

CIRUGIA PLASTICA

Volumen
Volume **14**

Número
Number **1**

Enero-Abril
January-April **2004**

Artículo:

Editorial.

¿Época de cambio o cambio de época?

Derechos reservados, Copyright © 2004:
Asociación Mexicana de Cirugía Plástica, Estética y Reconstructiva, AC

**Otras secciones de
este sitio:**

- ☞ Índice de este número
- ☞ Más revistas
- ☞ Búsqueda

*Others sections in
this web site:*

- ☞ *Contents of this number*
- ☞ *More journals*
- ☞ *Search*



Medigraphic.com

¿Época de cambio o cambio de época?

Dr. José Luis Romero Zárate*

Esta reflexión, recientemente expresada en nuestro último Congreso celebrado en Monterrey, se presenta muy a modo para que replanteemos nuestra percepción del momento que vive nuestra sociedad en general, y la repercusión que ello representa en nuestra actividad profesional.

Indudablemente, me refiero al papel preponderante que ocupan las comunicaciones en nuestra vida diaria, y en específico, la manera en que podemos dirigirnos a nuestros congéneres para dar a conocer las bondades y las realidades de nuestro quehacer, no sólo con carácter informativo, sino con la posibilidad que de dicha información, se derive la posibilidad de captar pacientes, esto es: *PUBLICIDAD*.

Esta palabra, productora de un efecto aterrador en nuestra Asociación en épocas pasadas, representa aún hoy, un vacío a llenar por nuestras generaciones actuales. Eso, si pretendemos subsistir en lo que hoy se conoce cotidianamente como sociedad de consumo, en la cual, experimentados mercaderes y charlatanes, se mueven como pez en el agua, reproduciéndose como células cancerosas, sin poseer, como sucede en la mayoría de los casos, un sustento académico, ético y profesional.

Nosotros, los cirujanos plásticos certificados, con todo el respaldo que la ley otorga, con un historial académico de muchos, muchos años de esfuerzo, pertenecientes a una Asociación de vanguardia, observamos preocupados, la escalada de competencia desleal que prolifera a nuestro alrededor, y nos vemos unos a otros, atados de manos para actuar, por muchas razones, una de ellas el temor injustificado a infringir nuestros estatutos, acorde a los requerimientos de la época que nos ha tocado vivir.

Es preciso entender que no se trata de poner “La iglesia en manos de Lutero”, sino, acorde a nuestra idiosincrasia, a nuestra filosofía, abrir la puerta a herramientas tan útiles como la publicidad, que manejada con seriedad y responsabilidad, puede redituarnos un crecimiento profesional, acorde a nuestras expectativas.

Con la comprensión, la cooperación y la participación de todos, la transición a la modernidad será factible y por supuesto, nos dará respuestas a interrogantes ancestrales y sobre todo nos permitirá ocupar dignamente, el lugar que merecemos en la esfera socioeconómica de hoy. De nosotros depende.

