

PlayStation avanza con un cambio histórico y eliminará una de sus marcas más emblemáticas

22/03/2026



En las últimas semanas, Sony mostró movimiento dentro de su ecosistema de consolas y servicios digitales y anunció un cambio inesperado: comenzará a eliminar la marca PlayStation Network. Aunque suena a una transformación importante, la compañía aclaró que no habrá cambios en el funcionamiento para usuarios ni desarrolladores en el corto plazo.

La empresa explicó que se trata de un **rebranding** para adaptar su oferta actual, que ya supera lo que representaba **PSN**. Según el comunicado, la modificación será **estética y de nombre**, mientras que los sistemas de **amigos, trofeos y juego online seguirán funcionando igual**.

Cómo será el fin de PlayStation Network y qué cambia para los usuarios

El proceso será **gradual** y se extenderá hasta **septiembre de 2026**. Durante ese tiempo, la marca **PSN desaparecerá de interfaces, sitios web y materiales promocionales**, pero las **cuentas, datos y servicios no se modificarán**.

Desde Sony indicaron que el objetivo es **unificar la identidad de sus servicios**, aunque no detallaron aún **qué nombre reemplazará a PlayStation Network** ni si esas funciones quedarán integradas directamente bajo la marca **PlayStation**.

Para los usuarios, el cambio será **prácticamente imperceptible**: se mantendrán **perfiles, listas de amigos, compras digitales y sistemas de seguridad**. Además, los desarrolladores **no deberán hacer ajustes en sus juegos**, ya que el cambio no afecta la estructura técnica.

El calendario y el impacto del cambio en el ecosistema PlayStation

El plan establece como fecha límite **septiembre de 2026** para eliminar completamente la denominación **PSN**. Hasta entonces, se realizará una **transición progresiva**, con la intención de que el cambio sea **solo cosmético** y no genere problemas en la experiencia online.

Analistas interpretan esta decisión como parte de una estrategia más amplia: **simplificar la marca y fortalecer PlayStation como identidad principal**. La idea sería **reducir sub-marcas** y lograr una **comunicación más clara y coherente a nivel global**, sin alterar el funcionamiento de los servicios actuales.

Fuente: La 100