

Principios de la propaganda nazi de Goebbels

1) Principio de simplificación y del enemigo único.

Adoptar una única idea, un único símbolo. Individualizar al adversario en un único enemigo.

2) Principio del método de contagio.

Reunir diversos adversarios en una sola categoría o individuo. Los adversarios han de constituirse en suma individualizada.

3) Principio de la transposición.

Cargar sobre el adversario los propios errores o defectos, respondiendo el ataque con el ataque. Si no puedes negar las malas noticias, inventa otras que las distraigan.

4) Principio de la exageración y desfiguración.

Convertir cualquier anécdota, por pequeña que sea, en amenaza grave.

5) Principio de la vulgarización.

Toda propaganda debe ser popular, adaptando su nivel al menos inteligente de los individuos a los que va dirigida. Cuanto más grande sea la masa a convencer, más pequeño ha de ser el esfuerzo mental a realizar. La capacidad receptiva de las masas es limitada y su comprensión escasa; además, tienen gran facilidad para olvidar.

6) Principio de orquestación.

La propaganda debe limitarse a un número pequeño de ideas y repetirlas incansablemente, presentarlas una y otra vez desde diferentes perspectivas, pero siempre convergiendo sobre el mismo concepto. Sin fisuras ni dudas. De aquí viene también la famosa frase: "Si una mentira se repite lo suficiente, acaba por convertirse en verdad".

7) Principio de renovación.

Hay que emitir constantemente informaciones y argumentos nuevos a un ritmo tal que, cuando el adversario responda, el público esté ya interesado en otra cosa. Las respuestas del adversario nunca han de poder contrarrestar el nivel creciente de acusaciones.

8) Principio de la verosimilitud.

Construir argumentos a partir de fuentes diversas, a través de los llamados globos sonda o de informaciones fragmentarias.

9) Principio de la silenciación.

Acallar las cuestiones sobre las que no se tienen argumentos y disimular las noticias que favorecen el adversario, también contraprogramando con la ayuda de medios de comunicación afines.

10) Principio de la transfusión.

Por regla general, la propaganda opera siempre a partir de un sustrato preexistente, ya sea una mitología nacional o un complejo de odios y prejuicios tradicionales. Se trata de difundir argumentos que puedan arraigar en actitudes primitivas.

11) Principio de la unanimidad.

Llegar a convencer a mucha gente de que piensa "como todo el mundo", creando una falsa impresión de unanimidad.

