Georges Vignaux

LA CHIRURGIE MODERNE

OU L'IVRESSE DES MÉTAMORPHOSES

La chirurgie esthétique
La chirurgie réparatrice
Les prothèses et les robots

Pygmalion

Extrait de la publication

Georges Vignaux

LA CHIRURGIE MODERNE

OU L'IVRESSE DES MÉTAMORPHOSES

Les métamorphoses du corps font partie de notre vie quotidienne. Chirurgies plastique, esthétique, réparatrice ou « anti-âge » transforment nos visages, nos corps et jusqu'à nos perceptions des autres et de soi-même. De nouvelles images s'instaurent. Des prothèses de plus en plus évoluées viennent remplacer nos anatomies défaillantes, directement couplées au cerveau. L'électronique pénètre nos corps : nous devenons cyborgs. La bionique envahit la médecine, conjuguée aux avancées spectaculaires de la robotique. Surtout, voici que se banalisent les implants de toute sorte, les cures de jouvence, les corps retaillés, refaits, transformés au nom de la « beauté », au nom des modes.

Georges Vignaux fait le point sur l'ensemble de ces techniques, encore inimaginables il y a quelques années, avec leur évolution, les espoirs qu'elles soulèvent, les dangers qu'elles présentent.

Georges Vignaux est directeur de recherche au CNRS. Il a été directeur du laboratoire Communication et Politique et conseiller auprès des ministères de la Recherche et de la Culture. Philosophe et linguiste de formation, il s'est spécialisé dans l'histoire et la logique des idées et des connaissances qui fondent nos sociétés. Auteur de nombreux ouvrages et articles, il a publié notamment Le Démon du Classement, Les Jeux des ruses *et* Du signe au virtuel, *et, chez Pygmalion,* L'Aventure du corps.

Pygmalion

10-VI-N Création Studio Flammarion Silhouette © Corbis.

Extrait de la publication

Extrait de la publication

Extrait de la publication

LA CHIRURGIE MODERNE

ou

L'ivresse des métamorphoses

Du même auteur

Penser & Organiser. Le démon du classement, Paris, Seuil, 1999.

Du signe au virtuel : les nouveaux chemins de nos intelligences, Paris, Seuil, 2003.

L'aventure du corps, Paris, Pygmalion, 2009.

Extrait de la publication

GEORGES VIGNAUX

LA CHIRURGIE MODERNE

ou

L'ivresse des métamorphoses

Pygmalion

Extrait de la publication

Sur simple demande adressée à
Pygmalion, 87 quai Panhard et Levassor 75647 Paris Cedex 13,
vous recevrez gratuitement notre catalogue
qui vous tiendra au courant de nos dernières publications.

© 2010, Pygmalion, département de Flammarion
ISBN 978-2-7564-0257-4

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5 (2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).
Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Extrait de la publication

À Hortense Dufour

Extrait de la publication

INTRODUCTION

Du corps à la métamorphose : une fin du corps ?

Jamais nous n'échappons à notre physique. Jamais nous n'évitons ce regard des autres, qui nous détaille, nous jauge, nous classe. Est-il terreur plus durable que ce regard des autres ? Alors, se réfugier dans les chirurgies esthétiques, les salles de remise en forme, les crèmes et les soins de toute sorte ? Transformations. Métamorphoses du corps. Masques. Leurres. Ou vérités personnelles qu'on tente de mettre au jour. Jeux surtout sur les images de soi et celles qu'on donnera aux autres.

C'est peu de dire que le corps est omniprésent dans toutes nos imageries sociales. Surmédiatisée, obsédante, l'image qui en est proposée est dans tous les esprits : c'est celle d'un corps harmonieux aux mensurations préétablies qui correspondraient à une sorte de statut idéal. Et beaucoup adhèrent à cet idéal en s'efforçant d'y ressembler par des moyens toujours plus variés et coûteux (régimes, body-building, chirurgie esthétique…). Pourquoi ?

LA CHIRURGIE MODERNE

Depuis toujours, et dès l'Antiquité, on sait que la perception de la beauté évolue, qu'elle est soumise à des modes. Au Moyen Âge, par exemple, il était bien vu d'avoir le teint pâle et d'être gros voire obèse. L'apparence corporelle déjà comptait. Mais, aujourd'hui, la ressemblance à un canon idéal – celui que propagent les magazines, les films, les stars – est devenue un vrai critère d'intégration sociale. Le phénomène relève d'explications autant historiques que psychologiques et sociologiques. Je ne traiterai ici que de la période contemporaine et de notre société occidentale.

Un premier phénomène important à relever est cette implication grandissante de la science dans l'arsenal de la beauté. Cette implication est d'autant plus forte que les Français sont parmi les premiers consommateurs au monde de cosmétiques. La recherche dans le domaine vise à développer des produits de plus en plus performants afin de lutter contre le vieillissement et conserver ainsi une « éternelle » jeunesse. L'enjeu est fortement économique. Que ce soient les problèmes de calvitie, les teintures de cheveux, l'achat de cosmétiques, ou la chirurgie esthétique, le point commun de toutes ces interventions corporelles est le coût financier élevé qu'elles représentent chez les personnes concernées, et par voie de conséquence les bénéfices espérés par les laboratoires, à hauteur des sommes colossales investies dans la recherche.

Exemples[1] :

En 1998 déjà, en France, plus de 20 000 prothèses mammaires étaient implantées par an ! Peu à peu, on

1. http://fr.healthnews.com/sante-famille/hommes-sante/chirurgie-plastique-linflation-des-interventions-de-chirurgie-esthetique-chez-les#
http://www.sofcep.org/chirfrance.htm

transformera ses seins comme l'on va aujourd'hui chez le coiffeur ou l'esthéticienne ! La Société française de chirurgie plastique, reconstructrice et esthétique signalait, en 1999, qu'environ 100 000 personnes avaient eu recours à une chirurgie esthétique. L'abdominoplastie et la réduction mammaire étaient les opérations les plus à risques, avec, respectivement, 14,7 % et 10,7 % de possibilités de complications. Toujours en France, d'après les statistiques obtenues auprès des compagnies d'assurances professionnelles, 3 500 médecins au moins pratiqueraient des actes de chirurgie esthétique. Or seulement 480 chirurgiens étaient qualifiés par le Conseil national de l'Ordre des Médecins ! Comment expliquer cette disparité ?

Parmi les interventions les plus populaires, la liposuccion vient en tête, couramment effectuée sur des couples qui viennent ensemble. Les hommes seuls se dirigent généralement vers une liposuccion abdominale, du cou et de la poitrine, cette dernière permettant de se débarrasser des « seins d'hommes ». D'autres interventions courantes chez les hommes sont l'otoplastie (chirurgie de l'oreille), utilisée pour corriger des oreilles décollées, la rhinoplastie, la blépharoplastie (chirurgie des paupières), le lifting facial classique et les liftings partiels (frontal et temporal). Le lifting partiel vise à offrir un visage plus frais, en laissant des cicatrices minimes et un temps de cicatrisation bref, contrairement au lifting classique.

En Amérique du Nord, plus de 5 millions d'interventions sont effectuées chaque année, surtout chez les femmes entre cinquante-cinq et soixante-quatre ans. L'American Academy of Cosmetic Surgery signale qu'en 2004, 12 millions d'opérations de chirurgie esthétique ont été pratiquées. La liposuccion est l'opération

Extrait de la publication

la plus demandée : 700 000 demandes pour la même année. Par ailleurs, l'American Society of Plastic Surgeons (ASPS) indique que les opérations de chirurgie plastique ont régulièrement augmenté en 2007, et les dépenses liées aux actes de chirurgie plastique et esthétique se sont accrues de 9 %, soit 12,4 milliards de dollars par an. Les dernières statistiques indiquent qu'environ 12 millions d'interventions de chirurgie esthétique ont été effectuées. Il s'agit là d'une augmentation de 7 % par rapport à l'année 2006 et d'une augmentation de 59 % par rapport à l'année 2000. On compte de même 5,1 millions d'interventions réalisées en 2007 en matière de chirurgie plastique reconstructive. Le président de l'ASPS, Richard A. D'Amico, voit dans ces chiffres, le signe que les Américains se préoccupent de plus en plus d'améliorer leur image. On retrouve encore une forte demande relative à une chirurgie moins invasive et moins coûteuse, mais qui laisse présager une augmentation pour d'autres types d'interventions chirurgicales.

Les cinq interventions les plus demandées sont la rhinoplastie (285 000), la chirurgie mammaire (348 000), la liposuccion (302 000), l'abdominoplastie (148 000), et la chirurgie des paupières (241 000). Les injections d'acide hyaluronique ont crû au point de passer du cinquième type d'interventions de chirurgie esthétique en 2006 au deuxième rang en 2007. Les cinq premières interventions de chirurgies mini-invasives sont les suivantes : les injections d'acide hyaluronique (1,1 million), l'épilation au laser (906 000), les injections de Botox (4,6 millions), les soins de produits chimiques sur la peau (1 million), et la microdermabrasion (897 000).

Voilà qui démontre l'importance du corps et de ce dont il devient symbole. Il apparaît alors essentiel

Extrait de la publication

d'explorer les raisons qui motivent un tel engouement et de telles transformations dans les représentations sociales.

La société et le rapport au corps

L'activité physique, la sédentarité ou l'alimentation influent sur le corps (musculature, obésité…). Notre morphologie change donc sous l'effet de facteurs extérieurs. Ces facteurs peuvent être en corrélation avec la profession selon que le métier qu'on exerce est plutôt physique ou statique. Il est facile de déduire alors certains profils d'individus sous l'angle physique, en relation à une catégorie socioprofessionnelle.

Dès le Moyen Âge, on constate que le tiers état, constitué de paysans ou d'artisans, offrait un profil particulier (peau marquée, bronzé et musclé) dû à l'activité physique d'extérieur qui était loin d'être celle de la noblesse. La sédentarité et l'abondance de nourriture procuraient aux nobles une corpulence plutôt imposante souvent proche de l'obésité. C'était par conséquent, outre l'aspect vestimentaire, le signe distinctif le plus révélateur du statut social.

Si l'on divise ainsi la société, avec d'un côté les classes populaires, et de l'autre les classes privilégiées, cette division manifeste des structures corporelles totalement différentes, voire opposées. Dans le premier cas, le corps est avant tout un outil de travail. Cet instrument doit être robuste et fonctionnel. À l'inverse, dans les catégories sociales plus élevées, le corps n'est pas l'outil de travail, ce qui implique un tout autre rapport à ce corps. D'où un besoin de stimulation de ce dernier qui s'impose presque naturellement, et qui se traduit dans le sport,

Extrait de la publication

l'entraînement physique. D'où aussi le désir de valoriser le corps par la beauté et la forme physique, en écho d'un certain idéal du corps.

Selon Émile Durkheim[1], pour différencier un individu d'un autre, il faut un facteur d'individuation ; c'est le corps qui joue ce rôle. Le temps et l'évolution socioculturelle modifient d'ailleurs l'idéal corporel. Ainsi, dans la deuxième moitié du XXe siècle, le sport est devenu une distraction pour la bourgeoisie. Peu à peu, on lui a attribué des fonctions idéologiques comme son caractère intégrateur, en même temps qu'il favorisait l'identification aux champions, conçus comme modèles d'idéal, d'effort et de maîtrise physique. La pratique sportive a construit ainsi une certaine vision du corps : minceur, élégance, musculature visible… Le corps par les valeurs qu'il incarne est devenu symbole du statut social[2]…

Historiquement, il y a eu différentes conceptions et représentations du corps, depuis son idéalisation dans la Grèce antique jusqu'à sa dévaluation au nom d'une religion (le christianisme au Moyen Âge) ou d'une éthique (le puritanisme du XIXe siècle). Aujourd'hui, le rapport au corps est une préoccupation majeure : il est un objet social omniprésent de par la publicité qui, à coups d'images, le façonne en objet de consommation. La femme est objet de séduction, l'homme machine à performances.

Représentation matérielle de l'être, ce corps omniprésent devient l'instrument essentiel d'accès à des symboliques : chacun doit adopter un comportement, une

1. *Représentations individuelles et représentations collectives*, 1898.

2. Cf. Le Breton, David, *La sociologie du corps*, Paris, P.U.F., 1992.

attitude, avoir un *look* ! Un peu partout, on propose des stages de *relookage*. Ces stages offrent tout un catalogue de rectifications corporelles : cela passe par le coiffeur, le styliste, mais aussi par des cours où l'on apprend à marcher, à se tenir debout, assis… Ce qui est ainsi vendu, c'est une métamorphose individuelle dans l'art d'être et de paraître. Cette demande de mutation traduit l'importance considérable de l'aspect physique dans la société et des manipulations de l'apparence.

Ce qui distingue donc notre époque des précédentes n'est pas seulement la diversité des interventions sur le corps, mais leur finalité essentiellement esthétique : la beauté devient une obligation à travers la publicité, les magazines, sur les plages, au travail… Les interventions corporelles qui se limitaient auparavant aux vêtements, au maquillage, s'orientent aujourd'hui vers l'autoplastie (régimes, chirurgie esthétique, *body-building*, crèmes amincissantes, électrostimulation…). Obsession. Frénésie. Cette idéologie est véhiculée par un vecteur, en l'occurrence ici médiatique. Télévision, publicité, magazines imposent un modèle non seulement de beauté, mais de statut social qui lui est associé. Le corps n'est pas qu'image, il est aussi support de valeurs. Prenons n'importe quelle publicité vantant les qualités d'un produit féminin (déodorant, maquillage, vêtement…) : il est évident que celui-ci sera présenté par une femme correspondant aux normes de l'idéal et non par une « grosse ». Ce ne serait pas vendeur, le produit faisant l'objet d'une association à l'image de l'utilisatrice ; si celle-ci ne suscite pas l'envie, l'attirance, aucun impact ne sera produit sur le consommateur. L'idéal corporel n'est donc qu'un support commercial. Plus on nous assaille de modèles, plus alors on en réclame. Une conséquence visible au niveau télévisuel en sont les acteurs et

les figurants : les séries télévisées, notamment américaines, sont plus un conditionnement aux canons de l'esthétique qu'une représentation de la réalité. Le personnage laid jouera le rôle d'un individu vil, peu intelligent, souvent dans la peau du « méchant », alors que le héros cumulera toutes les qualités : beauté, intelligence, imagination…

L'improbable définition de la beauté

La beauté est une notion abstraite. Pour le dictionnaire, « beau/belle », c'est ce qui « éveille un sentiment d'admiration, de grandeur, de noblesse, de plaisir, de perfection, d'intensité ». Définition ambiguë, car les critères de la beauté varient d'une époque à l'autre, d'une culture à une autre. En l'absence de critères formels, la beauté est donc estimée à partir d'êtres dont le corps, le visage, les proportions auront été jugés beaux par les autres (et réciproquement pour la laideur). Cette imprécision laisse donc planer un flou sur les valeurs auxquelles elle se réfère. Il n'y a pas une beauté, mais des beautés suivant les sentiments éprouvés par chacun à ce sujet.

Des études psychologiques ont été réalisées pour différencier les goûts masculins et féminins ; il en est une qui détermine d'après trois types de silhouettes les préférences esthétiques : c'est la typologie de Sheldon[1]. Elle se fonde sur trois caricatures d'individus qui sont : l'ectomorphe, le mésomorphe et l'endomorphe, qu'on peut schématiser comme le « maigre », le « normal » et le « gros ». En ce qui concerne le corps féminin, le plus beau est l'ectomorphe modéré (mince mais non maigre

1. http://www.age-of-the-sage.org/psychology/sheldon.html

Extrait de la publication

avec des formes), le plus laid étant celui de l'endomorphe (plus que grosse). Le corps masculin idéal est celui du mésomorphe (musclé, athlétique). Toutefois, il existe certaines divergences. Par rapport aux hommes, les femmes surestiment la contribution du bassin à la beauté féminine. Par rapport aux femmes, les hommes surestiment la musculature du thorax et des bras à la beauté masculine. Alors, quels sont exactement les corps idéaux ?

Le corps féminin le plus beau est fin et élancé (comme celui de l'ectomorphe), son volume est cependant généreux au niveau de la poitrine et des hanches. Parmi les exemples représentatifs de ce modèle, on note des femmes comme l'actrice Marilyn Monroe ou le mannequin Claudia Schiffer, sex-symbols d'une époque. Le corps masculin idéal est celui du mésomorphe musclé. Mais, contrairement aux femmes, peu d'hommes évoquent ce symbolisme de référence, qui est Apollon (que l'on retrouve dans l'expression « quel bel Apollon ! »). Toutefois, on observe certains courants qui contestent ces normes, et notamment la mode actuelle où la tendance est aux filles filiformes, de type anorexique.

Si l'on reprend cette typologie, on constate qu'à chacun des trois profils fondamentaux correspondent des caricatures psychologiques appelées « somatotypes » souvent plus proches du préjugé que de la réalité. Par exemple, chez les hommes, on considère l'endomorphe comme quelqu'un de gai, sociable, peu intelligent, inactif, indiscret… Quant au mésomorphe qui correspond à l'être idéal, il est perçu comme actif, dynamique, sain, équilibré, narcissique, matérialiste… En ce qui concerne la femme, l'être idéal se situe entre l'ectomorphe et le

Extrait de la publication

mésomorphe ; on peut lui attribuer comme traits désirables : dynamisme, intelligence, chaleur humaine, à la mode…

En résumé, l'être idéal, symbole de beauté (qu'il soit masculin ou féminin), est supposé être plus aimable, plus sensible, plus confiant en lui-même. On lui accorde force, équilibre, sociabilité, métier prestigieux, vie réussie, mariage heureux… Nos perceptions de l'individu sont fondées sur des attentes correspondant au stéréotype « ce qui est beau est bon ». Inversement, on en déduit que ce qui est laid est mauvais, dénué de toutes qualités… Tout cela conduit à une domination de la beauté qui n'est pas sans conséquence.

L'angoisse du classement

Un système implicite de classement fonde ainsi une sorte de code moral des apparences. Cette mise en scène des apparences nous livre au regard évaluatif de l'autre qui nous range d'emblée dans une catégorie sociale et/ou morale au vu de notre expression, de notre morphologie ou d'un autre détail encore. D'où ces machineries de plus en plus obligatoires, qui visent à l'entretien du corps. Forme, jeunesse, silhouette sont des traits de l'apparence que l'on s'efforce de maintenir (gymnastique, fitness, musculation, *bodybuilding*, diététique…) et qui font du corps l'objet d'un souci constant. Peur de ne pas être conforme, peur de ne pas satisfaire au jugement des autres, peur des conséquences qui peuvent être importantes surtout dans le monde des affaires et du travail en général. Notre socialité est fondée sur la séduction, c'est-à-dire le regard des autres. Le corps est le faire-valoir de l'individu : c'est à partir de lui que s'établit le

Extrait de la publication

Mise en page
PCA
44400 Rezé

N° d'édition : L.01EUCN000265.N001
Dépôt légal : juin 2010

Extrait de la publication

Extrait de la publication