.

Al paragone con la pubblicità sulla protezione dai raggi solari, ma non con la pubblicità sulle quitline, i giovani esposti alla pubblicità sulla NRT ripor-

tano percezioni più forti riguardo alla facilità dello smettere di fumare. Tuttavia una lettura qualitativa del dato sembra far supporre che tale differenza sia stata causata dal gruppo dei non fumatori poco o non vulnerabili sull'argomento fumo.

Questo studio suggerisce che, anche se le pubblicità sulla NRT e sullo Zyban potrebbero, come prima impressione, dare l'idea che smettere di fumare sia facile, almeno in un contesto sperimentale in cui l'esposizione alle pubblicità sulle quitline telefoniche è uguale, tale valutazione non determina percezioni durature e significative sugli adolescenti.

Va tuttavia ricordato che negli adulti fumatori varie ricerche sul campo reputano che una quantità relativamente alta di pubblicità su prodotti farmaceutici per smettere di fumare sia necessaria ed efficace. ■

[Vincenzo Zagà]

Vareniclina, anche nel trattamento della dipendenza alcolica

Steensland P, Simms JA, Holgate J, Richards JK, Bartlett SE. *Proc Natl Acad Sci USA* 2007 Jul 24;104(30):12518-23.

La dipendenza da alcool interessa milioni di individui nel mondo. Nonostante alcuni progressi nella farmacoterapia degli individui alcool-dipendenti, permane una critica necessità di sviluppare nuovi approcci terapeutici.

L'alcool e la nicotina sono spesso abusati in contemporanea, ed è stato dimostrato che i recettori acetilcolin-nicotinici neuronali (nAChRs) svolgono un ruolo nella dipendenza sia da alcool che da nicotina.

La Vareniclina, un agonista parziale del recettore alfa4-beta2, riduce il consumo di nicotina ed è stato recentemente approvato come agente per la cessazione del fumo.

Il ruolo della Vareniclina nella modulazione del consumo di alcool è stato investigato utilizzando tre diversi modelli animali di assunzione della



sostanza. La somministrazione acuta di Vareniclina a dosi considerate efficaci per ridurre la dipendenza da nicotina ha ridotto il consumo di etanolo ma non di acqua da parte delle cavie cronicamente esposte all'alcool per i due mesi precedenti. La somministra-

zione cronica di Vareniclina ha altresì ridotto il consumo di etanolo senza che si verificasse un effetto rebound della dipendenza quando il farmaco veniva interrotto.

Questi dati suggeriscono che i recettori acetilcolin-nicotinici neuronali giocano un ruolo importante nella dipendenza da alcool degli animali ad esso cronicamente esposti.

La selettività della Vareniclina nel diminuire il consumo di alcool, la sicurezza del suo impiego e gli scarsi effetti collaterali suggeriscono che questo farmaco potrebbe essere impiegato nella dissuefazione dall'alcool anche nell'uomo. ■

[Marco Mura]