Informe revela cómo cambió la competencia por atención en redes sociales y qué estrategias marcarán 2026

El año 2025 confirmó que el video sigue siendo el formato dominante en redes sociales, pero también expuso sus límites en un contexto de saturación. Esa es una de las principales conclusiones del informe “Pulso de las redes sociales 2025”, de la agencia Rompecabeza, elaborado a partir del análisis de más de 39 millones de publicaciones por Metricool. El estudio entrega una perspectiva clara: mantener lo que funcionó, ajustar estrategia y métricas, y diferenciar entre plataformas donde conviene apostar y aquellas donde es recomendable experimentar con objetivos específicos.

El reporte muestra que el aumento sostenido del volumen de contenido redujo el impacto promedio por pieza en casi todas las plataformas. La atención sigue existiendo, pero está más fragmentada y exige decisiones más precisas por objetivo de negocio.

Anuncio Patrocinado

“El exceso de contenido llegó para quedarse. Entonces, para destacar, las marcas y personas van a tener que generar cada vez más contenido, pero además creativo y adaptado en diferentes formatos. El llamado es experimentar y seguir subiendo videos pero no dejar de publicar carruseles o imágenes que también funcionan”, señala Ariel Jeria, gerente general de Rompecabeza. ¿Cómo llevar esto a la práctica?. “Si tienes una buena idea; haz un guión, graba un video pero también tómate una foto y ponle texto o convierte el video en un carrusel de imágenes. Ya no basta con sólo hacer un buen video”, agregó Jeria.

Lo que funcionó en 2025

TikTok mantuvo su liderazgo en alcance promedio por publicación, aunque registró una caída cercana al 32% en interacciones. El fenómeno responde a una mayor competencia por atención dentro del feed. El estudio indica que las cuentas con mejores resultados redujeron volumen y elevaron el estándar creativo, priorizando ganchos iniciales de uno a dos segundos.

YouTube fue la excepción positiva del año. Las reproducciones promedio crecieron un 76% y las interacciones también aumentaron. La combinación de formatos cortos y largos, junto con su presencia en televisores conectados, consolidó a la plataforma como un espacio relevante para la consideración y recordación de marca.

Instagram evidenció saturación en alcance tanto en Reels como en publicaciones tradicionales. Sin embargo, los carruseles destacaron como el formato menos utilizado y, a la vez, uno de los más eficientes en impresiones e interacciones. Facebook, contra las proyecciones, incrementó su alcance en un 51% y las interacciones en un 56%, impulsado por video y volumen de piezas, especialmente para audiencias amplias y objetivos de performance local.

En LinkedIn, el aumento de cuentas y publicaciones redujo las impresiones por post. Aun así, carruseles y encuestas superaron el promedio de interacción, y el contenido generado por colaboradores (EGC) mostró resultados cuando se implementó con reglas claras y planificación editorial.

Threads continuó su crecimiento y, en cuentas grandes, superó a X en impresiones e interacciones. X, en tanto, mostró una leve mejora en interacción total, pero con una caída en clics a enlaces, lo que refuerza su uso como espacio de conversación y cobertura en tiempo real, más que como canal principal de tráfico.

Qué ajustar en 2026

El informe plantea ajustes para el próximo año. Entre ellos, la necesidad de definir estrategias por objetivo: carruseles en Instagram y LinkedIn, junto a YouTube de mediana y larga duración para consideración; conversión fuera de social, mediante landings y retargeting; y una reducción deliberada de plataformas para profundizar en dos o tres donde ya exista tracción comprobada.

También se recomienda una creatividad modular, capaz de transformar una idea central en múltiples recortes nativos, y un cambio en las métricas prioritarias. Retención de tres a 10 segundos en video corto, capítulos completos en YouTube y mensajes directos en Instagram y LinkedIn aparecen como indicadores más relevantes que el alcance bruto. “El desafío es tener contenido adaptado para cada plataforma y formato”, menciona Jeria.

El estudio advierte sobre el rol de la inteligencia artificial. Su uso para investigación y edición acelera procesos, pero delegar la voz implica perder autenticidad, uno de los activos más valorados en un entorno saturado.

Dónde apostar en 2026

Entre las plataformas a consolidar, Threads aparece como opción para el próximo

año. Con cerca de 400 millones de usuarios mensuales activos a nivel global y más de 100 millones diarios, su alcance publicitario en Chile ya bordea el 8,5% de la base online. El informe la identifica como un espacio para conversación pública con menor nivel de toxicidad, awareness y tráfico ligero, apoyado en carruseles y textos breves.

Dónde experimentar

El reporte también identifica redes de nicho con potencial para objetivos específicos. Bluesky, con más de 40 millones de usuarios registrados a fines de 2025, surge como un espacio relevante para marcas vinculadas a tecnología, cultura digital y periodismo. Lemon8, impulsada por ByteDance, se posiciona como una plataforma de descubrimiento visual y contenido “shoppable” para verticales de estilo de vida, tras el cierre de TikTok Notes. Zora, aún en etapa temprana, aparece como un laboratorio sobre propiedad y trazabilidad del contenido, con modelos de monetización directa para creadores.

y tú, ¿qué opinas?