

SONIA YÁNEZ BLUM

RR.PP. COMUNICACIÓN

REPORTE ANUAL

TENDENCIAS

2026

www.blumdigitalpr.com

Introducción

La convergencia de tres planos

En 2026, las Relaciones Públicas 6.0 se consolidan como la disciplina encargada de gestionar legitimidad y confianza en tres planos simultáneos:

Audiencias
humanas

Ecosistemas
digitales

Sistemas de IA

Ese tercer plano deja de ser un detalle técnico y se convierte en una capa estratégica: hoy, cuando alguien pregunta por una organización, la respuesta ya no vive solo en la memoria humana, en la nota de prensa o en el clipping, sino también en cómo la web la describe y en cómo la IA la sintetiza en dos o tres frases.

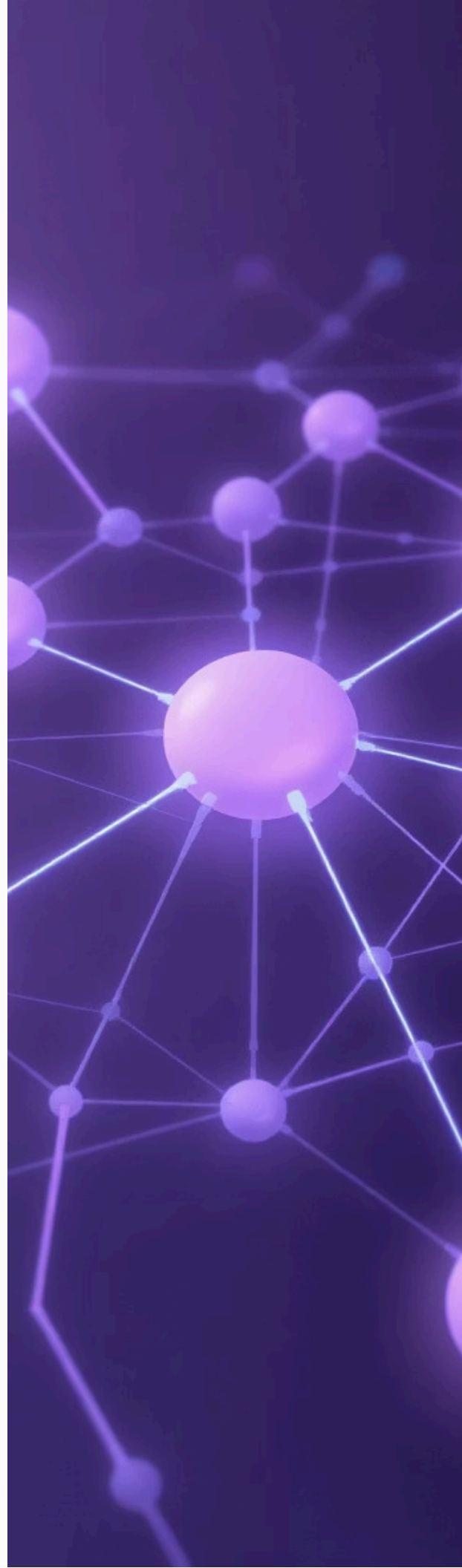
El reporte *Trends and Predictions 2026* del Reuters Institute confirma que la visibilidad online entra en un cambio estructural: líderes de medios proyectan que **el tráfico desde buscadores caerá en promedio un 43% en los próximos tres años**. Además, el propio reporte señala descensos ya observables en referidos **desde Google Search (33% global interanual) y Google Discover (21% global interanual)**, lo que acelera la pérdida del “click fácil” como base de distribución

Convergencia acelerada: la evidencia global

La investigación del **Reuters Institute** nos ofrece una mirada premonitrice del futuro de la visibilidad online. Sus proyecciones son claras: los medios anticipan una **caída del 43%** en el tráfico proveniente de buscadores en los próximos tres años, con descensos ya evidentes en Google Search y Google Discover. Esto no es una tendencia pasajera; es un cambio estructural en la forma en que las audiencias descubren y acceden a la información.

En esta nueva era, la visibilidad ya no se "terceriza" exclusivamente al SEO o a la presencia en plataformas tradicionales. Las marcas y líderes deben diseñar una estrategia de contenido que construya **activos propios**, genere **autoridad verificable** y asegure una **distribución multiformato** (video, audio, comunidades). La reputación se forja ahora en la capacidad de que la evidencia pública pueda ser recuperada y citada por los crecientes sistemas de Inteligencia Artificial.

Este panorama subraya la urgencia de adoptar el enfoque de RRPP 6.0, donde tendencias como el contenido **"siempre indexable"**, **las comunidades como activos reputacionales**, **la medición conversacional** y **la autoridad algorítmica dejan de ser opcionales**. **Son respuestas operativas** a un entorno donde la reputación se decide cada vez más en los resúmenes sintetizados por la IA y en las recomendaciones de los algoritmos.





El problema estructural: la separación que hoy no funciona

Durante años, la práctica de las Relaciones Públicas se organizó en compartimentos que hoy se quedaron cortos:

Reputación offline

(vocería, cultura, asuntos públicos, crisis)

Reputación online

(redes, SEO, contenido)

Universo algorítmico

tratado como "tema técnico"

En 2026 esa separación ya no funciona. Las decisiones offline dejan rastros online (actas, fotos, reseñas, filtraciones, posts del equipo), y todo ese material alimenta el perfil que los sistemas de IA "aprenden" y devuelven como síntesis cuando alguien pregunta por tu marca, tu sector o tu nombre propio.

Convergencia acelerada: La evidencia global

Los estudios de tendencias muestran que esta convergencia se acelera:

1

PR Daily y Ragan (2025)

Generative Engine Optimization (GEO) como el nuevo campo de batalla

2

Business Wire (2025)

Adopción sistemática de IA y presión por métricas accionables

3

Onclusive (2025)

Integración de IA como factor crítico para sobrevivir a presupuestos más estrictos

4

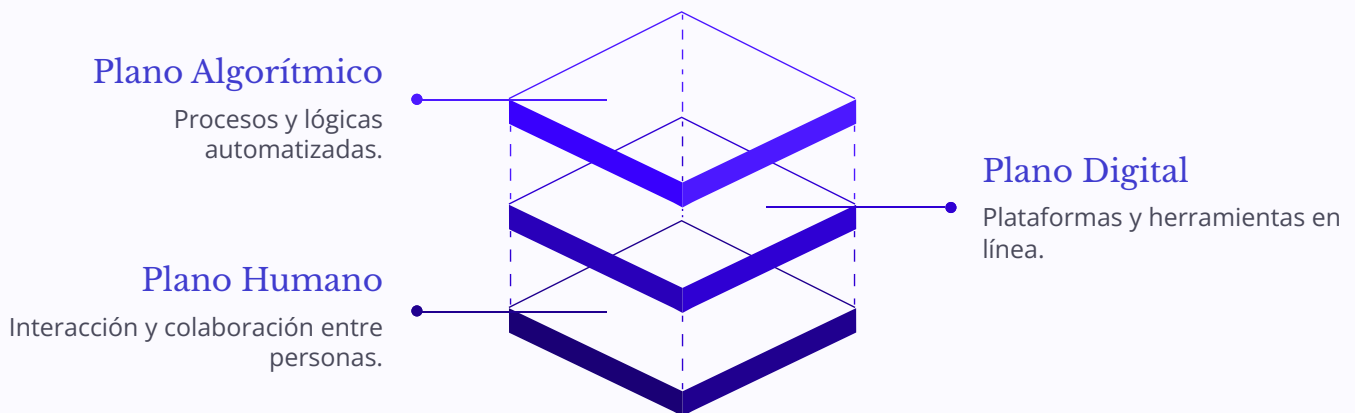
Cision Inside PR 2026

91% de los profesionales de RRPP están integrando IA en sus actividades

Antecedentes



En 2026, RRPP 6.0 se consolida como la disciplina que gestiona confianza en tres planos simultáneos: humano, digital y algorítmico. El punto crítico es que la reputación ya no vive solo en medios o memoria: también vive en **cómo la web te describe** y en **cómo la IA te sintetiza** en segundos.



¿Cómo aplicar estas tendencias?

En 2026, un reporte de tendencias solo es útil si ayuda a decidir qué hacer y cómo medirlo.

Este reporte incorpora un ecosistema integrado de 9 frameworks desarrollados entre 2024 y 2025 por Sonia Yáñez Blum, directora de Blum Digital PR.

RRPP 6.0

Teoría de
Autoridad
Algorítmica

Marco ACA

Modelo
IAPRMIL

ACA-Score

Framework
FACE

FACE-Score

HACERP

RICFE

Su función: convertir cada tendencia en una decisión operativa para construir legitimidad y visibilidad en tres planos simultáneos.

10 Tendencias en Relaciones Públicas y Comunicación 2026

Sonia Yáñez Blum | Blum Digital PR

En 2026, RRPP 6.0 se consolida como la disciplina que gestiona confianza en tres planos simultáneos: humano, digital y algorítmico. El punto crítico es que la reputación ya no vive solo en medios o memoria: también vive en **cómo la web te describe** y en **cómo la IA te sintetiza** en segundos.



1. RRPP en la sala de juntas

85% de CEOs ubica reputación entre sus 10 prioridades.

McKinsey (2025)



2. Confianza radical puertas adentro

Confianza en "mi empleador": 68%.

Edelman Trust Barometer (2025)



3. Vocerías preparadas

60% de crisis se originan por declaraciones inconsistentes.

Cision (2026)



4. Contenido "siempre indexable"

Organizaciones con GEO tienen 45% más probabilidad de ser citadas por IA.

Business Wire (2025)



5. Comunidades como activos reputacionales

Marcas con comunidades activas generan 3x más contenido de calidad.

Onclusive (2025)

10 Tendencias en Relaciones Públicas y Comunicación 2026 (continuación)



6. Medir conversaciones

50% del presupuesto de RRPP irá a análisis de conversaciones

Gartner (2025)



7. Autoridad algorítmica como KPI

80% confía más en recomendaciones de IA que en influencers humanos

Worldcom PR Group (2026)



8. Diseño deliberado de huella algorítmica

70% de la huella algorítmica proviene de decisiones deliberadas

Stanford Internet Observatory (2025)



9. Crisis también en buscadores e IA

Crisis no respondidas en 2 horas se amplifican 400% en IA

Onclusive (2025)



10. Gobernanza ética de datos y comunicación

68% considera que transparencia en uso de IA es factor crítico de confianza

Edelman (2025)

Las 10 Tendencias Clave en RRPP & Comunicación para 2026



1. RRPP en la Sala de Juntas



2. Confianza Radical Puertas Adentro



3. Vocerías preparadas para archivos



4. Contenido "Siempre indexable"



5. Comunidades como Activos de Reputación



6. Medir conversaciones reales



7. Autoridad Algorítmica como KPI



8. Diseño deliberado de Huella Digital



9. Crisis en Buscadores e IA



10. Gobernanza Ética de Datos

Bloque 1: Reputación offline

La reputación offline se construye en las decisiones estratégicas, la cultura interna y las declaraciones públicas. Estos tres pilares forman la base de la confianza organizacional y dejan rastros digitales que alimentan la percepción algorítmica.

3 Tendencias clave

RRPP de Sala de Juntas (No de Eventos)

Confianza radical puertas adentro

Vocerías preparadas para un mundo que archiva todo

© 2026 Blum Digital PR. Prohibida la reproducción total o parcial sin autorización. Se permite el uso y publicación citando la fuente: Yánez Blum, S. (2026). 10 Tendencias en Relaciones Públicas y Comunicación 2026. BlumDigitalPR.



Tendencia 1: RRPP de sala de juntas (no de eventos)

Definición: Las relaciones públicas pasan de gestionar "visibilidad" a gestionar riesgos, legitimidad y arquitectura de decisiones al nivel del comité ejecutivo.

Datos Internacionales:

Onclusive (2025)

El CCO deberá hablar el lenguaje del CFO

McKinsey (2025)

85% de los CEOs considera que la gestión de la reputación es una de sus 10 principales prioridades

Gartner (2025)

Las empresas que integran reputación en decisiones estratégicas tienen un 30% más de probabilidades de superar sus objetivos

Implicación para RRPP 6.0: La reputación se convierte en un activo medible. El ACA-Score permite cuantificar la legitimidad algorítmica, transformando un concepto abstracto en un KPI que puede presentarse en juntas directivas.

Tendencia 2: Confianza radical puertas adentro

Definición: Cultura, liderazgo y clima interno se convierten en la primera reputación a cuidar, porque cualquier brecha entre discurso y práctica se filtra rápidamente hacia el entorno digital y algorítmico.

Datos Internacionales:

Edelman Trust Barometer (2025)

Caída de confianza en instituciones (41%), pero alto grado de confianza en "mi empleador" (68%)

Gartner (2025)

Las empresas con alta confianza interna superan a sus competidores en un 75% en crecimiento de ingresos

LinkedIn (2025)

62% de los empleados comparte contenido de su empresa en redes personales

Implicación para RRPP 6.0: Los empleados son fuentes primarias de autoridad algorítmica. Sus testimonios, posts y participaciones alimentan el perfil que la IA construye sobre la organización.



Tendencia 3: Vocerías preparadas para un mundo que archiva todo

Definición: Los portavoces deben aprender a hablar no solo para periodistas, sino para archivos y modelos de IA que pueden reutilizar sus palabras años después en otros contextos.

Datos Internacionales:

Cision (2026)

60% de las crisis de reputación se originan por declaraciones inconsistentes de voceros archivadas

PR News (2025)

75% de las crisis en 2025 se originaron en buscadores y redes sociales

Stanford (2025)

Los sistemas de IA recuperan y reutilizan declaraciones de voceros de hasta 10 años atrás

Implicación para RRPP 6.0: Las declaraciones deben ser claras conceptualmente, transparentes metodológicamente y consistentes narrativamente. Cada declaración se convierte en un activo o pasivo de largo plazo.

Bloque 2: Reputación online

3 Tendencias clave

Contenido "Siempre Indexable"

Comunidades como Activos Reputacionales

Medir conversaciones, no solo impactos

Tendencia 4: Contenido "siempre indexable"

Definición: Cada pieza de contenido se diseña para ser encontrada, entendida y reutilizada tanto por personas como por motores de búsqueda y modelos generativos, incorporando estructura, metadatos y contexto.

Datos Internacionales:

Business Wire (2025)

Las organizaciones que adoptan GEO tienen un 45% más de probabilidades de ser citadas por sistemas de IA

LaRue PR (2025)

70% de los profesionales considera que GEO será la habilidad más importante en 2026

OpenAI + Anthropic (2025)

El contenido sin estructura tiene un 60% menos de probabilidades de ser citado

Implicación para RRPP 6.0: El pilar de Profundidad del Marco ACA se operacionaliza mediante diseño de contenido estructurado. El Framework FACE determina dónde ubicar ese contenido.

Si la búsqueda manda menos tráfico, el contenido debe estar estructurado para ser recuperable y "citable" por sistemas de IA (no solo para rankear). (Reuters Institute, 2026)

Tendencia 5: Comunidades como activos reputacionales

Definición: Las marcas que delegan toda su reputación a medios y plataformas masivas pierden control de su narrativa; construir comunidades propias se convierte en un activo reputacional que equilibra la volatilidad de las redes abiertas.

Datos Internacionales:

Onclusive (2025)

Las marcas con comunidades activas tienen una tasa de lealtad un 40% mayor

McKinsey (2025)

Las comunidades propias generan un 25% más de conversiones que el marketing de redes tradicionales

LinkedIn (2025)

58% de los profesionales prefiere participar en comunidades especializadas

Implicación para RRPP 6.0: Las comunidades son espacios donde se construye Coherencia Narrativa y se genera Trazabilidad verificable. Son Catalizadores en el Framework FACE.

Ante la caída de referidos, crece el valor de audiencias propias (newsletter, podcast, comunidad) como infraestructura de confianza y distribución. (Reuters Institute, 2026)

Tendencia 6: Medir conversaciones, no solo impactos

Definición: Los reportes globales empujan hacia métricas que vinculen reputación con negocio: leads cualificados, acceso a alianzas, reducción de riesgo regulatorio, atracción de talento.

Datos Internacionales:

Gartner (2025)

Para 2026, el 50% de los presupuestos de RRPP se destinará a herramientas de análisis de conversaciones

Cision (2026)

87% de los directores de comunicación reporta presión para demostrar ROI directo

Forrester (2025)

Las organizaciones que miden conversaciones tienen un 35% más de probabilidades de identificar oportunidades

Implicación para RRPP 6.0: El ACA-Score y FACE-Score proponen lectura de narrativas y relaciones, no solo recuento de clips. La Actualización Constante permite detectar cambios en tiempo real.

Cuando baja el click fácil, sube la exigencia de medir influencia real (conversación, reputación, leads, alianzas), no solo menciones. (Reuters Institute, 2026)

Bloque 3: Reputación algorítmica

4 Tendencias clave

7. Autoridad Algorítmica
como Nuevo KPI

8. Diseño Deliberado de
Huella Algorítmica

9. Crisis También en
Buscadores e IA

10. Gobernanza Ética de Datos
y Comunicación

Implementación: Roadmap 90 Días

Fase 1: Diagnóstico (Semanas 1-2)

- Auditoría de Autoridad Algorítmica: Medir ACA-Score actual
- Mapeo de Huella Digital: Identificar dónde existe información
- Análisis de Coherencia: Revisar consistencia de mensajes
- Evaluación de Gobernanza Ética: Auditar protocolos de uso de IA

Fase 2: Estrategia (Semanas 3-4)

- Definir Objetivos de Autoridad Algorítmica
- Diseñar Arquitectura de Medios usando Framework FACE
- Crear Manual de Vocería con mensajes clave
- Implementar Protocolo Ético de IA

Roadmap 90 Días (continuación)

Fase 3: Ejecución (Semanas 5-8)

- Crear Contenido Estructurado para sintetizabilidad algorítmica
- Publicar en Fuentes Estratégicas usando Framework FACE
- Entrenar Voceros en comunicación para sistemas de IA
- Monitorear Conversaciones con dashboard de reputación

Fase 4: Optimización (Semanas 9-12)

- Medir Resultados: Evaluar impacto en ACA-Score
- Ajustar Estrategia: Optimizar ubicación de contenido
- Escalar Comunidades: Expandir espacios de validación
- Reportar a Junta: Presentar ROI de reputación

Optimization 1

ing to keesainl they
n-cepliver pcter
r auacyfer stearnig.
te of the your.

Optim

The cran catsed
son the gas ed i
tha seses, mie
the peoted for f
no eares 0/0e
the darn the

Optimization Roadmap

bert call affeeriatl-
an quetivation thar
the insisingne coovet
ravnets.

Optim

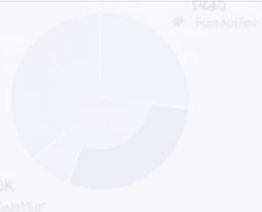
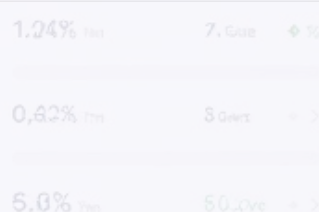
The frandsing a
meek she radng
incogres hly tou
t

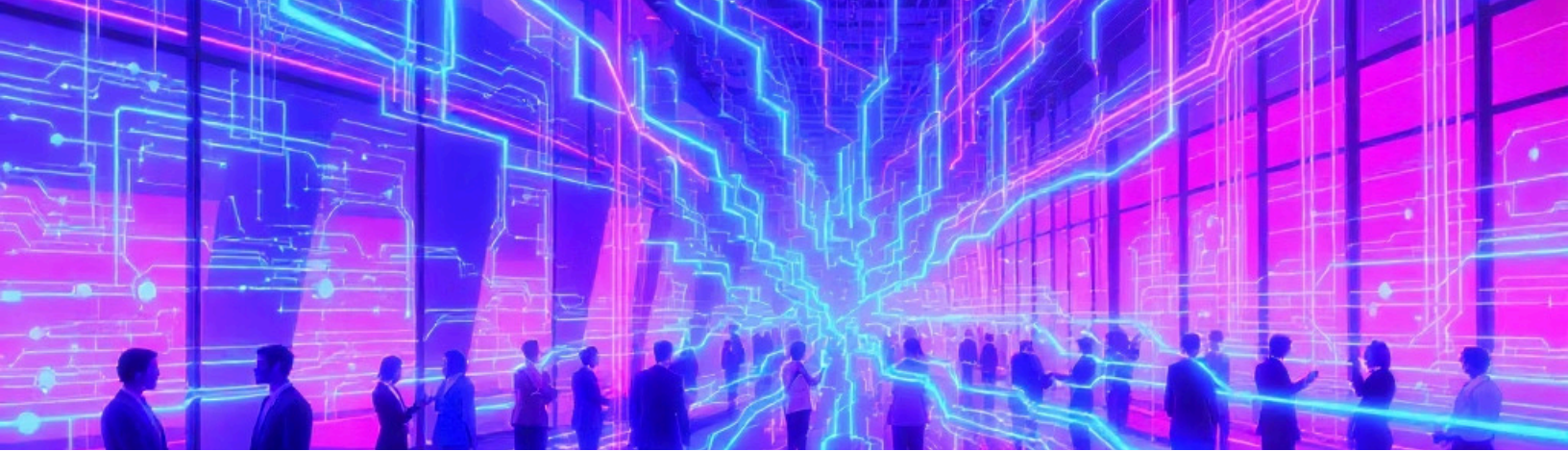
Métricas de éxito: KPIs principales

Métrica	Objetivo 90 días	Objetivo 12 meses
ACA-Score	+15 puntos	+30 puntos
Trazabilidad (% fuentes verificables)	70%	85%
Coherencia Narrativa	80%	95%
Profundidad (citas en IA)	+50%	+150%
Autoridad Algorítmica (ranking)	Top 3 en industria	Top 1 en industria
Comunidades Activas	2 comunidades	5 comunidades
Conversaciones Medidas	100% de menciones	100% + análisis predictivo
Crisis Prevenidas	80% anticipadas	90% anticipadas
ROI Reputación	Visible en junta	Integrado en decisiones

Pratition

Partiva





Conclusiones: De la reacción a la anticipación

En 2026, las Relaciones Públicas dejan de ser una disciplina reactiva y se convierten en un sistema de anticipación.

Las 10 tendencias presentadas no son desafíos aislados, sino síntomas de una transformación estructural: la convergencia de tres planos (humano, digital, algorítmico) bajo una arquitectura medible.

Las RRPP 6.0 no es una respuesta a estas tendencias, sino una anticipación de ellas. Los marcos desarrollados entre 2024 y 2025 responden a preguntas que la industria global apenas comienza a formular en 2025-2026.

Oportunidad estratégica

Las organizaciones que implementen estas 10 tendencias tendrán una ventaja competitiva significativa:

Autoridad Algorítmica

Serán reconocidas como fuentes confiables por sistemas de IA

Resiliencia Reputacional

Anticiparán crisis antes de que ocurran

ROI Medible

Demostrarán impacto directo de reputación en negocio

Gobernanza Ética

Construirán confianza mediante transparencia verificable

Próximos pasos

1

Auditoría algorítmica

Medir ACA-Score
actual

2

Definir objetivos

Establecer metas de
autoridad algorítmica

3

Diseñar Estrategia

Crear roadmap de
implementación

4

Comenzar Ejecución

Implementar acciones y a medir

Desde Blum Digital PR acompañamos a organizaciones y equipos de comunicación en la lectura y aplicación práctica de estas tendencias, entendiendo que cada contexto requiere tiempos, prioridades y decisiones distintas.

Nuestro enfoque combina análisis, criterio estratégico y acompañamiento progresivo, con el objetivo de ayudar a transformar estos cambios en acciones claras, realistas y sostenibles.

Este reporte busca abrir una conversación informada: a partir de su lectura, seguiremos compartiendo recursos, análisis y espacios de trabajo que permitan avanzar con mayor claridad en la gestión de la reputación, la comunicación y la confianza en entornos cada vez más complejos.

Sobre la autora

Sonia Yáñez Blum es comunicadora estratégica e investigadora independiente con más de 28 años de experiencia en relaciones públicas, reputación digital e inteligencia artificial aplicada a la comunicación.

Especialista en gobernanza ética de sistemas de IA, es autora de marcos teóricos originales incluyendo:

Teoría de Autoridad Algorítmica

Marco ACA (Autoridad y Credibilidad Algorítmica)

Framework FACE (Fuentes, Amplificadores, Catalizadores, Ecos)

Dirige Blum Digital PR, consultoría especializada en comunicación estratégica e IA, y la Academia de Relaciones Públicas, donde ofrece formación técnica avanzada en RRPP e IA.



Contacto


© 2026 Sonia Yánez Blum / Blum Digital PR. Todos los derechos reservados.
Prohibida la reproducción total o parcial sin autorización expresa. Se permite el uso y publicación del contenido citando siempre la fuente completa.

Para consultoría e implementación:

servicios@blumdigitalpr.com

www.blumdigitalpr.com



 Sonia Yánez



Inicio – Sonia Yánez Blum

Sonia Yánez Blum | RRPP 6.0 + IA + Reputación
Digital RRPP 6.0 · IA · Reputación Digital La...

Para citar este documento:

Yánez Blum, S. (2026). 10 Tendencias en Relaciones Públicas y Comunicación 2026 (Reporte ejecutivo 2026). BlumDigitalPR.