

14 Busca la ampliación y la difusión de beneficios

Investigadores que buscan desplazamientos a veces encuentran lo opuesto. Más que encontrar que la delincuencia se ha trasladado a algún otro lugar o tiempo, han encontrado que se ha reducido más ampliamente de lo esperado, más allá del objetivo planeado en las medidas. Éste es un descubrimiento relativamente reciente, pero ya existen muchos ejemplos:

- Como se esperó, el etiquetado electrónico de libros en la biblioteca de una Universidad de Wisconsin resultó en la reducción de los robos de libros. Además, los robos de videos y otros materiales que no habían sido etiquetados también se redujeron.
- Cuando un vendedor de artículos electrónicos en Nueva Jersey introdujo un régimen de contar diariamente la mercancía valiosa del almacén, los robos de estos artículos se cayeron –pero también se cayeron los robos de artículos que no estaban dentro del inventario.
- Cuando se instalaron cámaras en algunos semáforos de ciertos cruces en Strathclyde, no sólo menos personas se pasaron los altos en ese lugar, también sucedió lo mismo en otros semáforos cercanos.
- La implementación de sistemas de seguridad para casas que habían sido robadas constantemente en Kirkholt redujo los robos para todo el lugar, no solamente en las casas con protección adicional.
- Cuando el alumbrado público se mejoró en una gran propiedad estatal en Inglaterra, el delito se redujo en el lugar y en un predio cercano donde las luces no fueron cambiadas.
- Cuando los sistemas de rastreo vehicular fueron introducidos en seis grandes ciudades americanas, las tasas de robo se redujeron en todas las ciudades, no sólo para los dueños de los automóviles que compraron estos dispositivos.

Todos estos son ejemplos de la “difusión de beneficios” en medidas de prevención del delito que han sido implementadas. Parece que los victimarios

potenciales pueden estar conscientes de las nuevas medidas de prevención introducidas, pero están a menudo inseguros de su alcance preciso. Pueden creer que las medidas se han llevado a cabo más ampliamente de lo realmente hecho y que el *esfuerzo* necesario para cometer un delito, o los *riesgos* implicados, han aumentado en un rango más amplio de lugares, tiempos o blancos de lo que, de hecho, ha sido.

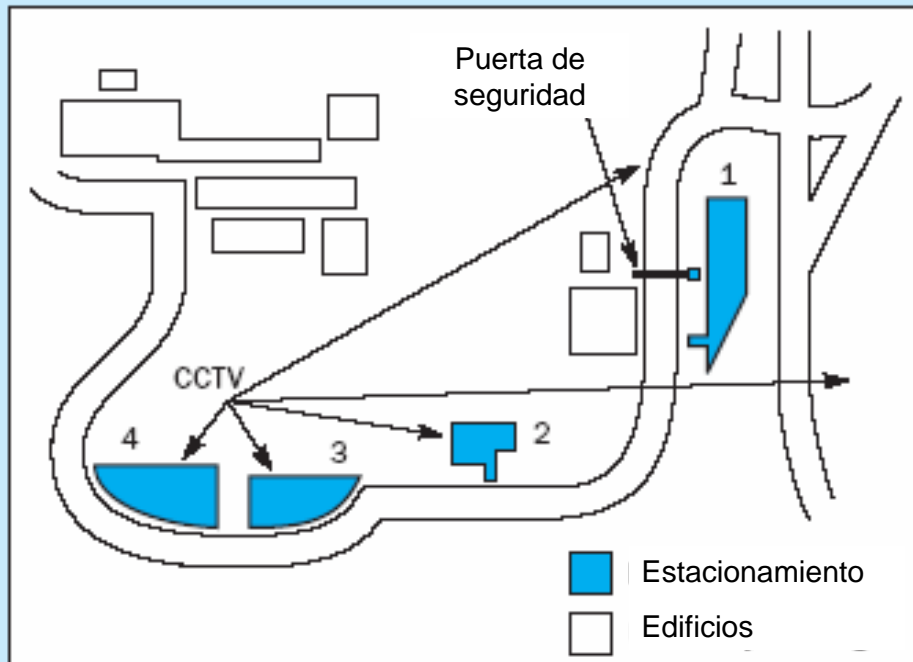
La difusión de beneficios es una suerte inesperada que aumentó grandemente la apelación práctica a la prevención situacional del delito, pero nosotros no sabemos todavía cómo reforzarlo deliberadamente. Un método importante puede ser la publicidad. Una campaña publicitaria ayudó a extender los beneficios de las cámaras de circuito cerrado para una flota de 80 autobuses en el Norte de Inglaterra, aunque éstas se instalaron solo en unos de los autobuses. Uno de los autobuses equipados hizo su ruta alrededor de las escuelas del área y lograron consumarse arrestos como resultado del uso de las cámaras, lo que originó una amplia publicidad en los medios de comunicación.

Debemos esperar que la difusión de beneficios decaiga cuando los victimarios descubren que los riesgos y el esfuerzo de cometer delito no han aumentado tanto como lo habían pensado. Esto ocurrió en los primeros días del alcoholímetro, el cual tuvo un impacto inmediato en los conductores ebrios más alto del esperado dado el aumento real en el riesgo de ser capturado. Sin embargo, cuando los choferes aprendieron que los riesgos de ser detenido todavía eran bastante reducidos, los conductores borrachos empezaron a aumentar de nuevo. Esto puede significar que tendrán que ser encontradas otras maneras de mantener a los victimarios adivinando sobre los niveles precisos de amenaza, o sobre cuánto esfuerzo extra es realmente necesario si deciden continuar con sus delitos.

En un nivel práctico, la difusión es importante como un argumento opuesto al desplazamiento ante aquellos que se resisten a la introducción de medidas preventivas. Y ciertamente, usted encontrará muchos de ellos. En segundo lugar, es importante que planee su evaluación tomando en cuenta su posterior difusión. Por otra parte, usted puede encontrar que las personas cuestionan la efectividad de las medidas preventivas en zonas en que el delito cayó más dramáticamente de lo esperado.

Difusión de beneficios y cámaras de circuito cerrado en un estacionamiento universitario

Sistema de circuito cerrado de tv (CCTV)



Un nuevo jefe de seguridad en la Universidad de Surrey decidió tratar con un aumento de robo de autos en el estacionamiento de la universidad introduciendo cámaras de circuito cerrado. Instaló una cámara en un mástil para proporcionar vigilancia al lugar. Como el diagrama lo muestra, la cámara no pudo mantener su vigilancia por igual en las cuatro áreas del estacionamiento porque su vista del área 1 era disimulada por edificios. Por consiguiente podría haberse esperado que si el circuito cerrado tuviera algún valor previniendo el delito esto sólo sería para las zonas del estacionamiento que cubría adecuadamente. También podría haberse esperado que el delito cambiara de sitio hacia un lugar del estacionamiento donde no existiera la vigilancia apropiada. De hecho, en el año siguiente a la introducción del circuito cerrado, los intentos de robo, y el vandalismo se redujeron a la mitad, de 138 en el año anterior a 65 por el año después de la instalación del sistema. Los incidentes en el estacionamiento 1, no cubierto por las cámaras, como en el otros tres parques del automóvil se redujeron tanto como en los otros estacionamientos. Esta difusión del beneficios del circuito cerrado probablemente resultó en que los victimarios potenciales tomaron conciencia de que el sistema se había introducido en la Universidad, pero sin saber de sus limitaciones. Muchos probablemente decidieron que el riesgo y esfuerzo de intentar algo en el estacionamiento no valía la pena.

Lectura adicional

Ronald Clarke and David Weisburd (1994). Diffusion of Crime Control Benefits: Observations on the Reverse of Displacement. In *Crime Prevention Studies*, vol. 2, edited by Ronald Clarke. Monsey, New York: Criminal Justice Press. (Download from: www.popcenter.org)