

WAR ROOM: CAMPAIGN TEAMS

CUARTEL DE GUERRA: LOS EQUIPOS DE CAMPAÑA

Vladimir Ramos

Resumen

Planeación, investigación, estrategia general de campaña, tácticas y demás son solo algunas de las múltiples responsabilidades de este selecto grupo, responsabilidades que las complejidades de los procesos electorales pueden ser mucho más y exigir más de lo estimado inicialmente, por esta razón los integrantes deben ser personas sumamente comprometidas con el proyecto, porque el tiempo que les demandará el cumplimiento de sus responsabilidades puede convertirse en un problema para más de alguno.

Palabras clave: cuartel de guerra; comando de campaña; planeación; estrategia.

Abstract

Planning, research, general campaign strategy, tactics and others are some of the multiple responsibilities of this select group, responsibilities that the complexities of the electoral processes can be much more and demand more than originally estimated, for this reason the members must be extremely committed to the project, because the time it will take them to fulfill their responsibilities can become a problem for more than one.

Keyword: war room; campaign command; planning; strategy.

Si las campañas pudieran siempre comenzar por el inicio, deberían empezar por la integración del Cuartel de Guerra o de Estrategia, el nombre es lo de menos ante los retos y responsabilidades que tendrá, pues será el máximo órgano tomador de decisiones, incluso por encima de la o el candidato, razón de más por la que su conformación no puede tomarse a la ligera.

Quiénes y por qué deben estar es lo segundo a responder, cada participante debe tener conocimientos específicos para desempeñar una función específica, o características personales que le permitan articular personalidades y egos tan grandes que muchas veces se resisten al trabajo en equipo y a la corresponsabilidad, y por supuesto, él o la candidata deberán formar parte del Cuarto de Guerra, y su participación deberá limitarse a temas estratégicos en los que su conocimiento y experiencia pueden hacer la diferencia. No querrás al candidato en cada sesión del *war room* pues se perderá de la campaña.

Considera que el coordinador del Cuarto de Guerra, debe ser alguien con disponibilidad de tiempo, pues además de articular los trabajos les dará seguimiento, es en esta área donde las estrategias de campaña muchas veces inician su fracaso, en supervisar de manera constante que las decisiones estratégicas estén implementándose para saber lo que está o no beneficiando a la campaña.

Los integrantes deben ser personas sumamente comprometidas con el proyecto.

Cuántas personas deberán integrarlo no es un número fijo, considerar a más de una decena de personas será excesivo, yo me inclino por un máximo de once o un número menor de integrantes siempre que sea impar, así el responsable tiene la última palabra en caso de decisiones divididas, y porque la fluidez de las conversaciones para la toma de decisiones compite contra el tiempo que a su vez es tu mejor aliado como enemigo al ser el bien más escaso de tu campaña y de la de enfrente.

Planeación, investigación, estrategia general de campaña, tácticas y demás son solo algunas de las múltiples responsabilidades de este selecto grupo, responsabilidades que las complejidades de los procesos electorales pueden ser mucho más y exigir más de lo estimado inicialmente, por esta razón los integrantes deben ser personas sumamente comprometidas con el proyecto, porque el tiempo que les demandará el cumplimiento de sus responsabilidades puede convertirse en un problema para más de alguno.

Hora de inicio o término de las sesiones es proporcional a la determinación de ganar, he participado en proyectos donde iniciábamos a las 6:00 horas de la mañana y otros a las 7:00 am pero, es común toparse con equipos que prefieren iniciar con toda calma, a las 8:00 horas ya es muy tarde; en una ocasión, me invitaron a formar parte de uno que citaba a las 9:00 am para iniciar alrededor de las 9:15 cuando bien nos iba, no está por demás decirte que renuncié para facilitarles y facilitarme la existencia; ya te imaginarás como le fue a esa campaña, los integrantes del *war room* se preocupaban más porque hubiera fruta y café que por haber leído la síntesis de medios o al menos traer claridad en los temas que eran su responsabilidad.

Cuando seas parte del Cuarto de Situación, nunca dudes en ser propositivo, al contrario, las ideas que hacen la diferencia surgen así, ahora, no confundir propositivo con hiperactivo, no es aconsejable. En los Cuartos de Guerra encontrarás que hay unos más afines entre sí que con otros, importante tener esto claro para ayudar en la dinámica interna, hay momentos en que una buena medida no puede implementarse por cuestiones tan humanas como querer quedarse con el crédito de otro ante los ojos del candidato.

En mis experiencias al frente de equipos de campaña he aprendido que lo mejor es conocer bien a los integrantes del *war room* para preveer y evitar situaciones como la descrita anteriormente porque estas generan un *impasse* en la campaña que puede llevarlos a perder la elección. Si te toca ser sargento, asume esa postura con gallardía como si te hubieran nombrado capitán, al final de la historia, ambas posiciones son complementarias para hacer que un plan pueda llevarse a cabo.

El Cuarto de Guerra es un término militar, pero en cuestiones electorales, la disciplina castrense no necesariamente fue la formación de quienes lo integran, así que la velocidad con que las cosas *se operen* para decirlo en términos prácticos dependerá más del oficio y habilidad política del articulador o responsable que de la voluntad y compromiso de cada uno de sus miembros, claro, siempre hay excepciones a la regla, pero no muchas, por eso son excepciones.



Vladimir Ramos
Presidente y Director General de Pretorians Consultores Políticos.
✉ vladimir@pretorians.mx