



SHIFT

LATAM

PN⁷ PORTER
NOVELLI



SHIFTERS CONECTADOS

TENDENCIAS Y NOTICIAS

¡TENEMOS *MUCHO* QUE CONTARTE!



El 2026 empezó fuerte. Tendencias, actualizaciones, noticias...

Acá te contamos todo lo que está pasando en el mundo de la comunicación.

Y hay **tanto** que contar que vamos por partes.

PRIMERO LO PRIMERO, QUÉ HEMOS VISTO HASTA AHORA?

Iniciamos el año escuchando que el 2026 era el nuevo 2016.

¿Qué significa esto? Básicamente una era más simple en donde el contenido era orgánico y espontáneo.

El 2016 fue uno de los momentos en donde:

- Las redes se sentían orgánicas y espontáneas.
- El contenido no estaba tan saturado de pauta.
- Las marcas experimentaban con humor sin tanta corrección política extrema.
- Había balance entre estética y autenticidad.
-

En 2026 vamos por una búsqueda de:

- Menos perfección, más personalidad.
- Contenido que parezca hecho por humanos, no solo por algoritmo.
- Visuales menos producidos y más naturales.



Did I win this trend?...
nataliireynol... 13.1M



2016 TREND | 2016 VIB...
grey_ham111 45.4K



back to 2016 #2016...
kimberlykim... 3.1M



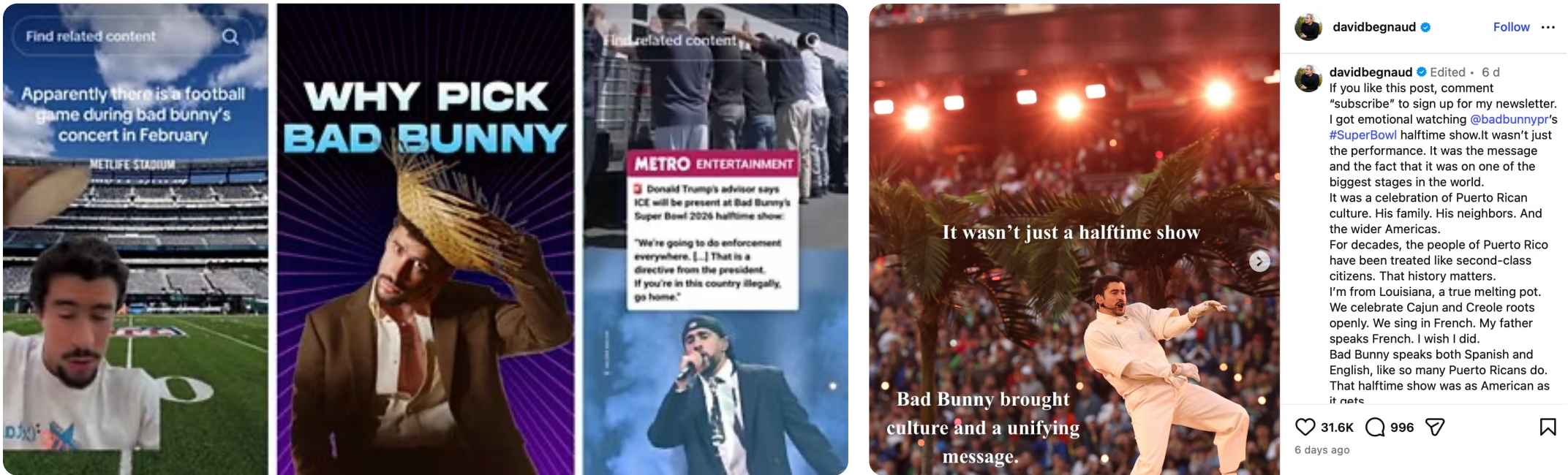
PRIMERO LO PRIMERO, QUÉ HEMOS VISTO HASTA AHORA?

Celebración de la identidad cultural.

Bad Bunny hizo **historia cultural** en el Superbowl, con símbolos, lenguaje y narrativa propia— marcando un precedente en cómo las marcas y artistas pueden comunicar identidad.

Identidad y representación:
No solo actuó, sino que cuenta una historia cultural con símbolos, lenguaje y narrativa propia marcando un precedente en cómo las marcas y artistas pueden comunicar identidad.

Integración de cultura pop y política:
Incluso sin un discurso explícitamente político, el show narró un mensaje de pertenencia y comunidad que trascendió música y también el deporte.



¿QUÉ HAY DE NUEVO EN LAS REDES?



Instagram más competitivo que nunca.

Con más de 3.000 millones de usuarios al mes y un aumento de 64% en cuentas activas

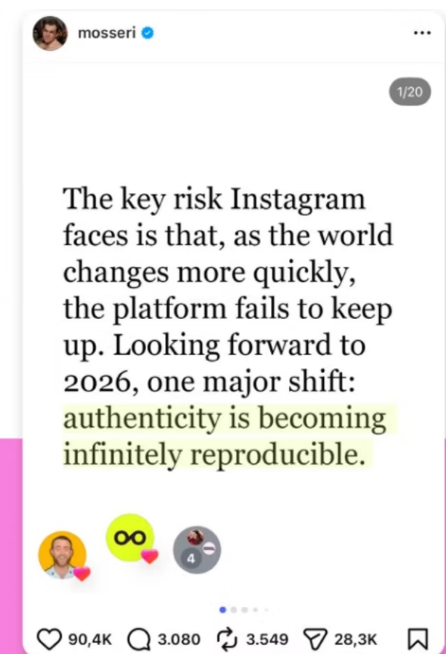
IG ESTÁ MÁS COMPETITIVO.

Lo que hace que conseguir alcance sea cada vez más difícil.

Así que, estratégicamente podemos hacer lo siguiente:

- 1- **+ Carruseles = alcance**
- 2- **Reels = descubrimiento**
- 3- **Stories = conexión y comunidad**

👉 Hasta Adam Mosseri dijo que **la autenticidad importa** más que nunca.



Tu estrategia para 2026:

- ☒ Carruseles = alcance
- ☒ Reels = descubrimiento
- ☒ Stories = conexión y comunidad

¿QUÉ HAY DE NUEVO EN LAS REDES?



Tik Tok sigue siendo plataforma líder de video corto.

El año pasado superó los 1.5 mil millones de usuarios activos. Duplicó ingresos en ventas desde RRSS, superando los \$26.000 millones

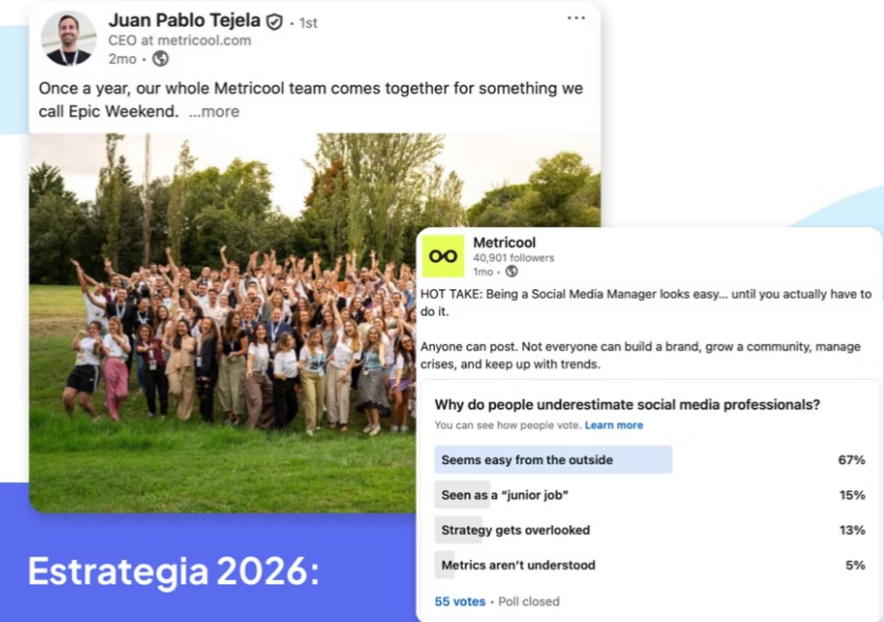
Entonces, va a funcionar ahora lo siguiente:

- 1- Hooks llamativos desde el primer segundo
- 2- Storytelling >> tendencias
- 3- Contenido diseñado para vender
- 4- Tik Tok quiere compradores, no solamente espectadores.



Pero las impresiones cayeron un 23% el año pasado, y ahora los **perfiles personales** superan a las páginas de empresas.

- 1- Escribamos como lo diríamos en la vida real. Ya nada tiene que sonar tan profesional, queremos autenticidad
- 2- Usar encuestas y ebooks
- 3- Incluyamos UGC (contenido generado por los usuarios)



Estrategia 2026:

- ✓ Escribe como hablas.
- ✓ Usa encuestas y carruseles 
- ✓ Incluye EGC (contenido generado por usuarios) en tu estrategia.
- ✓ Menos “voz de marca”, más voz humana.

¿QUÉ HAY DE NUEVO EN LAS REDES?



A pesar de que se diga que la red está “muerta”.

Más de 3.000 millones de personas lo usan cada mes. El vídeo manda:

Publicaciones	+71%	Alcance	+51%
Impresiones	+57%	Interacciones	+56%

Estrategia para este 2026:

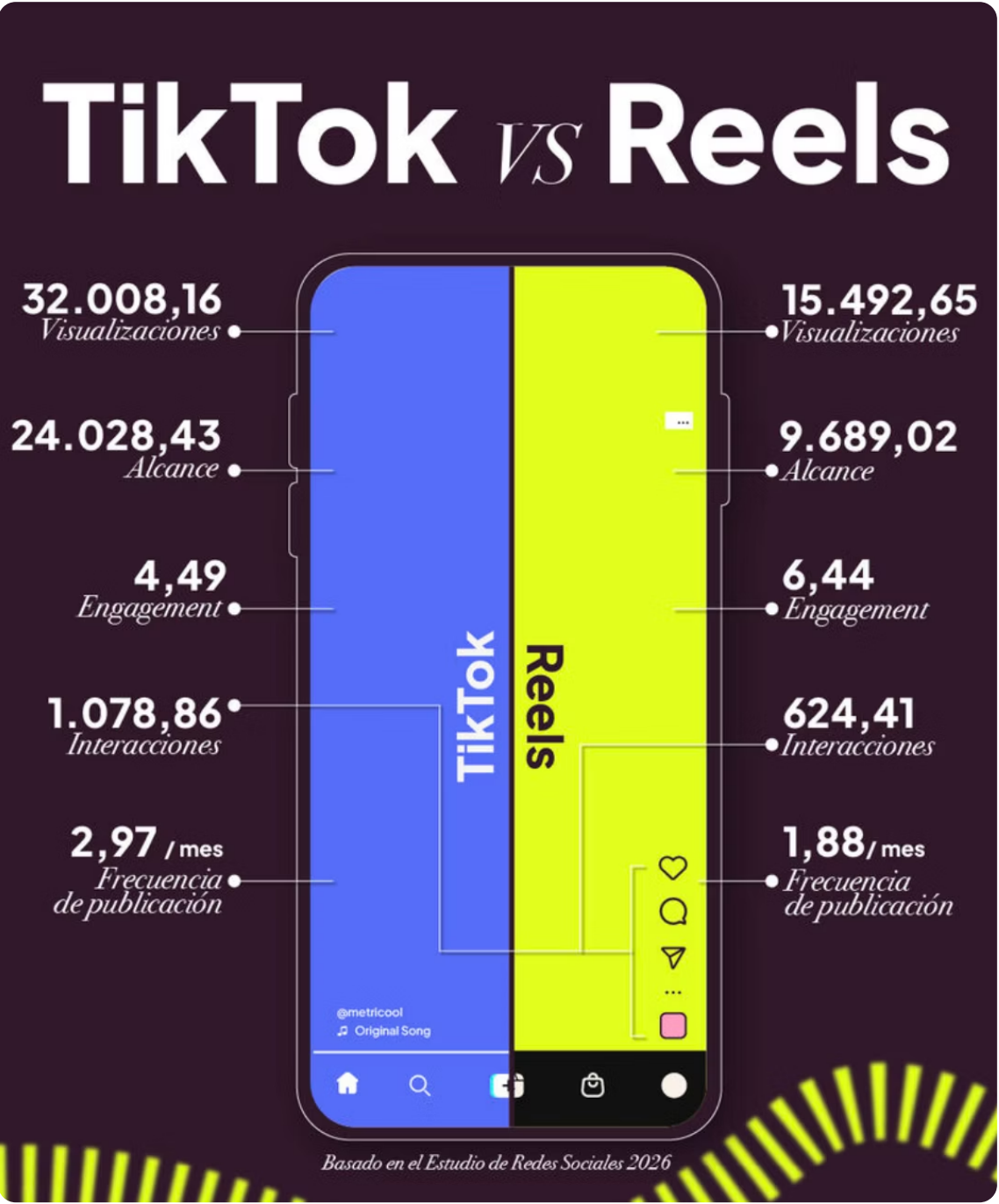
1- Reutilizar el contenido que ya usamos para Tik Tok o Instagram

A pesar de que se diga que “Facebook está muerto”, más de 3.000 millones de personas lo usan cada mes.

El vídeo manda:

Publicaciones +71%
Alcance +51%
Impresiones +57%
Interacciones +56%

AHORA, COMPAREMOS:



TIK TOK:

32.008,16 **VISUALIZACIONES**

24.028,43 **ALCANCE**

4,49 **ENGAGEMENT**

1.078,86 **INTERACCIONES**

2,97 / mes **FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN**

REELS:

15.492,65 **VISUALIZACIONES**

9.689,02 **ALCANCE**

6,44 **ENGAGEMENT**

624,41 **INTERACCIONES**

1,88 / mes **FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN**

PREDICCIONES

PARA ESTE 2026



EL FORMATO LARGO

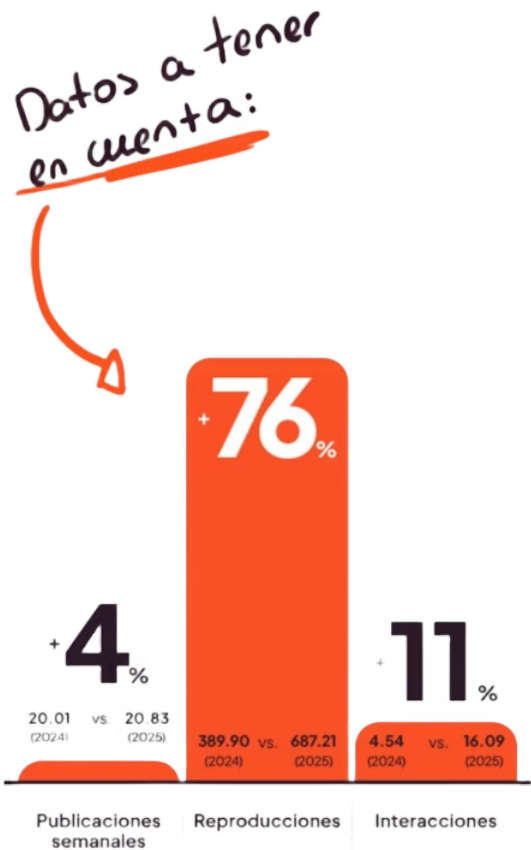
ESTÁ DE VUELTA

“

“Creo que estamos ante el cambio más fuerte hacia un uso más tranquilo de las redes en años. **Vuelven los videos largos en YouTube, los posts de blog y el auge de los creadores de confort.** Después de años de videos cortos y del boom del contenido generado con IA, la gente vuelve a pedir un ritmo más humano y un storytelling más auténtico”



Latasha James



Y te podés preguntar, ¿por qué volvería el formato largo?

Estamos cansados del scroll infinito. Cansados del contenido IA que suena igual. Entonces la gente está diciendo: “Ok, denme algo con más carnita.”

Vuelven los videos largos en YouTube. Vuelven los creadores que hablan tranqui, sin sobreeditar todo. Vuelven los blogs con opiniones reales.

Porque ahora lo que vale es el contenido humano. El short sigue vivo, obvio. Es el gancho. Pero el largo es donde construís comunidad.

Para las marcas, esto significa: No hagamos videos largos porque sí, hagámoslos si tenemos algo que decir. Si podemos contar una historia. Si podemos sostener atención sin parecer anuncios.

En 2026 el lujo no es producir más, sino hacer que alguien se quede.

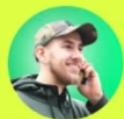
Y si alguien se queda 20 minutos viendo el contenido, eso ya no es casualidad, sino conexión real.

Fuente: Metricool

LA BRECHA DE LA IA SE ESTÁ HACIENDO EVIDENTE

“

“El verdadero cambio en 2026 será la gran diferencia entre los creadores que usan bien la IA y los que la usan mal. [...] **Los que triunfarán serán los que combinen la IA con pensamiento original, visión personal y una voz realmente humana.** La IA te ayudará a ir más rápido, pero no sustituye tener algo que realmente merezca la pena decir.”



Tomas Loucky

La brecha de la IA ya se está notando en lo que avanza el año, pero no porque unos tengan mejores herramientas que otros, sino porque se está viendo quién tiene mejor criterio.

Hoy todos producen rápido. Todos generar copies, videos, diseños. Eso ya no es algo diferencial. La diferencia es quién tiene una idea propia, una visión clara y una voz humana detrás.

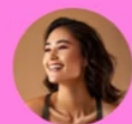
La IA acelera, pero no piensa por nosotros. Entonces se nota quién la usa para potenciar su creatividad y quién la usa para rellenar el feed con contenido genérico.

En fácil: ya no gana el que publica más. Gana el que tiene algo real que decir.

AUTENTICIDAD SUPERA LA PERFECCIÓN

“

“Me uní al trend de utilizar un audio en tendencias, [...] pasé horas grabando, editando y sincronizando cada beat a la perfección, y fue un completo fracaso. ¿La mejor parte? Un clip rápido y espontáneo del detrás de cámaras que publiqué justo después, funcionó 10 veces mejor. **Lección aprendida: la perfección no siempre conecta, la autenticidad sí.**”



Emma Persson

Claves a tener en cuenta:

- ✦ Actúa en el momento, sin pensarlo demasiado
- ✦ Está bien que haya imperfecciones
- ✦ Cuenta historias humanas

Pasar horas editando un trend para que quede impecable ya no asegura performance. De hecho, muchas veces pierde esa frescura. En cambio, el detrás de cámaras, lo imperfecto y humano genera más alcance y engagement porque se siente real, nada está curado o perfeccionado.

Hoy el algoritmo puede premiar retención, pero la **audiencia** (que es la más importante) premia honestidad. Y cuando todo el mundo puede producir contenido perfecto con IA y herramientas avanzadas, lo imperfecto se vuelve diferente.

Estratégicamente, esto significa:

- No sobreproducir por **ego** creativo.
- Priorizar momento y emoción sobre estética.
- Mostrar proceso, no solo los resultados.

En 2026, la conexión pesa más que la edición.

LAS RRSS ESTÁN EVOLUCIONANDO

Y EL TONO ESTÁ CAMBIANDO

Si el contenido casual funciona mejor que el contenido formal en LinkedIn.

Y estos formatos están creciendo:

	Encuestas	Carrusel
Impresiones	2.863.81	1.251.74
Interacciones	138.68	578.56

Habría que centrarse en:

- Contar historias a través de Carrouseles
- Generar conversación

“

Nos sorprendió mucho la evolución de LinkedIn, que ha pasado de ser una red mucho más seria y con un tono estrictamente profesional, a una plataforma donde el contenido conversacional, de **tendencias y relacionado con la cultura pop está totalmente integrado.**”



Ricardo García

Las redes, incluso LinkedIn, ya no premian el tono tan profesional, sino el contenido conversacional y culturalmente relevante.

LinkedIn dejó de ser solo un CV y corporate speak. Hoy funciona mejor lo que:

- Nos cuenta historias.
- Se conecta con tendencias.
- Integra cultura pop sin perder profesionalismo.

Los datos de encuestas y carruseles creciendo en impresiones e interacciones refuerzan que los formatos dinámicos y participativos generan más conversación que un post formal básico.

Estratégicamente, esto implica: hablar como persona, no como comunicado, usar carruseles para desarrollar ideas y hacer preguntas reales que inviten a interactuar.

La red sigue siendo profesional, pero el tono ya es humano.

EL CONTENIDO MANDA SOBRE LA PLATAFORMA

Los creadores dejarán de pensar en cada red por separado y empezarán a centrarse en contenido adaptable.

“

“En 2026, predigo que las redes sociales cambiarán: **serán ellas las que se adapten al contenido, y no al revés.** Los algoritmos, impulsados por la IA, evolucionan tan rápido que la pregunta ya no será “¿lo publico en Instagram, TikTok o YouTube?”, sino **cómo crear contenido adaptable que las propias plataformas redistribuirán según lo que busque cada usuario**”



Alexa Carlin

Antes la estrategia partía de la plataforma. Hoy parte del concepto.

Los algoritmos, impulsados por IA, están diseñados para redistribuir contenido según comportamiento del usuario. Eso significa que si la idea es fuerte y el formato es adaptable, puede vivir en múltiples espacios sin perder impacto.

Estratégicamente implica:

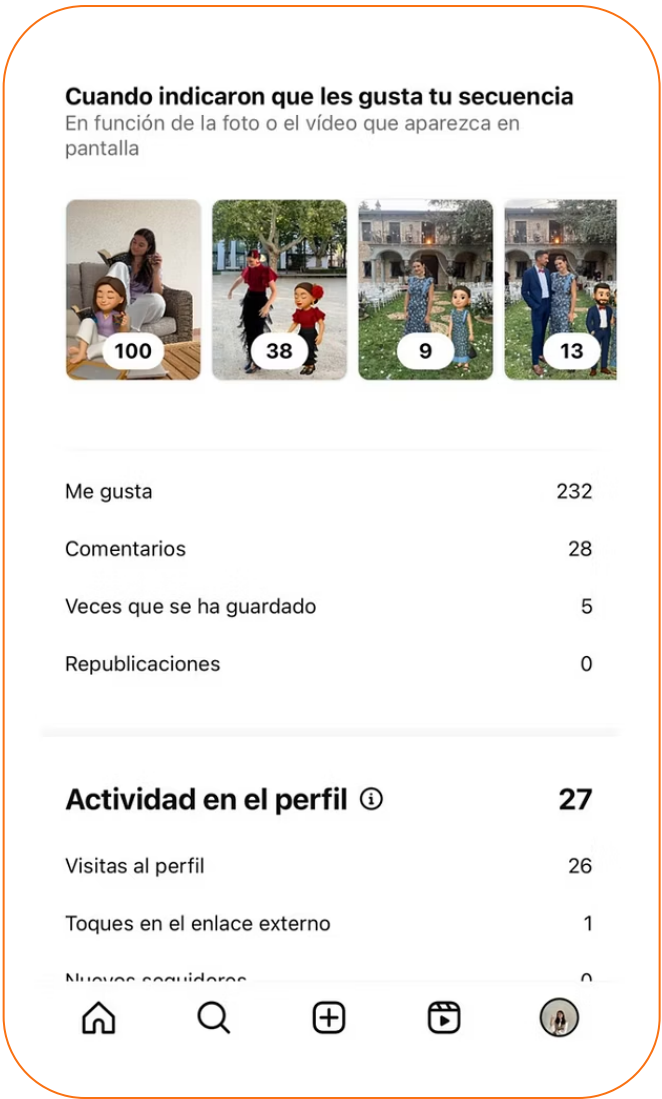
- Crear ideas sólidas.
- Diseñar contenido que sea reutilizable.
- Adaptar narrativa y formato, no rehacer desde cero para cada red.

En 2026, la ventaja no es dominar una plataforma. Es dominar el mensaje.

NUEVAS MÉTRICAS

EN INSTAGRAM:

LIKES POR IMAGEN EN
FORMATO CARRUSEL



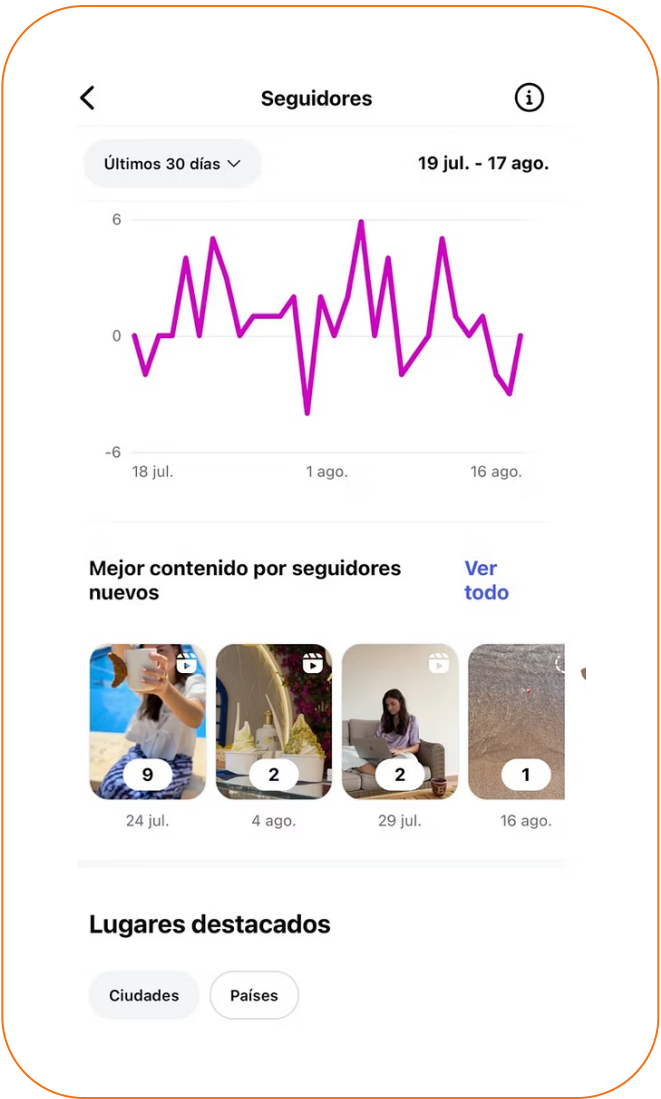
Ahora, podemos saber qué foto ha sido la que más ha destacado del carrusel. Eso nos da pistas sobre lo que **más atrae**.

LIKES POR
MOMENTO EXACTO
EN LOS REELS



Ya podemos ver en qué parte del video **nos ha dado like nuestra audiencia**. Es súper útil para saber qué momentos enganchan más.

QUÉ POSTS
ATRAEN MÁS A LOS
SEGUIDORES:



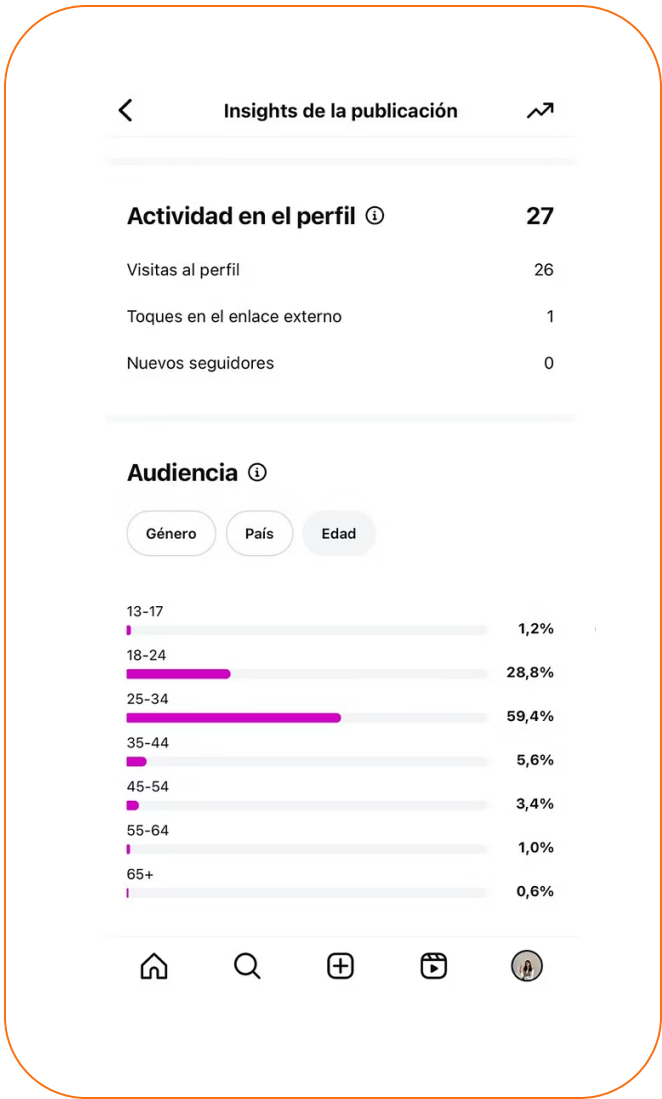
Ahora Instagram nos enseña qué publicaciones nos han traído más seguidores.

LA MÉTRICA
PRINCIPAL:
VISUALIZACIONES



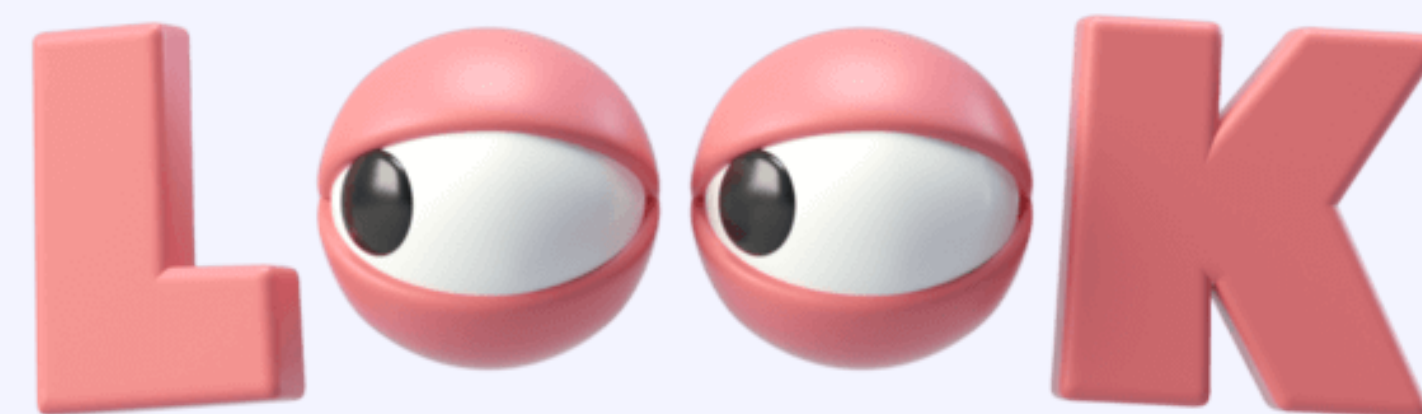
Instagram reemplazó cuentas alcanzadas **por visualizaciones como métrica clave**.

MÁS DETALLES EN
CADA POST



También podemos saber **qué tipo de audiencia interactúa** con nuestro contenido.

**NOS VEMOS EN EL
PRÓXIMO SOCIAL
MEDIA NEWS**





SHIFT

LATAM

PN⁷ PORTER
NOVELLI

