

## **El movimiento #stophateforprofit, qué significa y las soluciones que ya existen**

**Despertarse con la noticia de que decenas de empresas multinacionales están retirando el gasto en publicidad de las grandes redes sociales, en particular de Facebook, ha sido cuanto menos chocante. Está ocurriendo un cambio de paradigma, pero, ¿cuál es su origen? y, sobre todo, ¿a dónde podría llevar?**

Valencia, 30 de Junio de 2020. “Y ya era hora”, comenta Vicente Pechuán Vilar, CEO de la StartUp española PECH Network Services, que en enero lanzó al mercado Launchyoo, la red social internacional alternativa. Vicente continúa: “Lo que estamos viendo es el aumento en el tono y fuerza de un proceso de maduración de la sociedad que lleva años progresando, lentamente, y que ojalá no se detenga. Una especie de puño sobre la mesa. Se hace mucho énfasis en la sostenibilidad ambiental pero no debemos olvidar que lo verdaderamente fundamental es la sostenibilidad cultural. La primera forma parte de la segunda, que es más amplia. Se trata de asimilar, como individuos, el hecho de que es importante valorar lo que hacemos, nuestras decisiones, y las consecuencias que conllevan. Y en esta visión amplia, que es una visión de futuro, es imprescindible que las acciones de una empresa, el cómo se posiciona para con la sociedad, su huella ética y ambiental, sean consideradas a la hora de elegir o no sus productos, como lo son ahora en modo preponderante la rapidez del servicio o el precio”.

Facebook es conocida por escándalos de venta de datos, por el uso de algoritmos de Inteligencia Artificial que monitorizan los gustos de las personas y deciden por ellos qué se verá, por las cantidades masivas de anuncios y, en general, por anteponer el beneficio económico y el control absoluto a la experiencia de uso. Sin olvidar que la ingeniería fiscal y la residencia en paraísos fiscales, por parte de las mayores empresas digitales, incurren en un retorno a la sociedad prácticamente nulo.

Todas estas acciones por parte de Facebook en particular, han tenido como respuesta equilibradora el movimiento #stophateforprofit. Ha sido la gota que colma el vaso: una serie de grandes empresas han alzado la voz y han dicho, por fin, que estas reglas del juego no les gustan, que el respeto de ciertos valores, así como el respeto a la sociedad, a los usuarios, a sus datos... no pueden ser secundarios al beneficio económico inmediato y a toda costa.

Vicente Pechuán continúa explicando: “Hago siempre el mismo discurso. Cuando intento de veras concienciar sobre lo que sucede, pregunto lo siguiente: si todas las empresas del mundo actuaran como lo hace Facebook, ¿qué futuro nos esperaría? La respuesta es obvia cuanto inquietante”.

Pero la consolidación del cambio de paradigma requiere dos pasos, el primero es la identificación del problema y parece ser que se está en el buen camino. El segundo es pasar a la acción. Salir de la zona de confort, tanto por parte de las empresas, que deberán buscar alternativas a una condición en la que se encontraban cómodas y obtenían aquello por lo que pagaban, interacciones y alcance a través de plataformas consolidadas, como por parte de los usuarios, las personas, que a día de hoy siguen usando Facebook y otros productos aun conociendo que no respetan unos mínimos estándares

éticos y de visión de futuro, por costumbre, por inercia y porque se trata de problemas que parecen no tocarnos en lo inmediato.

Y Vicente concluye: “Será un proceso lento, pero ya ha comenzado. Ahora, por fin, existen alternativas transparentes y éticas a las grandes redes sociales, la dirección está marcada. De hecho, Launchyoo está creciendo a muy buen ritmo, fruto no solo de todas las nuevas funcionalidades que hemos desarrollado (varios tipos de perfiles, muros separados, etiquetas personales, temperatura de los contactos, interacción avanzada, socialización activa...), sino del hecho de que es vista como una “isla feliz” a la que acudir por parte de aquellos que desean redescubrir el lado positivo de las redes sociales. Y ya está presente en diversos países de Sudamérica y, desde luego, en España. Cuando las empresas, grandes o pequeñas, sigan el mismo patrón y se den cuenta de que las alternativas existen y son válidas, el círculo virtuoso se completará.”

El reclamo principal de Launchyoo es el de ser ética, sostenible y transparente, una plataforma donde los datos de los usuarios son un tesoro, donde el algoritmo son las propias personas y donde el respeto por el usuario es lo más importante. El anhelo es que esta llamada sea acogida siempre con más fuerza, no sólo por ver crecer esta red social, sino como signo de que las cosas están cambiando a mejor.

Para más información:

management@launchyoo.com

+34 605 32 98 55

www.launchyoo.com

**Datos de contacto:**

Vicente Pechuan Vilar

Launchyoo. La nueva red social internacional

605329855

Nota de prensa publicada en: [Valencia](#)

Categorías: [Nacional Marketing Emprendedores E-Commerce Dispositivos móviles](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>