

Para entender...

Poses de poder

Eudice Ochoa indicó que la fotografía en la cual el candidato posa con las yemas de

sus dedos unidas y a la altura del abdomen crea el triángulo del poder como efecto visual; sin embargo, indicó que se necesita mucho más estudio y trabajo en el tema de comunicación no verbal y lenguaje corporal: «Es muy importante porque en las

audiencias abiertas, cuando estás en un encuentro masivo, la comunicación es 70 por ciento no verbal y el 30 por ciento es verbal, y de ese 30 por ciento el electorado se queda con el 7 por ciento de la información», explicó.



Martín Lugo
Candidato por Guasave (PAIS)



Carlo Mario Ortiz
Candidato por Salvador Alvarado (PRI, PVEM y Panal)



Alejandro Higuera
Candidato por Mazatlán (PAN, PAS, PRD y MC)



Luis Guillermo Benítez
Candidato por Mazatlán (Morena, PT y PES)



Jesús Estrada
Candidato por Culiacán (Morena, PT y PES)



Carlos Arturo García
Candidato por Culiacán (PAIS)



Francisco Javier Cervantes
Candidato por Mazatlán (PAIS)



Álvaro Ruelas
Candidato por Ahome (PRI, PVEM y Panal)



Aurelia Leal
Candidato por Guasave (Morena, PT y PES)



Fernando Pucheta
Candidato por Mazatlán (PRI, PVEM y Panal)



Manuel Guillermo Chapman
Candidato por Ahome (Morena, PT y PES)



Robespierre Lizárraga
Candidato por Culiacán (PAN, PAS, PRD y MC)

uso de accesorios caros o finos puede ser una arma de doble filo. De hecho –agregó–, a eso se les conoce como símbolos de pertenencia, que en un tema de marketing y estrategia política deben ser utilizados dependiendo del lugar al que acuda el candidato: «No puedes ir a un lugar con

muchas necesidades con los zapatos Salvatore Ferragamo o con un cinturón Coach porque eso finalmente humilla u ofende al electorado que finalmente trabaja día a día para tener una mejor calidad de vida». Sin embargo, dijo que también es cierto que existen escenarios donde el candidato

tiene que ir muy bien arreglado, como un encuentro empresarial: «La imagen se debe adecuar a los escenarios que visita, no así resaltar la opulencia porque eso genera rechazo con las audiencias». La experta enfatizó que si se razonara el voto, si se llegara más a profundidad con

las plataformas, con las propuestas, si se conociera cuál es la opinión pública de ese candidato o candidata, así como qué trabajos ha realizado, el país podría lograr un cambio positivo y tener mejores gobernantes.