



CHICO MARX – HARPO MARX

El aterrizaje del “marxismo” cinematográfico en el imaginario de los espectadores de todo el mundo, de la mano de los cuatro hermanos de la sinrazón, nos regaló un poético festival del absurdo, la incoherencia y el salvajismo humorístico aplicado a la vida cotidiana.

El sublime **Chico**, mordaz dialoguista, fue el representante comercial de sus hermanos menores, quien negociaba los contratos y el que opinaba con mayor peso sobre su futuro profesional.

En cuanto a *la parte contratante de la primera parte*, el mudo personaje de **Harpo** era anárquico hasta la médula, músico, artesano, inventor..., un TALENTO con mayúsculas.

Cazatalentos / Talento

El talento es una característica que asimilamos a las personas; incluso cuando hablamos del talento en una organización, nos referimos a las personas que la forman. Si decimos que “hay talento en tal organización” o, que determinado departamento contiene mucho talento, es porque sobresale al compararlo con un estándar -sea interno o general-.

Este hecho nos proporciona dos puntos de reflexión: por un lado, **el talento es relativo**, puesto que lo establecemos de manera situacional. Por otro lado, **el talento sobresaliente es siempre escaso**, si abundara no sería sobresaliente.

Como -por definición- el talento es además valioso, las organizaciones quisieran tener talento en su seno. Las opciones son dos: cultivarlo a su alrededor, o bien adquirirlo en el mercado. Hoy vamos a centrarnos en **la adquisición de talento**. Al ser escaso, no podemos conseguirlo fácilmente, de ahí que existan “intermediarios” especializados en localizar y captar ese talento: son los cazatalentos.

En épocas y mercados de oferta y demanda equilibrada de talento, los cazatalentos se mueven buscando la unicidad. Se trata de conseguir una estrella, y ésta se localiza con cierta facilidad (porque es “única”). El valor añadido que nos aporta en este caso un buen cazatalentos es el de saber seducir a las estrellas.

Sin embargo, en épocas y mercados donde la oferta de talento es muy inferior a la demanda, el planteamiento cambia y mucho. Es la situación que se está produciendo -por ejemplo- en el mercado español de consultores tecnológicos. O en el mercado francés de managers y profesionales de alto nivel que cruzan masivamente el canal buscando salarios y proyectos retadores en la City.

En semejantes circunstancias, “cazar talento” se transforma en una competencia que va más allá de la seducción profesional. Entramos en una situación de búsqueda creativa, donde el primer objetivo es hacer aflorar los candidatos... ya los seduciremos después, pero primero hay que encontrarlos. Si los encontramos en otros mercados, deberemos implementar mecanismos de inmigración de profesionales que cumplan con las circunstancias legales (visados, residencias, etc.) que complican la situación. En suma, CHICO MARX, nuestro cazatalentos ingenioso y seductor, necesita desarrollar nuevas competencias para conseguir HARPOS. Necesita conocer otros mercados y habilitar mecanismos originales de transición para que los talentos puedan dar el salto geográfico con cierta tranquilidad.

Por eso, hoy CHICO tiene la vida un poco más complicada que hace unos años... y ¿HARPO la tiene más fácil? Entonces, ¿por qué crees, amigo lector, que no aparecen más HARPOS en nuestro mercado?