



Empresarialismo y la Película de Facebook

La red social, o «la película de Facebook», estrenada en 2010, trata acerca de la creación en 2004 del conocido sitio Web en un dormitorio de la universidad de Harvard y su posterior y meteórico crecimiento a lo largo de sus primeros años (no fue filmada en esta universidad, que no lo autoriza desde hace mucho tiempo debido a los daños que dejó en su campus la filmación de *Love Story*).

Se concentra en su creador, Mark Zuckerberg –Zuck–, las actividades llevadas a cabo por éste y los litigios que enfrentó en la justicia. “Los ingresos de Facebook durante 2010 sumaron 2.000 millones de dólares y las ganancias, 400 millones, el doble del año anterior. A principios de 2011, luego de una propuesta de inversión, la empresa fue valuada, o sobrevaluada, para algunos, en unos 50.000 millones de dólares –25 veces el monto de sus ventas. (F. Hawthorne, *Five Reasons To Be Wary of Facebook's Valuation. Institutional Investor. Nueva York: enero de 2011*). La red social contaba en ese entonces con unos 500 millones de miembros.

La película será probablemente exhibida en diversos programas de entrenamiento dedicados al empresarialismo donde se discutirán las conclusiones y enseñanzas que deja. Habrá distintas opiniones. Un autor, especialista en medios de información, señaló que Zuckerberg surge como una persona “obsesiva, arrogante, péfida, desleal e inmadura” y que la película, como la recordada *El Ciudadano Kane*, de Orson Welles, está estructurada sobre la base de una tragedia clásica: la del hombre que gana el mundo, pero pierde su alma. (K. Whitehouse, *Hollywood and the Power of Myth: Zuckerberg, Jobs, and Hearst. Knowledge@Wharton. Filadelfia: 6 de octubre de 2010*).

Otro autor expresó que la película lo describe en forma poco halagadora al mostrarlo como un intrigante y a la vez brillante joven, resentido porque su girlfriend rompió con él y porque no consiguió ser admitido en clubs sociales de la universidad. La imagen derivada de las vicisitudes en su relación con un amigo cofundador de Facebook y con tres estudiantes que lo contrataron para crear un sitio Web, es la de alguien en quien no se puede confiar un secreto. (C. Sorensen, *Infamous: Mark Zuckerberg: The Internet: The Anti-Hero. Maclean's: Toronto, 13-20 de diciembre de 2010*).

Una investigación acerca del lado oscuro de la creatividad tal vez refuerce las enseñanzas de la película expresadas en dichas opiniones:

Cualquiera que haya compartido un tiempo importante con artistas sabe que el genio creativo muestra con frecuencia un lado oscuro. Esta investigación ofrece evidencia experimental acerca de la relación entre creatividad y comportamiento no ético. Los siguientes son cuatro conceptos derivados de la investigación, realizada entre estudiantes universitarios: 1) los estudiantes creativos que demostraron una aptitud natural para el pensamiento divergente tendieron a hacer más trampas que aquellos con pensamiento lineal; 2) la creatividad predice el comportamiento no ético mejor que la inteligencia; 3) los estudiantes que fueron deliberadamente inducidos a pensar en forma creativa fueron luego más proclives a hacer trampa que aquellos que no lo fueron; y 4) la gente creativa posiblemente haga trampa, en parte, porque su creatividad ayuda a explicarla y justificarla en forma ingeniosa. (F. Gino y D. Arieli, *The Dark Side of Creativity*:

Original Thinkers can be More Dishonest. Harvard Business School Working Knowledge. Boston: 10 de febrero de 2011).

Si se comparten las dos opiniones antes citadas y las conclusiones de este trabajo, la película deja la impresión que para triunfar como un entrepreneur innovador se requiere tener una personalidad similar a la de Zuckerberg, tal como la «pinta» la película.

Quienes no las comparten dicen que primero se debe aclarar cuánto de ficción y cuánto de realidad hay en la película. Zuckerberg sostiene que es mayormente ficción. Facebook no fue creada para vengarse de una ex girlfriend... que nunca existió –su girlfriend no ha cambiado desde su segundo año en la universidad– ni para conseguir aceptación en clubs sociales. El proceso de creación de Facebook, dice, fue más bien aburrido. No fue el resultado de un momento de inspiración sino el de un esfuerzo que demandó un tiempo largo.

El director de la película y el autor del guión insisten en que refleja la verdad de los hechos. Zuckerberg no les concedió entrevistas y se basaron en un libro de 2009: The Accidental Billionaires: The Founding of Facebook. A Tale of Sex, Money, Genius, and Betrayal, por B. Mezrich (autor también de un libro sobre el que se basó la película 21 Blackjack, que narró una historia real: la de un grupo destacado de estudiantes de matemáticas del M. I. T. organizado para jugar en Las Vegas). Se basaron también en declaraciones ante la justicia con motivo de los juicios antes mencionados y en otros hechos conocidos, tanto de su vida de estudiante como de su posterior mudanza a Silicon Valley.

Un artículo incluyó opiniones de especialistas acerca de la personalidad de empresarios innovadores, a saber: a) “la diferencia entre éstos y la gente común es su determinación. Necesitan ser persistentes, persuasivos, seguros de sí mismos y carismáticos; pero la mayoría no son despiadados ni conspiradores”; b) “lo que empuja a la mayoría de los innovadores es la necesidad de construir algo para resolver problemas. Quieren dejar atrás algún obstáculo, hacer algo excitante, salir de lo habitual. Es difícil hacer hablar de dinero a muchos de ellos”. Lo cual no quiere decir que sean gente amable o que sea fácil llevarse bien con ellos (*J. Gapper, FT.com. Londres, 29 de septiembre de 2010*). ¿Es esto aplicable a Zuckerberg?

Usted, lector, ¿qué opina?

Tal vez unos versos del tango ayuden a comprender a los personajes de la película que no lograron sus objetivos personales.

Dicen así: ¡Lo que más bronca me da / es haber sido tan gil!

Guillermo S. Edelberg DBA es Profesor Emérito del INCAE Business School

[1] Chorra, 1928. Música y letra: Enrique Santos Discépolo, Discépolín. Nota de GESTION: "gil" es una persona simple, incauta, inocente



La escuela de negocios #1 en América Latina

PROGRAMACIÓN EDUCACIÓN 2011



MMP
MIDDLE
MANAGEMENT
PROGRAM
MÓDULO II
Del 19 al 23
de Septiembre, 2011
Nicaragua

**PROGRAMA DE
FORMACIÓN
BANCARIA**
MÓDULO I
Del 15 al 20
de Agosto, 2011
Nicaragua
MÓDULO II
Del 12 al 17
de Septiembre, 2011
Costa Rica



**PROGRAMA
INTERNACIONAL
DIPLOMADO EN
ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS PARA
ABOGADOS**
MÓDULO I
Del 1 al 5
de Agosto, 2011
Costa Rica
MÓDULO II
Del 24 al 28
de Octubre, 2011
Nicaragua

**GL
GERENCIA
CON
LIDERAZGO**
Del 21 al 26
de Noviembre, 2011
Costa Rica



Para mayor información e inscripciones:
Av. Abraham Lincoln esq. Gustavo Mejía Ricart,
Torre Plantini, Suite 904 • Santo Domingo, Rep. Dom.
Teléfono: (809) 542-0126 • Fax: (809) 540-1982
E-Mail: informacion@intras.com.do
Web Site: www.intras.com.do

