

# Apple y la agenda

El pasado martes, a las 7 de la tarde hora española, [la compañía más valiosa del mundo, Apple, presentó una serie de productos](#). Como en todas las ocasiones en las que lo hace, consiguió atraer los titulares y la atención de todo el mundo, con picos de tráfico impresionantes en todas las páginas de tecnología y discusiones en tiempo real sobre cada una de las novedades presentadas, de una manera que muy pocas marcas son capaces de hacer.

Cualquier responsable de comunicación de prácticamente cualquier marca sabe lo difícil que es lograr atraer la atención del mundo hacia tus productos. Cuando Apple presenta algo, el mundo entero mira, opina y discute. Con actitudes de todo tipo, sí... pero mira. Todo el mundo, en la industria tecnológica o fuera de ella, se entera del lanzamiento, opina sobre las nuevas gamas de precios o sobre las nuevas prestaciones, hasta el punto de llevarnos a pensar si realmente lo presentado tenía tanta importancia.

Después de todo, lo que Apple presentó fue una nueva gama de smartphones. En realidad, presentó varias cosas más, algunas muy interesantes por sí mismas... [pero el smartphone atrajo toda la atención](#). Y la pregunta sigue siendo la misma: ¿es de verdad tan relevante que Apple presente un terminal en el que la pantalla se extiende por todo el frontal (bezel-less), que se desbloquea con la cara, y que tiene un precio sensiblemente más elevado que los anteriores? ¿Cuántas marcas lanzar smartphones en un año? ¿Por qué Apple es prácticamente la única que genera tanta atención?

La respuesta es interesante: Apple marca la agenda. Y curiosamente, no lo hace siendo la primera en lanzar una prestación determinada, sino por otros motivos. Sus smartphones no son los primeros en los que la pantalla se extiende por todo el frontal, ni los primeros con capacidad de carga inalámbrica, ni los primeros que incorporan reconocimiento facial. Sin embargo, si son posiblemente los primeros que incorporan algunas de estas prestaciones de una manera verdaderamente eficiente, y el hecho de que lo hagan significa que muchas otras marcas van a adoptar esa prestación como estándar, como modelo a seguir, en sus próximos modelos. Significa que es posible que muchos de nuestros hábitos, costumbres y formas de hacer las cosas se vean impactadas por aspectos relacionados con esas funcionalidades.

En muchos sentidos, el iPhone cambió el mundo. ¿Puede Apple cambiar el mundo cada vez que lanza un terminal? No, el mundo es mucho más que tecnología o smartphones. Pero sin duda, Apple sigue sabiendo marcar la agenda. Por algo será.