



11-07-2008

José Manuel Casado

Socio de Talent & Organization Performance de Accenture

¿Cómo te llamas?

Al leer el otro día 'La seducción de las palabras', del burgalés Alex Grijelmo, me preguntaba por qué se cambia tanto de nombre. Sobre todo en lo relativo a la actividad relacionada con las personas y las empresas.

Lo que hasta hace poco se conocía como *dirección de Capital Humano* ahora se llama *dirección de Talento*. El final de una larga secuencia de palabras que ha incluido denominaciones como *dirección de Personal, de Relaciones Laborales, de Administración...*

Todos los que trabajamos en esta área podemos caer en la tentación de querer seducir mediante la palabra sin tener en cuenta el riesgo que implica la confusión y la pérdida de significado de algunos términos.

En el fondo, lo que subyace es la necesidad de encontrar una denominación para demostrar que la gestión de las personas impacta directamente en la generación de resultados de cualquier organización.

¿Por qué el resto de las divisiones o direcciones de la empresa no viven este trasiego hiperkinético de cambios casi convulsivos de nombres para denominar lo que hacen o a lo que se dedican?

¿Ha visto usted acaso que la dirección financiera ayer se llamase de gestión económica, hoy financiera y mañana de recursos propios? ¿Es que hablamos hoy de dirección de márketing, ayer de mercadeo, mañana de ampliación de ofertas y pasado de influencia en clientes? Piense en otras direcciones como la de Operaciones, Producción, Compras, etcétera. ¿Por qué ninguna de todas ellas cambia de nombre?

El hecho de cambiar tanto de nombre sirve para poco más que para eso y, por supuesto, para confundir. Los nombres que se construyen con las palabras son la semilla de una herencia cultural que trasciende al momento en el que se dicen y al propio individuo que los pronuncia. Nos dan significado y sentido, y ayudan a interpretar la realidad. Configuran, como dicen en Sociología, una *Provincia Finita de Sentido* que nos ayuda a pensar, racionalizar, sentir y actuar.

La dirección de Personal, Talento, Capital Humano, RR.HH. o como queramos llamarla, debe decidir de una vez por todas cuál es el nombre que va a usar; porque la palabra que lo denomine –que debe tener vocación de permanencia– tiene que significar lo que hace y quiere hacer la función y servir para entendernos y representar su propósito o fin. Debe pasar a ser parte del legado que dejemos a nuestros herederos en forma de argumentos verbales e historias que deben conformar el código genético de expresiones, de entendimiento y razón para, sirviéndonos de la voz de la palabra, y aunque sea con mayor parquedad de lo que fuera deseable, comunicar y significar lo que sentimos en torno a lo que esta función es y hace.

Para no generar mayor confusión, no sugeriré ningún nombre nuevo; simplemente propongo que las instituciones, asociaciones, etcétera que representan los intereses de esta función y que suelen agrupar a los directivos y técnicos que dedican sus vidas a esta tarea, tienen ante sí un perentorio objetivo: decidir cuál es el nombre que debe denominar, significar y representar, para hoy y para siempre, a esta función.