

# ÍNDICE

ABREVIATURAS.....	9
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>11</b>
1. <i>El control espacial de lugares públicos.....</i>	11
2. <i>El empleo de videocámaras en lugares públicos como objeto de la investigación.....</i>	14
<b>II. RÉGIMEN JURÍDICO DE UTILIZACIÓN DE VIDEOCÁMARAS DE VIGILANCIA EN LUGARES PÚBLICOS.....</b>	<b>23</b>
1. <i>El derecho fundamental a la protección de datos de carácter personal.....</i>	23
2. <i>El uso de videocámaras dentro del régimen jurídico de protección de datos personales.....</i>	28
2.1. <i>La imagen como dato de carácter personal.....</i>	29
2.2. <i>El tratamiento de la imagen como dato de carácter personal.....</i>	30
2.3. <i>Regulación general del tratamiento de la imagen como dato de carácter personal.....</i>	36
2.4. <i>El tratamiento de la imagen en el ámbito personal y doméstico.....</i>	44
2.5. <i>El tratamiento de la imagen con fines gerenciales en el ámbito laboral.....</i>	46
2.6. <i>El tratamiento de la imagen con fines de vigilancia y seguridad de lugares privados de acceso público.....</i>	48
3. <i>El uso de videocámaras en lugares públicos: Régimen jurídico específico.....</i>	62
3.1. <i>Ámbito de aplicación y principios de utilización.....</i>	64
3.2. <i>Procedimiento de autorización de la instalación de videocámaras.....</i>	73
3.3. <i>Protección de los derechos de los ciudadanos.....</i>	77
<b>III. LA EFICACIA DE LAS VIDEOCÁMARAS: UN ESTUDIO EMPÍRICO.....</b>	<b>89</b>
1. <i>Las cámaras de videovigilancia en las calles de Málaga.....</i>	89
2. <i>Estudios precedentes evaluadores del impacto de videocámaras en la reducción de la delincuencia.....</i>	94
3. <i>Objetivo e hipótesis.....</i>	97
4. <i>Metodología.....</i>	98
4.1. <i>Los datos policiales.....</i>	102
4.2. <i>Las encuestas a ciudadanos.....</i>	103
4.3. <i>Las encuestas a comerciantes.....</i>	107

4.4. Las entrevistas a operadores y responsables del sistema de videovigilancia.....	107
<b>5. Resultados</b> .....	<b>108</b>
5.1. El impacto de las videocámaras en la delincuencia según los datos policiales.....	108
5.2. La percepción de la delincuencia y la victimización en los ciudadanos.....	113
a. Características sociodemográficas .....	113
b. Percepción de la delincuencia .....	119
c. La victimización de los ciudadanos .....	127
5.3. La percepción de la delincuencia y la victimización en los comerciantes.....	131
a. Descripción de la muestra .....	131
b. Percepción de la delincuencia.....	133
c. La victimización de los comerciantes.....	134
5.4. La opinión ciudadana sobre la eficacia de las videocámaras .....	134
5.5. La información proporcionada por determinados operadores y responsables del sistema de videovigilancia ....	137
<b>6. Correspondencia con hipótesis</b> .....	<b>143</b>
 <b>IV. CONCLUSIONES</b> .....	 <b>145</b>
 <b>ANEXOS</b> .....	 <b>155</b>
<i>Anexo I. Ficha técnica de las encuestas a ciudadanos</i> .....	155
<i>Anexo II. Modelo de encuesta dirigida a los ciudadanos</i> .....	156
<i>Anexo III. Modelo de encuesta dirigida a los comerciantes</i> .....	162
 <b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	 <b>165</b>
 <b>JURISPRUDENCIA CITADA</b> .....	 <b>169</b>
 <b>RESOLUCIONES DE LA AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS, CITADAS</b> .....	 <b>171</b>
 <b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	 <b>173</b>
 <b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	 <b>175</b>