

Le monastère des Augustines

375 ans d'engagement infirmier.

Par **Geneviève Riel-Roberge**

Le projet du monastère des Augustines occupe des lieux historiques du monastère de l'Hôtel-Dieu de Québec situés en plein cœur du Vieux-Québec. Ce projet qui sera inauguré cet été intéressera le grand public et toutes les personnes travaillant dans le domaine de la santé.

En plus du volet muséal, des ateliers seront offerts. Ils seront axés sur une approche holistique et de ressourcement qui s'inspire directement de la mission des Augustines : soigner les corps et les âmes depuis 1639, année de leur arrivée au pays.

Histoire et engagement

Une remarquable collection constituée de 40 000 artefacts, d'archives et de livres anciens s'étalant sur plus d'un kilomètre linéaire, provenant des douze monastères-hôpitaux de la communauté, traitera de trois thématiques : l'œuvre des Augustines auprès des malades, leur mode de vie communautaire et leur idéal spirituel. Instruments médicaux et pharmaceutiques, objets liturgiques et familiers ainsi que ceux liés aux savoir-faire traditionnels, documents historiques et correspondances figurent notamment parmi les vestiges patrimoniaux de l'exposition permanente dont le nom est à venir. Elle prendra place principalement au premier étage des ailes anciennes du monastère, construites en 1695.

Pour créer un environnement calme et feutré, la technologie se limitera aux vidéos d'atmosphère et des casques d'écoute diffuseront des ambiances sonores.



© Louise Leblanc

De gauche à droite : Robert Bouchard, v.-p., Conseil d'administration, Sonia Reid, directrice, Programmation et événements, Isabelle Duchesneau, directrice générale, et Catherine Gaumond, directrice, Conservation et muséologie, Monastère des Augustines.

Plusieurs expériences seront proposées aux visiteurs. « Les visites guidées seront adaptées à la composition des groupes de façon à satisfaire leur intérêt particulier, selon qu'ils sont composés ou non de personnes du domaine de la santé. Il y aura également des visites thématiques possibles », précise Sébastien Vézina, responsable des communications et du marketing. Les visiteurs auront le loisir d'effectuer une visite guidée des voûtes du monastère, des corridors des deuxième et troisième étages des ailes anciennes, du chœur et de l'église.



© La Fiducie du patrimoine culturel des Augustines

Dessin d'ambiance - Salle du Grand parloir.

En plus de l'exposition permanente et des visites guidées du monastère, le musée proposera un programme éducatif adapté à tous les niveaux scolaires, du primaire à l'universitaire, et présentera ultérieurement des expositions temporaires.

Exclusivité

Au deuxième étage, dans les salles patrimoniales, se tiendront des ateliers de thématiques variées animés par une soixantaine de collaborateurs du musée, infirmières cliniciennes, médecins, pharmaciens, psychologues et professeurs. Une quinzaine seront exclusivement destinés aux personnels de santé, notamment aux infirmières. Seront notamment abordés la gestion du stress, le leadership et la résilience en milieu de travail, la fatigue des intervenants causée par la compassion dont ils font preuve et le sens accordé à la vie professionnelle en milieu de travail. « Nous sommes actuellement en démarche afin que plusieurs ateliers soient reconnus par divers ordres professionnels », précise Sébastien Vézina. ■

Pour en savoir plus : www.monastere.ca ou 1 844 694 1639, sans frais.



Entrée principale, rue des Remparts

© La Fiducie du patrimoine culturel des Augustines

Publicité canadienne sur les aliments et boissons destinée aux enfants

De nouveaux critères nutritionnels

Par **Kathleen Couillard**

Le 15 octobre 2014, l'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants (IPE) a annoncé qu'elle adoptait de nouveaux critères nutritionnels pour déterminer les produits qui peuvent être annoncés aux enfants canadiens de moins de 12 ans. Selon l'IPE, cette nouvelle mesure aidera les parents et les enfants à faire des choix alimentaires plus sains.

L'IPE, créée en 2007, a pour but d'orienter les activités de marketing des industries alimentaires de manière à promouvoir et à favoriser des choix alimentaires et un style de vie sains. Cette initiative volontaire regroupe 18 sociétés dont Coca-Cola ltée, General Mills Canada, Kellogg Canada inc. et les Restaurants McDonald du Canada ltée.

« Avant l'adoption de ces nouveaux critères, ces compagnies s'engageaient déjà volontairement à faire de la publicité uniquement pour les produits qu'elles jugeaient bons pour la santé, explique Stéphanie Côté, nutritionniste au Centre Extenso de l'Université de Montréal. Cependant, elles déterminaient elles-mêmes les produits qu'elles souhaitaient mettre de l'avant et pouvaient donc faire un peu ce qu'elles voulaient. »

Selon l'IPE, ces nouveaux critères ont été établis par des nutritionnistes. Ils se basent sur la littérature scientifique. Ils limitent entre autres les valeurs

calorifiques et certaines composantes comme les gras saturés, les gras trans, le sodium et les sucres totaux et établissent d'autres éléments à privilégier comme les vitamines, les minéraux et les fibres.

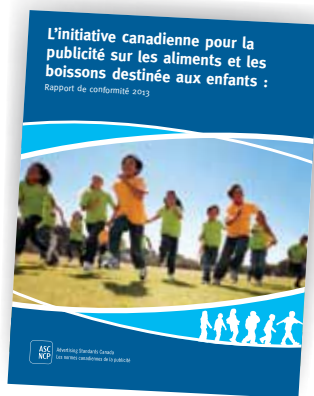
Choix santé

Selon un sondage réalisé pour les Normes canadiennes de la publicité (NCP) qui administre l'IPE, 85 % des Canadiens jugent que l'industrie des aliments et boissons a un rôle

à jouer pour lutter contre l'obésité. De plus, 52 % croient qu'annoncer des produits sains auprès des enfants est une mesure efficace pour y arriver. Linda J. Nagel, présidente et chef de la direction de NCP, croit que l'adoption de nouveaux critères par l'IPE « aidera assurément les parents qui souhaitent faire des choix alimentaires plus

sains pour leurs enfants ».

Stéphanie Côté ne partage toutefois pas son opinion. « Cette affirmation n'est basée sur rien de solide, explique-t-elle. Il n'y a pas de preuve que la publicité pour des aliments ayant une meilleure valeur nutritive influence les choix des individus. » La nutritionniste admet que ces nouveaux critères constituent une amélioration, mais elle estime que la situation canadienne n'est toujours pas idéale. « La publicité crée une fidélisation à la marque chez les enfants, même si elle promeut des produits ayant une meilleure valeur nutritive. Je préfère une loi interdisant



Stéphanie Côté

Nutritionniste, Extenso
Centre de référence
sur la nutrition de
l'Université de Montréal

« Il faut amener les familles à être plus critiques envers la publicité et à ouvrir les yeux sur ses motivations. C'est une mission d'éducation et de sensibilisation. »

la publicité aux enfants, comme c'est le cas au Québec. »

L'Office de la protection du consommateur (OPC) confirme d'ailleurs que ces nouveaux critères n'auront pas d'influence ici. En effet, à part quelques exceptions prévues dans la loi, la publicité commerciale destinée à des enfants de moins de 13 ans est interdite au Québec. « L'Office n'a rien contre le fait de faire de la publicité incitant les enfants de moins de 13 ans à adopter des comportements nutritionnels sains pourvu qu'aucun message commercial ne soit rattaché à ce type de publicité, notamment au moyen d'un logo ou d'une marque de commerce », expliquent les juristes de l'OPC. ■

Sources

- H+K Perspectives. *Les familles canadiennes font de meilleurs choix*. Toronto, Normes canadiennes de la publicité, nov. 2014, 28 p. [En ligne : www.adstandards.com/fr/initiativeenfants/ASCPublicOpinionResearch-fr.pdf]
- Normes canadiennes de la publicité (NCP). *Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants (IPE) : Livre blanc sur les critères nutritionnels uniformes*, Toronto, NCP, sept. 2014, 24 p. [En ligne : www.adstandards.com/fr/initiativeenfants/CAUniformNutritionCriteriaWhitePaper-fr.pdf]
- Normes canadiennes de la publicité (NCP). *Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants (IPE) : Rapport de conformité 2013*, Toronto, NCP, sept. 2014, 33 p. [En ligne : www.adstandards.com/fr/initiativeenfants/2013ComplianceReport-fr.pdf]
- Normes canadiennes de la publicité (NCP). « De nouveaux critères nutritionnels : une évolution importante pour l'Initiative pour la publicité aux enfants » (communiqué), 15 oct. 2014. [En ligne : www.newswire.ca/fr/story/1427914/de-nouveaux-criteres-nutritionnels-une-evolution-importante-pour-l-initiative-pour-la-publicite-aux-enfants]

Ces nouveaux critères auront peu d'influence au Québec où, à part quelques exceptions prévues dans la loi, la publicité commerciale destinée à des enfants de moins de 13 ans est interdite.

Arthrose

Mieux manger, moins souffrir

Par **Denyse Perreault**

Avoir la dent sucrée peut provoquer un surpoids, de l'obésité et augmenter le risque de souffrir d'arthrose, surtout aux genoux. Qui dit surpoids – 61 % de la population arthritique est en surpoids –, dit pression sur les articulations souvent accompagnée de douleurs. Lesquelles pourront à leur tour être exacerbées par l'ingestion de certains aliments. Comment rompre ce cercle vicieux ?

L'arthrite au Québec, rapport préparé en 2013 pour la Société de l'arthrite par le Service communautaire de recherche et d'évaluation sur l'arthrite (ACREU), rappelle que cette affection arrive au troisième rang des maladies chroniques au Québec après l'hypertension et les maux de dos. Elle touche 14 % de la population adulte âgée de 15 ans et plus, surtout les femmes. La moitié a moins de 65 ans. Plus de 912 000 personnes en étaient atteintes en 2011. Avec le vieillissement de la population, on estime que le nombre de victimes atteindra 1,8 million dans 20 ans. D'où une augmentation des coûts sociaux et financiers liés aux incapacités et aux perturbations causées par l'arthrite, la douleur n'étant certes pas la moindre.

Alimentation

Le 18 octobre 2014, au Palais des congrès de Montréal, la nutritionniste Kim Arrey a abordé le lien entre la consommation de certains aliments et la douleur due à l'inflammation. À trois reprises, sa conférence, présentée dans le cadre de la Rencontre provinciale sur l'arthrite organisée par la Société de l'arthrite, a fait salle comble. Le thème



Kim Arrey
Nutritionniste

« Comme il n'est pas facile de modifier nos habitudes alimentaires, je conseille aux gens d'éviter le comportement de type tout ou rien. »

« Un arrêt s'impose : l'arthrite c'est sérieux » a attiré quelque 940 personnes. Au menu, 47 conférences grand public et une formation offerte par Médecins francophones du Canada à l'intention des professionnels de la santé.

Pour diminuer l'inflammation, source de douleurs, Kim Arrey suggère d'opter pour le régime méditerranéen, riche en poissons, légumes, fruits, légumineuses et acides gras polyinsaturés. Il importe aussi de diminuer la consommation de viande rouge et de sucre, deux catégories d'aliments inflammatoires. « Comme il n'est pas facile de modifier nos habitudes alimentaires, je conseille aux gens d'éviter le comportement de type tout ou rien, précise Kim Arrey. Mieux vaut prendre son temps et procéder à des changements graduels, par étapes. Autrement, pour toutes sortes de raisons, on a souvent du mal à tenir le coup plus de deux ou trois semaines. » ■

Sources

Entrevue téléphonique avec Kim Arrey, le 9 janvier 2014. Auteure, elle a coigné *Arthrite, le guide complet*, avec le Dr Michael R. Starr.

Service communautaire de recherche et d'évaluation sur l'arthrite (pour la Société de l'arthrite), *L'arthrite au Québec*, Toronto, Ontario, juil. 2013, 18 p. [En ligne : www.arthrite.ca/document.doc?id=936]

Sucre liquide

Sucre liquide : PAS tous les jours ! est le titre de la campagne lancée à l'automne 2014 par la Coalition québécoise sur la problématique du poids. En l'absence d'interventions gouvernementales visant à lutter contre les problèmes causés par la surconsommation de boissons sucrées au Québec, la Coalition Poids a décidé d'agir, en collaboration avec le Dr Harold Goldstein, expert en la matière et directeur du California Center for Public Health Advocacy.

Ce médecin a lancé un mouvement réclamant l'obligation pour l'industrie alimentaire d'afficher les risques pour la santé directement sur les étiquettes de boissons sucrées. « Ces problèmes sont grandement sous-estimés, explique-t-il. La plupart des gens ne savent pas à quel point ces boissons sont nocives. »

« La consommation quotidienne de sucre liquide favorise l'obésité, le diabète, les problèmes dentaires et d'autres maladies », ajoute Corinne Voyer, directrice de la Coalition Poids. Boissons gazeuses, thés glacés, eaux vitaminées, punchs et cocktails fruités, boissons énergisantes, limonades et boissons pour sportifs sont en fait de véritables bonbons, parfois maquillés en produits santé. « À consommer de façon exceptionnelle seulement ! » rappelle-t-elle. ■ D.P.

Pour en savoir plus : D'ici l'été 2015, visionnez trois vidéos sur le microsite <http://sucreliquide.com/> et obtenez des trucs et astuces pour vous hydrater sainement sur la page Facebook : www.facebook.com/sucreliquide.

VIVRE AVEC UN CPAP



www.statcomics.com



STAT

Le rotavirus

De nombreux parents ignorent son nom jusqu'à ce que leur enfant contracte ce virus malin très contagieux : le rotavirus. Dans le nord-est de l'Amérique, il sévit surtout en avril et mai et est la cause la plus importante de gastroentérite sévère chez l'enfant de 6 mois à 2 ans.

Diarrhée, vomissements et fièvre entraînant la déshydratation sont au rendez-vous. Les douleurs abdominales durent de trois à huit jours. S'ensuit pour les parents, outre l'inquiétude, un marathon de changement de couches, jusqu'à 75 fois en cinq jours, à tel point que certains parlent de véritable « couchemar ». Dans un cas sur sept, un professionnel de la santé est consulté. Une fois sur vingt, le petit malade et son parent se rendent à l'urgence où ils devront patienter de longues heures. Une fois sur soixante-deux, l'enfant sera hospitalisé pendant plus de trois jours.

Prévention

Entre le 4 et le 7 février 2013, Léger Marketing a mené un sondage en ligne portant sur les connaissances des Canadiens sur le rotavirus. Au Québec, 78 % des personnes interrogées n'en avaient jamais entendu parler. Pourtant, beaucoup d'enfants le contracteront avant l'âge de 5 ans.

La plupart des parents ignorent aussi qu'il est possible de protéger son enfant contre le rotavirus grâce à un vaccin oral gratuit. Le Dr John Yaremko, pédiatre à l'Hôpital de Montréal pour enfants, les invite à « se renseigner et à prendre des mesures pour éviter cette épreuve ». Selon lui, « la décision d'immuniser son bambin contre le rotavirus est un choix qui va de soi ». Les parents s'évitent ainsi le fardeau émotionnel et financier qui accompagne le virus. ■ **D.P.**

Sources

Société canadienne de pédiatrie : www.soins-denosenfants.cps.ca/handouts/rotavirus_vaccine
Sondage en ligne sur les connaissances des Canadiens sur le rotavirus réalisé par Léger Marketing du 4 au 7 février 2013, page 1.

À propos de la gastro-entérite

Par Joël Brodeur, inf., M.Sc.

La gastroentérite, qui se manifeste par des diarrhées et des vomissements, est un problème très répandu. Voyons si les mythes qui l'entourent se propagent autant que les norovirus, ce groupe de virus à l'origine de la plupart des gastroentérites.

Réponses en page 64

vrai ou faux

- MYTHES ET RÉALITÉS**
1. Mon enfant a la gastroentérite. Je dois cesser de l'allaiter, car le lait ralentit la guérison.
 2. En cas de gastroentérite, il est préférable d'attendre 48 heures après la fin des symptômes avant d'avoir des contacts.
 3. Chez les enfants de 5 ans et moins, la déshydratation due à la gastroentérite est l'une des principales causes de décès dans le monde.
 4. Au Canada, en moyenne, une personne présente une gastroentérite tous les cinq ans.
 5. En cas de gastroentérite, je dois absolument m'alimenter.

OFFERTS
EN FORMAT
NUMÉRIQUE!

Économisez
près de
50%
sur le prix courant
du format papier.

oiiq.org



Ordre
des infirmières
et infirmiers
du Québec