

## Los 11 principios de la propaganda de Joseph Goebbels

**Principio de simplificación y del enemigo único.** Adoptar una única idea, un único Símbolo; Individualizar al adversario en un único enemigo.

**Principio del método de contagio.** Reunir diversos adversarios en una sola categoría o individuo; Los adversarios han de constituirse en suma individualizada.

**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”.

**Principio de la exageración y desfiguración.** Convertir cualquier anécdota, por pequeña que sea, en amenaza grave.

**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”.

**Principio de orquestación.** “La propaganda debe limitarse a un número pequeño de ideas y repetirlas incansablemente, presentadas 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 suficientemente, acaba por convertirse en verdad”.

**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.

**Principio de la verosimilitud.** Construir argumentos a partir de fuentes diversas, a través de los llamados globos sondas o de informaciones fragmentarias.

**Principio de la silenciación.** Acallar sobre 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.

**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.

**Principio de la unanimidad.** Llegar a convencer a mucha gente que se piensa “como todo el mundo”, creando impresión de unanimidad.

**Para seguir conociendo sobre el tema, se recomienda:**

<http://shoa-interpelados.amia.org.ar/portfolio-posts/propaganda-y-censura-nazis/>