



Tavola rotonda

La diffusione della cultura statistica: questione di cittadinanza

Materiale per la discussione

Patrizia Cacioli – Mirko Benedetti

Premessa

In una società democratica i cittadini devono essere posti in una condizione di uguaglianza iniziale: l'uguaglianza delle opportunità e delle possibilità. Se così non fosse, i soggetti più deboli sarebbero in una posizione di svantaggio, non potendo "acquistare" l'informazione statistica sul mercato a causa dei suoi costi proibitivi. Di conseguenza, per evitare queste "asimmetrie informative", lo Stato provvede a produrre statistiche ufficiali e pubbliche, cioè certificate e a disposizione di tutti, come strumenti di garanzia dei diritti dei cittadini.

In questa prospettiva, l'informazione statistica ufficiale, messa a disposizione di tutti, rappresenta una risorsa fondamentale sia per chi ha responsabilità di governo e di amministrazione della cosa pubblica, sia per i cittadini. Ai primi si offre come strumento indispensabile per definire le politiche di intervento; ai cittadini, per valutare le azioni dei *policy maker* e per attingere i dati conoscitivi essenziali sullo stato complessivo della società civile. La statistica pubblica favorisce dunque la crescita democratica e la partecipazione consapevole alle scelte del Paese.

1. La diffusione della cultura statistica

Per quanto la statistica ufficiale sia resa pubblica, non sempre i cittadini hanno gli strumenti culturali adeguati per distinguere, apprezzarne e sfruttarne appieno la portata informativa. In altri termini, secondo l'efficace sintesi di Gerd Gigerenzer, "Numbers are public, but the public is not generally numerate". Questa situazione, originatasi in seguito a complesse circostanze storiche e culturali, perdura ancora oggi anche sotto la spinta di gruppi di pressione che non hanno alcun interesse alla diffusione della *numeracy*, cioè dell'alfabetizzazione statistica.

L'entità del fenomeno nel nostro Paese è significativa. Basti pensare che soltanto la metà degli italiani ha un'idea molto generale delle finalità della statistica, mentre l'altra metà le ignora del tutto. Due italiani su cinque ritengono che le informazioni fornite dalla statistica siano "poco" o "per niente" utili ai cittadini ed uno su quattro afferma di non essersi imbattuto nemmeno in una statistica negli ultimi dodici mesi. Per più di quattro italiani su cinque, inoltre, l'oggetto degli studi statistici è costituito dai sondaggi elettorali. Sono questi i dati sconcertanti che emergono dall'indagine "Statistiche e lavoro 2006", realizzata

dall'Università di Milano Bicocca per valutare l'atteggiamento delle famiglie italiane nei confronti della statistica e della professione di statistico¹.

Gli italiani, quindi “ignorano cosa faccia uno studioso di statistica. Per lo più l'idea che hanno è quella di una specie di topo d'archivio che passa la sua vita a sbagliare sondaggi elettorali e a fare figuracce in tv”².

Ad aggravare ulteriormente l'entità del fenomeno, interviene il fatto che “la tradizione culturale italiana è caratterizzata da un netto divario tra gli studi umanistici e le scienze, nonché dal primato degli studi classici. La società della conoscenza, invece, domanda una forte integrazione delle competenze e delle capacità, tanto da rendere il dualismo appena citato come un ostacolo alla crescita culturale e professionale [...] L'alfabetizzazione statistica risente di questo stato di cose. A scuola l'introduzione della statistica nei curricula è recente e l'emancipazione di questa disciplina dalla matematica non è ancora completa”³.

Non va nemmeno dimenticato, infine, che generalmente “i cittadini diffidano della statistica ufficiale, tendendo a percepirla come un pezzo dell'apparato di governo, assoggettata al gioco politico, nonostante i suoi attributi di autonomia, indipendenza e imparzialità”⁴.

Alla luce delle considerazioni precedenti, quindi, risulta che il libero accesso al bene pubblico dell'informazione statistica ufficiale non si traduce automaticamente in un suo “buon uso”, ma comporta invece il verificarsi di incomprensioni, equivoci, abusi e distorsioni informative.

2. I soggetti promotori della cultura statistica

L'impegno della statistica ufficiale a favore della diffusione della *numeracy* si esercita attraverso la rete dei soggetti del Sistan che, nel quadro dei lavori definiti periodicamente dal Programma statistico nazionale, effettua azioni tese al miglioramento continuo dell'ambiente di fruizione della statistica. Da segnalare, per il ruolo di coordinamento che esercita, l'attività dell'Ufficio della Segreteria centrale del Sistan, la struttura dell'Istat preposta, tra l'altro, alla formazione del personale degli enti del Sistema e all'organizzazione di seminari e convegni per la diffusione della cultura statistica a livello nazionale, regionale e locale⁵.

Per il livello qualitativo e l'efficacia della loro azione nell'ambito dell'alfabetizzazione statistica devono essere segnalati anche altri soggetti non appartenenti al Sistan. Si tratta, tra gli altri, della Società italiana di statistica, organizzazione senza fini di lucro che ha lo scopo di promuovere lo sviluppo delle scienze statistiche e delle loro applicazioni. A tal fine

¹ Cfr. P. MARIANI – M. DAL MOLIN – P. FARINA – S. PATTUGLIA, *Statistici e lavoro. Indagine sui profili professionali dei laureati in Scienze statistiche*, Milano, Università degli Studi Milano Bicocca, Facoltà di Scienze statistiche, 20 settembre 2005.

² E. MARRESE, *Statistica, la grande sconosciuta. Crea lavoro ma non attira studenti*, Affari e finanza, 23-10-2006, p. 51.

³ G. A. BARBIERI - P. GIACCHE', *The worth of data: an experience of promotion and improvement of statistical literacy*, in *Working cooperatively for statistical education*, Atti della Settima Conferenza internazionale sulla didattica della statistica, Salvador de Bahia, 2-7 luglio 2006, p. 1.

⁴ L. BIGGERI, *Principi e caratteristiche della statistica ufficiale tra passato e futuro*, in *Statistica ufficiale. Bene pubblico*, Atti della Settima conferenza nazionale di statistica, Roma, 9-10 novembre 2004, p. 13.

⁵ La sensibilità al ruolo della funzione statistica da parte della Pubblica Amministrazione locale è ancora insoddisfacente. Basti pensare che, a tutt'oggi, soltanto 3.231 Comuni italiani hanno costituito un ufficio di statistica, secondo quanto previsto dal d.lgs 322/89. In alcuni casi, a livello regionale, il fenomeno è davvero eclatante. La Puglia, ad esempio, ha ben 43 Comuni con ampiezza demografica superiore a 15.000 abitanti, per un totale di 1.160.000 abitanti, che ancora non hanno costituito l'ufficio (Cfr. M. L. RATIGLIA, *Fare sistema. Le opportunità*, in *La funzione statistica a livello locale*, Atti del seminario del Sistan, Bari, 20 settembre 2006, p. 2).

indice riunioni e cura pubblicazioni scientifiche, collabora con altre organizzazioni ai fini del progresso delle scienze statistiche, promuove rapporti con altre Società e Comunità scientifiche, può istituire borse di studio, bandire concorsi ed attuare ogni iniziativa idonea al raggiungimento del suo scopo.

Molto attivo in questi ambiti è anche il Centro interuniversitario di ricerca per la didattica delle discipline statistiche (Cirdis). Fondato nel 1991 presso l'Università degli studi di Perugia, il Centro si propone di contribuire allo sviluppo ed al miglioramento dell'istruzione in ambito statistico a tutti i livelli.

Tra i soggetti attivi nella promozione della *numeracy* a livello internazionale figurano, oltre agli Istituti nazionali di statistica dei vari paesi, le unità e le divisioni di statistica delle Organizzazioni internazionali. Alcune di queste organizzazioni appartengono al sistema delle Nazioni Unite e sono organizzate come Commissioni e Agenzie specializzate. Altre, invece, pur non facendo parte dell'Onu, intrattengono strette relazioni con le Nazioni Unite. Tra queste, l'Ocse ed Eurostat.

Per il loro ruolo nella promozione della *numeracy* a livello internazionale vanno menzionati almeno altri due soggetti. Si tratta, in primo luogo, dell'International Association for Statistical Education (Iase), sezione dell'International Statistical Institute (Isi) preposta al miglioramento dell'educazione statistica a tutti i livelli in ogni parte del mondo. Vanno ricordate poi le Conferenze internazionali sull'insegnamento della statistica (Icots) che, con cadenza quadriennale dal 1982, rappresentano uno dei forum più autorevoli di promozione della cultura statistica. L'ultima edizione dell'evento si è svolta a Salvador de Bahia nel luglio del 2006.

3. I prodotti e servizi per la promozione della cultura statistica

Va oltre gli scopi di questo documento fornire un elenco esaustivo delle iniziative predisposte dalla statistica ufficiale per promuovere la *numeracy*. Un ricca rassegna internazionale di progetti e azioni di successo, comprendente anche prodotti e servizi a cura dell'Istat, è disponibile nell'archivio dell'*International Statistical Literacy Project*⁶. Per quanto riguarda la statistica ufficiale italiana, in particolare, si riporta un breve elenco in cui figurano alcune delle iniziative intraprese dall'Istat⁷ e dai soggetti del Sistema statistico nazionale⁸ a favore di diversi target: scuola, Pubblica Amministrazione, grande pubblico e media. Tra le iniziative che hanno interessato il mondo della scuola ricordiamo:

Binario dieci. Spazio dedicato agli studenti delle scuole secondarie e dell'università per accedere alla statistica secondo un percorso guidato tra dati e metodologie usate a livello nazionale e internazionale. Tra gli strumenti disponibili si segnala il volume "Statistica per esempi", che spiega l'uso della statistica, la raccolta delle informazioni e la rappresentazione dei dati attraverso esempi tratti dalla vita quotidiana.

Il valore dei dati. Ipertesto concepito per aiutare l'utente meno esperto e chiunque abbia un interesse verso l'uso dei numeri, a fruire al meglio delle statistiche. Può essere usato in modo sistematico da studenti e insegnanti interessati ad approfondire l'applicazione concreta della statistica. Si basa sui materiali disponibili sul web Istat e su analoghi

⁶ Cfr. <http://course1.winona.edu/cblumberg/islplist.htm>

⁷ Cfr. <http://www.istat.it>

⁸ Cfr. <http://www.sistan.it>

documenti prodotti da istituzioni internazionali e da istituti di statistica di altri Paesi. Il progetto è stato realizzato dall'Istat con il supporto finanziario, tra l'altro, del Ministero dell'Istruzione dell'università e della ricerca nell'ambito dei contributi stanziati per la promozione della cultura scientifica. Hanno inoltre collaborato all'iniziativa la Società italiana di statistica, il Centro interuniversitario per la didattica della statistica, il Dipartimento di studi geoeconomici, linguistici, statistici, storici e per l'analisi regionale dell'Università degli Studi "La Sapienza" di Roma e la società Odysseus communication.

Censimento a scuola. Progetto didattico ha coinvolto nel 2001 l'Istat, l'allora Ministero della pubblica istruzione, la Società italiana di statistica (Sis), il Centro interuniversitario di ricerca per la didattica delle discipline statistiche (Cirdis) e l'Unione matematica italiana (Umi). L'idea è stata quella di portare la statistica sui banchi delle scuole elementari e medie con un esercizio di censimento predisposto poco prima dell'avvio dei Censimenti generali del 2001. Nato come progetto didattico destinato a far capire meglio ai ragazzi il significato e la funzione delle rilevazioni censuarie, *Censimento a scuola* continua a rappresentare oggi un modo semplice e divertente per comprendere la statistica e l'uso che se ne può fare nell'esperienza quotidiana.

Sigma. Progetto multimediale realizzato dagli studenti e dai docenti dell'Istituto tecnico "Enrico Fermi" di Roma, con la collaborazione dell'Istat, per insegnare e apprendere la statistica.

Nell'ambito delle iniziative dedicate alla promozione della *numeracy* nella Pubblica Amministrazione rientrano i seminari e i convegni organizzati dall'Ufficio della Segreteria centrale del Sistan, che cura anche la formazione e l'assistenza tecnica del personale degli enti del Sistema. Queste misure, tuttavia, non possono far dimenticare la necessità, espressa da più parti, di un'azione di formazione e promozione più vasta e sistematica. A tal proposito, spiegava Biggeri nel corso della precedente edizione della Conferenza, "i tempi sono maturi per attivare la Scuola superiore per la statistica ufficiale, del resto prevista anche in un apposito decreto legislativo del 1999"⁹.

La diffusione della *numeracy* tra il grande pubblico è stata realizzata attraverso varie azioni. Tra queste ricordiamo la predisposizione di spazi di divulgazione dell'informazione statistica all'interno di programmi contenitore come "Uno Mattina" su Raiuno, "L'appuntamento del lunedì" su Gr3 Rai, "Mattina in famiglia" su Raidue e "La storia siamo noi" su Rai Educational e poi su Raitre. Attualmente, inoltre, è allo studio il progetto "Statistica e tv: una collaborazione di reciproca utilità". Si tratta di una rubrica televisiva pensata per un pubblico generalista, tipico delle fasce *prime-time*, per diffondere la cultura dei numeri attraverso casi, storie ed esempi tratti dalla vita quotidiana e quindi vicini all'esperienza dei telespettatori. L'obiettivo è quello di portare l'informazione statistica più vicino a chi non ne conosce pienamente le potenzialità, spiegandone la valenza di strumento conoscitivo che favorisce l'esercizio dei diritti di cittadinanza e lo sviluppo della democrazia.

Si segnalano inoltre altre iniziative interessanti, promosse da soggetti istituzionali non appartenenti al Sistan. Tra queste, *Statistica e società*, premio bandito dalla Facoltà di

⁹ L. BIGGERI, *op. cit.* p. 11.

Scienze statistiche dell'Università degli Studi "La Sapienza" di Roma per i migliori progetti statistici realizzati dagli studenti delle scuole superiori della provincia capitolina. Ricordiamo poi la *Settimana della statistica in Bicocca*, un percorso di formazione statistica rivolto agli studenti del quinto anno delle scuole medie superiori, progettato per diffondere una maggiore conoscenza della statistica e del suo ruolo nella realtà economica e sociale. L'iniziativa, organizzata dalla Facoltà di Scienze statistiche dell'Università di Milano Bicocca in collaborazione con l'Ufficio scolastico per la Lombardia e Irre Lombardia, è giunta alla sua seconda edizione. Da non dimenticare, infine, le numero se iniziative intraprese dalla Società italiana di statistica¹⁰ e dal Centro interuniversitario per la didattica della statistica dell'Università degli Studi di Perugia¹¹.

Ai media, infine, la statistica ufficiale ha dedicato un'attenzione speciale. Gli organi d'informazione, infatti, fungono da intermediari nella trasmissione dei dati statistici al grande pubblico. Generalmente dedicano un'adeguata copertura informativa alle percentuali e agli indici prodotti dai soggetti della statistica pubblica. Non mancano tuttavia errori, distorsioni e abusi, spesso dovuti ad una carenza di cultura statistica. Per fronteggiare questi inconvenienti, l'Istat, come gli altri Istituti nazionali di statistica, opera un monitoraggio continuo della copertura che i media riservano ai dati, intervenendo con rettifiche e smentite e promuovendo, in collaborazione con i soggetti del Sistan, azioni volte a potenziare il corretto utilizzo dei dati da parte dei giornalisti.

4. Focus sui media

I casi di bassa *numeracy* sono individuabili non soltanto tra i target statisticamente meno alfabetizzati, ma anche tra quelli che dovrebbero distinguersi per competenza e professionalità, come i mass media. Ecco di seguito una breve rassegna delle cantonate che compaiono talvolta nelle rassegne stampa degli Istituti nazionali di statistica quando il mondo dell'informazione si occupa di indici e percentuali.

Un errore comune è quello di confrontare tra loro categorie diverse. A tal proposito il giornalista inglese David Randall ricorda alcune gaffe clamorose: "Nel 2002 qualcuno ha scritto che 'sono più gli afroamericani in prigione di quelli che frequentano un college'. Ora, i detenuti possono avere tra i 16 e i 96 anni, mentre l'età degli studenti universitari di solito va dai 18 ai 23 anni. Tenendo conto di questo fattore, il dato si ribalta completamente, per cui, tra gli afroamericani di questa fascia d'età, gli studenti universitari sono quasi il triplo dei detenuti"¹².

Consideriamo un altro esempio: "il 2 febbraio 2005, all'interno del Gr1 serale della Rai, si dichiarava: "L'Istat ha rivisto la composizione del paniere dell'indice dei prezzi, ma per verificare se ha avuto successo bisognerà aspettare il rilascio dei dati provvisori nei prossimi giorni". L'affermazione suggerisce che la revisione avesse il fine di produrre dati conformi a un generico "sentire comune", ignorando, invece, che la stessa operazione viene ripetuta ogni anno"¹³.

Altre volte è la mancanza del termine di riferimento a rendere ambigui i dati: "Nel 1997 qualcuno scrisse che il 29% degli ex dipendenti di un laboratorio era morto di cancro.

¹⁰ Cfr. <http://www.sis.it>

¹¹ Cfr. <http://www.cirdis.it>

¹² D. RANDALL, *Giocare con i numeri in Internazionale*, 597, 1 luglio 2005, p. 17.

¹³ G. M. GALLO – M. VELUCCHI, *Una suggestiva percezione della realtà*, <http://www.lavoce.info>, 18-04-2005

Inquietante? Non proprio. Il cancro è la causa di morte per il 35% delle persone tra 44 e 65 anni”¹⁴.

Va aggiunto che i media, per catturare con più immediatezza l’attenzione del pubblico, tendono talvolta a riportare le statistiche ponendo enfasi più sulle cifre “anomale” o “eclatanti” che sul senso complessivo dei dati, determinando così una distorsione informativa cui è esposto soprattutto il pubblico con bassi livelli di alfabetizzazione statistica. Questa tendenza, secondo alcuni osservatori, riguarda in modo particolare le comunicazioni relative ad emergenze, rischi o catastrofi: “Quando i giornalisti riportano notizie di rischi, in genere rincarano la dose: l’incerto diviene ancora più incerto, lo spettacolare ancora più spettacolare e il danno tanto più catastrofico”¹⁵. Consideriamo, a tal proposito, il titolo di un articolo pubblicato sul *Corriere della Sera* del 21-09-2003: “Infarto, con il campionato i rischi crescono del 60%”. Il pezzo, che si riferisce ai dati di uno studio svizzero sui morti per infarto durante i campionati mondiali del 2002, è ricco di numerose informazioni, compresa quella, molto significativa, che segnala la diminuzione del numero di persone che muoiono per infarto rispetto al passato. Il titolo, pur essendo veritiero, enfatizza quindi una parte sensazionale del contenuto a scapito del tutto.

Vediamo un altro esempio che ripropone la medesima logica del precedente. Si tratta di un articolo che presenta nel titolo un’interpretazione allarmistica dei dati statistici riportati, probabilmente con l’intento di fare più colpo sul lettore. Il pezzo, pubblicato sul *Corriere della Sera* del 25-08-2003, è intitolato: “Gli automobilisti corretti? Solo l’8%”. Dal titolo siamo portati a concludere che quasi tutti gli automobilisti sono scorretti. In realtà, i dati su cui si basa l’articolo, relativi alla distribuzione degli automobilisti secondo la correttezza della guida, sono i seguenti: guidatori corretti (8%); guidatori non completamente corretti (86%); guidatori scorretti (6%); totale (100%). Risulta quindi che un titolo altrettanto parziale, ma un po’ più vero di quello scelto, avrebbe potuto essere: “Gli automobilisti scorretti? Solo il 6%”. E avrebbe trasmesso un’informazione opposta.

Questa tendenza a riprendere i numeri che “fanno più notizia”, probabilmente, dipende in parte da una deformazione professionale e in parte dal fatto che, “attraverso la mera quantità, nella percezione del pubblico l’argomento trattato acquista valore”¹⁶.

Proseguiamo il nostro *excursus* con altre segnalazioni. Quando diciamo che un risultato è “statisticamente significativo” ricorriamo ad un’espressione tecnica per intendere che un risultato è rilevante rispetto ad un intervallo di confidenza prefissato. I media, invece, non esitano talvolta ad assimilare erroneamente l’espressione “risultato statisticamente significativo” a “risultato significativo”, generando equivoci ed incomprensioni notevoli.

Un ultimo esempio: l’inflazione esprime la velocità con cui si muovono i prezzi. Se l’inflazione si riduce o cala, non è detto che i prezzi, in media, diminuiscano, ma soltanto che la loro corsa al rialzo è rallentata, cioè che essi crescono più lentamente di prima. Talvolta, quindi, può non sussistere alcuna contraddizione tra inflazione calante e prezzi crescenti. In questi casi, invece, i giornali gridano talvolta allo scandalo, suscitando di conseguenza lo sdegno, apparentemente giustificato, dell’opinione pubblica.

Più o meno strumentalmente, quindi, giornalisti e commentatori forzano talvolta la lettura e l’interpretazione dei dati statistici, perpetuando quella che Milo Schield chiama

¹⁴ D. RANDALL, *op. cit.*, p. 17.

¹⁵ D. STUTE, *Ingigantire ed estremizzare: l’aviaria dei media*, Deutsche Welle, 23 febbraio 2006, p. 13.

¹⁶ *Ibidem*, p. 13.

“prevaricazione statistica”, che consiste “nell’alterare la verità attraverso un’ambiguità, un equivoco o un’omissione”¹⁷.

Secondo alcuni studiosi, queste interpretazioni abusive dei dati statistici potrebbero innescare una perversa reazione a catena. Infatti, potrebbero indurre gli utenti meno avveduti a percepire in modo errato dati trasmessi originariamente in modo corretto, alimentando di conseguenza rappresentazioni distorte della realtà, tali da generare in alcuni casi lo scoppio di vere e proprie polemiche. Queste controversie pubbliche, a loro volta, potrebbero diventare oggetto di una nuova copertura mediatica, che finirebbe in tal modo per esercitare una sorta di ulteriore funzione legittimante delle percezioni errate¹⁸.

Già da un decennio la statistica ufficiale ha imparato a proprie spese che questo cattivo uso delle statistiche rafforza lo scetticismo dell’opinione pubblica in merito alla validità dei dati e può arrivare addirittura a compromettere seriamente la reputazione dell’Istituzione¹⁹, come è avvenuto per certi versi in Italia con l’Istat, esposto a pesanti critiche per le statistiche sui prezzi prodotte dopo il passaggio dalla lira all’euro.

Le iniziative di comunicazione predisposte per correre ai ripari sono state numerose ed è difficile fornirne un panorama completo. Basterà ricordare, senza alcuna pretesa esaustiva, che in Italia l’Istat ha realizzato i *Dossier on line*, percorsi divulgativi accessibili via Internet e destinati all’aggiornamento degli operatori dell’informazione su dati di particolare rilievo e su caratteristiche e metodologie di alcune indagini. Ricordiamo in particolare il dossier sui prezzi al consumo, che contiene informazioni, FAQ, analisi e dati, e lo spazio dedicato all’indagine sulle forze di lavoro, che raccoglie tutte le informazioni sulla nuova rilevazione continua: contenuti informativi, tecnica di indagine, rete di rilevazione, campione, normativa di riferimento, ricostruzione delle serie storiche. Oltre all’adozione di queste misure, l’Istituto ha operato una costante azione di monitoraggio dei media per intervenire tempestivamente sull’uso inesatto o distorto delle informazioni. Inoltre, ha privilegiato l’impiego di un linguaggio non specialistico ed il ricorso a titolazioni di tipo

¹⁷ M. SCHIELD, *Statistical prevarication*, in *Statistical education and communication*, Atti della Conferenza dell’Associazione internazionale per l’educazione statistica, Sidney, 4-5 aprile 2005, p. 1.

¹⁸ Si veda, su questo argomento, lo studio di Del Giovane e Sabbadini che mostra la correlazione esistente tra la percezione dell’inflazione da parte dell’opinione pubblica e l’attenzione rivolta dalla stampa al tema. Secondo gli autori, “da un lato un forte peggioramento delle percezioni d’inflazione ha una valenza giornalistica rilevante, tale da giustificare un forte interesse da parte dei media, dall’altro quest’ultimo potrebbe avvalorare le percezioni individuali, rafforzandole ulteriormente” (P. DEL GIOVANE – R. SABBADINI, *L’introduzione dell’euro e la divergenza tra inflazione rilevata e percepita*, in *Temi di discussione del Servizio studi*, Roma, Banca d’Italia, dicembre 2004, n. 532). Anche sulla scia del grande rilievo mediatico riservato al *changeover* lira euro, la statistica pubblica europea considera con crescente attenzione l’impatto delle percezioni dell’opinione pubblica sull’attendibilità dei dati: “come vengono percepiti i dati statistici dal grande pubblico? Come reagiscono le persone a informazioni che sono contrarie alle loro aspettative? Fino a che punto gli individui sono in grado di distinguere tra il valore medio di una serie di dati e quanto osservano nel loro ambiente di riferimento? [...] L’importanza della percezione pubblica è stata spesso trascurata dalla statistica ufficiale. Questo atteggiamento può arrecare gravi danni alla credibilità di un Istituto nazionale di statistica” (S. VON OPPELN, *Communication and perception: which world do statistics live in?*, in *Unece Work Session on statistical dissemination and communication*, Washington DC, 12-14 settembre 2006, p. 1).

¹⁹ L’imprecisione o la distorsione dell’informazione, d’altra parte, danneggia anche la reputazione dei media stessi, che perdono credibilità nei confronti dei loro pubblici a seguito degli errori compiuti. Per fronteggiare questo fenomeno alcuni tra i più importanti quotidiani statunitensi, tra cui il *New York Times* ed il *Washington Post*, hanno fatto ricorso a figure professionali specifiche, gli *ombudsman*: “Il loro compito è quello di ricevere e valutare le lamentele dei lettori sull’accuratezza, l’imparzialità, l’equilibrio e il buon gusto delle notizie. L’*ombudsman*, conosciuto anche con il nome di “mediatore”, “avvocato dei lettori” o “difensore civico”, raccomanda al giornale rimedi appropriati e risponde ai lettori per correggere o chiarire gli articoli contestati. Egli funge da persona di contatto, superando la credenza comune che i media siano distaccati, arroganti o insensibili nei riguardi del pubblico e generalmente inaccessibili al cittadino medio: negli Stati Uniti, oltre a trattare con lettori arrabbiati, sono anche giornalisti che una volta alla settimana trattano su una rubrica temi legati al giornalismo o all’operato proprio giornale” (C. ELIA, *L’esame di coscienza dei medi americani*, <http://www.ejo.ch>, 1-04-2006).

giornalistico. Sul versante della comunicazione on line, infine, l'Istat ha riorganizzato i contenuti del sito internet, dando forte risalto alla meta informazione, ai percorsi per utenti non specializzati e alle pagine web riservate ai rispondenti.

A livello internazionale, invece, possono essere segnalati i corsi di comunicazione statistica per i giornalisti organizzati dagli Istituti nazionali di statistica. L'iniziativa, attuata nell'ambito di vari progetti pilota, ha avuto tuttavia un successo ineguale. L'esperienza canadese, ad esempio, ha mostrato che i giornalisti tendono, soprattutto per mancanza di tempo, a disertare le lezioni, preferendo occasioni di apprendimento più informali²⁰. In Finlandia, invece, i corsi hanno incontrato il vivo apprezzamento della stampa, contribuendo a rafforzare l'intesa tra media e statistici²¹.

Alla luce di questi esempi si può constatare come gli statistici, rinunciando a quella sorta di vocazione autoreferenziale tipica di chi si occupa di scienze esatte, abbiano iniziato una lenta manovra di avvicinamento ai mass media, cercando sia di capire il loro mondo, fatto di parole, sia di descrivere apertamente il proprio, fatto di numeri.

Questo confronto ha prodotto un salutare, reciproco riconoscimento dei limiti delle due categorie professionali. Da una parte è risultato che "i giornalisti sono intimiditi dai numeri. Appena ne vedono uno si sentono come quando avevano dodici anni e dal fondo della classe cercavano di capire quelle cose misteriose che non erano parole. La formazione dei giornalisti dovrebbe colmare questa carenza, ma non lo fa. Negli Stati Uniti pochissimi corsi di giornalismo prevedono delle lezioni di statistica e in Gran Bretagna nessuno"²².

Le spiegazioni di questo disagio dei media nei confronti di percentuali e indici non mancano. Wayne Smith di Statistics Canada le riassume efficacemente: "I giornalisti hanno le loro croci da portare. I tagli di bilancio hanno decimato le redazioni [...] e le redazioni hanno fronteggiato la crisi facendo a meno degli specialisti. Così, qui da noi viene raccomandato ai ricercatori di scrivere le diffusioni ufficiali assumendo come pubblico di riferimento i giornalisti generalisti [...] La preparazione statistica dei giornalisti è inadeguata anche perché il turnover del personale è elevato [...] ed i reporter vanno e vengono. Per cui è ritenuto antieconomico formare un giornalista che probabilmente se ne andrà nel giro di sei mesi"²³.

Va aggiunto, inoltre, che "gli statistici possono impiegare mesi per realizzare un'analisi che potrebbe subire numerose revisioni, mentre i giornalisti hanno solo poche ore a disposizione per scrivere un pezzo, che verrà sottoposto al massimo a qualche ritocco da un parte di un copy editor. Gli statistici hanno a che fare con esperti, mentre i giornalisti si rivolgono ad un pubblico generalista"²⁴.

Ai limiti dei giornalisti fanno da contrappunto quelli degli statistici, come ammette Richard Devens dell'U.S. Bureau of Labour Statistics: "per quanto li riguarda non è in discussione la loro capacità di scrivere per un'audience specializzata, ma il loro fallimento nel comunicare col resto del mondo"²⁵. Proprio a questo proposito, negli statistici va maturando la consapevolezza che, per comunicare efficacemente col grande pubblico, è necessario

²⁰ Cfr. W. SMITH, *op. cit.*, pp. 2-6.

²¹ Cfr. R. HELENIUS, *op. cit.*, pp. 2-6.

²² D. RANDALL, *op. cit.*, p. 17.

²³ W. SMITH, *Statistica e media*, in *Educazione statistica e comunicazione della statistica*, Atti della Conferenza dell'Associazione internazionale per l'educazione statistica, Sidney, 4-5 aprile 2005, p. 2.

²⁴ V. CROMPTON – J. FLANDERS, *Comunicare la statistica ai media: raccontare la storia dietro ai numeri*, in *Lavorare insieme per l'educazione statistica*, Atti della Settima Conferenza internazionale sulla didattica della statistica, Salvador de Bahia, 2-7 luglio 2006, p. 2.

²⁵ R. M. DEVENS, *The top 10 blocks for statistical communicators*, in *Unece Work Session on statistical dissemination and communication*, Washington DC, 12-14 settembre 2006, p. 1.

rendere familiare ciò che è sconosciuto attraverso esempi, racconti, analogie e metafore. Queste soluzioni stimolano l'intuizione e l'immaginazione del ricevente, creano un collegamento tra la sua esperienza quotidiana e i dati da comunicare, facilitando così l'inclusione di elementi nuovi in panorami mentali tendenzialmente chiusi²⁶.

In altri termini, “le storie costituiscono la maniera più naturale per trasmettere l'informazione: la nostra mente funziona così. Attraverso le storie costruiamo rappresentazioni mentali che costituiscono importanti strumenti cognitivi, perché ci consentono di strutturare ed organizzare le esperienze [...] La diffusione dell'informazione statistica ha molto da imparare dalla tecnica narrativa. Comunicare la statistica attraverso il racconto di storie significa dare un volto a fatti e cifre [...] Scrivere per catturare l'attenzione del lettore (il problema non è che il pubblico non è interessato alla statistica; è che la statistica non è in grado di catturare l'interesse del pubblico in una società inondata dall'informazione) non è come scrivere un saggio scientifico: la letteratura scientifica procede attraverso ipotesi e dimostrazioni, la divulgazione, invece, si serve di storie verosimili”²⁷.

Con tutta evidenza questo approccio “narrativo” alla comunicazione della statistica ufficiale è in sintonia con la logica di lavoro dei giornalisti, la cui “preoccupazione fondamentale è quella di “rendere umani i numeri”. Ciò è particolarmente vero per i giornalisti televisivi. La tv, infatti, è un medium visuale. Punta sulle immagini. E i telespettatori non ricordano quello che le persone dicono, ma quello che sembrano”²⁸.

Gli statistici hanno dunque preso atto che, troppo spesso, “percentuali e medie vengono presentate senza alcuna informazione di contesto e senza alcuna narrazione. Si presta più attenzione alla superprecisione dei dati. Percentuali esatte con due cifre decimali evocano “un'illusione di verità e certezza”. Ma come una rosa non può essere adeguatamente descritta soltanto dalla sua lunghezza, per non parlare del colore e del profumo, così i dati statistici sono più facilmente comprensibili se vengono contestualizzati”²⁹.

I principi dello *storytelling*, termine con cui negli ambienti della statistica ufficiale si designa ormai il complesso di tecniche narrative utilizzate per comunicare efficacemente dati numerici, sono stati ricapitolati in due pubblicazioni dell'United Nations Economic Commission for Europe (Unece), che raccolgono le esperienze maturate in questo campo da varie realtà della statistica pubblica internazionale³⁰.

Le pubblicazioni forniscono inoltre salutari raccomandazioni per la prevenzione degli errori e delle distorsioni informative: trovare un equilibrio tra precisione e chiarezza, senza dare per scontata alcuna informazione; spiegare i termini tecnici con espressioni familiari;

²⁶ Il ricorso alle tecniche narrative per comunicare efficacemente col grande pubblico è stato rilanciato recentemente anche dai media stessi, specie quelli statunitensi: “il sempre maggior calo nella tiratura e le nuove generazioni che non leggono i quotidiani hanno spinto giornalisti ed editori a prestare più attenzione al lettore. Tra le vie percorse c'è quella del giornalismo narrativo. I giornalisti che si adattano a questo stile uniscono il lavoro di cronaca alle tecniche del romanzo al fine di raccontare in modo avvincente le notizie quotidiane e di attualità” (M. PRINZING, *Suggerimento ai giornalisti: meno fatti e più storie (ben scritte)*, Il Corriere del Ticino, 13 novembre 2006, p. 18).

²⁷ G. A. BARBIERI - P. GIACCHE', *op. cit.*, p. 6.

²⁸ W. SMITH, *op. cit.*, pp. 2-3.

²⁹ S. VON OPPELN, *op. cit.*, p. 3. Il dibattito sulla comunicazione dell'informazione statistica ufficiale registra dichiarazioni analoghe anche in Italia: “Troppo spesso lo statistico si ferma al rilascio del dato senza offrire la propria visione della realtà colta da quel dato. Normalmente, ciò avviene per una forma di rispetto dell'utente e/o per evitare di essere accusato di andare oltre il proprio ruolo: nella realtà, però, tale atteggiamento si traduce in un contributo alla indeterminazione informativa” (E. GIOVANNINI, *Contro il grande Blob della statistica*, <http://www.lavoce.info>, 14 ottobre 2004).

³⁰ Cfr. UNECE, *Making data meaningful. A guide to writing stories about numbers*, United Nations, Geneva, 2005 e UNECE, *Communicating with the Media. A guide for statistical organizations*, United Nations, Geneva, 2004.

predisporre l'architettura dei contenuti da trasmettere secondo il modello della "piramide invertita", che situa l'informazione principale all'inizio della comunicazione e gli approfondimenti di seguito; elaborare i contenuti tenendo presente la regola aurea del giornalismo, sintetizzata dall'espressione *5W* (*what, who, when, where, why*); supportare l'informazione con strumenti di orientamento come definizioni, glossari e indici; prevedere la possibilità di approfondimenti informativi tramite il rinvio ad altri documenti.

A fronte di queste indicazioni, tuttavia, va osservato che la trasmissione dell'informazione statistica non consente scorciatoie comunicative. A tal proposito, "abbiamo ripetuto spesso che un'immagine è meglio di mille parole e quest'affermazione è stata accolta entusiasticamente dalla comunità statistica [...] Tuttavia, presa troppo alla lettera, essa rischia di farci credere che una decina di grafici siano esaurienti come un articolo di diecimila parole [...] Certamente la rappresentazione grafica costituisce un importante supporto alla comprensione, ma non può sostituire la comunicazione scritta. L'obiettivo dei comunicatori continua ad essere quello di predisporre sintesi integrate ed efficaci di testi e immagini"³¹.

Da ultimo non va dimenticato che il ricorso allo *storytelling* è profondamente condizionato da circostanze "ambientali" e variabili "di contesto" che possono ridurne l'efficacia fino a renderlo di fatto impraticabile. In Italia, ad esempio, la statistica rimane ancora troppo uno strumento di pressione politica per poter consentire la comunicazione di certi dati (prezzi, pil, mercato del lavoro) mediante il ricorso all'approccio "narrativo".

Auspichiamo che questa "narrazione" possa contribuire ad avvicinare tra di loro l'informazione statistica, i media e i cittadini. A guadagnarne sarebbe la democrazia del Paese.

³¹ R. M. DEVENS, *op. cit.*, p. 5.

Bibliografia

G. A. BARBIERI - P. GIACCHE', *The worth of data: an experience of promotion and improvement of statistical literacy*, in *Working cooperatively for statistical education*, Atti della Settima Conferenza internazionale sulla didattica della statistica, Salvador de Bahia, 2-7 luglio 2006.

L. BIGGERI, *Principi e caratteristiche della statistica ufficiale tra passato e futuro*, in *Statistica ufficiale. Bene pubblico*, Atti della Settima conferenza nazionale di statistica, Roma, 9-10 novembre 2004.

G. CARRADA, *Communicating science. A scientist's survival kit*, Luxembourg, Office for Official Publications of the European Communities, 2006.

V. CROMPTON – J. FLANDERS, *Communicating statistics to the media: telling the story behind numbers*, in *Lavorare insieme per l'educazione statistica*, Atti della Settima Conferenza internazionale sulla didattica della statistica, Salvador de Bahia, 2-7 luglio 2006.

P. DEL GIOVANE – R. SABBADINI, *L'introduzione dell'euro e la divergenza tra inflazione rilevata e percepita*, in *Temi di discussione del Servizio studi*, Roma, Banca d'Italia, dicembre 2004, n. 532.

R. M. DEVENS, *The top 10 blocks for statistical communicators*, in *Unesco Work Session on statistical dissemination and communication*, Washington DC, 12-14 settembre 2006.

C. ELIA, *L'esame di coscienza dei medi americani*, <http://www.ejo.ch>, 1-04-2006.

G. M. GALLO – M. VELUCCHI, *Una suggestiva percezione della realtà*, <http://www.lavoce.info>, 18-04-2005.

E. GIOVANNINI, *Contro il grande Blob della statistica*, <http://www.lavoce.info>, 14 ottobre 2004.

R. HELENIUS, *Working together with the media: the experience of Statistics Finland*, in *Statistical education and communication*, Atti della Conferenza dell'Associazione internazionale per l'educazione statistica, Sidney, 4-5 aprile 2005.

P. MARIANI – M. DAL MOLIN – P. FARINA – S. PATTUGLIA, *Statistici e lavoro. Indagine sui profili professionali dei laureati in Scienze statistiche*, Milano, Università degli Studi Milano Bicocca, Facoltà di Scienze statistiche, 20 settembre 2005.

E. MARRESE, *Statistica, la grande sconosciuta crea lavoro ma non attira studenti*, Affari e finanza, 23-10-2006.

D. RANDALL, *Giocare con i numeri* in *Internazionale*, 597, 1 luglio 2005.

M. L. RATIGLIA, *Fare sistema. Le opportunità*, in *La funzione statistica a livello locale*, Atti del seminario del Sistan, Bari, 20 settembre 2006.

M. SCHIELD, *Statistical prevarication*, in *Statistical education and communication*, Atti della Conferenza dell'Associazione internazionale per l'educazione statistica, Sidney, 4-5 aprile 2005.

W. SMITH, *Statistics and the media*, in *Statistical education and communication*, Atti della Conferenza dell'Associazione internazionale per l'educazione statistica, Sidney, 4-5 aprile 2005.

D. STUTE, *Ingigantire ed estremizzare: l'aviaria dei media*, Deutsche Welle, 23 febbraio 2006.

UNECE, *Making data meaningful. A guide to writing stories about numbers*, United Nations, Geneva, 2005.

UNECE, *Communicating with the Media. A guide for statistical organizations*, United Nations, Geneva, 2004.

S. VON OPPELN, *Communication and perception: which world do statistics live in?*, in *Unecce Work Session on statistical dissemination and communication*, Washington DC, 12-14 settembre 2006.

Sitografia

<http://course1.winona.edu/cblumberg/islplist.htm>

<http://www.cirdis.it>

<http://www.istat.it>

<http://www.sis.it>

<http://www.sistan.it>