



Revista Urología Colombiana

ISSN: 0120-789X

revistaurologiacolombiana@scu.org.co

Sociedad Colombiana de Urología
Colombia

Uribe Arcila, Juan Fernando

De cómo los principios de propaganda de Goebbels infiltran la vida cotidiana

Revista Urología Colombiana, vol. XVII, núm. 1, abril, 2008

Sociedad Colombiana de Urología

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=149120483001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Editorial

De cómo los principios de propaganda de Goebbels infiltran la vida cotidiana

Juan Fernando Uribe Arcila
Director Revista Urología Colombiana



En estas épocas de manipulación mediática, en medio del panorama amenazante de una América Latina con líderes mesiánicos y vociferantes que nos rodean, pero sobre todo con la realidad que vive actualmente el grupo de médicos en Colombia, atomizado, fragmentado y minimizado en su trabajo, es nuestro deber intentar comprender ciertos asuntos desde una óptica histórica más amplia.

Ha oído usted frases como estas que adrede uso incompletas: *“Los médicos no deben”, “Las tarifas no pueden”, “Los recibimos pero no en esta forma...”, “La empresa no puede aceptar...”* *“Hagan una propuesta a ver si...”*

Joseph Goebbels fue el ministro de propaganda de la Alemania Nazi, de hecho se considera el gran maestro de la propaganda negra de todos los tiempos. El formuló unos principios admirablemente simples que aun hoy tienen vigencia y que nos aplican permanentemente sin que apenas nos demos cuenta. Por la situación actual de Colombia y por el estado de postración de un gremio maltratado vale la pena recordar esta filosofía escalofriante.

Estos son los principios de propaganda de Goebbels:

1- Principio de simplificación y del enemigo único: Adoptar una única idea, un único símbolo e individualizar al adversario como si fuera un único enemigo.

2- Principio del método de contagio: Reunir diversos adversarios en una sola categoría o individuo; los adversarios han de constituirse en una suma individualizada aunque no sean iguales.

3- Principio de la transposición: Cargar sobre el adversario los propios errores o defectos del sistema, respondiendo al ataque con el ataque. Aun: *“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. Cualquier intento del enemigo es una afrenta desmesurada.

5- Principio de la vulgarización: Dice Goebbels: *“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 repetidas incansablemente, presentadas una y otra vez desde diferentes perspectivas pero siempre convergiendo sobre el mismo concepto. Sin tesuras ni dudas. 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

Uribe, J.F.

ya interesado en otra cosa. Las respuestas del adversario nunca han de poder contrarrestar el nivel creciente de acusaciones. Cierre los canales que permitan responder.

8- El Principio de la verosimilitud: Construir argumentos a partir de fuentes diversas, a través de los llamados globos sondas o de informaciones fragmentarias. No le entregue la información total a los actores del conflicto.

9- Principio de la silenciación: Acallar las cuestiones sobre las que no se tienen argumentos y disimular las noticias que favorecen al 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, sistema de creencias, 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 se piensa "*como todo el mundo*", creando una falsa impresión de unanimidad.

Y después cada uno puede obtener sus propias conclusiones...

