

Nuevas redes sociales en 2026: las que apenas despegan y las que llegaron para quedarse

05 Jun 2026 · 8 min de lectura

Cada cierto tiempo aparece una red social que [promete cambiarlo todo](#), y casi siempre desaparece sin dejar huella. Por eso conviene separar el ruido de lo real. Hoy más de 5.700 millones de personas usan redes sociales, cerca del 70% de la población mundial, y el tablero se mueve en dos direcciones a la vez: por un lado llegan plataformas nuevas que pelean por un hueco, y por otro hay un grupo que ya echó raíces y no piensa moverse.

Este post hace ese corte. Te muestra qué redes sociales nuevas están consiguiendo tracción de verdad en 2026, cuáles son las que [llegaron para quedarse](#), y cómo decidir dónde poner tu tiempo si gestionas una marca, un proyecto personal o simplemente quieres estar donde está la gente que te importa.

Cómo está repartido el tablero de las redes sociales en 2026

Antes de hablar de novedades, vale la pena mirar quién manda. El informe [Digital 2026](#) de We Are Social y Meltwater deja un ranking bastante claro por usuarios activos mensuales:

Red social	Usuarios activos al mes	Donde brilla
Facebook	3.070 millones	Alcance masivo, grupos, Marketplace
Instagram	3.000 millones	Contenido visual, Reels, compras
WhatsApp	3.000 millones	Mensajería y atención al cliente
YouTube	2.580 millones	Video largo y búsqueda
TikTok	1.990 millones	Video corto, descubrimiento, viralidad
WeChat	1.380 millones	Superapp (dominante en China)

El dato que importa para entender el resto del artículo: el usuario promedio dedica más de dos horas y media al día a estas [plataformas](#), y TikTok lidera el tiempo diario por persona con casi una hora y media. Ese tiempo es finito, y ahí está la batalla. Cualquier red nueva que quiera crecer tiene que robarle minutos a alguien.

Las nuevas redes sociales que están moviendo el tablero

No todas las recién llegadas son iguales. Algunas son experimentos pasajeros y otras ya demostraron que pueden aguantar. Estas tres son las que vale la pena tener en el radar.

Bluesky: el refugio descentralizado que dejó de ser de nicho

Bluesky empezó como un proyecto interno de Twitter en 2019 y abrió sus puertas al público recién el 6 de febrero de 2024. Lo que parecía una alternativa más terminó convirtiéndose en el gran ganador del éxodo de X: pasó de unos 13 millones a más de 40 millones de cuentas en poco más de un año, con picos brutales durante las elecciones de Estados Unidos de noviembre de 2024.

Su diferencia está en el modelo. Funciona sobre el AT Protocol, una arquitectura descentralizada que da al usuario control real sobre su feed y sus datos, sin depender de una única empresa. Para 2026 su hoja de ruta apunta a video nativo, un feed de descubrimiento más inteligente y funciones en tiempo real, justo las piezas que le faltaban para

competir de tú a tú con los grandes. Si tu audiencia es tech, periodística o académica, ya es un canal serio. Puedes crear cuenta gratis en bsky.app.

Threads: la conversación con el músculo de Meta detrás

Lanzada por Meta el 5 de julio de 2023, Threads juega la misma carta que Bluesky (microblogging de texto, alternativa a X) pero con una ventaja gigante: está enganchada a Instagram. Eso le permitió escalar hasta unos 300 millones de usuarios mensuales y cerca de 100 millones diarios, una cifra que ninguna red nueva había alcanzado tan rápido.

A favor tiene su integración con el ecosistema Meta y la facilidad para arrastrar tu audiencia de Instagram. En contra, todavía busca una identidad propia y un tono que no sea simplemente "X pero más amable". Para una marca que ya trabaja Instagram, sumar Threads cuesta poco esfuerzo y abre un formato más directo y conversacional.

Sora: la primera red social donde nada es real

Esta es la verdadera rareza de la lista. OpenAI lanzó la app Sora el 30 de septiembre de 2025, y superó el millón de usuarios en apenas cinco días. Por fuera parece TikTok: feed vertical infinito, deslizas, das like, compartes. La diferencia es radical: todos los videos están generados por inteligencia artificial con el modelo Sora 2. Su función estrella, *Cameo*, te deja poner tu cara y tu voz dentro de clips creados por otros.

Es divertida, adictiva y al mismo tiempo abre un debate enorme sobre desinformación, derechos de imagen y qué significa "contenido auténtico" cuando todo es sintético. Arrancó solo para iPhone en Estados Unidos y Canadá, así que su alcance todavía es limitado, pero marca una tendencia que veremos repetirse: redes construidas alrededor de la IA generativa, no solo apoyadas en ella. Vale seguirla de cerca desde openai.com/sora.

Mastodon y el resto del mundo descentralizado

Junto a Bluesky, Mastodon representa la corriente de fondo más interesante: redes federadas, de código abierto, donde no hay una corporación central decidiendo qué ves. Atrae sobre todo a usuarios preocupados por la privacidad y el control de sus datos. Su crecimiento es más lento y técnico que el de Bluesky, pero su comunidad es leal y su filosofía no va a desaparecer.

Una advertencia útil aquí: no toda novedad sobrevive. BeReal, que en su momento fue la sensación de la autenticidad con su foto diaria sin filtros, perdió casi todo su impulso. Es el recordatorio de que el hype no equivale a permanencia.

Las que llegaron para quedarse

Frente a las recién llegadas están las plataformas que ya superaron la prueba del tiempo. Estas no son moda: son infraestructura. Cuando una red supera los mil millones de usuarios y se integra en la vida diaria, en los negocios y en la cultura, salir de ahí cuesta muchísimo.

El caso más claro en Latinoamérica es WhatsApp. Más que una red social, es la forma en que la región se comunica, con penetraciones por encima del 90% en países como México, Brasil, Argentina y Colombia, y un WhatsApp Business que se volvió herramienta de ventas y atención sin paralelo. Algo parecido pasa con YouTube, que funciona a la vez como red social, plataforma de video y segundo buscador del mundo después de Google.

Facebook, pese a perder terreno entre los más jóvenes, sigue siendo la red más grande del planeta y conserva un dominio fuerte en el público de 30 a 65 años, justo el de mayor poder adquisitivo. Instagram domina lo visual y el comercio aspiracional, y TikTok es la que más rápido crece, sobre todo al expandirse hacia edades mayores de 35 años y al empujar TikTok Shop en nuevos mercados. A su lado, Telegram (más de 800 millones de usuarios) y X mantienen su lugar en la mensajería y la conversación pública respectivamente.

El punto en común de todas ellas es que ya no compiten por existir, sino por tu atención. Esa es exactamente la posición que ninguna red nueva ha logrado todavía.

Cómo decidir en qué red estar (sin dispersarte)

El error más caro en 2026 es intentar estar en todas. El usuario promedio ya hace malabares con más de siete plataformas, así que repartir tu energía a partes iguales es la forma más rápida de no destacar en ninguna. En lugar de eso, conviene pensar en una pequeña cartera con roles claros:

- **Una red de alcance**, para que te descubran. TikTok o Facebook según tu público.
- **Una red de activos a largo plazo**, donde tu contenido siga sumando con el tiempo. Aquí YouTube es difícil de superar.
- **Una red de conversión o intención**, donde la gente está lista para actuar. Pinterest o WhatsApp Business cumplen bien ese papel.
- **Una red de conversación**, para construir comunidad y voz propia. Threads o Bluesky encajan según tu nicho.

Sumar una red emergente como Bluesky o Sora tiene sentido solo si tu audiencia ya está migrando hacia allá o si quieres ser de los primeros en un terreno con poca competencia. Llegar temprano a una plataforma que crece es una ventaja real, pero perseguir cada lanzamiento por miedo a quedarte fuera casi nunca lo es.

Lo que de verdad cambió

La gran noticia de 2026 no es que haya redes nuevas, eso pasa cada año. Es que el poder se reparte distinto. Por un lado hay un grupo de gigantes tan integrados en la vida cotidiana que cuesta imaginar el día sin ellos. Por otro, crecen alternativas descentralizadas que devuelven el control al usuario, y aparecen plataformas como Sora que reescriben las reglas con [IA generativa](#).

Para el lector y para cualquier marca, la lectura práctica es la misma: no se trata de adivinar cuál será la próxima red ganadora, sino de entender qué necesita tu audiencia y elegir, con criterio, los pocos lugares donde tu presencia realmente vale la pena. Las modas pasan. La estrategia se queda.