

Disuadiendo a los delincuentes con información: Evidencia de una campaña aleatorizada de afiches en Bogotá¹.

Enzo Nussio
Centro de Estudios de Seguridad, ETH Zurich, Suiza.
Correo: enzo.nussio@sipo.gess.ethz.ch

Ervyn Norza Céspedes
Jefe del Observatorio del Delito.
Dirección de Investigación Criminal e INTERPOL,
Policía Nacional de Colombia.

Resumen

En este artículo evaluamos si una campaña con información aislada puede disuadir a los delincuentes apelando a su percepción de riesgo de aprehensión. Una prueba controlada aleatorizada fue conducida en 154 manzanas (bloques de viviendas) de alto crimen en Bogotá. Con el apoyo de la Policía colombiana, la mitad de las manzanas fueron expuestas durante tres meses a una campaña de afiches que informaban el número de "capturas alrededor de esta cuadra" y la otra mitad a una condición de control sin tratamiento. La principal medida de resultado (crimen total registrado) y secundaria medida de resultado (llamadas a la línea de emergencia por hurtos, atracos y delitos menores – contravenciones), fueron proporcionadas por datos de los registros administrativos de la policía. Adicionalmente, la confianza en la policía, la percepción de seguridad y la percepción del desempeño de la policía, fueron medidas entre los residentes y los trabajadores en las áreas de tratamiento y control (N=616), utilizando una encuesta posterior al tratamiento. Las medidas se analizaron usando regresión lineal y pruebas t. A lo largo del período de tratamiento, el crimen premeditado se redujo, mientras que el crimen espontáneo se mantuvo sin cambios. Los niveles generales de criminalidad no se alteraron significativamente. Además, se puede detectar una reducción moderada del delito durante el primer mes del período de tratamiento. Los afiches fueron altamente visibles (el 93% de los encuestados en las áreas tratadas los recordaron) y los recibieron positivamente (al 67% les gustaron). Las percepciones de seguridad y policía entre los locales mejoraron, aunque no significativamente. Entre los residentes de Bogotá existe un sentimiento generalizado de impunidad y poca confianza en las autoridades, lo que hace de la ciudad, un caso difícil para una campaña de publicidad dirigida a los delincuentes. Las reducciones iniciales del crimen y las reducciones generales del crimen premeditado, son por lo tanto, dignas de resaltar.

¹ Este artículo se publicó en su versión en inglés, así: Nussio E, Norza Céspedes, E. (2018). Detering delinquents with information. Evidence from a randomized poster campaign in Bogotá. PLoS ONE 13(7): e0200593. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0200593>

Abstract

In this article, we test whether an isolated information campaign can deter criminals by appealing to their apprehension risk perception. A randomized trial was conducted around 154 high crime housing blocks in Bogotá. With support of the Colombian Police, half of the blocks were exposed to a three-month poster campaign reporting the number of “arrests around this street block” and half to a no-treatment control condition. The main outcome measure (total registered crime) and secondary outcome measures (calls to the emergency line for thefts and attacks, and minor wrongdoings) were provided by the Police. Additionally, trust in police, security perception, and police performance perception were measured among residents and workers in the treatment and control areas (N = 616) using a post-treatment survey. Measures were analyzed with linear regression analysis and two-sample t-tests. Over the course of the treatment period, premeditated crime was reduced, while spontaneous crime remained unchanged. Overall levels of crime were not significantly altered. Also, a moderate crime reduction is detectable during the first month of the treatment period. The posters were highly visible (93% of respondents in the treated areas recalled them) and positively received (67% “liked” them). Perceptions of security and police among locals improved, though not significantly. Inherent among residents of Bogotá is a pervasive feeling of impunity and low trust in authorities, making the city a hard test case for an offender-targeted advertising campaign. Initial reductions of crime and overall reductions of premeditated crime are thus noteworthy. These results align with key principles of apprehension risk updating theory.

Introducción

Una amenaza de disuasión creíble para los delincuentes comúnmente emana de la presencia física de la policía y la certeza relacionada con el castigo [1 , 2]. En términos más generales, como lo expresaron Zimring y Hawkins [3], "la amenaza de la disuasión tal vez sea mejor vista como una forma de publicidad". La disuasión es efectiva cuando los potenciales delincuentes actualizan su cálculo de riesgo para cometer un delito, específicamente el riesgo de ser aprehendido -capturado- [4 , 5]. Estudios anteriores han encontrado que la publicidad para esquemas de prevención de delitos en el Reino Unido [6], comunicación directa con miembros de pandillas y advertencias sobre las consecuencias legales de sus acciones en Boston [7], o la imagen de ojos que están mirando y los mensajes de advertencia que acompañan a los posibles ladrones de bicicletas [8], son formas efectivas de disuasión. Sin embargo, la publicidad sigue siendo "raramente empleada como parte de actividades rutinarias de aplicación" [9].

En colaboración con la Policía colombiana, diseñamos un estudio para probar el potencial de una campaña dirigida a los delincuentes, colocando afiches con los números de capturas (aprehensiones) reales en áreas de alta criminalidad de Bogotá. Nuestra intención era

aumentar la probabilidad percibida de captura entre los posibles delincuentes y cambiar su comportamiento posterior. El estudio se realizó como una prueba aleatorizada (randomized trial), utilizando como unidades de análisis 154 manzanas completas (bloques de viviendas), las cuales generalmente contienen cuatro segmentos de calles adyacentes. Se asignaron al azar setenta y siete manzanas para recibir la condición de tratamiento durante tres meses: afiches que informaban sobre los números de capturas en las inmediaciones, incluyendo también un mensaje de advertencia de refuerzo y una fotografía de las personas detenidas.

La campaña de afiches no afectó los informes generales de delitos durante todo el período de estudio, pero en línea con la teoría de la actualización del riesgo de aprehensión, redujo los delitos premeditados. Los delitos premeditados disminuyeron en un 24% (56 delitos) en el área de tratamiento y en un 7% (13 delitos) en el área de control. Además, durante el primer mes, los delitos disminuyeron en un 17% (19 delitos) en las áreas de tratamiento y no cambiaron en las áreas de control. Las percepciones de la población general no se vieron significativamente alteradas por el tratamiento, pero la percepción de seguridad, la confianza en la policía y la percepción del desempeño de la policía aumentaron. Además, los encuestados conocían de manera irresistible los afiches (el 93% de los encuestados en las áreas de tratamiento vieron los afiches frente al 3% en las áreas de control) y la mayoría les "gustó" (al 67% de los que vieron los afiches).

El presente estudio contribuye a la literatura existente y la práctica de política pública de tres maneras. Primero, usamos un tipo específico y único de comunicación. La información está diseñada específicamente para afectar el espacio que usan los delincuentes rutinarios. Nos centramos en la eficacia de la policía "alrededor de esta cuadra", mucho en el espíritu de la criminología basada en el lugar [10], y utilizó los números reales de capturas para estas zonas, ya que tienden a ser altas y, por lo tanto, sorprendentes, dado un sentido común de impunidad en Bogotá. Los números de captura, junto con un mensaje de advertencia, son difíciles de malinterpretar por los posibles delincuentes. En otras palabras, la comunicación en el afiche es una sugerencia directa para que los infractores actualicen su cálculo de riesgo de detención. No tenemos conocimiento de estudios previos que hayan proporcionado este tipo de información directa en una escala tan íntima. Además, a diferencia de estudios anteriores, nuestro objetivo es separar el mensaje del mensajero con el uso de afiches, a fin de reducir la confusión entre el efecto de la comunicación y el efecto de la presencia física del comunicador.

En segundo lugar, a nuestro entender, este estudio es el primero en probar una campaña de información dirigida a los delincuentes en un entorno de alto crimen en el Sur Global. Esto representa un entorno de prueba difícil considerando que la mayoría de los delitos quedan impunes en Colombia: la probabilidad de condena es inferior al 5% para hurtos y homicidios [11], lo que conduce a una percepción generalizada de impunidad asociada principalmente con un aparato judicial ineficiente [12]. Si bien Bogotá ha visto un proceso sostenido de

reducción de la violencia homicida en las últimas dos décadas [13], todavía se enfrenta a altos niveles de delincuencia común [14 , 15] y percepciones generalizadas de inseguridad [16.]. Por lo tanto, se necesita urgentemente la innovación en la prevención del delito en Colombia y América Latina de manera más amplia, pero los hallazgos de América del Norte y Europa no son necesariamente transferibles debido a las grandes diferencias en términos de capacidad y legitimidad del estado. Las condiciones de alcance de las teorías existentes siguen siendo, por lo tanto, poco comprendidas. Las autoridades locales en la ciudad de Bogotá, y también en Medellín, han reconocido la necesidad de producir conocimientos sobre la prevención del crimen con base local y han apoyado una serie de estudios en los últimos años. Los estudios recientes y actuales en estas dos ciudades incluyen, por ejemplo, intervenciones policiales en puntos calientes en Medellín y Bogotá [17 , 18]; El efecto de las cámaras de vigilancia y los proyectos de infraestructura en el crimen en Medellín [19 , 20]; y el efecto de una campaña de información integrada en la encuesta dirigida al público en general sobre las percepciones de seguridad en Bogotá [21].

En tercer lugar, y con respecto a la práctica de políticas públicas, esta campaña de afiches es una herramienta económica de baja tecnología que se puede adaptar e implementar fácilmente en otros contextos. Dados los resultados de este estudio experimental, se podría usar para acompañar las etapas iniciales de una estrategia más amplia para recuperar el control sobre los vecindarios de alta criminalidad. Además, podría ser efectivo en áreas con un gran número de delitos premeditados, como hurtos en tiendas, hurtos y venta ilegal de drogas. La audiencia general en América Latina parece estar abierta a tales campañas, pero el enfoque adoptado en este documento de ninguna manera implica que la prevención del delito no debería centrarse también y predominantemente en dinámicas sociales y económicas más amplias que impulsan altos niveles de delincuencia en los países en desarrollo [22].

Suministro de información, disuasión y criminalidad.

Argumentamos que la información sobre la efectividad de la policía puede afectar la percepción de riesgo de los delincuentes y disuadirlos de cometer delitos. Antes de especificar más esta propuesta, presentamos sus componentes principales, comenzando con la disuasión y la prevención del crimen. En una reciente revisión de literatura sobre la disuasión del crimen, Nagin [1 , 23], escribe que el efecto disuasivo se debe principalmente a la certeza del castigo y no a la severidad, y que el "efecto disuasivo de la certeza se debe casi exclusivamente a la probabilidad de aprehensión" [1]. A su vez, el riesgo percibido de aprehensión depende principalmente de la visibilidad y la presencia de la policía como guardián competente. Esto está en línea con la prevención de la delincuencia situacional que intenta abordar las causas inmediatas de la delincuencia relacionada con la oportunidad en lugar de la disposición del delincuente [24].

La visibilidad de la policía y su capacidad de disuasión han encontrado apoyo en una serie de experimentos sobre vigilancia policial en puntos calientes, comenzando con el estudio seminal de Sherman y Weisburd [25 , 26], sobre la dosis de la patrulla policial en los lugares críticos de Minneapolis. Un reciente meta-análisis de Braga et al. [2] en los puntos calientes, la vigilancia policial confirma en gran medida este hallazgo inicial. Más allá de la presencia directa de la policía, el uso de cámaras de vigilancia como sustitutos de la policía, a menudo en compañía de señales que indican su presencia, también ha tenido un efecto detectable de reducción del crimen [27 , 28], probablemente a través del mismo canal de percepción de aumento del riesgo.

Se podría argumentar que los oficiales de policía por su misma presencia comunican un mayor riesgo de aprehensión y, por lo tanto, disuaden a los delincuentes de cometer delitos. La pregunta que se aborda en el presente estudio es si la información que se transmite a través de la presencia policial se puede transmitir de otras maneras. Cullen y Pratt [29] preguntan "si la policía puede aumentar su notabilidad, para hacer que los delincuentes piensen en ellos y en los riesgos asociados de aprehensión, incluso cuando no estén presentes", para establecer un tipo de "supervisión virtual" [30]. Esto nos recuerda a la cita inicial de Zimring y Hawkins [3], afirmando que la amenaza de disuasión es una forma de publicidad. En línea con este razonamiento, Kennedy [9] también sostiene que "la disuasión se basa en la información disponible y las creencias de los delincuentes, no en el entorno objetivo real".

La evidencia empírica existente sugiere que la exposición a la información puede tener un efecto de prevención del crimen. Smith et al. [6] identifican un "beneficio anticipatorio de la prevención del crimen", cuando observan un efecto reductor del crimen de los anuncios que preceden a las actividades de prevención del crimen. Interpretan este hallazgo como indicativo del papel de la percepción: "En la medida en que las tácticas de reducción de la prevención del delito funcionan en absoluto, funcionan mediante cambios en la percepción" [6]. Otros estudios que utilizan diferentes tipos de comunicación para atacar a los delincuentes, han encontrado resultados similares. Kennedy et al. [7] encuentran que las reuniones con miembros de pandillas juveniles, durante el *Boston Gun Project*, enfocadas en las consecuencias de la ofensa, resultaron en una disminución mensurable de la violencia. Pickett et al. [4] muestran que, en el caso del delito de cuello blanco, la comunicación de riesgos de sanciones afecta la disposición de los participantes del estudio para cometer un delito. Nettle et al. [8] encuentran que un signo de mirar a los ojos, junto con un mensaje verbal, reduce el robo de bicicletas. Bowers y Johnson [31] identifican un gran potencial para campañas de publicidad a través de la revisión de una serie de estudios sobre lo que denominan "publicidad con fines preventivos", que incluye publicidad dirigida a los delincuentes y publicidad para las víctimas de delitos y al público en general, principalmente orientada a reducir las oportunidades de delincuencia [32 - 34].

Si bien existe un apoyo teórico y empírico inicial para un vínculo entre la publicidad dirigida a los delincuentes y la prevención del delito, varios aspectos de este vínculo no están bien establecidos y, por lo tanto, tenemos que basarnos en una serie de suposiciones. Primero, debemos asumir que la información sobre el riesgo de aprehensión, la severidad del castigo y otros aspectos relacionados con la disuasión no es totalmente transparente y no está disponible para el público en general ni para los delincuentes [9 , 35 , 36], aunque algunos delincuentes estén bien informados sobre sus probabilidades de ser capturados [37]. Este supuesto es importante ya que la provisión de información solo puede funcionar si la información que se proporciona tiene un valor novedoso para el público objetivo. Si los delincuentes estuvieran perfectamente informados, una campaña de información no podría producir ningún cambio.

En segundo lugar, los estudios existentes teorizan que el mecanismo a través del cual funciona la información es el ajuste del cálculo de los delincuentes, que la mayoría de los estudios no observan directamente. Las excepciones incluyen Pickett et al. y Schulz, que estudian directamente la actualización del riesgo de sanciones [4 , 38]. Para nuestro estudio, una implicación observable de este mecanismo sugerido es que la actualización del riesgo solo debería funcionar para delitos que implican un nivel mínimo de premeditación pero no para delitos que se llevan a cabo de manera espontánea.

En tercer lugar, si bien asumimos que el canal principal en el trabajo es un cambio en la percepción del riesgo de los delincuentes, no podemos descartar la influencia de otros canales en juego. Lo más importante es que los mensajes dirigidos a los delincuentes pueden tener efectos secundarios en otros ciudadanos, por ejemplo, aumentar el temor a la delincuencia [31, 32]. Si bien no se han identificado efectos positivos ni negativos en las actitudes de los ciudadanos para la vigilancia policial de los puntos calientes clásicos [39 - 41], las intervenciones basadas en la publicidad han ejercido efectos más positivos. Una intervención que informa sobre tendencias delictivas objetivas incluidas en un estudio de encuesta en Bogotá mejoró momentáneamente las percepciones de seguridad y eficacia de la policía [21], y una campaña de folletos en Londres tuvo un impacto positivo en la confianza en la policía [42]. Un cambio en la percepción más amplia de los ciudadanos puede tener efectos posteriores en la delincuencia; por ejemplo, a través de prácticas de denuncia cambiadas o el retiro de la vida pública.

Estrategia de investigación

Tratamiento

El tratamiento consistió en una campaña de afiches. Los afiches fueron claramente atribuidos a la policía colombiana y contenían el mensaje: “Piénsalo dos veces. En los últimos dos años, gracias a la comunidad, la policía ha arrestado a XX personas alrededor de esta

manzana. Delincuente, serás el siguiente” (S1 Fig.). El número de capturas se obtuvo a partir de informes de operaciones policiales a nivel del "cuadrante". Cuadrantes son la unidad más pequeña de administración de la policía en Bogotá, que contiene entre dos y aproximadamente 100 manzanas, dependiendo en gran medida del nivel de actividad delincuente. Los afiches informaron el número real de capturas en cada cuadrante, que osciló entre 44 y 439.

La campaña de afiches se implementó gradualmente durante diez días hasta que se cubrió toda el área de tratamiento, y luego se mantuvo durante tres meses (del 18 de agosto al 18 de noviembre de 2016). Dieciséis afiches por "manzana" (una manzana completa que generalmente incluye cuatro lados) fueron instalados inicialmente por policías entrenados previamente. Los policías estaban vestidos de civil durante la instalación de afiches y operaban a horas del día con poco volumen de tráfico. Además, el período de tratamiento solo comenzó una vez que se instalaron todos los afiches. Estas medidas de precaución se implementaron para limitar la posibilidad de confusión entre el mensaje (los afiches) y la presencia física del mensajero. Como cada manzana tiene una estructura diferente, Nos abstuvimos de usar un esquema de distribución uniforme de afiches en manzanas y optamos por colgar afiches en los lugares más visibles. Los policías recibieron instrucciones de colgarlos, por ejemplo, al lado de tiendas o cajeros automáticos y en las esquinas de las calles.

Durante los últimos dos meses del período de tratamiento, dos policías vestidos de civil comprobaron tres veces si los afiches todavía estaban colocados y los afiches dañados o retirados se volvieron a colocar para mantener el tratamiento durante todo el período de tratamiento (no se realizaron tales rondas de control durante el primer mes del periodo de tratamiento). Se incluyen ejemplos de las aproximadamente 1000 fotografías que tomaron en las áreas de tratamiento y control (para monitorear su trabajo y mantener la simetría entre las áreas de control y tratamiento) (S1 Fig.). La actividad policial mantuvo su rutina habitual para no violar el supuesto de exclusión para los diseños experimentales [43]. De hecho, los agentes de policía en las áreas de estudio no fueron informados deliberadamente sobre las condiciones de tratamiento.

Utilizamos afiches como medio de comunicación por varias razones. Primero, intentamos diseñar una campaña de comunicación que no se confunda fácilmente con la interacción humana que a menudo viene con la comunicación. Una campaña de folletos, una posible alternativa, generalmente se basa en el personal de distribución y solo habría tenido un efecto durante ciertas horas del día. Si bien los afiches deben ser instalados por una fuerza de trabajo, se pueden dejar solos y los posibles efectos se pueden separar del mensajero. Segundo, dado que una gran parte del crimen de Bogotá es cometida por pequeños delincuentes desconocidos en el espacio público, nuestro tratamiento tenía como objetivo enviar un mensaje a esta población específica, lo que significa que la comunicación

directa con delincuentes o miembros de pandillas como en el *Boston Gun Project* no fue posible [7]. Tercero, los afiches son una solución flexible, de baja tecnología y barata, ideal para una prueba piloto. Los usos posteriores de la publicidad de disuasión podrían incluir vallas publicitarias más caras o teletipos electrónicos de noticias. Un problema potencial que surge con el uso de afiches es el vandalismo. Los afiches dañados pueden producir una sensación de desorden y contribuir así a la delincuencia [44]. Colaboramos con el Secretario de Medio Ambiente de la oficina del alcalde de Bogotá para colocar afiches de manera responsable y limitar la contaminación visual.

Con respecto al mensaje en el afiche, probamos diferentes versiones con expertos locales en psicología y criminología. Si bien tratamos de reducir el contenido del afiche a un mensaje fácil y claramente transmisible, incluimos los siguientes aspectos: el logotipo de la Policía Nacional como remitente del mensaje, el número real de capturas en cada cuadrante como el mensaje principal visible en el centro del afiche, una fotografía de personas capturadas para reforzar el mensaje y un mensaje de advertencia general, resaltado en rojo, que enfatiza el objetivo de la comunicación del afiche ("delincuente, usted será el siguiente"). Para comunicar el riesgo de aprehensión, utilizamos la única información que podría considerarse más directa a este respecto: el número de capturas [32]. Es por esto que excluimos otras áreas de alta criminalidad con bajos números de capturas. Informar sobre un número bajo de capturas en un área de alta criminalidad podría haber producido un efecto contrario. Como alternativa potencial, consideramos que las tasas de esclarecimiento (delitos "resueltos" como una proporción del total de delitos) son más difíciles de comunicar y potencialmente engañosas.

Si bien la información transmitida es evidentemente limitada, argumentamos que debería hacer una diferencia para los delincuentes que frecuentan las áreas de tratamiento. Los números de captura informados en los afiches fueron sorprendentes para los residentes, como quedó claro en las visitas de campo. Por lo tanto, asumimos que los delincuentes recibieron una nueva información que podría integrarse en su proceso de toma de decisiones. Además, dirigimos la información al área específica ("alrededor de este cuadra") para aumentar la percepción de la efectividad de la policía en la misma ubicación del espectador, en lugar de hacerlo en un nivel más general y abstracto [4 , 31 , 37]. Es posible que una pequeña proporción de delincuentes en nuestras áreas de estudio no haya podido leer y escribir. Según el Instituto Nacional de Prisiones (INPEC), alrededor del 5% de las personas detenidas son analfabetas. Una proporción similar de analfabetas se puede esperar en nuestras áreas de estudio. Si bien el tratamiento puede ser menos efectivo para este subgrupo, incluimos un componente visual (imagen de las personas capturadas) para apelar a los analfabetas.

Estrategias de comunicación algo similares ya se han utilizado en todo el mundo. En Londres, se utilizaron afiches con un par de ojos y un aviso de advertencia [45]; en Boston, policías recortados de cartón se utilizaron para disuadir a los ladrones de bicicletas [46]; y la Policía

de Singapur utiliza afiches electrónicos para informar a las comunidades y disuadir a los delincuentes [47]. Sin embargo, la investigación robusta sobre el impacto de tales intervenciones ha sido escasa a nuestro conocimiento, incluso en un contexto del Norte. Además, las intervenciones utilizadas en un contexto no necesariamente viajan a otro, especialmente teniendo en cuenta las condiciones locales muy específicas en Bogotá. Por lo tanto, un enfoque hecho a la medida para la delincuencia común en América del Sur (como se propone aquí), requiere pruebas por separado.

Unidad de análisis, selección de manzanas y aleatorización.

Dado que es logísticamente imposible cubrir toda Bogotá y como nos interesan las áreas con el mayor retorno de la inversión, nos centramos en las áreas de alta criminalidad. La delincuencia en general (47), y en Bogotá [48], generalmente ocurre en un pequeño número de segmentos de calles [49]. Además, la amenaza de disuasión de nuestra campaña de afiches solo puede ser creíble en áreas con un gran número de capturas. Como unidad de análisis, nos centramos en las manzanas (bloques de viviendas completos con típicamente cuatro calles adyacentes). Investigaciones anteriores se han centrado en segmentos de calles (una cuadra) o esquinas. Utilizamos las manzanas ligeramente más grandes para aumentar la probabilidad de que ocurra algún crimen durante nuestro período de tratamiento relativamente corto de tres meses. Las conversaciones previas con la policía llevaron a la conclusión referente a que, 75 manzanas era un tamaño manejable para el tratamiento del afiche, para un total de alrededor de 150 manzanas inicialmente seleccionadas.

Luego, excluimos las manzanas del grupo inicial según los siguientes criterios: primero, seleccionamos solo una manzana por cuadrante (la que tiene el nivel de criminalidad más alto), ya que informamos información sobre afiches en el nivel de cuadrante. Segundo, excluimos a las manzanas vecinas directamente de los cuadrantes adyacentes, para evitar la interferencia entre el tratamiento y el control. En tercer lugar, excluimos las manzanas con informes muy bajos de capturas a pesar de los altos números de delincuencia o de llamadas de emergencia. Cuarto, excluimos algunas manzanas adicionales por diferentes razones: por ejemplo, la estación central de policía que registra el crimen en toda la ciudad; Manzanas con errores evidentes en datos geo-referenciados; y manzanas que se arriesgaban a atraer la atención pública innecesaria para el estudio (según nuestro conocimiento, los medios no notaron la campaña de afiches). En conclusión, nos quedaron 154 manzanas con una amplia distribución geográfica en la ciudad que ingresó en el estudio final y se dividieron al azar en un grupo de tratamiento ($N = 77$) y un grupo de control ($N = 77$). Para fines ilustrativos, incluimos un ejemplo de un área con varias manzanas seleccionadas y fotografías de las cuatro esquinas de una manzana seleccionada en S2 Fig. Todas las manzanas seleccionadas fueron inspeccionadas antes de comenzar el tratamiento.

El número de manzanas fue determinado en gran medida por restricciones logísticas. Dado que hasta la fecha no hay estudios comparables que permitan una expectativa de efecto específico. Proporcionamos cálculos de poder estadístico para un rango de expectativas con respecto al período de tratamiento. Basándonos en los datos de comparación de 2015 (tres meses de crimen total en nuestras 154 manzanas), calculamos el poder para una muestra de 154 manzanas en 19.9% para detectar estimaciones promedio reportadas de efectos policiales de puntos calientes regulares (0.18 desviaciones estándar) y 99.9% para estimaciones altas de los efectos de la vigilancia de los puntos calientes (0.87 desviaciones estándar), como se informó en Braga et al. [2]. La magnitud del efecto necesario para que una diferencia de $P = .05$ tenga un 80% de probabilidad de detección con las 154 manzanas para la diferencia entre el período de tratamiento y un período de comparación en los tres meses anteriores corresponde a 1.19 delitos menos por manzana (o 0.45 desviación estándar).

La asignación al tratamiento se llevó a cabo en tres etapas utilizando una asignación aleatoria completa [43]. Primero, las manzanas se clasificaron de mayor a menor en el total de delitos registrados durante 2014/5. En segundo lugar, se generaron pares de manzanas con niveles similares de delincuencia. Tercero, de cada par, una manzana se asignó al azar al tratamiento y una al grupo de control. Con esta estrategia, intentamos evitar asignar un pequeño número de manzanas con niveles muy altos de delincuencia al mismo grupo.

Dado que el inicio del tratamiento se pospuso varias veces, los datos utilizados para la asignación al azar inicial (de 2014/5) no coinciden con los períodos de tratamiento previo que utilizamos en este estudio. Mientras que las áreas de control y tratamiento están equilibradas en la mayoría de los indicadores previos al tratamiento (*Tabla S1*), las manzanas de control tienen niveles de delincuencia general consistentemente más bajos que el grupo de tratamiento. Tal como se define en el plan de análisis previo, el análisis se realiza con variables de diferencia (período de tratamiento menos período de tratamiento previo), para ajustar por las diferencias en la línea base y las variables de control.

Hipótesis

El objetivo principal de este estudio fue evaluar el potencial de reducción de delitos de nuestro tratamiento con afiches. Nuestra primera hipótesis pre-registrada, fue:

Hipótesis 1: Las manzanas en el grupo de tratamiento tendrán un número reducido de delitos durante el período de estudio, en comparación con las manzanas en el grupo de control.

También argumentamos que el efecto de nuestro tratamiento sería fuerte para los delitos premeditados (por ejemplo, hurtos, venta de armas, posesión de armas) y menos fuerte o ausente para los delitos impulsivos (por ejemplo, lesiones personales), ya que la amenaza de

disuasión se dirige al proceso de toma de decisiones de los criminales y su rutina, en vez de los crímenes cometidos en el impulso del momento [50 , 51].

Hipótesis 2: la reducción del delito será mayor para los delitos "premeditados" que para los delitos "espontáneos".

Con el fin de identificar los aspectos temporales de nuestros efectos de tratamiento, proponemos una hipótesis adicional basada en la investigación existente sobre la represión policial y los beneficios anticipatorios de la prevención del delito [6 , 52]. Sherman [52] argumenta que los delincuentes aprenden a través de prueba y error, y reconocen que sobrestiman la certeza de ser atrapados después de un período inicial. Es por esto que esperamos un mayor efecto en la fase inicial del período de tratamiento.

Hipótesis 3: Las manzanas en el grupo de tratamiento tendrán un número reducido de delitos durante el período inicial del tratamiento en comparación con las manzanas en el grupo de control. (La hipótesis 3 se cambió de la versión pre-registrada, que se enfocó exclusivamente en la fase posterior al tratamiento. Esta variación también se debe a un cambio en las prácticas de notificación de delitos en Colombia debido al nuevo código de la Policía que comenzó en 2017.)

Desde el punto de vista espacial, esperábamos que nuestra intervención mostrara efectos similares a la vigilancia policial de puntos calientes del pasado, a saber, no desplazar la delincuencia sino reducirla en la zona objetivo y en las zonas vecinas mediante una difusión de beneficios [53]. Esta expectativa se basa en parte en un meta-análisis reciente de Johnson et al. [54], quienes encontraron que el crimen en las áreas de captación más amplias de las intervenciones policiales sigue siendo el mismo o disminuye ligeramente.

Hipótesis 4: Las áreas vecinas de manzanas en el grupo de tratamiento tendrán un número reducido de delitos durante el período de estudio en comparación con las áreas vecinas de manzanas en el grupo de control.

Si bien nuestra intervención está dirigida a los delincuentes, los ciudadanos que viven y trabajan en los respectivos vecindarios pueden verse afectados involuntariamente por la campaña de afiches [31]. La dirección de este efecto se discute en la literatura. Específicamente, una campaña de comunicación dirigida a los delincuentes puede producir un efecto negativo en una audiencia más amplia. Sin embargo, los estudios existentes no identifican un efecto de este tipo para intervenciones similares, como la vigilancia de puntos calientes, ni siquiera encuentran un efecto positivo [39 , 42]. Por lo tanto, operamos con una hipótesis formulada positivamente, aunque los antecedentes empíricos no están claros.

Hipótesis 5: Los residentes y trabajadores de manzanas en el grupo de tratamiento mejorarán su nivel de confianza en la policía, la efectividad percibida de la policía y su percepción de seguridad.

Datos de criminalidad de la policía.

La mayoría de los datos para este estudio son proporcionados por la Policía Nacional de Colombia. Los datos se extrajeron para un *período previo al tratamiento* (del 18 de mayo al 17 de agosto de 2016–92 días antes del tratamiento) y un *período de tratamiento* (del 18 de agosto al 18 de noviembre - 92 días) para ambas manzanas en las áreas de tratamiento y control. El oficial de policía a cargo de extraer los datos fue cegado con respecto al estado de tratamiento de las áreas estudiadas.

Para la hipótesis 1, utilizamos los totales de delitos registrados, llamadas de emergencia por hurto y atraco, y el registro de contravenciones en las 154 manzanas de control y tratamiento. La Policía registra los delitos de acuerdo con las noticias criminales registradas correspondientes al código penal. Durante el período previo al tratamiento, el hurto a personas (262 eventos), el hurto a establecimientos comerciales (67) y las lesiones personales (64), fueron los más comunes de los 606 delitos registrados en las 154 manzanas (lista completa de delitos en el [archivo S3](#)). Los crímenes registrados totales son la medida de resultado primaria para nuestro análisis. Las llamadas de emergencia a la línea principal de llamadas de emergencia en Bogotá (número de teléfono 123) están codificadas por los receptores de llamadas con un formato estándar. Utilizamos el hurto (510 eventos en el período previo al tratamiento) y los atracos/peleas callejeras o riñas (1840 eventos) como categorías clave para nuestro estudio. Las llamadas totales por hurto y atraco son una medida de resultado secundaria, la cual nos permiten dar cuenta de los posibles problemas de registro de delitos. La policía también registra infracciones menores que no son sancionadas directamente, pero requieren una amonestación de la policía. Las faltas menores (511 eventos en el período previo al tratamiento) incluyen orinar en el espacio público, amenazar a los vecinos, hacer ruido excesivo, etc. (lista completa en el [archivo S3](#)). Usamos estas perturbaciones del orden público como medida de resultado secundaria adicional para nuestro análisis.

Para la hipótesis 2, construimos variables separadas para delitos premeditados y espontáneos basados en los delitos registrados por la Policía. Los crímenes premeditados incluyen (como en el diseño de estudio pre-registrado) los hurtos a personas, a comercio, de motocicletas, residenciales y de automóviles, la posesión y venta ilegal de drogas, y la posesión y venta ilegal de armas. Los crímenes espontáneos incluyen lesiones personales, lesiones no intencionales, violencia doméstica y abuso sexual. Si bien estos indicadores no representan una operacionalización perfecta del nivel de premeditación de un delito, sí representan una indicación general y también incluyen los tres delitos más comunes en Colombia (hurto,

delitos relacionados con drogas y lesiones personales). Para la operacionalización de esta variable, consultamos a los oficiales que trabajan en la Dirección de Investigación Criminal e INTERPOL (DIJIN) de la Policía Nacional de Colombia. También utilizamos las llamadas por hurto como un indicador para los delitos premeditados y las llamadas por atraco como un indicador para los delitos espontáneos.

Para la hipótesis 3, se crearon bases de datos separadas para dar cuenta de la evolución temporal de los diferentes períodos de tratamiento: primero, segundo y tercer mes. Nos abstuvimos de usar una serie de puntos de corte adicionales para dividir los tres meses en períodos más cortos, en parte porque el delito en las manzanas es una ocurrencia rara y la sub-agregación puede producir distorsiones en la medición.

Para la hipótesis 4 sobre las áreas vecinas, se extrajeron datos sobre delitos registrados, llamadas de emergencia y delitos menores (contravenciones) para el "cuadrante" completo, excluyendo la manzana específica para identificar delitos en áreas directamente adyacentes. Usamos el nivel cuadrante como área de captación por dos razones. Primero, el uso del nivel de cuadrante, en lugar de un radio de captación constante alrededor de las manzanas de estudio, permite evitar la superposición de áreas de captación ya que los cuadrantes vecinos también pueden contener manzanas tratadas o de control. En segundo lugar, como nuestro tratamiento de estudio se refiere al nivel cuadrante (las personas capturadas que aparecen en los afiches se extraen de ese nivel), optamos por utilizar este mismo cuadrante como área de captación más amplia para medir el potencial desplazamiento del crimen.

Datos de la Encuesta

Para la hipótesis 5, utilizamos datos de encuestas de residentes y trabajadores de las áreas de tratamiento y control. Sólo realizamos una encuesta posterior al tratamiento, debido a restricciones presupuestarias. Dado el contexto de alto crimen, la encuesta fue realizada por funcionarios de policía del nivel ejecutivo (la mayoría de estos, estaban cegados con respecto a la condición experimental). Los encuestadores que usaban ropa de civil se identificaron como trabajadores para un proyecto de investigación en la Universidad de los Andes en Bogotá y, por lo tanto, no eran reconocibles para los participantes como miembros de la policía. La encuesta se realizó durante las tres primeras semanas posteriores al tratamiento (del 22 de noviembre al 12 de diciembre de 2016). Después de recibir el consentimiento oral informado, los encuestadores hicieron preguntas sobre las características demográficas, la victimización por crimen, la percepción de seguridad y los niveles de confianza en diferentes instituciones por no más de 10 minutos (encuesta original completa en el Archivo S1 file).

Debido a la naturaleza diversa de las manzanas (principalmente residenciales y comerciales) y las características informales de algunas de las áreas, nos abstuvimos de construir un marco

de muestreo y nos basamos en un procedimiento de muestreo por cuotas, que se llevó a cabo de manera idéntica para las áreas de tratamiento y control, garantizando así una medición simétrica. Entrevistamos a cuatro personas en cada manzana (dos menores de 35 años y dos arriba, dos mujeres y dos hombres respectivamente) para un tamaño de muestra total de 616 individuos. Los residentes y trabajadores de los respectivos vecindarios que tuvieron una oportunidad real de ver los afiches en los tres meses anteriores fueron seleccionados para la encuesta. Los transeúntes ocasionales fueron excluidos. Las características demográficas de los encuestados en las áreas de control y tratamiento son en gran medida equilibradas, excepto para el nivel de educación y el consumo de medios (Tabla S1).

La encuesta confirma la alta vulnerabilidad de las personas que viven y trabajan en las áreas estudiadas y una relación generalmente desconfiada con las autoridades: el 64% de la población encuestada declaró que había sido víctima directa de delitos en los últimos tres meses, mientras que el 34% de ellos denunciaron el delito a la policía. La encuesta también muestra si los participantes del estudio conocían el tratamiento. Si bien las personas encuestadas probablemente no eran la audiencia principal de nuestro tratamiento (estábamos interesados en cambiar el cálculo de los delincuentes), su conocimiento de la campaña de afiches es un indicador importante de su visibilidad. De las personas en el grupo de tratamiento, el 93% recordó haber visto los afiches frente a un 3% en el grupo de control (estas proporciones siguen siendo idénticas si excluimos las encuestas realizadas por encuestadores no cegados). Esto indica una alta visibilidad del tratamiento entre la población general, probablemente también entre la población delincuente de las áreas tratadas, y un bajo riesgo de interferencia entre las áreas de tratamiento y control. De los que vieron los afiches, al 67% le gustaron, al 4% le disgustaron y el 28% fue indiferente a ellos, lo que demuestra que la campaña de afiches en general fue bienvenida.

Hallazgos

Reportamos los resultados de acuerdo con las hipótesis esbozadas utilizando un enfoque de diferencias en diferencias para tener en cuenta las diferencias previas al tratamiento. Las principales medidas de resultado representan la diferencia en el nivel promedio en la manzana entre el tratamiento y el período previo al tratamiento. De acuerdo con nuestro plan de análisis previo, analizamos los datos con regresiones lineales y pruebas t simples. En lugar de mostrar una serie de tablas, presentamos los resultados con gráficos de coeficientes para facilitar la lectura (para las tablas de regresión y prueba t completas, consulte [Tabla S2](#)). Los coeficientes se extraen de regresiones lineales que incluyen un conjunto de variables de control. Para las hipótesis 1 a 4, las variables de control incluyen una variable que explica el ranking de pares de bloques que se utilizaron para la aleatorización, la distancia de cada manzana desde la plaza central principal de Bogotá para controlar la presencia desigual de la policía y la cantidad de peatones (contados por policías vestidos de civil durante sus rondas de control) para controlar las oportunidades desiguales para el crimen. Para el análisis de la

hipótesis 5, basado en datos de encuestas, utilizamos el sexo, la edad, el estado residencial, el nivel de educación, los estratos socioeconómicos y el consumo de medios como variables de control. Todas las gráficas de coeficientes muestran los efectos promedio del tratamiento en las medidas de resultado indicadas, utilizando intervalos de confianza del 90% y 95%. Los intervalos que no se superponen con 0 indican una diferencia significativa entre el tratamiento y el grupo de control. Para las hipótesis 1 a 4, los coeficientes por debajo de 0 indican una reducción del crimen en el grupo de tratamiento en comparación con el grupo de control.

Hipótesis 1

Para la hipótesis 1 (en resumen: reducción del número total de delitos en las manzanas de tratamiento frente a las de control), reportamos los efectos promedio del tratamiento en el total de delitos registrados, el total de llamadas a la línea de emergencia por hurtos y atracos y el total de delitos menores (contravenciones) durante todo el período de tratamiento de tres meses en la figura 1. Si bien el total de delitos registrados y las llamadas a la línea de emergencia fueron más reducidas en el tratamiento que en las áreas de control, las diferencias no son estadísticamente significativas para ninguna de las tres variables de resultado principales.

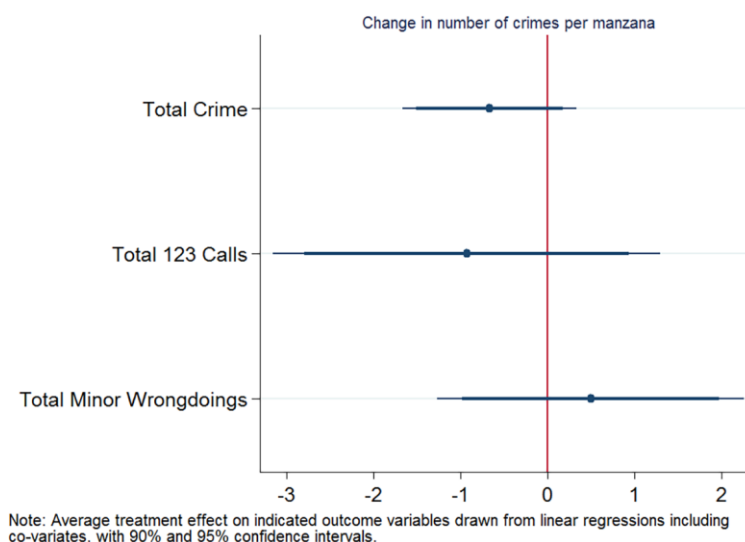


Fig 1. Gráfico de coeficientes para la hipótesis 1.

Hipótesis 2

Para la hipótesis 2 (mayor reducción para los delitos premeditados que para los espontáneos), reportamos los efectos promedio del tratamiento en los informes de los delitos premeditados y espontáneos definidos anteriormente, y en las llamadas de emergencia por hurto y atraco durante todo el período de tratamiento. Como se indica en la Fig. 2, los crímenes

premeditados son significativamente más reducidos en el tratamiento que en las áreas de control (la prueba t reportada en la Tabla S2 también indica un p-valor de .05), mientras que los delitos espontáneos son los mismos para las áreas de control y tratamiento. Los delitos premeditados disminuyeron de 235 a 179 (reducción del 24%) en las áreas de tratamiento y de 175 a 162 (reducción del 7%) en las áreas de control. Los indicadores secundarios para esta hipótesis (hurto y atraco) no muestran diferencias estadísticamente significativas, pero el efecto es más fuerte en los hurtos (generalmente premeditados) que en los ataques (predominantemente espontáneos).

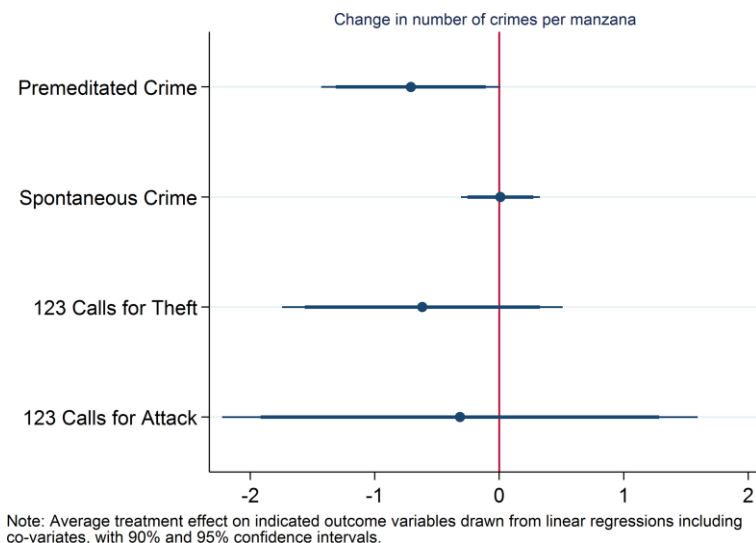


Fig 2. Gráfico de coeficientes para la hipótesis 2.

Hipótesis 3

Para la hipótesis 3 (número reducido de delitos en tratamiento frente a manzanas control durante el período inicial), distinguimos entre diferentes fases durante el período de tratamiento. Utilizamos la diferencia entre las áreas de tratamiento y control para el primer, segundo y tercer mes respectivamente y el período previo al tratamiento (ver Fig. 3). Para el primer mes, encontramos un efecto del tratamiento promedio significativo al 10%, pero no para el segundo y tercer mes (este resultado es estadísticamente más débil en una prueba t sin variables de control, ver Tabla S2). Los delitos registrados disminuyeron de 113 por mes en el período previo al tratamiento a 94 en el primer mes de tratamiento (reducción del 17%) en las áreas de tratamiento y se mantuvieron igual en las áreas de control.

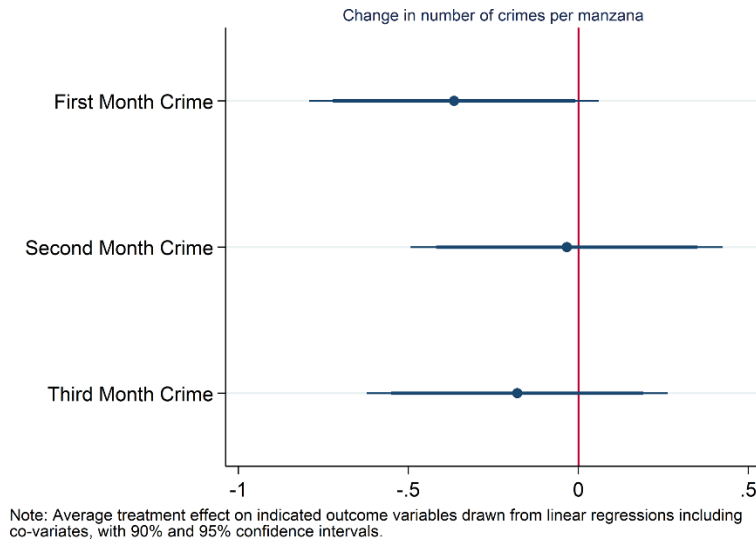


Fig 3. Gráfico de coeficientes para la hipótesis 3.

Un efecto temporal es visible en una caída relativa en el crimen registrado en las áreas de tratamiento justo después del inicio del tratamiento, como se muestra en la Fig. 4 (la línea roja vertical indica el inicio del tratamiento). Si bien parece haber una diferencia de referencia entre el crimen en las áreas de control y tratamiento (con áreas de tratamiento que tienen un nivel de crimen generalmente más alto), esta diferencia desaparece durante el primer mes del tratamiento. La gráfica muestra los promedios móviles de diez días para delitos registrados en áreas de tratamiento y control. Seleccionamos medias móviles de diez días para fines de visualización. Teniendo en cuenta que el tratamiento se implementó gradualmente durante los diez días anteriores al 18 de agosto, el inicio del tratamiento no se puede ver como un corte claro y, por lo tanto, es apropiada una representación de promedio móvil.

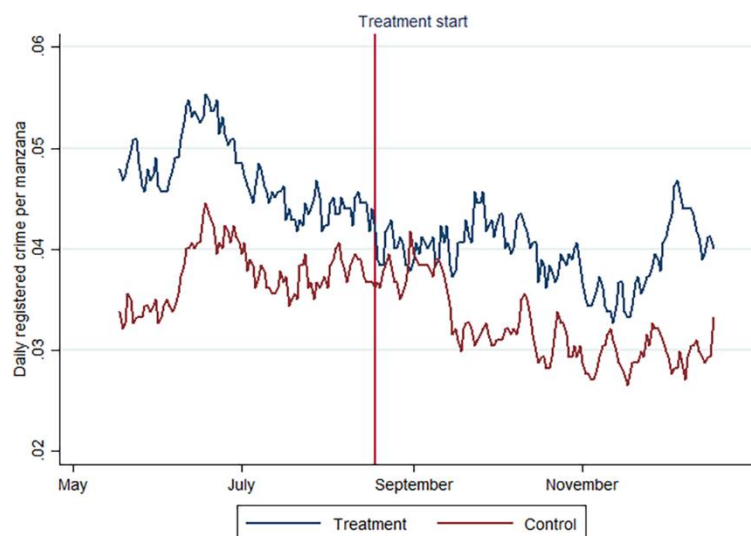


Fig 4. Crimen promedio en movimiento de diez días en áreas de tratamiento y control.

Hipótesis 4

Para la hipótesis 4 (reducción del número de delitos en las áreas vecinas de tratamiento frente a las manzanas de control), nos centramos en los niveles de delincuencia en el área de captación más amplia alrededor de la manzana tratada (las áreas vecinas), utilizando las mismas medidas de resultado que para la hipótesis 1. Los tres indicadores están relacionados positivamente con el tratamiento. En todo caso, el tratamiento tiene el efecto de desplazar el crimen a áreas adyacentes en lugar de un efecto de difusión de beneficios. Sin embargo, la figura 5 muestra que no hay asociaciones estadísticamente significativas.



Fig 5. Gráfico de coeficientes para la hipótesis 4.

Hipótesis 5

Para la hipótesis 5 (mayor confianza en la policía, percepción de la efectividad de la policía y percepción de seguridad en el tratamiento frente a los encuestados en las manzanas de control), utilizamos datos separados recopilados de una encuesta posterior al tratamiento. Como se define en un plan de análisis previo, utilizamos la confianza en la policía, la percepción de seguridad y el desempeño de la policía como indicadores clave (para su construcción, consulte el archivo S2). Para los tres indicadores, el tratamiento muestra un coeficiente positivo, por lo tanto, una visión mejorada en las áreas de tratamiento que en las áreas de control (ver Fig. 6). Sin embargo, ninguno está significativamente relacionado. La percepción de seguridad tiene un p-valor de .106 en la regresión. Teniendo en cuenta los resultados de la prueba t unilateral (Tabla S2), tanto la confianza en la policía como en el desempeño de la policía son significativos al nivel .10.

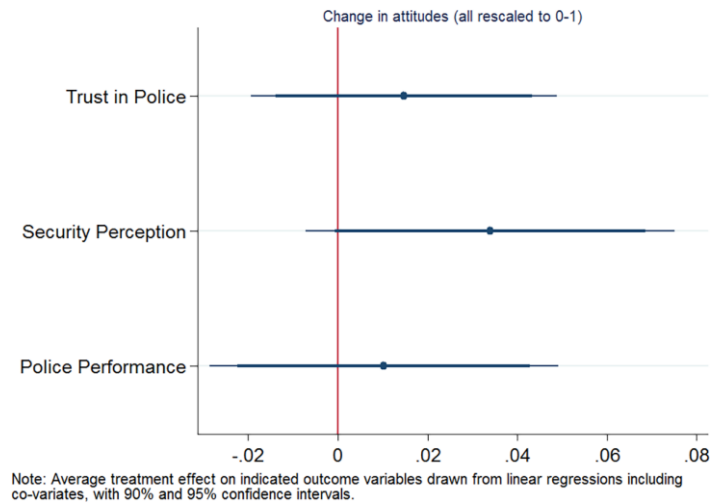


Fig 6. Gráfico de coeficientes para la hipótesis 5.

Discusión

Descubrimos que los delitos premeditados, pero no espontáneos, se redujeron con nuestra versión de publicidad dirigida a los delincuentes. Esto está en línea con la teoría de la actualización del riesgo de aprehensión. Este tipo de actualización solo puede funcionar para delincuentes que no actúan impulsivamente. Por lo tanto, habla del mismo mecanismo encontrado en un estudio previo de Pickett et al. [4]. Si bien no medimos directamente la actualización del riesgo de aprehensión, confiamos en que los afiches fueron difíciles de malinterpretar, ya que recomendaron claramente a los delincuentes que vuelvan a calcular el riesgo de aprehensión.

Al igual que en estudios anteriores, la campaña de afiches fue más efectiva durante el primer mes, pero no durante el segundo y tercer mes. Esto corresponde a lo que Sherman (1990: 10) llamó "decaimiento de la disuasión inicial". Sin embargo, las razones de esta decadencia no están bien establecidas. Bien puede ser que la información proporcionada en las áreas de tratamiento pierda su estado de novedad después de un tiempo. Además, si los delincuentes no perciben ningún cambio adicional junto con la información, pueden volver a sus fuentes habituales de información (la experiencia cotidiana de ellos y de los demás) y las prácticas después de un período de espera prudencial.

Si bien el tratamiento redujo los delitos premeditados y, en un grado más limitado, los niveles generales de delitos al principio, durante todo el período del tratamiento la campaña de afiches implementada no afectó significativamente los registros de delitos, llamadas a líneas de emergencia y delitos menores, o desplazar significativamente el crimen a las zonas vecinas. La razón más importante para una efectividad limitada a medio plazo puede estar relacionada con el contexto específico de la campaña publicitaria. En Colombia en general, pero aún más en las áreas de alta criminalidad de Bogotá, hay una sensación generalizada de un sistema judicial que no funciona. Nuestra encuesta ejemplifica eso claramente. Mientras

que el 51% de las personas encuestadas tenían al menos algo de confianza en que la policía capturaría a un delincuente si fuera víctima de un crimen, solo el 20% creía que el sistema judicial castigaría a los delincuentes, lo que podría explicar las bajas tasas de denuncia. Títulos de periódicos como, "Ladrón arrestado 44 veces y siempre puesto en libertad" [55] o "Arrestado 63 veces por robo y fraude y solo condenado a un año" [56], han contribuido a este sentimiento de impunidad. Un estudio que utilizó entrevistas con delincuentes condenados por hurto y homicidio encontró que su probabilidad de sanción percibida es muy baja incluso después de ser capturados [57]. El cuello de botella del sistema de justicia penal colombiano no es tanto la policía sino los tribunales. En la cadena de pasos relevantes relacionados con la certeza del castigo (aprehensión, persecución, condena y sanción), la certeza de la aprehensión puede ser relativamente menos importante que en un contexto del Norte [1], dado que es improbable una sanción efectiva. Cook [58] observa: "Si los delincuentes activos encuentran que rara vez son capturados, es poco probable que sean condenados si son capturados, y es poco probable que sean sentenciados a penas de prisión si son condenados, entonces pueden adquirir un sentido justificado de invulnerabilidad".

La campaña de afiches puede haber sido más efectiva con un encuadre diferente del mensaje u otro canal de comunicación. Intentamos intencionalmente transmitir información aislada en un canal de comunicación independiente, para evitar un tratamiento difícil de separar y separar de la presencia física de un mensajero. Es probable que la campaña hubiera sido más efectiva con elementos adicionales, como información sobre las próximas medidas concretas de represión [6], o la presencia de fuerzas policiales adicionales, comunicadas a través de una campaña de folletos. Además, la publicidad dirigida a los delincuentes podría haberse complementado con elementos dirigidos a la comunidad en general para establecer mejores relaciones entre la policía y la comunidad, lo que podría ayudar a reducir el crimen de una manera más sostenida [42]. La naturaleza aislada de la comunicación del afiche hace que los resultados sean más notables. Un claro déficit del afiche como canal de comunicación es su vulnerabilidad al vandalismo. Durante las verificaciones de control posteriores al período de tratamiento (segundo y tercer mes), las áreas de tratamiento tenían un promedio de 2.2 afiches (de los 16 colocados inicialmente), antes de colocar afiches adicionales nuevamente. Esto podría haber contribuido a un efecto que solo es detectable al comienzo del período de tratamiento.

Además, nuestro tratamiento podría haber afectado las prácticas de denuncia de delitos. Si bien la relación fue estadísticamente débil, los tres indicadores de seguridad y percepciones de la policía apuntan en una dirección positiva. En todo caso, los principales resultados podrían haberse atenuado, ya que los informes podrían haber aumentado en las áreas de tratamiento como resultado de una mayor confianza y percepción de la eficacia (aunque la relación entre la confianza en la policía y la información sobre delitos no está resuelta). Sin embargo, la encuesta también incluyó una pregunta más directa sobre la denuncia de delitos

reales en los últimos tres meses y no se encontraron diferencias entre los encuestados del área de tratamiento y control. Se preguntó a las víctimas encuestadas: “¿Informó del delito a alguna institución?” El porcentaje de respuestas afirmativas fue de 34.95% (área de tratamiento) y 35.7% (área de control) respectivamente (diferencia: 0.75%, $t = -0.15$).

Los académicos han expresado su preocupación por los posibles efectos contraproducentes de la publicidad de prevención del delito y las intervenciones de comunicación similares [31]. La encuesta utilizada para analizar esta pregunta no reveló ningún efecto negativo en términos de confianza en las autoridades y la percepción de seguridad. Los resultados podrían haber sido diferentes si la encuesta se hubiera realizado justo después del inicio del tratamiento cuando los afiches eran nuevos no solo para los infractores, sino también para las comunidades. Un posible cambio momentáneo (que no pudimos registrar) fue casi invisible justo después del final del período de tratamiento. Sin embargo, es justo deducir que el tratamiento no afectó negativamente las percepciones de la audiencia más amplia. Además, las personas en las áreas tratadas reaccionaron positivamente a los afiches. Muy pocos de los que conocían los afiches expresaron su descontento (4,6%). En un área de estudio donde dos tercios de la población han sido víctimas en los últimos tres meses, las personas aprobarán casi cualquier intervención con potencial para reducir el crimen.

Conclusiones

En este estudio, probamos una campaña publicitaria dirigida a los delincuentes con afiches en áreas de alta criminalidad de Bogotá. Nuestra teoría es que la información sobre altos números de capturas en las cercanías de los delincuentes cambiaría su percepción del riesgo de aprehensión y afectaría su proceso de toma de decisiones. La campaña se mantuvo durante tres meses y redujo los delitos premeditados durante todo el período de tratamiento y los delitos generales en el primer mes del período de tratamiento. Durante todo el período de tratamiento, no produjo resultados significativos para los niveles generales de delincuencia, llamadas a la línea de emergencia por hurto y atracos, o delitos menores (contravenciones). Además, no desplazó el crimen ni redujo el crimen en las áreas vecinas. En términos generales, los efectos probablemente se vieron atenuados por el entorno del caso de prueba difícil para este estudio. Un sentimiento de impunidad es generalizado en Bogotá y, por lo tanto, puede limitar las intervenciones basadas en la disuasión. Una encuesta posterior no identificó ningún efecto secundario negativo del tratamiento entre la comunidad en general y sus opiniones de la policía y la seguridad.

Dado el bajo costo de las campañas de información focalizada (en oposición a la presencia física adicional de la policía) y su capacidad de adaptación, este tipo de intervención tiene valor para futuras aplicaciones. Sin embargo, una aplicación indiscriminada no puede justificarse con los resultados presentados. Una campaña de disuasión de información como la que se estudia aquí podría funcionar mejor para delitos premeditados (como hurto a

comercio o a personas) y durante la fase inicial de políticas públicas más amplias de prevención del delito. Dado que el efecto disuasivo de los afiches puede decaer relativamente rápido, lo más adecuado es un uso temporal de este tipo de estrategia. Como los afiches son vulnerables al vandalismo, puede ser más rentable invertir en herramientas de comunicación físicamente robustas, como vallas, que no requieren un mantenimiento constante.

Los estudios futuros deben variar diversos aspectos del tratamiento de la información para identificar sus condiciones de alcance precisas y el uso más efectivo. Para los estudios en el Sur global, puede valer la pena encuadrar mensajes no solo en torno al riesgo de aprehensión, sino también en torno a un castigo efectivo, dado el sentido generalizado de impunidad que podría limitar la capacidad de disuasión de los mensajes centrados exclusivamente en el riesgo de aprehensión. Tomar nota del número de oficiales de policía en las cercanías en lugar de las tasas de captura también podría ser efectivo. En un contexto del Norte, el mismo tratamiento generalmente debería tener un mayor potencial de reducción del crimen, considerando el mejor funcionamiento del sistema de justicia penal. Siguiendo con criminales efectivamente capturados, tal vez utilizando entrevistas cualitativas, se puedan producir pistas respecto al proceso de actualización de información utilizado por los criminales.

Agradecimientos

Este estudio contó con el apoyo de la Dirección de Investigación Criminal e INTERPOL de la Policía Nacional de Colombia para la recopilación de datos, el diseño y la instalación de afiches, y los permisos para las intervenciones en espacios públicos de la Alcaldía de Bogotá. Ninguna organización patrocinadora o asociada ha impuesto restricciones a las publicaciones derivadas de esta investigación o la publicación de datos de replicación. El Comité de Ética de la *Dirección Nacional de Escuelas* de la Policía Nacional de Colombia aprobó este proyecto. Los participantes de la encuesta dieron su consentimiento informado antes de ser entrevistados. Excepto donde se indicó explícitamente a lo largo del texto, el estudio se realizó de acuerdo con un plan de análisis previo registrado antes del inicio del tratamiento (acceso web: <http://egap.org/registration/2013>).

Agradecemos al señor Patrullero Joaquín Sierra y al equipo completo de instalación de afiches y realización de encuestas de la Policía Nacional colombiana. Al Intendente Álvaro Carrero, por liderar la extracción de datos de la Policía colombiana, a Don Green por sus comentarios sobre el plan de análisis previo, a Oswaldo Zapata por su apoyo en la alcaldía, a Bridget Steele por corregir, y a Nora Markwalder, David Kostenwein, Sam Lloyd, Andreas Wenger y Myriam Dunn-Cavelty por sus comentarios.

Referencias

1. Nagin DS. Deterrence in the Twenty-First Century. *Crime Justice*. 2013; 42: 199–263.
2. Braga AA, Papachristos AV, Hureau DM. The Effects of Hot Spots Policing on Crime: An Updated Systematic Review and Meta-Analysis. *Justice Q*. 2012; 31: 633–663.
3. Zimring FE, Hawkins G. Deterrence: The legal threat in crime control. Chicago: University of Chicago Press Chicago; 1973.
4. Pickett JT, Loughran TA, Bushway S. Consequences of legal risk communication for sanction perception updating and white-collar criminality. *J Exp Criminol*. 2016; 12: 75–104.
5. Pogarsky G, Loughran TA. The Policy-to-Perceptions Link in Deterrence. *Criminol Public Policy*. 2016; 15: 777–790.
6. Smith MJ, Clarke RV, Pease K. Anticipatory benefits in crime prevention. *Crime Prev Stud*. 2002; 13: 71–88.
7. Kennedy DM, Braga AA, Piehl AM, Waring EJ. Reducing Gun Violence. The Boston Gun Project's Operation Ceasefire. Washington D.C.: National Institute of Justice; 2001.
8. Nettle D, Nott K, Bateson M. "Cycle Thieves, We Are Watching You": Impact of a Simple Signage Intervention against Bicycle Theft. *PLOS ONE*. 2012; 7: e51738. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0051738> PMID: 23251615
9. Kennedy DM. Deterrence and Crime Prevention: Reconsidering the Prospect of Sanction. London: Routledge; 2009.
10. Weisburd D, Groff E. The criminology of place: street segments and our understanding of the crime problem. Oxford; New York: Oxford University Press; 2012.
11. Comisión Asesora de Política Criminal. Diagnóstico y propuesta de lineamientos de política criminal para el Estado colombiano. Bogotá: Ministerio de Justicia; 2012.
12. Semana. En Colombia la mayoría de los delincuentes no van a la cárcel. Bogotá; 11 Feb 2017.
13. Hoelscher K, Nussio E. Understanding Unlikely Successes in Urban Violence Reduction. *Urban Stud*. 2016; 53: 2397–2416.

14. CAF. Por una América Latina más segura. Una nueva perspectiva para prevenir y controlar el delito. Caracas: Corporación Andina de Fomento; 2014.
15. CCB. Encuesta de Percepción y Victimización. Bogotá y las Localidades. Bogotá: Cámara de Comercio; 2014.
16. Romero D. Insecurity or Perception of Insecurity? Urban Crime and Dissatisfaction with Life: Evidence from the Case of Bogotá. *Peace Econ Peace Sci Public Policy*. 2014; 20: 169–208.
17. Mejía D, Ortega D. Evaluating the Effects of a Hotspots Policing Strategy in Colombia: Evidence from a randomized control trial. Bogotá; Ongoing.
18. Blattman C, Green D, Ortega D, Tobón S. Place Based Interventions at Scale: The Direct and Spillover Effects of Policing and City Services on Crime. Social Science Research Network; 2018.
19. Gómez-Cardona S, Mejía D, Tobón S. The Deterrent Effect of Public Surveillance Cameras on Crime. Rochester: Social Science Research Network; 2017.
20. Cerda M, Morenoff JD, Hansen BB, Hicks KJT, Duque LF, Restrepo A, et al. Reducing Violence by Transforming Neighborhoods: A Natural Experiment in Medellín, Colombia. *Am J Epidemiol*. 2012; 175: 1045–1053. <https://doi.org/10.1093/aje/kwr428> PMID: 22472117
21. Ardanaz M, Corbacho A, Ruiz-Vega M. Mind the Gap: Bridging the Perception and Reality of Crime Rates with Information. Washington D.C.: IDB; 2014.
22. Grant H. Social Crime Prevention in the Developing World. New York: Springer International Publishing; 2015.
23. Nagin DS, Solow RM, Lum C. Deterrence, Criminal Opportunities, and Police. *Criminology*. 2015; 53: 74–100.
24. Smith MJ, Clarke RV. Situational Crime Prevention: Classifying Techniques using “Good Enough” Theory. In: Welsh BC, Farrington DP, editors. *The Oxford Handbook of Crime Prevention*. New York: Oxford University Press; 2014. pp. 291–315.
25. Sherman LW, Weisburd D. General deterrent effects of police patrol in crime “hot spots”: A randomized, controlled trial. *Justice Q*. 1995; 12: 625–648.

26. Kelling GL, Pate T, Dieckman D, Brown CE. Kansas City Preventive Patrol Experiment. Police Foundation; 1974.
27. Welsh BC, Farrington DP. Public Area CCTV and Crime Prevention: An Updated Systematic Review and Meta-Analysis. *Justice Q.* 2009; 26: 716–745.
28. Welsh BC, Farrington DP. Surveillance for Crime Prevention in Public Space: Results and Policy Choices in Britain and America. *Criminol Public Policy.* 2004; 3: 497–526.
29. Cullen FT, Pratt TC. Toward a Theory of Police Effects. *Criminol Public Policy.* 2016; 15: 799–811.
30. Rodriguez N, Zambrano A. Understanding and Fighting Crime: Model for Criminal Behavior Based on Information Provision. Rochester: Social Science Research Network; 2017.
31. Bowers K, Johnson S. Using publicity for preventive purposes. In: Tilley N, editor. *Handbook of Crime Prevention Community Safety.* London: Routledge; 2013. pp. 329–354.
32. Barthe E. Crime Prevention Publicity Campaigns. Washington D.C.: U.S. Department of Justice; 2006.
33. Johnson SD, Bowers KJ. Opportunity Is in the Eye of the Beholder: The Role of Publicity in Crime Prevention. *Criminol Public Policy.* 2003; 2: 497–524.
34. Sidebottom A, Thorpe A, Johnson SD. Using Targeted Publicity to Reduce Opportunities for Bicycle Theft. A Demonstration and Replication. *Eur J Criminol.* 2009; 6: 267–286.
35. Piquero AR, Piquero NL, Gertz M, Bratton J, Loughran TA. Sometimes Ignorance is Bliss: Investigating Citizen Perceptions of the Certainty and Severity of Punishment. *Am J Crim Justice.* 2012; 37: 630–646.
36. Pickett JT, Roche SP. Arrested Development. Misguided Directions in Deterrence Theory and Policy. *Criminol Public Policy.* 2016; 15: 727–751.
37. Apel R. Sanctions, Perceptions, and Crime: Implications for Criminal Deterrence. *J Quant Criminol.* 2013; 29: 67–101.
38. Schulz S. Individual Differences in the Deterrence Process: Which Individuals Learn (Most) from Their Offending Experiences? *J Quant Criminol.* 2014; 30: 215–236.
39. Weisburd D, Hinkle JC, Famega C, Ready J. The possible “backfire” effects of hot spots policing: an experimental assessment of impacts on legitimacy, fear and collective efficacy. *J Exp Criminol.* 2011; 7:297–320.

40. Ratcliffe JH, Groff ER, Sorg ET, Haberman CP. Citizens' reactions to hot spots policing: impacts on perceptions of crime, disorder, safety and police. *J Exp Criminol*. 2015; 11: 393–417.
41. Kochel TR, Weisburd D. Assessing community consequences of implementing hot spots policing in residential areas: findings from a randomized field trial. *J Exp Criminol*. 2017; 13: 143–170.
42. Hohl K, Bradford B, Stanko EA. Influencing Trust and Confidence in the London Metropolitan Police Results from an Experiment Testing the Effect of Leaflet Drops on Public Opinion. *Br J Criminol*. 2010; 50: 491–513.
43. Gerber AS, Green DP. *Field Experiments: Design, Analysis, and Interpretation*. New York: W. W. Norton & Company; 2012.
44. Skogan WG. Disorder and Crime. In: Welsh BC, Farrington DP, editors. *The Oxford Handbook of Crime Prevention*. New York: Oxford University Press; 2014. pp. 173–188.
45. Daily Mail. Crime . . . the answer's staring you in the face: The striking new police poster that has slashed thefts by up to 40 per cent. London; 2 Jun 2013. Available: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2334577/Crime—answers-staring-face-The-striking-new-police-poster-slashed-thefts-40-cent.html>
46. Boston Globe. The cardboard cutout cop—there's psychology there! Boston; 11 Aug 2013. Available: <https://www.bostonglobe.com/metro/2013/08/10/the-cardboard-cutout-cop-there-psychology-there/xYmonJYU95jxrMb78Xae4J/story.html>
47. The Straits Times. Police launch electronic alert signs to deter crime. Singapore; 10 Dec 2016. Available: <http://www.straitstimes.com/singapore/courts-crime/police-launch-electronic-alert-signs-to-detercrime>
48. Mejía D, Ortega D, Ortiz K. Un análisis de la criminalidad urbana en Colombia. Bogotá; 2014.
49. Weisburd D. The Law of Crime Concentration and the Criminology of Place. *Criminology*. 2015; 53: 133–157.
50. Felson RB. What are violent offenders thinking? In: Leclerc B, Wortley R, editors. *Cognition and Crime: Offender Decision Making and Script Analyses*. London: Routledge; 2013. pp. 12–45.
51. Gill M, Spriggs A. *Assessing the impact of CCTV*. London: Home Office; 2005.

52. Sherman LW. Police crackdowns: Initial and residual deterrence. *Crime Justice*. 1990; 12: 1–48.
53. Weisburd D, Wyckoff LA, Ready J, Eck JE, Hinkle JC, Gajewski F. Does Crime Just Move Around the Corner? A Controlled Study of Spatial Displacement and Diffusion of Crime Control Benefits. *Criminology*. 2006; 44: 549–592.
54. Johnson SD, Guerette RT, Bowers KJ. *The Oxford Handbook of Crime Prevention*. Welsh BC, Farrington DP, editors. New York: Oxford University Press; 2014.
55. El Tiempo. Ladrón ha sido detenido 44 veces y siempre sale libre. Bogotá; 17 Jan 2016.
56. El Tiempo. Detenido 63 veces por hurto y estafa solo tiene condena de un año. Bogotá; 22 Nov 2015.
57. Norza E, Peñalosa MJ, Coronado J, Duque B, Castro D. Percepción de Impunidad: Precipitante del Crimen en Bogotá. *Rev Derecho*. 2016; 46: 39–70.
58. Cook PJ. Research in Criminal Deterrence: Laying the Groundwork for the Second Decade. *Crime Justice Annu Rev Res*. 1980; 2: 211–268.
59. Kääriäinen J, Sirén R. Trust in the police, generalized trust and reporting crime. *Eur J Criminol*. 2011; 8:65–81.

Anexos:

S1 Fig. Afiches para intervención

Esquema del poster



Fotografías de los afiches instalados en áreas de tratamiento.



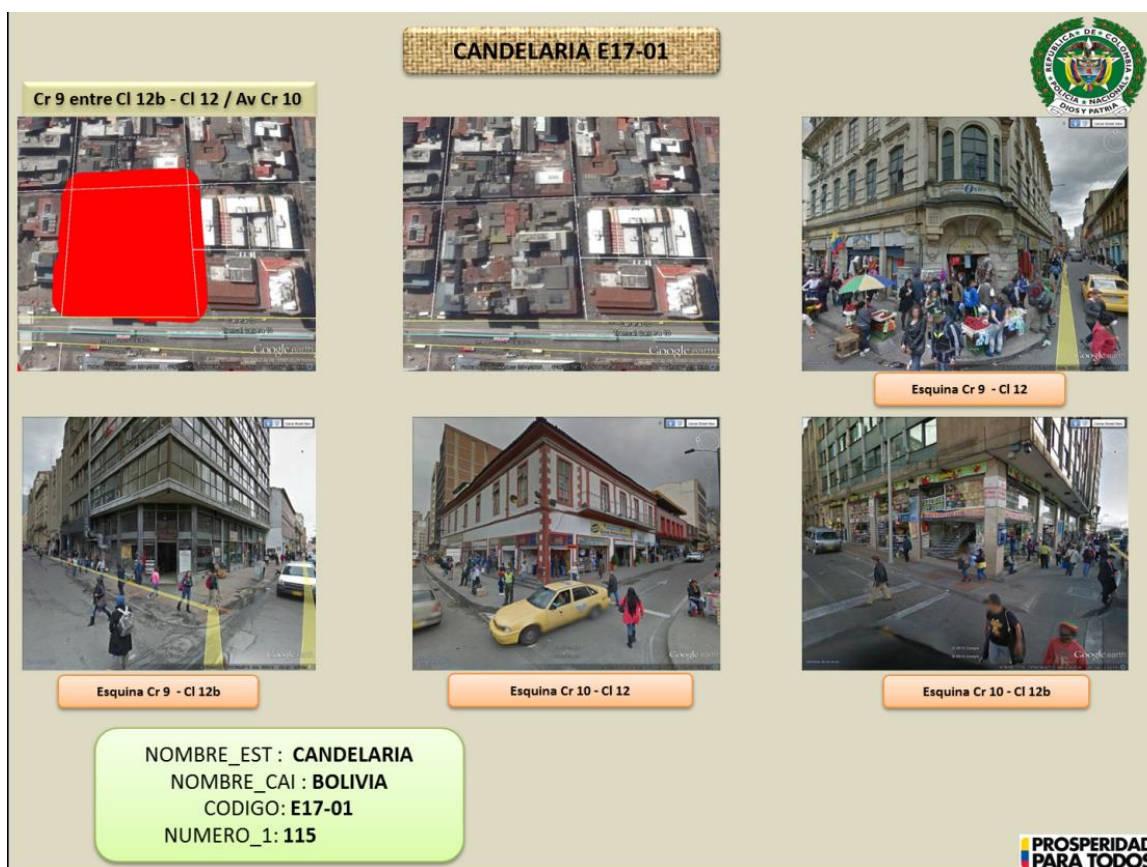


S2 Fig. Selección de manzanas.

En la siguiente imagen, los puntos azules representan delitos, las líneas verdes representan límites cuadrantes y las áreas con sombras rojas representan las manzanas seleccionadas para nuestro estudio. Recuerde que los cuadrantes son las áreas administrativas policiales más pequeñas de Bogotá que incluyen varias manzanas (según el nivel de actividad delictiva).



La siguiente imagen es de un informe de un oficial de policía que visitó todas las manzanas seleccionadas para el estudio antes del tratamiento. Las dos primeras imágenes muestran la manzana llena en rojo y sin rojo. Las siguientes cuatro imágenes muestran las cuatro esquinas de la manzana.



S1 Tabla. Tablas de equilibrio.

Balance between treatment and control areas during pre-treatment phase

	control	treated	p-value
Total Crime	3.49	4.38	0.20
Total 123 Calls	13.51	17.01	0.12
Total Minor Wrongdoings	3.87	2.77	0.33
Premeditated Crime	2.27	3.05	0.18
Spontaneous Crime	0.51	0.49	0.92
123 Calls for Attack	10.74	13.16	0.20
123 Calls for Theft	2.77	3.86	0.05
Catchment Area Crime	22.86	19.70	0.11
Catchment Area 123 Calls	122.23	104.13	0.25
Catchment Area Minor Wrongdoings	22.47	17.79	0.40
Distance from City Center	6975.79	6325.64	0.41
Randomization Blocks	39.00	39.00	1.00
Pedestrians	27.78	40.76	0.00
N	77	77	

Balance between survey respondents of treatment and control areas

	control	treated	p-value
Sex	1.50	1.49	0.81
Age	33.78	33.98	0.81
Resident	1.24	1.24	0.91
Education	3.02	3.16	0.03
Socio-Economic Strata	2.67	2.63	0.50
Media Consumption	1.50	1.70	0.00
N	308	308	

S2 Tabla. T-test tables for hypotheses 1 to 5

Regression table for hypothesis 1

	(1) Total Crime	(2) Total 123 Calls	(3) Total Minor Wrongdoings
Treatment	-0.671 (0.508)	-0.933 (1.128)	0.492 (0.894)
Distance from City Center	0.0000538 (0.0000573)	-0.000153 (0.000127)	0.000136 (0.000101)
Randomization Blocks	-0.00937 (0.0118)	0.0155 (0.0262)	-0.0118 (0.0207)
Pedestrians	0.0224 (0.0141)	-0.00582 (0.0313)	0.00989 (0.0248)
Constant	-1.229 (0.922)	1.924 (2.047)	-1.710 (1.622)
Observations	154	154	154

Standard errors in parentheses

* p<0.10, ** p<0.05, *** p<0.010

T-test table for hypothesis 1

	Control	Treated	Difference	p-value
Total Crime	-0.60	-1.01	0.42	0.19
Total 123 Calls	1.30	0.39	0.91	0.20
Total Minor Wrongdoings	-0.95	-0.42	-0.53	0.74

Regression table for Hypothesis 2

	(1) Premeditated Crime	(2) Spontaneous Crime	(3) 123 Calls for Theft	(4) 123 Calls for Attack
Treatment	-0.710* (0.364)	0.00921 (0.160)	-0.617 (0.570)	-0.316 (0.966)
Distance from City Center	0.0000215 (0.0000411)	0.0000269 (0.0000181)	-0.000121* (0.0000644)	-0.0000318 (0.000109)
Randomization Blocks	-0.00801 (0.00844)	0.00175 (0.00372)	0.00159 (0.0132)	0.0139 (0.0224)
Pedestrians	0.0127 (0.0101)	-0.000363 (0.00444)	-0.00453 (0.0158)	-0.00129 (0.0268)
Constant	-0.360 (0.661)	-0.376 (0.291)	1.780* (1.036)	0.144 (1.755)
Observations	154	154	154	154

Standard errors in parentheses

* p<0.10, ** p<0.05, *** p<0.010

T-test table for hypothesis 2

	Control	Treated	Difference	p-value
Premeditated Crime	-0.17	-0.73	0.56	0.05
Spontaneous Crime	-0.13	-0.14	0.01	0.47
Theft	0.87	0.27	0.60	0.13
Attack	0.43	0.12	0.31	0.36

Regression table for hypothesis 3

	(1) First Month Crime	(2) Second Month Crime	(3) Third Month Crime
Treatment	-0.365* (0.216)	-0.0338 (0.232)	-0.180 (0.224)
Distance from City Center	0.0000280 (0.0000243)	0.0000385 (0.0000262)	-0.00000332 (0.0000253)
Randomization Blocks	0.00419 (0.00500)	-0.00225 (0.00539)	-0.00696 (0.00520)
Pedestrians	0.0109* (0.00598)	0.000867 (0.00644)	0.0130** (0.00621)
Constant	-0.665* (0.391)	-0.443 (0.422)	-0.331 (0.407)
Observations	154	154	154

Standard errors in parentheses

* p<0.10, ** p<0.05, *** p<0.010

T-test table for hypothesis 3

	Control	Treated	Difference	p-value
First Month Crime	-0.00	-0.25	0.24	0.12
Second Month Crime	-0.24	-0.29	0.05	0.41
Third Month Crime	-0.26	-0.27	0.01	0.48

Regression table for hypothesis 4

	(1) Catchment Area Crime	(2) Catchment Area 123 Calls	(3) Catchment Area Minor Wrongdoings
Treatment	0.412 (1.224)	3.378 (3.360)	1.250 (4.105)
Distance from City Center	0.0000627 (0.000138)	0.000363 (0.000379)	-0.000985** (0.000463)
Randomization Blocks	0.0411 (0.0284)	0.109 (0.0779)	0.0000264 (0.0952)
Pedestrians	0.0744** (0.0340)	-0.0180 (0.0932)	0.0955 (0.114)
Constant	-5.068** (2.223)	-6.209 (6.100)	-0.721 (7.453)
Observations	154	154	154

Standard errors in parentheses

* p<0.10, ** p<0.05, *** p<0.010

T-test table for hypothesis 4

	Control	Treated	Difference	p-value
Catchment Area Crime	-0.96	0.38	-1.34	0.87
Catchment Area 123 Calls	0.08	2.99	-2.91	0.82
Catchment Area Minor Wrongdoings	-4.94	-1.81	-3.13	0.79

Regression table for hypothesis 5

	(1) Trust in Police	(2) Security Feeling	(3) Police Performance
Treatment	0.0885 (0.104)	0.102 (0.0629)	0.0410 (0.0793)
Sex	-0.0866 (0.103)	0.0117 (0.0622)	-0.268*** (0.0785)
Age	0.0102* (0.00528)	-0.00998*** (0.00319)	0.0138*** (0.00403)
Resident	-0.174 (0.121)	-0.527*** (0.0731)	0.0473 (0.0919)
Education	0.354*** (0.0722)	-0.0330 (0.0436)	0.221*** (0.0550)
Socio-Economic Strata	-0.0197 (0.0833)	0.324*** (0.0502)	0.0692 (0.0634)
Media Consumption	-0.0954 (0.0772)	-0.106** (0.0467)	0.153*** (0.0587)
Constant	2.199*** (0.425)	3.343*** (0.257)	1.418*** (0.324)

Observations	605	604	604
--------------	-----	-----	-----

Standard errors in parentheses
 * p<0.10, ** p<0.05, *** p<0.010

T-test table for hypothesis 5

	Control	Treated	Difference	p-value
Trust in Police	3.07	3.20	-0.13	0.10
Security Perception	2.98	3.04	-0.06	0.18
Police Performance	2.62	2.73	-0.11	0.09

S1 File. Encuesta original en español.

[ID. Número de cuestionario]	
[CUADRANTE. Número de cuadrante:]	
[MANZANA. Número de manzana:]	
[SALUDAR LIBREMENTE USANDO ESTE TEXTO] BUENOS DÍAS, SOY [decir nombre]. ESTOY HACIENDO UN ESTUDIO SOBRE PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD EN BOGOTÁ PARA SUGERIRLE A LA POLICÍA NACIONAL COMO DISMINUIR LOS NIVELES DE CRIMINALIDAD. LE QUISIERA HACER UNAS POCAS PREGUNTAS LO QUE LE TOMARÍA 5 MINUTOS DE SU TIEMPO. SU OPINIÓN ES MUY IMPORTANTE PARA NOSOTROS Y PARA MEJORAR LA SEGURIDAD DE LOS BOGOTANOS.	
FILTRO1. ¿Está usted frecuentemente en este barrio? [por lo menos una vez a la semana] Si→Continúe con FILTRO2. No→ Agradezca al entrevistado y termine la entrevista	
FILTRO2. [No preguntar a personas claramente mayores de 18] ¿Tiene más de 18 años? Sí→Continúe leyendo consentimiento No→Agradezca al entrevistado y termine la entrevista	
[LEER ESTE CONSENTIMIENTO INFORMADO ANTES DE INICIAR CON LAS PREGUNTAS] ANTES DE EMPEZAR CON EL RESTO DE LAS PREGUNTAS, QUIERO ASEGURARLE QUE SU PARTICIPACIÓN EN EL ESTUDIO ES VOLUNTARIA. LAS RESPUESTAS QUE USTED PROPORCIONE SERÁN COMPLETAMENTE CONFIDENCIALES Y NO REGISTRAMOS SU NOMBRE O IDENTIDAD. ¿DESEA PARTICIPAR?	
Q1. Género [ANOTAR, NO PREGUNTE]: (1) Hombre (2) Mujer	
EDAD. ¿Qué edad tiene? [en años] (8888) NS (9888) NR	
RESIDENTE. ¿Reside en este barrio en el que nos encontramos ahora? (1) Sí (2) No (88) NS (98) NR	
TRABAJADOR. ¿Trabaja en este barrio aquí? (1) Sí (2) No (88) NS (98) NR	
EDU. ¿Cuál es su nivel educativo más alto alcanzado? (1) ninguno (2) primaria (3) secundaria (4) técnico/tecnológico (5) profesional (6) posgrado	
ESTRATO. ¿Cuál es su estrato? (1) (2) (3) (4) (5) (6)	

G10. ¿Con qué frecuencia sigue las noticias, ya sea en televisión, radio, periódicos o Internet? [Leer] (1) Diariamente (2) Algunas veces a la semana (3) Algunas veces al mes (4) Rara vez (5) Nunca [No leer] (88) NS [No leer] (98) NR								
Cambiando de tema, le voy a hacer una serie de preguntas, y le voy a pedir que para darme su respuesta utilice los números entre 1 y 7, donde 1 significa NADA y 7 significa MUCHO. Por ejemplo, si yo le preguntara hasta qué punto le gusta ver televisión, si a usted no le gusta ver nada, elegiría un 1 o 2. Si por el contrario le gusta mucho ver televisión me diría el número 7 o 6. Si su opinión está entre nada y mucho elegiría un número entre 1 y 7, por ejemplo 3, 4 o 5. Entonces, ¿hasta qué punto le gusta a usted ver televisión? Dígame el número. [Asegúrese que el entrevistado entienda correctamente].								
1	2	3	4	5	6	7	88	98
Nada			Mucho			No sabe	No responde	
Ahora le voy a pedir que para darme su respuesta utilice los números entre 1 y 7. Recuerde que puede utilizar cualquier número intermedio.								
Anotar el número 1-7, 88 para los que NS y 98 para los NR								
B10A. ¿Hasta qué punto tiene confianza en el sistema de justicia?								
B14. ¿Hasta qué punto tiene confianza usted en el Gobierno Nacional?								
B18. ¿Hasta qué punto tiene confianza usted en la Policía?								
B32. ¿Hasta qué punto tiene usted confianza en la alcaldía de Bogotá?								
VIC1EXT. Ahora, cambiando el tema, ¿ha sido usted víctima de algún acto de delincuencia en los últimos 3 meses? Es decir, ¿ha sido usted víctima de un robo, hurto, agresión, fraude, extorsión, amenazas o algún otro tipo de acto delictual en los últimos 3 meses? (1) Sí [Siga] (2) No [Pasar a AOJ11] (88) NS [Pasar a AOJ11] (98) NR [Pasar a AOJ11]								
AOJ1. ¿Denunció el hecho del que fue víctima a alguna institución? (1) Sí (2) No (88) NS (98) NR								
AOJ11. Hablando de este barrio de por aquí y pensando en la posibilidad de ser víctima de un asalto o robo, ¿usted se siente								

muy seguro(a), algo seguro(a), algo inseguro(a) o muy inseguro(a)? (1) Muy seguro(a) (2) Algo seguro(a) (3) Algo inseguro(a) (4) Muy inseguro(a) (88) NS (98) NR						
AOJ12A. Si usted fuera víctima de un robo o asalto, ¿cuánto confiaría que la policía capturaría a la persona responsable? [Leer alternativas] Confiaría... (1) Mucho (2) Algo (3) Poco (4) Nada (88) NS (98) NR						
AOJ12. Y si fuera víctima de un robo o asalto, ¿cuánto confiaría que el sistema judicial castigue al culpable? [Leer alternativas] Confiaría... (1) Mucho (2) Algo (3) Poco (4) Nada (88) NS (98) NR						
PESE2. ¿Considera usted que el nivel de violencia actual en este barrio de por aquí es mayor, igual, o menor que el de hace 12 meses? (1) Mayor (2) Igual (3) Menor (88) NS (98) NR						
DESEMP. ¿Cómo califica la labor que desempeñan en materia de seguridad, las siguientes entidades? Siendo 1 pésimo, 2 mala, 3 regular, 4 buena, y 5 excelente [Lea cada opción y califique sólo aquellos que conoce]						
Alcaldía de Bogotá	1	2	3	4	5	(88) NS (98) NR
Gobierno Nacional	1	2	3	4	5	(88) NS (98) NR
Policía Nacional	1	2	3	4	5	(88) NS (98) NR
IT1. Ahora, hablando de la gente de por aquí, ¿diría que la gente de por aquí es muy confiable, algo confiable, poco confiable o nada confiable? (1) Muy confiable (2) Algo confiable (3) Poco confiable (4) Nada confiable (88) NS (98) NR						

EXPERIMENT1. ¿En los últimos meses usted ha visto afiches en esta manzana aquí indicando el número de capturados por la Policía Nacional? [NO SEÑALE AFICHE] (1) Sí [Siga con Experiment2] (2) No [Termine entrevista] (88) NS [Termine entrevista] (98) NR [Termine entrevista]	
EXPERIMENT2. ¿Le gustaron o le molestaron estos afiches de la Policía? (1) Me gustaron (2) Me molestaron 3) [NO LEER] No me gustó ni me molestó (88) NS (98) NR	

ESTAS SON TODAS LAS PREGUNTAS. ¡MUCHAS GRACIAS POR SU VALIOSA COLABORACIÓN!

[Siguientes preguntas para encuestador]

[FECHA. Fecha de entrevista	Día:	Mes:	Año: 2016]
[Hora en la cual terminó la entrevista]	_____ : _____		
[TI. Duración de la entrevista en minutos]			
[INTID. Nombre del entrevistador/a]			

Yo juro que esta entrevista fue llevada a cabo con la persona indicada.

Firma del entrevistador _____ *Fecha* ____ / ____ / ____

Firma del supervisor de campo _____

S2 File. Question framing for hypothesis 5

Trust in police: „To what extent do you trust the police?” Answer options range from 1, none, to 7, a lot.

Security perception: „Talking about the neighborhood around here and thinking of becoming a victim to an assault or robbery, do you feel very secure, somewhat secure, somewhat insecure or very insecure?” Answer options from 1 to 4.

Police performance: „How do you assess the work of the Nacional Police in terms of security?” Answer options from 1, very bad, to 5, excellent.

NOTE: For the coefplot, all outcome variable were re-scaled to 0 to 1 scales.

S3 File. Lista de los delitos y contravenciones (List of crimes and minor wrongdoings)

Lista de los delitos registrados en el condigo penal incluidos en el estudio (traducción en inglés):

ARTICULO 239. HURTO PERSONAS

Personal theft

ARTICULO 376. TRAFICO, FABRICACION O PORTE DE ESTUPEFACIENTES

Traffic, fabrication and carrying of illegal drugs

ARTICULO 111. LESIONES PERSONALES

Personal injury

ARTICULO 239. HURTO ENTIDADES COMERCIALES

Theft in commercial entity

ARTICULO 239. HURTO MOTOCICLETAS

Theft of motorbikes

ARTICULO 429. VIOLENCIA CONTRA SERVIDOR PUBLICO

Violence against public servant

ARTICULO 265. DANO EN BIEN AJENO

Damage to others' goods

ARTICULO 229. VIOLENCIA INTRAFAMILIAR

Domestic violence

ARTICULO 365. FABRICACION, TRAFICO, PORTE O TENENCIA DE ARMAS DE FUEGO, ACCESORIOS, PARTES O MUNICIONES

Traffic, fabrication and carrying of firearms, accessories, parts or ammunition

ARTICULO 109. HOMICIDIO CULPOSO (EN ACCIDENTE DE TRANSITO)

Manslaughter

ARTICULO 239. HURTO RESIDENCIAS

Theft of residential units

ARTICULO 239. HURTO AUTOMOTORES

Theft of cars

ARTICULO 120. LESIONES CULPOSAS (EN ACCIDENTE DE TRANSITO)

Careless injury

ARTICULO 103. HOMICIDIO

Homicide

ARTICULO 347. AMENAZAS

Threat

ARTICULO 208. ACCESO CARNAL ABUSIVO CON MENOR DE 14 ANOS

Rape of minor under the age of 14

Contravenciones (List of minor wrongdoings):

Art.80 No. 1,2 y 4. OCUPACION ESPACIO PUBLICO POR VEHICULOS, VENTAS
AMBULANTES

Occupation of public space

Art. 25. No. 10, NO UTILIZAR BANOS Y NO HACERLO EN SITIOS PUBLICOS

Not using bathrooms

Art.12,14, Art. 15,12. RINAS O ESCANDALO. AGREDIR FISICA O VERBALMENTE
A VECINO ALGUNO

A QUIEN SEA AMONESTADO EN PRIVADO O REPRENDIDO EN AUDIENCIA
PUBLICA

AL QUE EN VIA PUBLICA RINA O AMENACE A OTROS

Minor aggression

Art. 27 Numeral 3.2 Y 3.5 VENDER O CONSUMIR BEBIDAS EMBRIAGANTES ZONA
COMUN ESPACIO PUBLICO.

Alcohol use in public

Art. 12. No. 16. ACTIVIDAD CONTAMINE AMBIENTE OCASIONE OLORES Y
RUIDOS PERTURBEN LA TRANQUILIDAD

PERTURBAR TRANQUILIDAD EN RECINTO DE OFICINA PUBLICA,O DURANTE
ESPECTUCULOS O REUNIONES PUBLICAS

Noise or smell contamination.

Art.83 No. 1, 2 y 3. OCUPACION ESPACIO PUBLICO CON RESIDUOS EL ARROJAR
Y SU RECOLECCION

A QUIEN HAYA SIDO AMONESTADO EN PRIVADO O REPRENDIDO EN
AUDIENCIA PUB

Occupation of public space with waste

ART. 111. No.7, INVASION ESPACIO, ESTABLECIMIENTO PUBLICO

Invasion of public space

Art.100 No. 15, 16,17y 18. CICLO RUTA NO UTILIZAR PARA: MOTOS U OTRO TIPO
DE VEHICULO PARA PASEAR PERROS, VENTA ESTACIONARIA EN LOS
PUENTES LLEVAR LA BICICLETA EN LA MANO.

CUANDO SE QUEBRANTE HORARIO DE SERVICIO SEÑALADO POR LA POLICIA
LOCAL

Not using cycle path in correct way

Art. 82 No. 2, 3, 5. CONTAMINACION AUDITIVA Y SONORA

Noise contamination