# METODOLOGÍA

Este proyecto es un punto de partida y, como tal, aborda temas de muy diversa índole en los que se podrá profundizar más adelante.

La complejidad del objeto de estudio ha significado que hemos tenido que ceñirnos a los datos disponibles que podíamos trabajar en el corto espacio de tiempo que teníamos.

Por otra parte, hemos intentado en este sitio no marear al lector con demasiados gráficos centrándonos solamente en aquellos que nos resultaron significativos para analizar la cuestión. Si el lector está interesado puede consultar las fuentes y ampliar la información.

En relación al aparato CONSUMO Y RESPONSABILIDAD, hemos ampliado el análisis temporal al año 2006, fecha en que se generaliza de forma masiva el uso de Internet en ordenadores y dispositivos móviles. La elección de este año es arbitraria pero hemos querido ampliar el horizonte temporal para poder analizar la tendencia del comportamiento del consumidor de los últimos 10 años.

Para los datos de consumo en Internet nos hemos basados en dos fuentes de referencia: las encuestas que lleva realizando [Navegantes en la red](http://www.aimc.es/-Navegantes-en-la-Red-.html) (AIMC) desde el año 1996 y la [Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnología de la información y comunicación de los hogares](http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176741&menu=ultiDatos&idp=1254735976608) que realiza el INE de forma trimestral.

En cuanto a los datos sobre preocupación por la privacidad, hemos tenido en cuenta la información que nos da la mencionada encuesta de Navegantes en la Red. Es importante reseñar que esta encuesta, que es ya una referencia en el sector, empieza a preguntar cuestiones sobre la privacidad de forma más explícita con la generalización en el uso de las redes sociales.

Por otra parte, en las memorias del [Consejo de consumidores y Usuarios](http://www.consumo-ccu.es/memorias.asp) hemos tenido acceso a las denuncias y reclamaciones que hacen los usuarios en relación a asuntos que tienen que ver con datos personales.

Asimismo, hemos elaborado un pequeño sondeo para conocer mejor el entorno en el que nos movemos. Las conclusiones no se pueden generalizar ya que no se cumple con el rigor de muestreo de una encuesta profesional pero hemos querido conocer un poco qué percepción tiene nuestro entorno en relación a la privacidad y las empresas. Las conclusiones son las que aparecen en el apartado. Para realizarla hemos usado [Tyform](https://www.typeform.com/) y la hemos lanzado a través de redes sociales y contactos personales durante 15 días obteniendo 218 respuestas.

Por último, si bien [Amnistía Internacional](https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/temas/vigilancia-masiva/) no tiene datos concretos para España sobre vulneraciones al derecho a la intimidad sí que nos han facilitado los resultados de la encuesta que realizaron sobre vigilancia masiva, asunto en el que están muy implicados.

En cuanto al apartado CIFRAS COJAS nos hemos basados en dos fuentes: las memorias de la AEPD que son bastante detalladas. Aunque no están disponibles en formatos amigables, ha sido posible copiar tablas de PDF a Excel. Esto ha facilitado enormemente la tarea. Por el contrario, los [Informes de Cibercriminalidad](http://www.interior.gob.es/documents/10180/3066430/Informe+Cibercriminalidad+2015.pdf/c10f398a-8552-430c-9b7f-81d9cc8e751b) del Ministerio del Interior, aunque son un gran avance en relación a otros años, no nos dan datos del todo claros para el común de los mortales. Si bien, mucha de esa información está en Excel, hay otra que solo está disponible en PDF. Sin embargo, el principal escollo es que estos informes se empezaron a elaborar en el año 2013 por lo que no contamos con muchos años para analizar. Por otra parte, la información contenida no es la misma para todos los años por lo que es difícil obtener datos de evolución.

Hemos complementado esta información con una entrevista a un experto en protección de datos que se ofreció a ser entrevistado. Hemos incluido esta entrevista porque nos parece que es didáctica y acerca en un lenguaje llano las distintas dimensiones de la privacidad.

Para el GLOSARIO, hemos tenido en cuenta los términos que nos parecen cruciales para entender la cuestión de la privacidad. Evidentemente hemos tenido que ceñirnos a las palabras que hemos considerado más relevantes aunque esta lista es susceptible de ser ampliada y no deja de ser arbitraria. No hemos querido ser demasiado jurídicos ya que entendemos que la privacidad tiene diversas dimensiones y no todas ellas pasan por el derecho. Simplemente, hemos querido ser didácticos con el lector novato.

Además, hemos contactado con distintos profesionales y asociaciones que han complementado la información de este proyecto así como también hemos consultado informes y bibliografía. Los mismos se citan en los artículos.

En cuanto a la parte técnica, hemos utilizado una plantilla de [HTML5](https://html5up.net/future-imperfect) que nos ha parecido fácil e intuitiva. Para los gráficos hemos utilizado [Infogr.am](https://infogr.am/). La idea central fue intentar que haya la menor cantidad de elementos visuales haciendo fácil para el lector llegar a la información deseada. La misma, además, ha sido fragmentada en secciones que hemos intentado que no sean excesivamente largas, teniendo en cuenta además que cada vez más los lectores acceden a contenido web a través de dispositivos móviles. Los apartados hemos intentado que sean lo más minimalistas y explicativos posibles siendo este asunto especialmente difícil.