



noLOLAmentes
10años



Glosario

Términos y buenas prácticas
en el tratamiento de la información
sobre el Cáncer de mama.



Evitar estos términos y frases

Lucha contra el cáncer,
Guerrera,
Batalla,
Perder la batalla,
Víctima del cáncer,
Tenés que ser fuerte,
El cáncer ya pasó,
Enfermedad incurable,
No llores,
El amor cura o sana.

1



Términos y enfoques recomendados

Persona con diagnóstico de cáncer de mama / Paciente:

Sustituye a víctima del cáncer o sufridora. Enfoca la atención en la persona como sujeto de derecho, evitando definir su identidad exclusivamente a través de la enfermedad.

Tratamiento / Proceso / Transitar la enfermedad:

Reemplaza a metáforas bélicas como lucha, batalla, guerrera o guerra. La enfermedad no es una contienda física donde la voluntad individual determine la cura, sino un proceso biológico y médico.



Términos y enfoques recomendados

Acompañamiento y escucha activa:

En lugar de imponer consignas como tenés que ser fuerte, se valiente o no llores, se promueve la validación emocional. Expresar tristeza, miedo o rabia forma parte de un proceso adaptativo saludable.

Cáncer avanzado / Cáncer metastásico:

Alternativa precisa para evitar etiquetas absolutas como enfermedad incurable. El foco comunicacional debe situarse en la cronicidad, el control de la enfermedad y los cuidados paliativos para preservar la calidad de vida.



Términos y enfoques recomendados

Tratamiento curativo o de mantenimiento:

Sustituye la idea de que el amor cura o sana. Aunque el apoyo afectivo y social mejora la adherencia y el bienestar psicológico, la resolución de la enfermedad depende de intervenciones médicas e investigaciones científicas.

Etapas de seguimiento / Supervivencia a largo plazo:

Reemplaza la frase el cáncer ya pasó. Un diagnóstico de cáncer de mama suele requerir controles periódicos, terapias hormonales extensas y seguimiento médico continuado, por lo que el proceso no concluye inmediatamente tras el alta hospitalaria.



Buenas prácticas para medios de comunicación

Continuidad temática en la agenda mediática (Más allá de octubre):

El cáncer de mama es una realidad de salud pública permanente. Si bien el "Octubre Rosa" sirve como catalizador para campañas masivas, los medios deben abordar la temática a lo largo de todo el año. Limitar la cobertura a un solo mes genera la falsa percepción de que la problemática, el diagnóstico, los tratamientos y las necesidades de investigación se detienen el resto del tiempo.



Buenas prácticas para medios de comunicación

Evitar la responsabilidad individual del resultado:

No responsabilizar explícitamente a la actitud o al estado de ánimo de la persona sobre la evolución clínica. Hablar de perder la batalla o no haber sido lo suficientemente fuerte atribuye injustamente el fallecimiento a una falta de esfuerzo o "mérito personal".



Buenas prácticas para medios de comunicación

Visibilizar el apoyo integral y políticas públicas:

Promover el acceso a equipos multidisciplinares (oncología, psicooncología, trabajo social y fisioterapia), informando de manera continua sobre derechos del paciente, cobertura médica y avances legislativos en la materia.

Diversificar las narrativas:

Dar voz a distintas realidades de la enfermedad durante todo el año, incluyendo casos de detección precoz, vivencias de tratamientos en curso y secuelas a largo plazo.



Buenas prácticas para medios de comunicación

Priorizar información científica y datos verificados:

Divulgar aspectos sobre la detección temprana, controles de rutina sistemáticos, estudios genéticos y la diversidad de subtipos moleculares del cáncer de mama, huyendo de generalizaciones.





noLOLAmentes
10años