

# FML, revista de Medicina de Familia y Atención Primaria

Una referencia de las novedades científicas para los médicos de familia

## Antecedentes

La **SoVaMFiC** somos una sociedad científica que actúa en la Comunidad Valenciana y que tiene más de 20 años de existencia. Disponemos de una potencia de más de 20 grupos de trabajo expertos en diversas materias vinculadas con la Atención Primaria.

## Contenidos de la nueva etapa

Hemos diseñado una revista de acceso libre y gratuito, de publicación rápida y a un coste bajo. Existen centenares de revistas médicas electrónicas, decenas en lengua española y muy pocas dirigidas específicamente a la *Medicina de Familia y Atención Primaria*.

Tenemos una revista útil a la comunidad médica y referente de las novedades científicas. Se nutrirá de actualizaciones y revisiones de las novedades diagnóstico-terapéuticas a cargo de los grupos de trabajo de expertos de la **SoVaMFiC**. También habrá sitio para publicar artículos originales, casos clínicos, experiencias, y otros trabajos. En base a acuerdos con las universidades, también buscamos publicar proyectos en este ámbito.

También existe la posibilidad de editar en papel monografías periódicas con los artículos de mayor interés y distribuir las entre los profesionales

Los artículos se enviarán al correo electrónico de los suscriptores de la web cada vez que se publiquen y se habilitará la posibilidad de comentar los artículos, enviarlos a redes sociales (Facebook, Google+, twitter...) u otros contactos.

## Formas de colaboración

Si desea contratar algún espacio de publicidad en la web de **FML**, póngase en contacto con nosotros escribiéndonos a [publicidad@revistafml.es](mailto:publicidad@revistafml.es). Juntos diseñaremos una forma de colaboración que sea de utilidad para todos.

## Política de publicidad

1.- Las entidades colaboradoras que puedan aparecer en [www.revistafml.es](http://www.revistafml.es) apoyan el desarrollo de las actividades de **FML**, la **SoVaMFiC** y comparten en su integridad los criterios de independencia y calidad científica de las mismas.

2.- No se acepta publicidad que suponga un conflicto ético o asunción de derechos del anunciante sobre el contenido científico de la publicación.

2.- Toda la publicidad se identificará con la palabra “publicidad” en el marco del banner del patrocinador.

3.- En el apartado de Buscador podrían aparecer anuncios comerciales que quedan fuera de control del equipo editorial de la web.

*Actualizado a Marzo de 2018*