



La jerarquía nazi: Hitler, Goering, Goebbels (en el centro) y Hess. National Archives and Records Administration/Wikimedia Commons

¿Seguimos viviendo bajo los principios de propaganda de Goebbels?

Publicado: 21 noviembre 2021 23:09 CET

Roberto R. Aramayo

Profesor de Investigación IFS-CSIC (GI TcP Ética, Epistemología y Sociedad). Historiador de las ideas morales y políticas. Proyectos: INconRES (PID2020-117219GB-I00), RESPONTRUST (CSIC-COV19-207), ON-TRUST CM (HUM5699) y PRECARITYLAB (PID2019-10), Instituto de Filosofía (IFS-CSIC)

La espléndida novela *Últimos días en Berlín*, de Paloma Sánchez-Garnica, finalista del Premio Planeta 2021, describe una época crucial de la historia europea. Su relato literario viene a recordarnos que el Weimar de Goethe y Schiller colinda con Buchenwald, simbolizando la transición entre la República de Weimar y el Tercer Reich.



Estatua de Goethe y Schiller en Weimar. Andreas Trepte / Wikimedia Commons, CC BY-SA

Aborda una etapa en la que se aplicaron los principios propagandísticos del Dr. Joseph Goebbels, el todopoderoso comunicólogo de Hitler, con unos resultados absolutamente catastróficos. La citada novela va desgranando dichos principios como lemas de su hilo narrativo, y las malhadadas peripecias de sus personajes permite comprobar cuán funestas consecuencias puede conllevar el reducir la política a mera propaganda.

La propaganda del nazismo

Goebbels utilizó en su momento todos los medios de comunicación a su alcance. No sólo controlaba los periódicos y la floreciente industria cinematográfica germana –pensemos en *El triunfo de la voluntad* y *Olympia* de Leni Riefenstahl–, sino también ese nuevo invento, la radio, el “receptor del pueblo” que se colaba en los hogares alemanes a cualquier hora.



Leni Riefenstahl rodando los juegos olímpicos de Berlín en 1936 (Bundesarchiv Bild) German Federal Archives / Wikimedia Commons, CC BY-SA

Si hubiera podido servirse de la televisión y las aplicaciones que todos utilizamos a cada instante hoy en día, la eficacia de su propaganda podría haber sido aún mayor. El ministro para la Ilustración pública y Propaganda del Tercer Reich decidió popularizar con inusitada fortuna el concepto de guerra total, que tan funestas consecuencias acarreó. Su radical antisemitismo fue un factor decisivo para precipitar la solución final.

¿Herederos de Goebbels?

Resulta escalofriante leer sus principios en el polarizado contexto socio-político actual, sobre todo tras padecer la traumática experiencia del trumpismo y las resonancias que ha tenido en muchos otros lugares esa manera de usurpar la política. Trump llegó a inspirar el asalto al Capitolio y su influencia aminoró en cuanto cerraron su cuenta de Twitter. Sin ese poderoso altavoz, sus consignas dejaron de llegar a tanta gente. Todo un signo de los tiempos que vivimos.

Los principios goebelianos prescriben simplificar, adoptando una única idea y un solo símbolo para hacer del adversario el enemigo a batir. Al margen de sus diferencias, los adversarios deben quedar categorizados en una suma individualizada. Hay que proyectar en el adversario los propios errores o defectos y no reconocer nunca estos, limitándose a contraatacar: “Si no cabe negar las malas noticias, deben inventarse otras que distraigan”.

Cualquier anécdota, por trivial que sea, debe ser exagerada y convertida en una grave amenaza. Como las masas tienen flaca memoria, da igual contradecirse, siendo prioritario trivializar el mensaje, adaptándose al nivel menos inteligente de los destinatarios y simplificando cuanto se pueda el esfuerzo mental a realizar.

Goebbels probando un modelo de radio en 1938. German Federal Archives / Wikimedia Commons, CC BY-SA

También aconseja renovar constantemente las informaciones para que, cuando el adversario responda, el público ya esté interesado en otra cosa y las respuestas del adversario no puedan contrarrestar el creciente nivel de acusaciones. Los argumentos deben construirse ensartando informaciones fragmentarias y lo que se denomina globo sonda. Hay que guardar silencio cuando no se tengan argumentos y disimular las noticias que favorezcan al adversario, contraprogramando con los medios de información afines.

La mitología nacional y los complejos que suscitan odio ayudan a enraizar la propaganda en un sustrato bien abonado por prejuicios tradicionales. Resulta elemental convencer a mucha gente de que piensa “como todo el mundo” para crear la impresión de una falsa unanimidad.

Fanatismo / Ilustración

En los anteriores párrafos, me he limitado a parafrasear los principios alrededor de los que se articula la propaganda nazi, incluyendo aquel que viene a resumir la sustancia del conjunto: repetir incansablemente muy pocas ideas hasta hacer pasar la mentira por verdad.

La propaganda de Goebbels apuntaló el acceso al poder del partido nacionalsocialista y sirvió para transmitir los mandamientos del indiscutible líder cuya palabra era ley. Pero lo malo es que su legado parece tener herederos intelectuales bien dispuestos a poner en práctica sus eficaces recomendaciones y alimentar la infodemia imperante.

Nos hemos acostumbrado a hablar de *fake news* para designar los bulos y trolas que corren por las redes o a designar como “hechos alternativos” patrañas que pretenden escamotear datos objetivos. En el Siglo de la Ilustración se creía que bastaba con acceder al conocimiento para erradicar los estragos del fanatismo. Sin embargo, ahora tenemos un exceso de información y lo que falta es saber cribarla para no verse programado por las consignas o eslóganes que se repiten hasta la saciedad, calando en un imaginario colectivo que formatean estos mensajes extraordinariamente simples e incluso contradictorios.

Perseo con la cabeza de Medusa, de Benvenuto Cellini. Wikimedia Commons

Asistimos a una contienda muy desigual, porque la información debidamente contrastada requiere más esfuerzo que las simples anécdotas, mucho más atractivas y fascinantes. No todo debería valer por igual y es hora de velar por no consentir que las informaciones altamente nocivas puedan circular impunemente, habida cuenta de que resultan harto contagiosas. Igual que hay reglas para la circulación rodada, internet está demandando sus propios códigos deontológicos. Necesitamos un Perseo que logre volver sus propias armas contra los encantamientos de una nueva Medusa denominada infodemia.

Contra estos taumaturgos de la propaganda nos advierte Kant en *El conflicto de las Facultades*:

“Si alguien es lo bastante osado como para hacerse pasar por taumaturgo, este conquistará al pueblo y le hará abandonar con desprecio el bando de la Filosofía, cuya tarea es desmentir esa fuerza mágica que se les atribuye de un modo supersticioso y rebatir las observancias ligadas a ella. Es como si el encomendarse pasivamente a tan ingeniosos guías dispensara de toda iniciativa propia, al procurar la enorme tranquilidad de alcanzar con ello los fines propuestos”.