

Mission Ready

Volume 6, Issue 7

July, 2004

Seminars/Keynotes

Albuquerque
Atlanta
Boise
Boston
Cancun
Charlotte
Chicago
Dallas
Denver
Fresno
Honolulu
Houston
Jacksonville
Las Vegas
Los Angeles
Louisville
Memphis
Miami
Minneapolis
Montreal
Nashville
New Orleans
New York
Oklahoma City
Orlando
Ottawa
Philadelphia
Phoenix
Portland
Rochester
Sacramento
Salt Lake City
San Antonio
San Diego
San Francisco
Santa Barbara
Seattle
Tampa
Vancouver
Washington DC
Winnipeg

In-house Seminars, Keynote Speeches and Consulting Services available.

Dejemos que la seguridad hable por sí sola

Una vez mas, El Departamento de Seguridad de la Patria esta preparando a los Norteamericanos para un ataque terrorista. Aunque preferimos ver al Presidente alertando a las naciones que patrocinan a los terroristas de un inminente ataque por parte de la Fuerza Aérea Americana si sucediesen eventos terroristas en Los Estados Unidos, suponemos que Tom Ridge no tuvo otra alternativa que alertarnos de la gran posibilidad de otro ataque. Una cosa tenemos clara y es que: La seguridad esta definitivamente saliendo del armario.

Por décadas, seguridad ha sido un tema un tanto delicado en los negocios americanos. Renuente a tocar el tema, por miedo de causar ansiedad entre los clientes, la seguridad ha sido tradicionalmente una empresa encubierta— influenciada fuertemente por los modelos de seguridad de Las Vegas y Disneyland, cámaras escondidas transmiten imágenes a guardias escondidos, secuestrados en centros de comando lejos de la mirada publica. Los oficiales de seguridad de los departamentos eran a menudo de tipo espalda ancha metidos en trajes con chaquetas azules, en intento de que parecieran clientes. Si hubiese un incidente como un pequeño robo que fuese sorprendido en el acto, cada esfuerzo era hecho para escoltar a la salida al acusado de la manera más callada posible, para que los clientes que se encontraban alrededor permanecieran felizmente si enterarse de la situación poco placentera. Hasta las películas de Hollywood con tema de crímenes en la calle, siempre enseñan al héroe detective en traje de tres piezas, mezclándose entre la multitud, siendo tan poco aparente como le sea posible; los personajes

uniformados de “Sargento O’Malley” son solo llamados después de los hechos, para proteger la escena del crimen. Solo después de los recientes ataques del 11 de Septiembre, el publico americano, ha visto la fuerza policial en la calle armada con rifles automáticos, protegiendo las ciudades durante un nivel especial de alerta terrorista. Y generalmente hablando, el publico, ha sido gratificado.

Después del 11 de Septiembre, la seguridad ha salido del armario. Y si estuviere por venir mas terror en Norteamérica, no pasará mucho tiempo hasta que las compañías tranquilicen a sus clientes “de la manera Israeli”. En Israel no se trata de esconder los procedimientos de seguridad. Los guardias están por todos lados para que todos los vean. Es de común conocimiento que las personas que salen a comer a restaurantes en Tel Aviv o Jerusalén prefieren restaurantes con guardias al frente que los que no tienen. La seguridad es ostentosa, por esa misma razón el publico traumatizado anhela verla. Y cuando obvios procedimientos de seguridad son establecidos, la voz se pasa de un lado a otro. Cómo es que El Al, el cual ni siquiera indirectamente refiere a sus clientes programas de seguridad en sus anuncios, se transforma en sinónimo de “seguridad”. Todo lo que El Al tiene que hacer es recordarle a sus clientes llegar a la terminal tres horas antes del vuelo. Las implicaciones son claras: Los pasajeros tendrán que pasar por muchos puntos de seguridad. Los negocios israelíes no tienen que promocionar las precauciones que ellos han tomado; allá, la seguridad habla por sí sola.