

## **Sumario**

Preface. Mike Thelwall.....	7
1. Presentación.....	9
2. Los orígenes.....	13
2.1. Nacimiento de una nueva disciplina métrica.....	13
2.2. Controversia en la comunidad.....	20
2.2.1. Nomenclatura.....	21
2.2.2. Cobertura.....	22
2.2.3. Definición de cibermetría.....	28
2.3. Líneas de investigación.....	29
3. Cibermetría descriptiva.....	33
3.1. El espacio red.....	33
3.1.1. Enfoque conceptual.....	34
3.1.2. Enfoque cuantitativo y evolutivo.....	36
3.1.3. Enfoque topológico.....	55
3.2. Las unidades de análisis.....	63
3.3. Los indicadores cibernéticos.....	73
3.3.1. Indicadores de tamaño.....	75
3.3.2. Indicadores de mención.....	78
3.3.3. Indicadores de uso (lectura) y satisfacción (opinión).....	99
3.3.4. Indicadores topológicos.....	106
3.3.5. Indicadores formales.....	110
3.3.6. Indicadores combinados.....	111
4. Cibermetría instrumental.....	115
4.1. Métodos de medida, análisis y visualización.....	115
4.2. Robots y motores de búsqueda.....	118
4.2.1. Funcionamiento básico.....	118
4.2.2. Sesgos y limitaciones .....	121
4.2.3. Buscadores y comandos de consulta.....	124
4.2.4. Métodos de extracción de datos.....	126
4.3. Audiencia.....	131
4.3.1. Métodos de medición de la audiencia.....	132
4.3.2. Limitaciones técnicas y normativa asociada.....	135
4.3.3. Algunos servicios de audiencia web.....	136
5. Cibermetría aplicada.....	139
5.1. Cibermetría académica.....	139
5.2. Cibermetría social.....	143
5.3. Orientada al posicionamiento.....	150
5.4. Orientada a plataformas en red.....	150
5.5. Orientada a instituciones y empresas.....	153
5.6. Orientada a personas.....	155
6. Epílogo.....	159
7. Bibliografía.....	161