



Hace 55 años

*El décimo aniversario de Ginecología y obstetricia de México**

*Por el Dr. Carlos D. GUERRERO.
Fundador y Secretario de Redacción.*

Con el presente número de GINECOLOGÍA Y OBSTETRICIA DE MÉXICO se inicia el año XI de esta revista y, por lo tanto, se celebra su DÉCIMO ANIVERSARIO. Nos asombra volver la cara atrás y cerciorarnos que durante 10 años esta publicación ha logrado no solamente aparecer puntualmente, sino además sostener un ritmo de progreso que puede resumirse en los siguientes 10 puntos:

- SE HA PUBLICADO ininterrumpidamente, siempre bimestral.
- SE HA CARACTERIZADO por su puntualidad.
- SE HA PUGNADO por que su contenido científico sea original.
- SE HA BUSCADO que esta originalidad de a conocer básicamente la producción nacional.
- SE HA PROCURADO que sea un órgano de difusión y orientación para el cuerpo médico mexicano dentro de la Ginecotocología.
- SE HA ORIENTADO buscando dar a conocer “lo nuestro” en el extranjero.
- SE HA INSISTIDO en que sus páginas se abran a los Miembros de la Asociación Mexicana de Ginecología y Obstetricia; sin distinción.

— SE HA ESFORZADO por que la calidad de las colaboraciones sea mejor, gracias a la ayuda del Comité de Redacción.

— SE HA LOGRADO que su presentación tipográfica se mejore; la calidad de papel sea de primera; el número de páginas se aumente y el tiraje bimestral se incremente. Todo ello a pesar de los siempre constantes aumentos de precios en los costos.

— SE HA CONSEGUIDO que no gravite económica mente ni lesione las finanzas de la Asociación Mexicana de Ginecología y Obstetricia, gracias particularmente al incremento de suscripciones pagadas y a la eficaz ayuda del señor Administrador, doctor Jorge Rovalo. Antes de analizar a qué factores se debe este progreso del cual estamos orgullosos deberíamos mencionar las dificultades que hemos debido vencer.

Afortunadamente no será necesario hacerlo por nosotros mismos y simplemente habremos de transcribir íntegramente el EDITORIAL que recientemente publicó un prestigiado periódico médico mexicano.

PROBLEMAS DEL EDITOR

De Revista de Urología

Vol. XIII, No. 6; Nov.-Dic., 1955

“Con un año de experiencia en los achaques de la labor editorial, el editor de esta Revista puede afirmar que la edición de una buena revista puede ser fácilmente posible y es fácilmente imposible en nuestro medio, si se permite tal expresión. En efecto, los problemas que parecerían más arduos e importantes, de más difícil vencimiento,

* Reproducido de: Guerreo DC. El Décimo Aniversario de Ginecología y Obstetricia de México. Ginecología y Obstetricia de México 1956;XI: 3-6

como los de conseguir buenas colaboraciones y páginas hasta donde es posible libres de errores, constituyen, sin embargo, los problemas de menor monta. Los problemas que parecen insuperables y que hacen sumamente desagradable, por angustiosa, la función editorial, son los problemas económicos y las dificultades para cumplir con el lector el compromiso sobreentendido de llevar la Revista a sus manos con puntualidad y sin fallas. ¿Cuáles son, concretamente, las cosas que un editor bien intencionado y honesto pediría para poder llevar a cabo su función a entera satisfacción? Las cosas que él desea ardientemente y que podrían titularse "sueños de un editor", tienen que ver con todos los interesados en torno de la revista, pero entre los cuales el anunciante ocupa un lugar de suma preponderancia, por lo que en su orden creciente de importancia los trataremos.

1. --De los lectores:

Que no se constriñan a un papel pasivo de pasar los ojos sobre los diversos artículos, sino que valoricen el material que se les ofrece y envíen sugerencias o críticas para tratar de mejorar la revista al grado de su gusto.

El aprovechamiento al máximo de dos secciones que significan un importante esfuerzo y que bien utilizadas por él elevarán extraordinariamente su nivel cultural médico, particularmente en nuestro medio foráneo: la sección de resúmenes y la revista de bibliografía que el Centro de Documentación Científica y Técnica de la UNESCO en México pone a su servicio tan amablemente.

2. --De los autores:

La entrega de originales libres de errores ortográficos, sintácticos, etc., para lo cual bastaría que hicieran correcciones en una última lectura antes de entregar su material. La adaptación del original a su forma legible, ya que frecuentemente los trabajos son hechos para leer frente a un auditorio.

La entrega de ilustraciones apropiadas para su paso a "clichés", pues es muy frecuente que den material objetivo en forma de dibujos o gráficas informales, que plantean problemas de engorrosa solución para el impresor.

3. --Del correo:

Aunque en este aspecto las cosas parecen estar mejor ahora que nunca antes, todavía el que nunca antes, todavía el servicio de correos adolece de graves defectos, los

cuales trastornan en ocasiones todo lo que un editor puede intentar para hacer llegar sin demoras y con seguridad su revista a los lectores.

4. -- De los anunciantes:

Adoleciendo los médicos, EN GENERAL, de un atávico pudor en los asuntos de dinero (el momento del acuerdo económico con nuestros clientes es la fase más desagradable de nuestra actuación profesional) cuando actuamos como editores de una revista, lo mismo que si actuamos comercialmente de alguna otra manera, tenemos una timidez que en el caso de los editores puede significar, y ha significado, la inanición y la muerte misma de una revista. En México, ésta es la situación de la mayor parte de las revistas editadas por agrupaciones médicas.

Generalmente, como es el caso nuestro, nos conformamos con sacarla a luz y con que ésta se mantenga viva, aunque al borde de la muerte, sin pensar, por supuesto, en términos de irla mejorando en la misma medida en que progresá en todos los otros aspectos la medicina en nuestro país.

Me parece, sin embargo, que si nosotros planteamos honradamente a los anunciantes nuestros problemas, ellos entenderían la situación fácilmente y nos ayudarían a remediarla. Por ejemplo, nuestros anunciantes no saben que casi todas las revistas de agrupaciones médicas, excepto cuando tienen un editor gerente no médico, NO PERSIGUEN MEDRO ALGUNO.

Que casi nunca tienen local propio, pues sus oficinas son los consultorios de los editores o directores que estos pagan de su propio peculio; que casi siempre sucede lo mismo por lo que se refiere al personal que interviene en la correspondencia, trámite, etc., y que sólo tiene sueldo el cobrador de las inclusiones y que ni siquiera es un sueldo que pueda ser considerado liberal, por lo que el editor también hace un mal papel como patrón.

Que, por supuesto, y con sólo contadas excepciones, NINGUNO DE LOS COLABORADORES DE UNA REVISTA MEDICA PERCIBE HONORARIOS POR ESTO, "NI LOS EDITORES, DIRECTORES, NI CUERPOS DE REDACCIÓN". Esto, que debiera ser un timbre de gloria y patente de heroico desinterés es, paradójicamente, un crimen de lesa cultura médica, ya que mantiene a los lectores de tal cultura en una asfixia económica tal, que si fuéramos suficientemente sensibles, se nos arrasarían los ojos de lágrimas.

Los anunciantes sí pueden ser sensibles a esto y nos pueden comprender si se los hacemos saber con franqueza; pero para quienes sean demasiado metalizados y falsos realistas, tenemos otra argumentación:

¿Saben acaso que la gran mayoría de los anuncios de productos que envían por correo, muchos de ellos lujosamente impresos a colores y cuyo alto costo aumenta todavía por la adición de sobres y timbres, SON INMEDIATA E INMISERICORDEMENTE tirados al cesto de la basura porque si a algún médico se le ocurriera leerlos todos, no tendría tiempo para ejercer su oficio a más de tener alguna otra secuela mental o visual?

Pues bien, lo único que un médico no tira al cesto de la basura, y además lee, es una revista que dirijan y en que colaboren sus colegas y él mismo, y que además le ha significado un desembolso por suscripción.

No hay punto de comparación entre una y otra forma de anuncio, desde el punto de vista de su efectividad y desde el punto de vista del gasto que significa para el anunciente.

En los Estados Unidos de Norteamérica es evidente que el máximo vehículo de propaganda de los laboratorios de productos farmacéuticos es a través de las revistas médicas, las cuales han adquirido una calidad inmejorable gracias a esta circunstancia, que al mismo tiempo se vuelve a favor de quienes la sostienen.

Así lo hemos entendido a un año de distancia de haberlos encargado de la edición de nuestra REVISTA DE UROLOGÍA, y como nos urge mejorar para los próximos años su presentación y contenido, hemos enviado a todos nuestros anunciantes una carta demandando su ayuda, firmada por el Director y el Editor de esta Revista, así como por el Presidente de nuestra Sociedad.

¿Cuál será la respuesta de quienes nosotros consideramos nuestros amigos?

Estamos seguros de una cosa: la REVISTA DE UROLOGÍA mejorará en todos aspectos a partir de los próximos números y esa será nuestra mejor manera de desear feliz año a nuestros lectores y amigos”.

Los problemas de la REVISTA DE UROLOGÍA han sido y son los nuestros. Creo, sin embargo, que después de nuestros diez años (ellos tienen trece de fundados) hemos logrado pasar los años críticos de todo periódico científico.

Réstame mencionar los grandes factores que han contribuido a la estabilización

De nuestra revista:

-- PRINCIPALMENTE, que la ASOCIACIÓN MEXICANA DE GINECOLOGÍA Y OBSTETRICIA siempre ha otorgado su apoyo moral y económico a la publicación.

Por ello, muchísimas gracias.

-- ESPECIALMENTE, que los estimables colegas, ex Presidentes de la Asociación y posteriormente Directores de esta revista durante un lapso de dos años cada uno, siempre sin excepción, han otorgado su confianza al Editor.

Por ello también, muchas gracias.

-- MUY IMPORTANTE es que los señores anunciantes han demostrado su confianza en nuestra publicación y, en términos generales, nos ha sido posible obtener siempre anuncios en número y precio decoroso para estabilizar nuestras finanzas.

A ellos, por tanto, nuestras gracias.

-- JUSTIFICADAMENTE importante ha sido la magnífica colaboración que en el orden tipográfico nos ha dado desde la fundación de esta revista la EDITORIAL JUS y, en particular, su señor gerente, Lic. SALVADOR ABASCAL.

Asimismo, tantas gracias.