

# Los riesgos para los clientes de que Meta sea una empresa monopólica

Mark Zuckerberg tiene una cita histórica y encara la posibilidad de descentralizar sus plataformas y trabajar con código abierto, consideró el director de UNAM Mobile, Alejandro García Romero, quien también es académico de la Facultad de Ingeniería de ese recinto educativo.

En otras palabras, el empresario estadounidense podría poner su código a disposición global de manera gratuita, además de abrir licencias para su fácil reúso o adaptación en contextos distintos, una tendencia en el mundo digital en pro de la seguridad digital de los propios usuarios, opinó García Romero.

"Al seguir siendo la red social número uno, junto con sus apps filiales, podría tomar la decisión de no hacer un producto monopólico, porque está claro que ese es el camino: las criptomonedas y el blockchain están descentralizados; así debe ser internet, Facebook tiene que tomar la decisión y ojalá que no haya tomado la incorrecta", reveló el especialista, de acuerdo con un comunicado de la universidad.

Con relación a la creación de un metaverso desde Meta, García Romero estimó que la empresa no tiene la credibilidad necesaria para que los usuarios sepan que su privacidad estará protegida en ese ámbito virtual.

"Lo grave es que Facebook sea la compañía que deba comandar este enfoque de desarrollar un universo virtual. No existen las condiciones para confiar en la red Meta como un entorno seguro en cuanto a la privacidad", conjeturó el universitario.

Los usuarios, así, se ven obligados a resguardar por ellos mismos su información, pues la plataforma se creó para generar dinero a través de la publicidad, una estrategia que está en su código genético y que difícilmente cambiará, manifestó



**Aunque la tarea de crear un meta universo requiere hardware, software y contenidos de realidad virtual y aumentada, otras empresas también exploran esa estrategia, no sólo Meta, como Microsoft,**

García Romero.

Consideró que lo más viable sería que Zuckerberg proponga una plataforma descentralizada, que no aspire al monopolio, pues de lo contrario acumulará poder, adicionalmente de que hoy es una herramienta que produce frustración, ansiedad, adicción y vulnerabilidades graves.

Aunque la tarea de crear un meta universo requiere hardware, software y contenidos de realidad virtual y aumentada, otras empresas también exploran esa estrategia, no sólo Meta, como Microsoft, recordó García Romero.

Mientras, los usuarios han perdido la confianza en la plataforma acerca del cuidado de sus datos personales, censuró.

"Parece que no ha hecho lo suficiente para poder ser una red social segura, que no ponga en riesgo ya no solamente los intereses de las personas y las comunidades que crean, sino de los gobiernos y los países", señaló.

El académico de la Facultad de Ingeniería observó que Facebook cambió su nombre a Meta obligado por la circunstancia, pues de

**“Parece que no ha hecho lo suficiente para poder ser una red social segura, que no ponga en riesgo ya no solamente los intereses de las personas y las comunidades que crean, sino de los gobiernos y los países”**

no hacerlo estaba destinado al fracaso por la disminución de usuarios en los últimos años.

En consecuencia, Facebook corría el riesgo de terminar en el olvido, como otras plataformas de entretenimientos ya abandonadas, como MySpace y Hi5.

En el 2020, la empresa perdió 15 millones diarios por mes solamente en Estados Unidos, mientras que el 33% de su audiencia cada vez usaba menos la herramienta, según estudios de mercado e investigación de medios elaborados por Edison Research, subrayó la UNAM.

El experto de la universidad también vio con suspicacia la creación de nuevos espacios digitales porque podría llevar a la población a pasar cada vez más tiempo conectada.

"Nosotros ya tenemos cierta adicción con los teléfonos y se puede controlar, pero las nuevas generaciones van a nacer con dispositivos donde prácticamente su vida la van a llevar ahí, realmente dudo que ese deba ser el futuro", sostuvo.