

FORO ASUNTOS DE VIDA

Las relaciones públicas de la muerte

Para divulgación inmediata

16 de enero de 2015

Richard M. Doerflinger

Una campaña para legalizar el suicidio asistido está avanzando en Nueva Jersey, con propuestas similares que se introducirán en California, Maryland y otros estados. La antes llamada *Sociedad Hemlock* (ahora bajo el nombre más atractivo de “Compasión y Opciones” -- C&C) espera aprobar proyectos de ley en una docena de estados este año, a pesar de que sus esfuerzos produjeron nuevas leyes en solo tres estados (Oregon, Washington y Vermont) en los últimos 25 años.

¿Por qué C&C está tan optimista? Después de todo, su agenda es la misma de siempre: la protección de médicos que quieren prescribir una sobredosis de barbitúricos para que sus pacientes puedan suicidarse.

El cambio está en las relaciones públicas de la cuestión, debido a una atractiva paciente de cáncer de 29 años de edad, llamada Brittany Maynard. La señora Maynard, residente de California, anunció el otoño pasado que no estaba dispuesta a enfrentar el sufrimiento esperado de su enfermedad, y se trasladaría a Oregon para poder quitarse la vida el 1 de noviembre utilizando su derecho al suicidio asistido. Ella apareció en la portada de la revista *People* y se convirtió en un portavoz de C&C, sus entrevistas y apariciones en video cuidadosamente examinados por el personal de relaciones públicas del grupo con los medios de comunicación. Justo antes de la fecha anunciada, dijo que no se sentía muy mal y podía vivir más tiempo -luego siguió adelante con su

suicidio de todos modos. Cuánto la animó C&C para “seguir adelante con su plan” puede que nunca lo sepamos.

El show de “reality TV” de la señora Maynard le dio una atractiva cara humana a la agenda de C&C. Las voces de otras personas –incluyendo los pacientes con condiciones similares, que la instaron a ver significado en su vida y promover esperanza en lugar de desesperación– fueron ahogadas. Ahora C&C quiere ahorrarle a otros el inconveniente de viajar a otro estado para que un médico les proporcionen una sobredosis letal.

Esto plantea preguntas básicas. ¿Es el trabajo del gobierno hacer que el suicidio sea “conveniente” para algunas personas? ¿No debería valorar la vida de todos y prevenir el suicidio, sin discriminación, no seleccionar cuáles personas reciben una mano de ayuda para saltar del balcón?

Por otra parte, la cruda realidad del suicidio asistido legalizado tiene poco que ver con las mujeres jóvenes seguras de sí mismas que enfrentan el dolor intratable que exigen el control de sus últimos días.

En Oregon, el departamento de salud del estado cuenta una historia diferente. De las 752 personas que toman sus vidas conforme a su legislación desde 1998 hasta 2013, solo 6 eran menores de 35 años; la edad promedio es de 71 años. En 2013, menos del 3% fue evaluado para comprobar si sufrían de depresión que se podía tratar. La mayoría no tenía seguro de salud, o tenía solo el del gobierno que ha dicho a los

pacientes de cáncer que financiará el suicidio asistido, pero no algunos tratamientos que los pacientes quieren para poder vivir más tiempo. La mayoría se quitó la vida no a causa del dolor sin tratamiento o por miedo al dolor, sino porque sentían que estaban perdiendo su autonomía o dignidad y convirtiéndose en una “carga” –un sentimiento sin duda alentado por otros, incluso el propio gobierno. Muchos tenían enfermedades crónicas, no enfermedades mortales terminales como cáncer en su última etapa. Todos los informes sobre las circunstancias de sus muertes fueron preparados por el médico que prescribía la dosis letal; funcionarios estatales han dicho que el informe del médico podría ser "un cuento sin fundamento" por lo poco que sabemos.

En resumen, esta campaña utiliza una táctica conocida para los comerciantes como “enganche y cambio”. Las personas son impulsadas por los anuncios sin escrúpulos a visitar una tienda que promete una rebaja grande a un artículo popular, solo que cuando llegan se encuentran con algo mucho menos atractivo. Si se les remueve la máscara a esta campaña, nos encontramos con la abuela y el abuelo siendo empujados hacia la muerte por individuos y gobiernos que no quieren molestarse con gente que es “una carga”. ¿Podrán los legisladores ver a través de la máscara?

El señor Doerflinger es el director asociado del Secretariado de Actividades Pro Vida, Conferencia de Obispos Católicos de los EE.UU. Para más información sobre las actividades pro vida de los obispos, visite www.usccb.org/prolife.

¡Únase a miles que rezan la novena “9 Días por la Vida”! Visite www.9daysforlife.com o envíe el mensaje de texto 9DAYS (o 9DIAS) al 55000.