

Análisis de las etiquetas de contenido de un banco de imágenes: *Agefotostock*

Travieso-Rodríguez, Crispulo¹; Rodríguez-Bravo, Blanca²

¹orcid.org/0000-0002-0774-0728. Universidad de Salamanca. ctravieso@usal.es

²orcid.org/0000-0002-9476-7602. Universidad de León, España. blanca.rodriguez@unileon.es

Tipo de contribución: Comunicación

Abstract

The main objective of this work is to analyze the labels assigned to the photographic documents in a specific commercial agency, Agefotostock, in order to know in what aspects they affect and what are the most common characteristics of these free descriptors. Among the nine thematic categories offered, the so-called People was chosen, since it was inferred a priori that it would be the one that could focus more on the same photograph. Finally, it was decided to select, within the aforementioned category, the first 100 photos recovered in the last fortnight of April 2019 ordered according to their popularity, which assured us to have a sufficiently large sample. The study of the sample was approached taking the following elements of analysis: number of labels assigned by photography; type and morphology of the terms; number of terms per label; percentage of content labels versus format tags or techniques; percentage of denotative and connotative labels, coincidence of labels and synonymy.

Resumen

El objetivo fundamental de este trabajo es analizar las etiquetas asignadas a los documentos fotográficos en una agencia comercial concreta, Agefotostock, con el fin de conocer en qué aspectos inciden y cuáles son las características más comunes de estos descriptores libres. De entre las nueve categorías temáticas ofrecidas, se optó por la denominada Gente, pues se infirió a priori que sería la que más enfoques podría aportar sobre una misma fotografía. Finalmente se optó por seleccionar, dentro de la categoría mencionada, las primeras 100 fotos recuperadas en la última quincena de abril de 2019 ordenadas en función de su popularidad, lo que nos aseguraba contar con una muestra suficientemente amplia. El estudio de la muestra se abordó tomando los siguientes elementos de análisis: número de etiquetas asignadas por fotografía; tipo y morfología de los términos; número de términos por etiqueta; porcentaje de etiquetas de contenido frente a etiquetas de formato o técnicas; porcentaje de etiquetas denotativas y connotativas, coincidencia de etiquetas y sinonimia.

Palabras clave: *Agefotostock*, bancos de imágenes, etiquetas, fotografías, indización.

1 Introducción

1.1 La indización de imágenes

Entre los elementos que condicionan la representación y la posterior recuperación de la información, uno de los más determinantes es la forma de presentación del contenido de los documentos. Y aunque tradicionalmente los presupuestos y pautas de este análisis se han aplicado a documentos escritos, las colecciones con otros componentes formales, como puedan ser las

fotográficas, sonoras o audiovisuales, precisan la adaptación de esas técnicas al código y al medio de transmisión específicos de estos datos.

En función de cómo son percibidos y procesados los documentos no bibliográficos, podemos señalar dos tipologías: visuales (imagen), que son asimilados a través de su compleja organización visual y que son sincrónicos; y sonoros, que son diacrónicos, esto es, lineales y supeditados al factor tiempo, en el sentido de que no pueden ser procesados de forma libre y voluntaria. A ello se añaden los documentos audiovisuales, que combinan imagen y sonido, y que también son lineales (Rodríguez Bravo, 1996).

Como señala Moreiro González (1993), así como estos dos últimos tipos de documentos pueden ser tratados de forma más similar al análisis de los textos escritos (bien sea porque la descripción se basa en el guion de la representación audiovisual o en la transcripción escrita del discurso oral), la indización de las imágenes implica una serie de peculiaridades. En palabras de Smit (1987), la descripción de una imagen nunca es completa y no se trata de una cuestión de nivel de especificidad. Quien trabaja con imágenes trabaja con más detalles, más información y, principalmente, con informaciones menos evidentes.

Dentro de las cualidades específicas que presenta la descripción de una imagen, además del ya mencionado carácter sincrónico, se ha de destacar también su transparencia (Smit, 1987), entendida como la correspondencia entre la realidad y su representación, entre lo mostrado y lo real. Su código icónico obliga a realizar una traducción al código verbal en el momento en que es sometida a análisis, con las dificultades que ello implica al obligar a traducir imágenes de realidades concretas a conceptos. Ello plantea ciertas limitaciones: pérdida de significado y exceso de ruido y distorsión, máxime si tenemos en cuenta que no existen imágenes de conceptos, sino de realidades, en virtud de la "transparencia" anteriormente aludida. Otras particularidades propias de este tipo de documentos son su adaptabilidad a distintos contextos (el mensaje informativo puede servir para ilustrar distintas situaciones, distantes incluso a aquella en la que fue producida) y, esta singularidad deriva de su polisemia, admitiendo distintas lecturas e interpretaciones en función del marco en que se contemple o de la persona que realice esa interpretación, como ya apuntaba Valle Gastaminza (1993). En el análisis de las imágenes interviene la memoria visual, produciéndose asociación de significados. En la interpretación visual influye el *background* y la personalidad del receptor (Acal Díaz, 2015) de ahí el interés en preservar todos los posibles significados de la imagen.

En el caso del análisis de las imágenes cobran relieve los recursos creativos o la retórica que componen su estructura formal, añadiendo un valor simbólico, connotativo y subjetivo a la información transmitida. El estilo define la función informativa (Vélez Cea, 2000), por ello al realizar un análisis de contenido debemos atender a la estructura plástica del documento y a los valores semánticos derivados de su iconicidad, funcionalidad, recursos connotativos y retórica, además de atender al texto si lo hay y a su relación con la imagen.

Según Valle Gastaminza (1993) el análisis de contenido de las imágenes se articula en dos niveles totalmente diferentes:

- Análisis morfológico, que estudia las características técnicas, formales y de composición de la imagen. Los aspectos morfológicos son trascendentales en la indización de las imágenes. La forma de fotografiar algo influye en su interpretación, dado que no existe la supuesta objetividad del documento visual. Por tanto, hay precisiones técnicas -el tipo de plano, el tipo de objetivo, la estructura de la representación, la luz, el eje de la toma, etc.- que son necesarias desde el punto de vista documental pues ayudan a discriminar tanto como los motivos representados (Rodríguez Bravo, 2000). Las demandas de información de los usuarios y sus criterios para aceptar los resultados de la búsqueda no se basan únicamente en los conceptos representados en el documento, el cómo se representan es tanto o más decisivo a la hora de la elección. La importancia de la forma en que se presenta el contenido es aplicable también

a los documentos escritos, como han puesto de relieve Espelt y Gascón (1999). Pero las variables a considerar son más en el caso de la imagen y su trascendencia mayor.

- Indización, que implica en primer lugar su transcodificación (Smit, 1987), la traducción de ciertos elementos de esa imagen desde un código icónico a un código verbal. La representación del contenido de la imagen atenderá a dos elementos diferentes: los elementos referencialmente existentes en la imagen –denotación- y lo que esas representaciones sugieren –connotación-. El contexto en el que se encuentra la imagen también sirve de ayuda para poder ser más precisos en algunas imágenes, como es el caso de fotografías científicas o de actualidad. Ese contexto puede venir dado por el texto que acompaña a la fotografía o por el reportaje en que se inserta. Asimismo, Valle Gastaminza (2002) argumenta que de los documentos en imagen se deriva una triple información, la denotada, la connotada y el contexto que es preciso descodificar para representarlos de forma adecuada y con ello facilitar su acceso y difusión. Pinto, García y Agustín (2002) abundan en esta línea estableciendo tres niveles para el análisis de contenido de los documentos visuales: descriptivo, identificativo e interpretativo.

En la sociedad contemporánea existe un dominio de lo visual. Donde su expansión ha sido mayor es en el ámbito publicitario como señalan Marcos, Sánchez y Villegas (2005). Las imágenes requieren, así, una atención prioritaria. En consonancia con su relevancia han sido numerosos los estudios que abordan esta temática. Podemos mencionar el estudio de Angus, Stuart y Thelwall (2010) que analiza las imágenes en Flickr para conocer la frecuencia de los términos usados para etiquetar el contexto de la ubicación de los documentos en imagen. Asimismo, cabe destacar el análisis llevado a cabo por Wu (2013) que indaga en el comportamiento del usuario en la búsqueda de imágenes, o el análisis de las características compositivas y técnicas llevado a cabo por Guimaraes, Almeida y Torres (2014). También resultan de interés algunos estudios basados en el análisis de los elementos icónicos del documento publicitario y la decodificación de la información connotada con fines persuasivos como es el de Acal Díaz (2015). En publicidad el análisis de la connotación, y la representación de sensaciones, sentimientos y emociones que despiertan en el receptor cobra especial significado.

1.2 Etiquetado con descriptores libres

Al margen de los aspectos relacionados con la descripción de fotografías desde el enfoque conceptual de su análisis, la representación también lleva aparejada la toma de decisiones en cuanto a cómo se representan los temas que la fotografía contiene. Y no es casual que sea precisamente este tipo de documento el que de forma más evidente se haya prestado a la descripción mediante etiquetas en lenguaje libre frente a la opción de los vocabularios controlados. En buena medida, esta circunstancia puede explicarse por la proliferación de plataformas y redes que facilitan la disponibilidad de fotografías en la red de manera colaborativa. Algo habitual en el escenario surgido tras la web social, el hecho de que la propia comunidad establezca sus formas de organizar el conocimiento de modo participativo se acentúa con la aparición de herramientas como Flickr, Pinterest, Instagram, etc. Un sistema de indización de abajo a arriba proporciona etiquetas orientadas a satisfacer las necesidades de los usuarios (Moreiro; Bolaños, 2018).

Frente al inmovilismo que se suele achacar a ciertos lenguajes documentales y su falta de actualización a la hora de adaptarse a nuevos conceptos, las folksonomías o etiquetados colaborativos han ido cobrando importancia en entornos cada vez más dinámicos, como las redes sociales y las herramientas en acceso abierto. Se han revelado, por tanto, como nuevos modelos de representación

de contenidos que permiten una organización y gestión social de la información digital (Rodríguez Roche; Pérez Sanchidrián, 2014). Este tipo de indización en lenguaje natural tiene mayor incidencia en aquellos contextos en los que no se precisa ningún conocimiento teórico previo para llevar a cabo la indización (Rodríguez Yunta, 2009).

Si bien la ausencia de control terminológico y de relaciones semánticas entre los conceptos dificulta la elaboración de estrategias de recuperación y la efectividad de las búsquedas, también es cierto que en algunos entornos se prima la descripción libre mediante etiquetas. Y esta tendencia también está implantándose en unidades y sistemas de información que por la naturaleza de la documentación que gestionan prefieren el empleo del lenguaje natural frente al mantenimiento de un sistema de organización de conocimiento más estructurado. En definitiva, prevalece el interés por conseguir una mayor exhaustividad en la descripción facilitada sobre la necesidad de buscar la máxima precisión de los conceptos recogidos (Soler Monreal; Gil Leiva, 2010).

Este es el caso de la indización de las imágenes. La lectura de la imagen es más rápida que la lectura de su resumen o de sus términos de indización de ahí que la elección de la imagen apropiada para el usuario debe realizarse por este comparando directamente imágenes. Así, en la indización de las imágenes existe una regla básica: potenciar la exhaustividad en detrimento de la precisión. La indización de las imágenes proporcionará un amplio abanico de términos que derivaran de los significados denotados por la imagen y proporcionados por el contexto –términos concretos-, los significados derivados de la connotación –términos abstractos- y aquellos que representan los aspectos de representación formal del contenido. Por último, conviene considerar que la representación de las acciones y actitudes observables en las imágenes requieren la introducción de formas verbales, y las cualidades de objetos y personas conducen a la incorporación de adjetivos. Es habitual el uso de sinónimos, singulares y plurales del mismo sustantivo y/o adjetivo o de varias formas verbales. La exhaustividad trae aparejada un alto grado de redundancia en la indización.

2 Objetivo y metodología

El objetivo fundamental de este trabajo es analizar las etiquetas asignadas a los documentos fotográficos en una agencia comercial concreta, con el fin de conocer en qué aspectos inciden y cuáles son las características más comunes de estos descriptores libres. Se trata de analizar, en un contexto no académico, qué prácticas o patrones de descripción se revelan como más frecuentes en la indización de imágenes cuando no se emplea un vocabulario controlado.

2.1 Selección de la fuente de datos.

Entre los distintos recursos posibles para recopilar documentos fotográficos que contasen con una descripción de contenido se optó por emplear *Agefotostock*¹, agencia fotográfica fundada en 1973 en Barcelona que pone a disposición en su web una amplia colección de imágenes que comercializa para diversos usos. En concreto, gestiona los derechos de reproducción de imágenes fotográficas y clips de vídeo para su uso en el sector corporativo, editorial, publicitario y de diseño. Con oficinas en Barcelona y Madrid y propietaria de compañías en Nueva York y París, está especializada en *hosting* y distribución de fotografía de stock a través de su propia plataforma.

Esta elección obedeció a varias razones. Por un lado, se comprobó que era una fuente de información que permitía la consulta pública a partir de etiquetas de contenido. Además, el número de descriptores asignados a las fotografías era lo suficientemente amplio para aplicar diversos criterios de análisis. Como se pensaba estudiar aspectos lingüísticos concretos, también el hecho de que las palabras clave estuviesen en castellano fue un aspecto favorable en la consideración de esta

¹ <https://www.agefotostock.com/age/es/>

fuente como objeto de análisis. Por último, se estimó como relevante que no perteneciese a un ámbito académico, sino que sirviera de base para distintas actividades (comerciales, publicitarias, artísticas).

2.2 Selección de la muestra

De entre las nueve categorías temáticas ofrecidas, se optó por la denominada *Gente*, pues se infirió a priori que sería la que más enfoques podría aportar sobre una misma fotografía. Como se comprobó en las consultas iniciales, la presencia de significados connotativos era previsiblemente mayor que en otras categorías más neutras, en las que se tendía a aplicar unas etiquetas más ajustadas a lo representado realmente en la fotografía.

Finalmente se seleccionaron, dentro de la categoría mencionada, las primeras 100 fotos recuperadas en la última quincena de abril de 2019 ordenadas en función de su popularidad, lo que nos aseguraba contar con una muestra suficientemente amplia.

2.3 Criterios de análisis

El estudio de la muestra se abordó tomando los siguientes elementos de análisis:

- Número de etiquetas asignadas por fotografía.
- Número de términos por etiqueta.
- Morfología de los términos.
- Porcentaje de etiquetas de contenido frente a etiquetas de formato o técnicas.
- Porcentaje de etiquetas denotativas y connotativas.
- Coincidencia de etiquetas y sinonimia.

3 Resultados

3.1. Número de etiquetas asignadas por fotografía

Se recopiló un total de 6775 etiquetas, lo que devolvía un número medio de etiquetas asignadas por fotografía más elevado de lo que se había estimado en un principio; ello da muestra de la exhaustividad de la indización de este banco de imágenes. De ese total, se eliminaron las que estaban repetidas en el conjunto, resultando una lista de 1921 etiquetas. Estas fueron verificadas, para descartar las que tenían algún error tipográfico o formal, lo que hizo que la muestra final estuviese conformada por 1913 etiquetas.

En el análisis de la composición y la morfología de las palabras clave que mostramos a continuación se han descartado las etiquetas representadas por números (un total de 73 etiquetas); todas ellas hacían referencia a rangos de edad de las personas representadas en la fotografía. La forma más habitual en que ese concepto estaba redactado era mediante números unidos por guion (por ejemplo, “25-29”), si bien se observaron variantes formales de ese mismo concepto que solo aportaban redundancia a la indización.

3.2. Número de términos por etiqueta

En relación con la estructura de las etiquetas, la más frecuente es la de unitérminos o etiquetas simples (78,52%) frente a las etiquetas compuestas o sintagmáticas (21,48%). En el caso de las

palabras clave compuestas dominan las conformadas por dos términos (11,87%) seguidas por las estructuradas en tres partes o cuatro partes (6,83%) y (2,60%) respectivamente. La presencia de etiquetas de 5 y 6 palabras es meramente testimonial. La tabla I muestra la composición de las etiquetas sintagmáticas.

N.º de palabras	Etiquetas	Porcentaje
1	1448	78,52%
2	219	11,87%
3	126	6,83%
4	48	2,60%
5	2	0,10%
6	1	0,05%
Total	1844	100%

Tabla I: Número de términos por etiqueta

Se constata, por tanto, una tendencia a la sencillez en la indización siempre que es posible. No obstante, la precisión en la representación de los conceptos específicos hace necesario combinar términos en algunas ocasiones.

3.3. Morfología de los términos

La morfología es extremadamente variada, habiéndose identificado 54 formas entre las que predominan las siguientes: sustantivo común (946 ocurrencias), adjetivo (276 ocurrencias) y la fórmula nombre + adjetivo (137 ocurrencias). En la siguiente tabla puede observarse esa heterogeneidad, pues recoge las distintas secuencias morfológicas encontradas y que al menos se repetían en dos ocasiones.

Secuencia morfológica	N.º de etiquetas
Sustantivo común	946
Adjetivo	276
Nombre + Adj	137
Verbo	135
Nombre + Prep + Nombre	90
Nombre propio	82
Numerales	73

Adj + Nombre	29
Nombre + Prep + Art + Nombre	25
Adverbio	10
Nombre + Nombre	10
Prep + Nombre	8
Abreviatura	6
Pronombre	5
Art + Nombre	4
Nombre + Conj + Nombre	4
Adv + Adj	3
Nombre + Prep + Adj + Nombre	3
Nombre + Prep + Nombre + Adj	3
Prep + Adverbio	3
Prep + Art + Nombre	3
Adj + Prep + Art + Nombre	2
Adv + Art + Nombre	2
Adv + Prep + Nombre	2
Prep + Nombre + Prep + Nombre	2

Tabla II: Secuencias morfológicas de las etiquetas, según su frecuencia.

Al margen de estas, se pudo identificar además otras 22 secuencias, representadas con solo una etiqueta, y donde la variedad llegó incluso a etiquetar conceptos con una conjunción (“and”). Esta circunstancia no es ajena a cualquier indización en lenguaje natural en la que ni antes ni después de la descripción se realiza ningún tipo de control del vocabulario.

En todo caso, si observamos la lista de términos recopilados desde la óptica de las pautas tradicionales o normativas de asignación de términos, llama la atención el abundante uso del adjetivo, bien acompañando a un nombre o bien como un término de indización en sí mismo (“alegre”, “azul”, “ensimismado”), algo, por otro lado, muy habitual en la práctica y aplicación del etiquetado social, así como imprescindible en las fotografías de una categoría que muestran gente con unas características y actitudes concretas. En cuanto a los nombres propios, todos ellos hacían referencia a aspectos geográficos, como forma de situar donde fue tomada la fotografía en cuestión – si bien en la mayoría de estos casos, se trataba de un lugar no identificable en la fotografía, por lo que a efectos de recuperación de la información no encajaría con una descripción de contenido -.

Otra de las directrices comunes en la indización es evitar el uso de verbos y optar por las formas sustantivadas. De hecho, los vocabularios controlados tradicionalmente se han limitado al uso de sustantivos y formas sustantivadas. No obstante, la indización de las imágenes requiere la presencia de verbos para representar acciones como constatan diversos estudios (García Jiménez, 2007; Marzal García-Quismondo et al., 2002). En cuanto a las formas verbales identificadas en la muestra, cabe señalar que la gran mayoría se correspondía con la forma no personal gerundio (“subiendo”, “sujetando”, “restaurando”), como una vía directa y sencilla de describir exactamente *qué está sucediendo* en la fotografía. Esta preeminencia era así tanto cuando se trataba de etiquetas verbales simples como cuando estaban formadas por más palabras (“mirando de reajo”, “saludando con la mano”).

En lo que respecta a los adverbios recogidos, solo hubo dos tipos: o de modo (“curiosamente” “convenientemente”) o de lugar (“encima”, “dentro”). Si bien ambos son susceptibles de ser empleados en una descripción discursiva de una imagen, su utilidad o adecuación en la recuperación de información mediante palabras clave es bastante deficiente.

En cuanto al uso de los conceptos en su forma singular o plural, y tras descartar los tipos de palabras que no admiten variación de número (nombres propios, formas verbales y adverbiales), se comprobó que para el resto (1656 etiquetas) predominaba de forma incontestable el singular (así estaba redactado el 89,85%) frente al plural (que solo representaba un 10,15%). Este dato, esperable en todo caso, contradice también lo habitual en otros entornos donde se hace uso de vocabularios controlados. También cabe reseñar que apenas se dieron casos en los que se asignaban a los documentos ambas formas, práctica habitual cuando se prima la exhaustividad sobre la precisión.

3.4. Palabras clave de contenido/técnicas

Al cotejar si las etiquetas se referían a aspectos técnicos o reflejaban el contenido mismo de la foto, la inmensa mayoría era de esta última condición (98,59%), mientras que solo 27 etiquetas hacían referencia a alguna cuestión técnica del documento (como “plano cenital”, “plano americano”, “soft focus”), no alcanzando el 2%. En este sentido, se considera importante tener en cuenta la incidencia de la elección de la fuente de los datos que se ha empleado en este estudio y el público al que va dirigido principalmente, pues no deja de ser una agencia que prima el aspecto comercial o publicitario frente a consideraciones del ámbito profesional de la fotografía y sus métodos.

Sobre la adecuación o no de la descripción a los elementos objetivamente representados, predominan las que se dedican a describir el contenido de la imagen por medio fundamentalmente de etiquetas denotativas (70,17%) frente a un 29,83% de palabras clave connotativas, esto es, destinadas a describir lo que la imagen sugiere o representa en nuestro contexto cultural. En este último grupo encontramos tanto términos concretos que no están representados de forma explícita en la fotografía y cuya inferencia implica subjetividad (como, por ejemplo, “viajes de negocios”, “fin de semana”, “soltería”) como términos abstractos que de por sí no pueden estar reproducidos mediante una imagen, pero pueden estar implícitos para el uso posterior que pretende darse a la imagen (“liderazgo”, “sentimiento positivo”, “incomunicación”).

3.5. Coincidencia de etiquetas y sinonimia

En cuanto a la presencia de términos coincidentes, se identificó, como se ha comentado anteriormente, un elevado número de términos redundantes en la muestra seleccionada, superando el 70%. Estos términos muestran además poca uniformidad y abundancia de sinonimia o de formas distintas de la misma familia semántica. En lo que se refiere a las etiquetas más repetidas, la tabla III muestra las que fueron asignadas al menos a 30 fotografías distintas del total analizado.

Etiqueta	N.º de veces asignada
Gente	98
Color	88
Raza Blanca	64

Día	63
Mujer	61
Adulto	59
Exteriores	55
Hombre	51
Imagen	44
Fotografía	44
Adulto Joven	43
Interior	42
Sonrisa	40
Ocio	37
Lifestyles	37
Apariencia	37
Sólo Una Mujer	36
Foto	36
Europeo	36
Sexo Femenino	35
Vista	34
Sexo Masculino	32
Una Persona	31
Horizontal	31
Feliz	31
Mirando	30

Tabla III: Etiquetas más frecuentes.

Como se observa en esa relación, las etiquetas más comunes aluden a descripciones de las figuras humanas que aparecen en las fotografías, haciendo referencia fundamentalmente a aspectos muy básicos de su presencia: género (“mujer”, “hombre”, “sexo femenino”, “sexo masculino”), o a su origen étnico o procedencia (“raza blanca”, “europeo”). Llama la atención que precisamente el título dado a la colección (“gente”) sea precisamente la etiqueta más empleada (98 de las 100 fotos la contenían), lo que merma absolutamente su capacidad como término de búsqueda y filtro de información. La segunda por orden de frecuencia fue “color”, si bien hay que señalar que no es que las 12 fotos a la que no se había asignado este concepto estuviesen en blanco y negro, con lo que la consistencia de esta asignación ha de cuestionarse.

También es destacable la aparición como etiquetas recurrentes de algunos términos con bajo poder semántico o discriminador a la hora de realizar búsquedas de información específicas en este tipo de colecciones (“apariencia”, “vista”).

Sin embargo, parece lógico que determinadas palabras descriptivas sobre el entorno de una imagen sí aparezcan entre las más empleadas (“exteriores”, “interior”, “día”). Por último, se detectaron etiquetas frecuentes que, más que encaminadas a la descripción del contenido, parecen haberse asignado indefectiblemente al tipo de documento sin la intención de que se empleen en la búsqueda (“foto”, “imagen”, “fotografía”).

Se consignaron 93 etiquetas que estaban escritas en otro idioma (92 de ellas en inglés y una en latín (“*Triticum astivum*”). Entre las de origen anglosajón, las más comunes fueron “lifestyles” (37 ocurrencias), “millenials” (15 ocurrencias).

4 Conclusiones

Los resultados muestran una indización muy exhaustiva, hecho que es generalizado en la indización de las imágenes dado que el ruido que pudiera generarse en la recuperación es asumible habida cuenta de la capacidad humana de seleccionar de un vistazo las imágenes más convenientes.

Predominan las etiquetas conformadas por un único vocablo, es decir los unitérminos que son mayoritariamente sustantivos, si bien la presencia de adjetivos y verbos no es desdeñable como cabía esperar para poner de manifiesto cualidades y acciones observables en las imágenes. Como se ha señalado, la tendencia a asignar este tipo de términos es una práctica particular del tratamiento de las imágenes y resultan claramente necesarios para señalar el comportamiento y la actitud de las personas fotografiadas; otra cuestión sería si la abundancia de secuencias morfológicas observadas facilita o entorpece la búsqueda si esta se realiza de forma textual y no mediante la visualización consecutiva de imágenes.

Destaca el dominio del singular contrariamente al uso habitual en la indización de documentos bibliográficos donde los sustantivos se formalizan en plural si representan realidades contables y solo en singular cuando representan conceptos abstractos o incontables. Creemos que en este caso son los conceptos connotativos los que refuerzan el uso del singular utilizado, asimismo, para identificar realidades referenciales únicas en las imágenes estudiadas. En general, también serían esos términos con carga semántica implícita (no denotativa) los menos redundantes en el conjunto analizado.

La presencia de etiquetas que reflejan aspectos compositivos y técnicos es sorprendentemente reducida; ello denota que *Agefotostock* considera que la selección de las fotografías es preferible realizarla por los aspectos propiamente de contenido y que el enfoque, tipo de plano, estructura formal, formato etc., debe valorarlo el usuario directamente visionando la imagen. Sí se señalan, algunos aspectos formales del contenido por medio de etiquetas que describen el entorno o el momento de la toma. Consideramos posible que en otras categorías en las que *Agefotostock* reúne las imágenes la presencia de las etiquetas compositivas cobren una mayor relevancia.

La ausencia de control del vocabulario implica una alta redundancia, por medio del uso de diversas formas para el mismo concepto: variantes en género, número, estructura, utilización de sinónimos e incluso asignación de términos con la misma raíz o de la misma familia para una sola fotografía.

En siguientes trabajos pretendemos aplicar la metodología testada a las demás categorías del banco de imágenes para así poder determinar con mayor precisión las líneas generales de actuación en la indización de *Agefotostock*. Asimismo, nos proponemos extender el análisis a otros proveedores de imágenes similares. Como línea de investigación complementaria, puede ser adecuado llevar a cabo estudios sobre cómo realizan las búsquedas los usuarios de este tipo de bases de datos fotográficas, pues se infiere que el uso final que se hará de los documentos y la propia tipología de estos determina en gran medida su descripción y descubrimiento.

5 Referencias

- Acal Díaz, I. Metodologías para el análisis de la imagen fija en los documentos publicitarios: revisión y aplicaciones. *Revista General de Información y Documentación*, vol. 25-2, p. 425-446.
- Angus, E.; Stuart, D.; Thelwall, M. (2010). Flickr's potential as an academic image resource: an exploratory study. *Journal of Librarianship and Information Science*, vol. 42, n. 4, p. 268-278.
- Espelt, C.; Gascón, J. (1999). La rebelión de las formas: los aspectos formales del contenido como elemento de recuperación. En *4º Congreso ISKO-España*. Granada: Universidad de Granada, p. 321-330.
- García Jiménez, A. (2007). Tesoros y ontologías para las fotografías. En M. P. Amador Carretero, J. Robledano Arillo, M. R. Ruiz Franco (coord.). *Quintas Jornadas Imagen, Cultura y tecnología*. Madrid: Archiviana. P. 23-32.
- Guimarães Pedronette, D. C.; Almeida, J., Torres, R. (2014). A scalable re-ranking method for content-based image retrieval. *Information Sciences*, n. 265, p. 91-104.
- Marcos Recio, J. C.; Sánchez Vigil, J. M.; Villegas Tovar, R. (2005). La imagen en la publicidad: la fotografía al servicio de la documentación publicitaria y los derechos de autor. *Scire*, vol. 11, n.2, p. 119-132.
- Marzal García-Quismondo, M.; Beltrán Orenes, P.; Morato Lara, J.; Llorens Morillo, J.; Moreiro González, J. A.; Sánchez Cuadrado, S. (2002). Propuesta para la utilización de estructuras verbales aplicadas a la recuperación y representación de la información. *Scire*, vol. 8, n. 1, en.-jun., p. 95-102.
- Moreiro González, J. A. (1993). *Aplicación de las ciencias del texto al resumen documental*. Madrid: Universidad Carlos III/Boletín Oficial del Estado.
- Moreiro González, J. A. (2001). Significantes y significados en el análisis documental de la imagen. En: *Catalogación de documentos: teoría y práctica*. Madrid: Síntesis, p. 395-418.
- Moreiro González, J. A., Bolaños Mejías, C. (2018). Folksonomy indexing from assignment of free tags to setup subject: a search analysis into the domain of legal history. *Knowledge Organization*, vol. 45, n. 7, p. 574-585.
- Pinto Molina, M., García Marco, F. J., Agustín Lacruz, M. del C. (2002). *Indización y resumen de documentos digitales y multimedia. Técnicas y procedimientos*. Gijón: Trea.
- Rodríguez-Bravo, B. (1996). La indización de documentos no bibliográficos. *Accademie e Biblioteche d'Italia*, año LXIV, n. 3, p. 47-54.
- Rodríguez-Bravo, B. (2000). El tratamiento documental de la imagen fotográfica: su enseñanza en la Universidad de León. En *6es Jornades Antoni Varés. Imatge i recerca*. Gerona: Ayuntamiento de Gerona, p. 205-211.
- Rodríguez Roche, S., & Pérez Sanchidrián, E. (2014). Aproximación al estudio de la objetivación de la realidad cubana en la blogosfera nacional a través de los términos de representación de la información. *Anales de Investigación*, 10(10), p. 20-36.
- Rodríguez Yunta, L. (2009). Etiquetado libre frente a lenguajes documentales. Aportaciones en el ámbito de Biblioteconomía y Documentación. En Lloret Romero, N. (ed.). *IX Congreso ISKO-España*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia (Vol. 2), p. 832-845. Recuperado a partir de <http://digital.csic.es/handle/10261/12295?mode=full&locale=es>
- Smit, J. W. (1987). A análise da imagen: um primeiro plano. En: J. Smit (coord.). *Análise documentaria: a análise da síntese*. 2ª ed. Brasília:IBICT, p. 99-111.
- Soler Monreal, C., & Gil Leiva, I. (2010). Posibilidades y límites de los tesauros frente a otros sistemas de organización del conocimiento: folksonomías, taxonomías y ontologías. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 33(2), p. 361-377.
- Valle Gastaminza, F. del. (1993). El análisis documental de la fotografía. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, n. 2 (junio), p. 43-48.

Valle Gastaminza, F. del. (2002). Indización y representación de los documentos visuales y audiovisuales. En José López Yepes (coord.). *Manual de Ciencias de la Documentación*. Madrid: Pirámide. P. 467-485.

Vélez Cea, M. (2000). La imagen condicionada. Granada: Galería Virtual.

Wu, Y. (2013). Indexing historical, political cartoons for retrieval. *Knowledge Organization*, vol. 40, n. 5, p. 283-2914.