



LE VERBE

Il accompagne l'Image et permet de préciser, situer, valoriser celle-ci.

Il ajoute des éléments fondamentaux aux photos: Age des patients, intervalle entre les clichés, techniques associées à la technique principale, auteur du travail, détail technique important, etc. Pour l'observateur qui regarde avec crédulité les clichés, l'honnêteté de l'auteur est par principe acquise. Et pourtant, restez vigilant.

1 – Commentaires des clichés de résultat :

La durée des résultats

Il est convenu depuis toujours que l'intervalle de temps entre deux clichés apprécie l'efficacité d'un résultat dans cette même durée, ce qui est d'une haute importance pour la validation d'une technique, appréciable tant pour sa durabilité que pour son effet.

Les dates ou délais erronés permettent de transformer un résultat simplement normal à 2 mois en un résultat extraordinaire à trois ans, par la seule grâce du changement d'un chiffre ou d'un mot, sur fond de total manque de scrupule et toujours dans l'idée que "les autres" ont une mémoire de poissons rouges (*biais de limitation de mémoire*).

L'exemple choisi, lui aussi très bien placé sur la recherche sur les fils de suspension sur le web, concerne un duo de clichés présents depuis plus de 8 ans sur le site de leur auteur. Suivons leur évolution sur ces 5 dernières années.

En Janvier 2016, ce magnifique avant-après (photo 7) déjà ancien, est présenté par son auteur comme un résultat à 3 ans (44 à 47 ans). *L'expérience montre –et nous sommes plus que légitime à le dire- qu'il s'agit d'un résultat de 2 mois seulement, totalement impossible à 3 ans avec une technique ancienne (car la technique soi-disant utilisée n'est que l'équivalent d'une technique en X de 2005).* Cette première désinformation passe totalement inaperçue à qui n'est pas expérimenté, d'autant que l'image et la situation sont très séduisantes (parfait pour activer le *biais d'ancrage*, qui leste immédiatement et durablement votre adhésion à la cause). Votre satisfaction à les apprécier inhibe votre sens critique et conforte votre adhésion à ce qui n'est en fait qu'une croyance, car vous n'avez aucune preuve de ce qui est affirmé (*biais de confirmation de croyance*, on adhère puisqu'on a envie d'y croire). (Réf. 3)



Photo 7

En 2017, le double cliché est sur Facebook sur un forum d'experts en fils tenseurs, où un zélé confrère chirurgien pousse à “**4 ans**“ en toute simplicité. Un forum spécialisé est un lieu où *le biais de conformité de pensée* se déploie largement (plus on est nombreux à penser la même chose, plus ce doit être vrai). Puis les clichés réapparaissent en Novembre, donnés pour **2 ans** dans le N° 23 de Réalités en chirurgie plastique (Réf. 4), en préparation au congrès chirurgical de la Sofcep, (Réf. 5), où le même cliché reste rajeuni à **2 ans** pour illustrer opportunément l'utilisation de fils n'existant que depuis deux ans, ... avec encore une autre technique dite parallèle, datant elle de 13 ans et strictement incapable de donner ce résultat même à 2 mois. Mais le cliché est tellement séduisant, tellement rassurant aussi puisqu'il est devenu routinier (*biais de réassurance, effet de répétition qui conforte l'adhésion*), et le praticien qui en est l'auteur si assuré, (*effet d'aura et d'auto complaisance*) que par confort intellectuel, on n'éprouve plus l'envie de douter (*effet de statu quo*).

Puis en 2019, le même cliché “2 mois-3 ans“, dans le magazine PRIME, est présenté comme un résultat de fils permanents par cet auteur, sans autre précision mais clairement oublieux de ses origines de 2012, où n'existaient ni

les fils (Thread&lift) ni la technique (Infinitelift®) promus dans l'article.

En Janvier 2020, au congrès de l'Imcas, (Réf. 6) ces clichés et quelques autres de la même eau sont installés comme exemples de résultats de cette marque dans des présentations informant sur les différents fils permanents. Il eut été plus raisonnable de les attribuer à leurs vraies origines ; de cet auteur incontestablement, c'est la seule vérité, mais

- comme des résultats de 2 mois seulement,
- grâce à l'utilisation des seuls fils concurrents existant à l'époque (First Surgiconcept),
- grâce à la technique Easylift®, seule capable d'obtenir ce résultat par la gestion malaire, ... même avec un délai de 4 ans si elle est correctement pratiquée, ce qui n'était pas le cas.

Tout devient faux si le Verbe pare ces clichés d'une autre histoire que l'authentique.

Insidieusement diluée dans le temps, cette *manipulation psychologique* complexe qui active des biais cognitifs bien classiques dans une situation de *confusion cultivée* par diffusion d'informations vagues, incomplètes, variables et contradictoires, *de limitation de la mémoire, et d'insécurité*. Elle a permis une *utilisation parasitaire des bénéfices réels d'autres produits et techniques* au profit d'un produit récent apparemment dangereusement surévalué (Réf.7).

Elle se doit d'être montrée car elle aura de néfastes conséquences sur votre pratique, et l'on y cherche vainement la loyauté que l'on vous doit.

L'auteur des clichés.

Il est aussi convenu que le signataire d'un résultat est bien l'auteur de ce résultat. Prêter un résultat n'est pas une pratique souhaitable mais il arrive que certains laboratoires la favorisent pour donner des résultats à des praticiens sans expérience donc sans référence. Les patients potentiels sont induits en erreur sur les réelles capacités du médecin qu'ils vont choisir.

Et si le résultat est un fake, comme dans le premier exemple (L'Image ; première partie), qui est le plus déloyal ? Médecin ou laboratoire ? En tout cas, le grand perdant est le patient.

Il arrive aussi que des résultats soient volés, en toute simplicité, et que vous retrouviez vos photos à l'autre bout du monde sous le nom d'un autre et parfois pour un tout autre produit. (photos 8).

Il y a des moyens de l'éviter, notamment en intégrant votre nom en filigrane sur les clichés. De notre strict ressenti personnel, cela gêne un peu la photo. En général un petit mail suffit à recadrer les choses, d'autant qu'il n'est pas interdit d'en ressentir une petite fierté si l'on n'est pas regardant sur la notion de propriété. Tout dépend aussi de l'importance de ce cliché pour votre carrière.

2 – D'autres supports hors des commentaires de photos, peuvent recevoir des infox.

Résultats fils tenseurs

Il est immédiatement visible après un **lifting par fils tenseurs résorbables**. L'effet du traitement peut durer entre 18 et 36 mois.



Par contre, avec du **fil cranté permanent**, le résultat se stabilise entre la **4ème et la 6ème semaine**. Il est possible que jusqu'au 3ème mois d'assister encore à une

Photo 8

Etudes "scientifiques". Qui les commande et qui les fait ?

En général, ceux qui ont les mots «science et études scientifiques» plein la bouche sont ceux qui sont les plus éloignés d'un comportement réellement scientifique.

Cette seule surabondance de mots vertueux devrait vous paraître immédiatement suspecte.

– Qui commande l'étude ?

Si le commanditaire est le promoteur du produit, et c'est la majorité des cas en Esthétique, la sincérité donc la validité de l'étude seront lourdement entachées de subjectivité, puisqu'on ne saurait être à la fois juge et partie.

La caution d'un service hospitalier où d'un membre éminent de ce service ne suffit pas à toujours à assurer du passage à l'objectivité. On se rassure, il s'agit d'études sur des produits dont la dangerosité n'apparaît pas importante. On s'étonne néanmoins que certains injectables permanents qui ont causé beaucoup de dégâts (Dermalive® de Téoxane™ et Novabel® de Mertz™) aient pu faire en leur temps l'objet "d'études scientifiques" de la part de grands laboratoires (Réf. 9) puis aboutir à une commercialisation aussi calamiteuse.

– Qui la fait ?

Si ce sont les clients du laboratoire, souvent présentés en cohorte multicentrique en Esthétique, l'objectivité est nulle. Elle devient un simple argument marketing dégainé à la moindre occasion et destiné à impressionner le prospect avec des "preuves scientifiques". *L'idée de fond des promoteurs étant que la seule existence de "l'étude scientifique" fait entrer de facto les arguments marketing dans la Vérité de la Science. Un peu trop simple.*

Les photos "avantagées" sont fréquentes sur ces études de faible niveau. Ne perdez pas votre temps à les lire puisqu'elles ne donnent qu'un vernis scientifique à tous les arguments que vous connaissez déjà, et pensez à la planète en refusant un tiré à part.

Comités d'experts et comités de lecture.

N'accordez aucun crédit aux pompeux « comités d'experts » dont se targuent tous les journaux qui ne sont pas scientifiques. Ces comités sont en général constitués de professionnels qui viennent faire leur publicité personnelle, sans se positionner dangereusement comme tels au regard des autorités qui réprouvent ces pratiques. On y voit prospérer des discours beaucoup plus personnels que réellement consensuels, assortis d'images très accrocheuses que vous n'aurez bientôt plus de peine à analyser.

Malheureusement, certains journaux scientifiques aussi ne sont pas insensibles aux sirènes des annonceurs ou à l'influence de certains auteurs, et leur comité de lecture présente parfois une perméabilité excessive aux articles orientés ou de bas niveau de preuve. C'est en général *l'insuffisance de vérification des sources* qui mène à ces errements, l'auteur, censé dire la vérité sur leur origine, ayant menti sur celle-ci. Tout peut alors arriver, de la diffusion d'images volées, (Réf. 9) ou la publication de problèmes faussement attribués à un auteur, en passant par des propos non fondés sur des preuves, parfois malveillants, incluant les rumeurs. (Réf. 10)

Présentations en congrès

Tous les congrès n'ont pas la même mentalité ni la même ouverture au marketing. Bien que le marketing y règne en général, l'esprit de certains congrès reste ouvert à l'échange, même musclé, entre partisans de différents produits et techniques. Vous y entendrez surtout ce qu'il faut pour vous faire consommer un produit ou une technique. Les échanges les plus fructueux sont les échanges d'expérience entre praticiens. L'expérience personnelle sans la contrainte d'un discours officiel fait le Verbe libre et sincère, le seul qui vous soit réellement utile.

Les autres supports concernent plus les patients que les praticiens

Sites web

très peu régulés, ils véhiculent des informations traitées de manière assez personnelle qui sont à l'avantage du praticien propriétaire du site mais aussi de sa corporation. On y croise souvent des images ou des chapitres entiers de textes empruntés sans autorisation à des sites de confrères plus doués pour la littérature ou plus élaborés dans leur propos. D'évidence, le web désinhibe le Verbe et réduit conséquemment l'esprit de responsabilité.

Vous remarquerez qu'en terme de personnalité, *la personnalité narcissique* y est fort bien représentée. *L'appropriation lui est naturelle*, mais elle ignore ce que le mot retour veut dire. Elle affiche un *remarquable mépris des règles*, nie la faute avec morgue et s'offusque même qu'on ose l'évoquer. L'honnêteté n'est chez la personne narcissique qu'une notion souple en ce qu'elle ne s'exige que des autres. La remise en question lui est quasiment impossible puisqu'elle pense avec une belle obstination que seul l'Autre porte l'erreur. (Réf 11).

Dans la pratique, si vous trouvez bon d'utiliser le Verbe d'un confrère, ayez le bon goût de le citer, vous y gagnerez en élégance.

Avis google

Ils règnent en maître sur la première impression que vous cherchez à avoir sur un prestataire. Leurs fameuses étoiles vous impactent plus que vous ne le pensez ! La nouvelle guerre des étoiles (Réf. 12) a bien lieu sur le Web.

Faciles à fabriquer, ils sont souvent anonymes, ce qui est propice à l'agressivité et à la mauvaise foi. Il est difficile de ne pas ressentir la toxicité potentielle d'un tel système dès que l'on a compris que la bienveillance n'est pas encore ce qui gouverne le Monde. On voit prospérer des avis d'inconnus, totalement dévoués à l'Esprit de Critique, attaquer sans autre raison des prestataires brillants auxquels ils n'arriveront jamais à la cheville, et prendre de l'importance en proportion du seul nombre d'avis qu'ils donnent. C'est donner un net ascendant à la critique sur l'action.

L'anonymat nous paraît le maître défaut de ce système.

Mais il y a deux types d'anonymat. Le premier consiste à utiliser un pseudo derrière lequel est une manière assumée de se cacher. Le second est plus perfide, qui, pour feindre mieux l'authenticité, use d'un faux nom usuel, ayant ainsi toute l'apparence d'un individu qui assume la responsabilité de son commentaire.

Ce double faux peut servir à la critique mais s'utilise aussi par des praticiens qui s'auto gratifient de commentaires élogieux, par le biais de pseudo patients satisfaits, ce qui n'est pas sans intention de vous induire en erreur. Il est assez amusant de repérer ces autocommentaires dont le Verbe ne manque jamais d'afficher le même style littéraire, volontiers emphatique, la même structure, la même (grande) longueur, les mêmes thèmes, et de s'attribuer beaucoup d'étoiles. Là encore, la majorité des patients est maintenant capable, par intuition et habitude, de conclure à l'auto fabrication des avis et de n'en pas subir l'influence.

Quant aux réels avis négatifs, il vous est conseillé d'y répondre avec sincérité et diplomatie, en sorte que vous "dominie l'échange".

Réseaux sociaux.

Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, pour ne citer que les plus célèbres. Leur développement incroyablement rapide en fait sans doute un des phénomènes de société les plus remarquables de cette décennie. Cette facilité apparemment addictive à faire du lien à tout propos et à tout moment illustre aussi parfaitement mais à très grande échelle le schéma Meneur/Suiveurs qui fonde notre comportement social.

Ils sont d'évidence les meilleurs vecteurs de fake news que l'on puisse imaginer et ont un grand avenir dans les manipulations de masse, la sophistication des fakes ne faisant que s'améliorer (deep fakes). Les commentaires avec ou sans conflit d'intérêt sont parfois difficiles à distinguer.

L'immédiateté des réactions rend impossible toute réflexion saine, qui prend forcément du temps, laquelle manquera cruellement à des échanges construits et cohérents.

Les biais d'inférence arbitraire, de surgénéralisation, d'étiquetage et de raisonnements émotionnels y battent leur plein. Les biais de croyance et de conformité y prospèrent.

On constate avec intérêt l'arrivée en nombre de rubrique "fake off" dans plusieurs médias, qui dénoncent les nombreux fakes en circulation. Mais il est difficile de ne pas voir qu'un antagonisme monte entre les classiques médias vecteurs de l'information et les réseaux sociaux, nettement plus sauvages et incontrôlables.

Les critiques de concurrents.

"C'est une marque de mauvaise réputation que de prendre plaisir à flétrir celle d'autrui" Baltasar GRACIAN (Réf. 13)

En règle générale, il n'est pas nécessaire pour exister d'essayer de détruire les œuvres et la réputation de vos confrères ou de vos concurrents ou de qui que ce soit d'ailleurs, si le mot Respect a quelque sens pour vous et que vos œuvres sont de qualité. Le succès viendra naturellement de cet heureux état de choses, qui, soit dit en passant, ne doit que peu au hasard mais beaucoup à vos efforts.

Certains pensent qu'au contraire, il faut pour valoriser son œuvre avoir le verbe mauvais envers autrui. C'est méconnaître le sentiment d'inconfort et de rejet que cette agressivité génère dans l'esprit de leurs auditeurs, confrères ou patients, qui préféreront se détourner plutôt que d'adhérer à un conflit qui n'est pas le leur (*effet boomerang* de la médisance qui rend son auteur suspect de malveillance).

Quelques conseils

Ecoutez votre ressenti et prenez le temps de la réflexion plutôt que d'adhérer sans condition à quelque argument que ce soit. Aiguisez votre regard devant de belles images et gardez votre sens critique devant des discours surréalistes.

Laissez le bon sens, l'expérience, le temps s'inviter librement à votre débat intérieur.

Prenez votre temps pour choisir et décider. Laissez poliment passer devant vous les obsédés de la nouveauté, et n'y venez qu'après plusieurs avis positifs étayés. Un vendeur qui vous presse d'acheter avec mille raisons urgentes vous manipule, rien de moins.

Essayez les machines avant de les acheter, vous ferez alors beaucoup d'économies. Si on ne vous en prête pas, passez votre chemin. Si on vous en prête, ou au pire on vous la loue un moment, profitez de ce temps pour tout apprécier mais ne craignez pas de refuser l'achat malgré cet aimable prêt. Vous reprocher votre refus d'acheter serait une manipulation par *culpabilisation*.

Conclusion

La manipulation est permanente et se pratique quotidiennement par tout un chacun. Mais s'il est une manipulation normale, qui utilise avec habilité et très à propos quelques bons vieux réflexes humains (Réf. 13), une autre manipulation plus perfide et sans scrupule maîtrise le mensonge, en abuse et l'impose même avec agressivité.

Vous gèrerez mieux votre vie professionnelle à la repérer.

Deux points ;

– **L'intérêt**, qu'il soit égotique ou financier, fonde toujours la démarche du manipulateur. Une cible doit le savoir qui a son propre intérêt en face.

– **L'imposture doit être démasquée**, sinon c'est elle qui aura raison de votre estime. Car il y a du mépris dans la tromperie, alors qu'elle seule est méprisable. En gardant œil et esprit ouverts, ne vous laissez pas séduire puis emprisonner par des mensonges, petits ou gros, et refusez qu'ils deviennent la norme.

Bibliographie succincte

1. LAMBROS Val *Honesty in patients photography* 52nd Gordon Symposium 2019
2. CASTELLUCIA C. *Manipulation informationnelle et psychologique*. Binaire Le Monde.fr 7-5-2018
3. IMCAS Academy 2016 Dr Fountentèze J.P.
4. GUILLO D. *Lifting médical par fils de suspension crantés permanents ; De la prétention à la réalisation*.
Réalités en Chirurgie plastique N° 28 Novembre 2018
5. FOUMENTEZE J.P. Archive Congrès SOFCEP 2018
6. MOLE B. IMCAS Academy 2020 S267
7. GUILLO D. *Fils crantés permanents ; Permanence oblige*. SFME J. Méd. Esth. et Chir. Derm. Juin 2020

8. GUILLO D. *Fils permanents versus fils résorbables. Le marketing peut-il tout se permettre ?* J. Méd. Esth. et Chir. Derm. Vol. XXXXI, 164, Décembre 2014, 223-232
9. FOUMENTEZE J.P. *Fils tenseurs permanents ; Comment sont-ils devenus un vrai lifting ?* Réalités en chirurgie plastique N° 23 Novembre 2017
10. NICOLAU P. *Fils faciaux ; Complications et comment les éviter.* Réalités en chirurgie plastique. N° 30 Mai 2019
11. ANDRE Ch. et LELORD F. *Comment gérer les personnalités difficiles.* Ed. Odile Jacob
12. COQUAZ V. et HALISSAT I. *La nouvelle guerre des étoiles* Ed. KERO
13. GRACIAN Baltasar *L'homme de Cour* Ed. Hachette Livre (BnF)