

El riesgo de que se cometa un asesinato de violencia de género es 67% más alto al día siguiente de un primer homicidio

El riesgo de que un hombre mate a su pareja o ex pareja es un 67 por ciento más alto al día siguiente de un primer asesinato y hasta un 30 por ciento más elevado cuando se han cumplido diez días del primer crimen, según un estudio del que se desprende que existe un 'patrón de concentración' de homicidios de violencia de género en España que no se da por azar, sino porque se produce un 'efecto imitación' que podría estar motivado por la información que se publica sobre cada caso.

[Me gusta](#)

Sé el primero de tus amigos a quien le gusta esto.

El estudio, elaborado por el catedrático de Bioestadística de la Universidad de Granada, Juan de Dios Luna del Castillo, y presentado este miércoles por el Delegado del Gobierno contra la Violencia de Género, Miguel Lorente, analiza los 545 feminicidios cometidos en 484 días entre 2003 y 2010, y destaca que el 25 por ciento de ellos tuvieron lugar al día siguiente de un crimen previo, mientras que el 21,65 por ciento se concentraron al cabo de diez días de ese primer asesinato.

Según ha explicado Lorente en declaraciones a Europa Press, el hecho de que los crímenes se den en el día 1 y en el día 10 después de un homicidio previo, revela que existen 'dos tipos' de efectos, el de 'precipitación o paso a la acción' de quien ya ha decidido matar y recibe el 'último empujón' por una 'información previa', y el de quien no está tan cerca de tomar esa decisión pero al cabo de unos días, acaba cometiendo el crimen.

'Hay una concentración de casos y no se debe al azar: hay factores que dan lugar a que esa acumulación se produzca. Estamos hablando de conductas criminales de hombres que no pertenecen a una banda o asociación donde pueda haber contacto previo y pese a ello, comprobamos que existe esa imitación que incluso se da en el modus operandi', ha señalado Lorente, para añadir que el 'elemento común' que tienen todos es la información que publican los medios de comunicación.

En este sentido, el catedrático de Bioestadística ha remitido a un estudio previo en el que abordaba el fenómeno descrito por la Psicología como 'aprendizaje vicario', por el que una persona aprende de otra mediante observación, sin necesidad de ensayo y error, 'que es la forma en la que normalmente se aprende'.

'El aprendizaje vicario necesita de un medio entre el que enseña y el que aprende y lo que planteo en este estudio es que probablemente, los medios de comunicación, en su forma de exponer cómo ocurrían estos homicidios estaban siendo el medio que conectaba a un observador con alguien que había ejecutado la acción previamente y que así, se convertía en enseñante', ha explicado en declaraciones a RNE recogidas por Europa Press.

Lorente ha aclarado que 'no se trata de que el Gobierno ponga la pelota en el tejado de los medios de comunicación, porque la violencia de género está en todos los tejados', sino que el objetivo es destapar la existencia de este efecto imitación, que 'no es el único que influye para matar ni lo hace en todos los casos', y estudiar en qué medida puede verse precipitado por el tipo de información sobre violencia de género que se publica.

'No se trata de responsabilizar a los medios ni les pedimos que no se informe, sólo pedimos que se informe bien, con responsabilidad', ha destacado Lorente, para quien se debería evitar la difusión, por ejemplo, de imágenes morbosas o pormenores del modus operandi. El delegado del Gobierno trabaja desde 2009 con distintos medios de comunicación españoles para abordar el tratamiento de este tipo de informaciones.

Terra | Noticias:

[Noticias](#) | [Inicio](#) | [España](#) | [Mundo](#) | [Local](#) | [Sucesos](#) | [Gente y Cultura](#) | [Especiales](#) | [Vídeos](#) | [Fotos](#) |[RSS Terra Noticias](#) | [Página Inicio Terra Noticias](#) | [Mapa Web](#) |

Otros enlaces:

[Conoce Terra en otros países](#) | [Aviso e Información legales](#) | [Anúnciate](#) | [Política de privacidad](#) | [Copyright 2011](#) | [Telefónica de España, S.A.U](#) |