



Orduña-Malea, Enrique; Martín-Martín, Alberto; Ayllón, Juan M.; Delgado López-Cózar, Emilio. *La revolución Google Scholar. Destapando la caja de Pandora académica*. Prólogos de Peter Jacsó y Anne-Wil Harzing. Granada: Universidad de Granada y Unión de Editoriales Universitarias de España (UNE), 2016, 268 pp. ISBN: 978-84-338-5985-3.

*La revolución de Google Scholar* desvela su contenido en el subtítulo: “Destapando la caja de Pandora académica”, evidente alusión al mito griego sobre los males y desgracias de la vida, y que se refiere a la información que Google Scholar (GS en adelante) proporciona, y que permite evaluar el interés y el impacto de los documentos y de los autores que los publican.

Esta obra es el resultado de siete años de trabajo sobre el buscador académico y la herramienta susceptible de ser utilizada para evaluar la actividad científica. Emilio Delgado López-Cózar comenzó la investigación en 2008 con la sesión docente “Qué es y cómo utilizar Google Scholar”, dentro del *V Foro sobre evaluación de la calidad de la educación superior y de la investigación*, celebrado en San Sebastián.

Se presenta con los prefacios de los profesores Peter Jacsó y Anne-Wil Harzing, dos de los mejores concedores de GS. Jacsó pone en valor la competencia y experiencia de los autores para afrontar el tema, así como el análisis que llevan a cabo. Advierte de las sombras de GS y cita el secretismo relativo a la información como “la prestación fea mas característica” del buscador. Anne-Wil Harzing, creadora del software *Publish or Perish* que ha hecho factible el uso bibliométrico de GS, emite un veredicto al poner título a sus palabras introductorias: “Sacrificar un poco de precisión por una cobertura (mucho) más amplia”, y si bien indica que GS tiene importantes limitaciones, considera que juega un papel fundamental en la democratización del análisis de citas.

El libro se estructura en dos partes y diez capítulos, siete en la primera con el título “Google Scholar: el buscador académico universal”, y tres en la segunda denominada “La familia Google Scholar: Productos derivados oficiales e independientes”. En la primera parte se trata la génesis y evolución de GS, sus características como motor de búsqueda, su uso como herramienta de evaluación, que pretende cuantificar la productividad científica y su impacto en diferentes niveles, desde los autores hasta los contenidos (artículos, actas, capítulos de libro y libros). Se describe el proceso de captura de los datos, el tamaño y cobertura estimados y los elementos del proceso de búsqueda, todo ello plasmado en las fortalezas y debilidades. Así mismo se plantea el estado de la cuestión mediante el exhaustivo repaso de la literatura científica sobre el comportamiento de GS. En la

segunda parte se describen y analizan *Google Scholar Metrics for publications* y *Google Scholar Citations*, así como los productos independientes a la compañía gestados para ofrecer distintas herramientas bibliométricas.

Vayamos a las tripas para desmenuzar someramente los contenidos. El capítulo primero se dedica a los orígenes, la puesta en marcha, el arranque de GS el 18 de noviembre de 2004 con dos investigadores al frente (Acharya y Verstak) y el desarrollo del buscador hasta conseguir los primeros objetivos.

El segundo capítulo, titulado “Las dos caras de *Google Scholar* (I): El buscador académico”, presenta la difusión y penetración en todo el mundo. Se analizan las visiones de GS desde distintos sectores: bibliotecario, académico y bibliométrico, dependiendo de los intereses. En el análisis se realizan estudios sobre el grado de percepción de la calidad y utilidad del producto por parte de diferentes tipos de usuarios (estudiantes, investigadores y profesionales de la información) y, por otro lado, las investigaciones orientadas a comparar las prestaciones de GS con otros productos de información bibliotecarios (catálogos, bases de datos bibliográficas, herramientas de descubrimiento, etc.).

El capítulo tercero, “Las dos caras de *Google Scholar* (II): La herramienta de evaluación”, responde a los resultados del material recopilado por los autores con el producto *Google Scholar's Digest* creado por ellos en 2014. Se exponen los estudios realizados por varios investigadores, y se explican las luces y sombras sobre el h-index en GS. El cuarto capítulo se dedica a explicar el funcionamiento de GS en relación a los documentos académicos que se indizan, y se detallan los aspectos que se consideran para que el documento sea categorizado como tal. Del mismo modo se explica la consideración de Web Académica y la tipología de entidades que la componen. Se tratan pormenorizadamente el proceso y los requisitos de indización.

“El retrato de *Google Scholar*, quinto capítulo del libro esta dedicado a la cobertura (opaca y dinámica), tamaño y evolución de GS, concluyendo que se trata de la mayor base de datos académica que existe en la actualidad, “producto que incluye todas las tipologías documentales en la mayoría de idiomas y con una tasa de crecimiento superior tanto a *Web of Science Core Collection* como a *Scopus*.” En “El proceso de búsqueda en *Google Scholar*: Prestaciones y servicios” (capítulo 6) se describen los modelos básico y avanzado, detallando la configuración del sistema, y en “*Google Scholar* en la balanza: Fortalezas, debilidades y peligros” (capítulo 7), trazando las ventajas (“Sencillez de uso en las búsquedas, gratuidad y amplia cobertura”) e inconvenientes (“falta de control de calidad y opacidad”).

La segunda parte del libro la conforman tres capítulos sobre los productos: *Google Scholar Metrics* (El impacto de las revistas científicas), *Google Scholar Citations* (Los perfiles) y los productos derivados independientes. El primero se creó en 2012 y es un ranking de publicaciones científicas ordenado en función del h-index a partir de los datos de citas, que permite a los usuarios identificar las más influyentes revistas, congresos y repositorios; el segundo se puso en marcha en 2011 y surgió como servicio a los autores para generar un perfil donde se muestren los documentos publicados y recogidos en GS, así como el número de citas de cada uno de ellos. Se completa con el estudio de los productos independientes a la compañía:

*Publish or Perish, Scholarometer, H Index Scholar, Journal Scholar Metrics, Publishers Scholar Metrics, Proceedings Scholar Metrics y Scholar Mirrors.*

El texto se ilustra con figuras y gráficos explicativos, se resume en conclusiones acordes al trabajo realizado, y se remata con abundante y precisa bibliografía. Queda demostrado que, después de los creadores de *Google Scholar*, los autores de tan excelsa e imprescindible obra, son sin duda quienes más saben acerca de los secretos que atesora el buscador. Esto es ciencia, pasen y lean.

Juan Miguel Sánchez Vigil  
Facultad de Ciencias de la Documentación  
Universidad Complutense de Madrid  
jmvigil@ucm.es