



***In occasione della presentazione italiana dei suoi nuovi processori Intel ha aperto uno spiraglio su come useremo il computer nei prossimi anni.***

Una indicazione su tutti: cresce il peso degli *user-generated contents*, i contenuti generati dagli utenti. Questo quanto emerge dalla presentazione che Intel, il noto produttore di microprocessori, ha tenuto al Museo della Scienza e della Tecnologia di Milano lo scorso 28 gennaio per raccontare le ultime tendenze del computing.

Ma andiamo con ordine. Mentre anche i computer desktop diventano sempre più piccoli, dice Intel, tra i notebook trionfano quelli più sottili e leggeri, più piccoli di 14 pollici. Un trend trainato dagli utenti privati: nel 2009, per la prima volta a livello mondiale le vendite di pc consumer hanno superato quelle aziendali, raggiungendo nel terzo trimestre la soglia record di 150 milioni di unità vendute. Una tendenza destinata a proseguire: nel 2013 le macchine consumer, attestate a quasi 250 milioni di unità, supereranno ampiamente quelle aziendali, ferme sotto i 200 milioni.

Un sorpasso storico che implica anche grandi cambiamenti nel modo di usare il computer. Protagonista assoluto il video: tra il 2006 e il 2009, nella fascia di età tra i 18 e i 29 la quota di utenti Internet che utilizza video online è salita del 34% attestandosi all'89% del totale navigatori. Ma anche nelle altre classi di età le percentuali crescono: tra i 30 e i 49 anni sono il 67% (+32%), nella fascia 50-64 il 41% (+22%) e perfino tra gli ultra 65enni sono ormai il 27% (+16%).

In generale, è in aumento la percentuale di internauti che producono contenuti oltre a utilizzarli: negli Usa (paese che anticipa sempre le tendenze) passeranno da poco più di 80 milioni nel 2009 a quasi 120 nel 2013. Nel mondo, secondo dati Intel, poco più del 25% degli utenti utilizza frequentemente il pc per creare o editare foto, circa il 17% fa lo stesso con i video e quasi il 15% compone musica in digitale. E i giochi? Il 39% gioca occasionalmente ai pc games, il 20% partecipa ai principali giochi online e il 21% gioca a giochi offline avanzati.