

---

## EDITORIAL

Los estudios que analizan la visibilidad de la producción académica muestran cómo ésta se relaciona en forma positiva con la colaboración y la cooperación entre investigadores de diversas instituciones locales, nacionales e internacionales. Esta es la ruta que las diversas instituciones ganan no sólo en visibilidad sino también en transferencia de conocimiento.

Los trabajos publicados en conjunto, además de mostrar el desarrollo de redes y la consolidación de cooperación interinstitucional, tienden a ampliar el escenario de visibilidad, por cuanto los usuarios de las diferentes instituciones hacen ver en su contexto lo que publican. En este sentido, las publicaciones pasan a ser parte de las piezas de comunicación que contribuyen con el marketing académico de las instituciones, las publicaciones tienen un valor determinante; valor que se puede evidenciar en la marca institucional en la medida en que los investigadores y los editores responden, los primeros por el conocimiento que hacen público y visible y, los segundos, por cuanto deben responder por la evaluación por pares y el tipo de artículos que se publican, teniendo en cuenta la calidad editorial, la accesibilidad y la visibilidad del conocimiento publicado.

En nuestro contexto estamos aprendiendo, en primer lugar, a evidenciar la gran visibilidad que la red y la publicación en *open acces* están generando a los contenidos que estamos haciendo visibles. En segundo lugar, demostrar que lo que comunicamos hoy tiene mayor probabilidad de ser usado como recurso, para construir o debatir conocimiento, esto permite generar impacto tanto en las comunidades de pares como en las comunidades no académicas. Estamos ante nuevos escenarios que implican nuevas responsabilidades, que comprometen el trabajo en cooperación y en red, y ésta es, por tanto, parte de nuestra agenda.

**María Constanza Aguilar Bustamante**  
Editora