

Los 11 principios de la propaganda nazi creados por 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, 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".

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 sondas o de informaciones fragmentarias.

9.- 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.

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 que se piensa "como todo el mundo", creando impresión de unanimidad.