



**Come trasformare le
statistiche in conoscenza?
Una questione chiave per il
futuro della statistica ufficiale**

*Enrico Giovannini
Chief Statistician - OECD*

Alcuni aforismi:

- Informazione non è conoscenza (A. Einstein)
- Un investimento in conoscenza frutta il migliore interesse (B. Franklin)
- Condividi la tua conoscenza. È un modo per raggiungere l'immortalità (Dalai Lama)
- Guardati dalla falsa conoscenza: è più pericolosa dell'ignoranza (B. Shaw)
- L'illuminazione è l'uscita dell'uomo dalla sua immaturità. L'immaturità è l'incapacità di utilizzare la propria capacità di comprendere senza l'aiuto di qualcun altro (I. Kant)

Incredibile, ma vero:

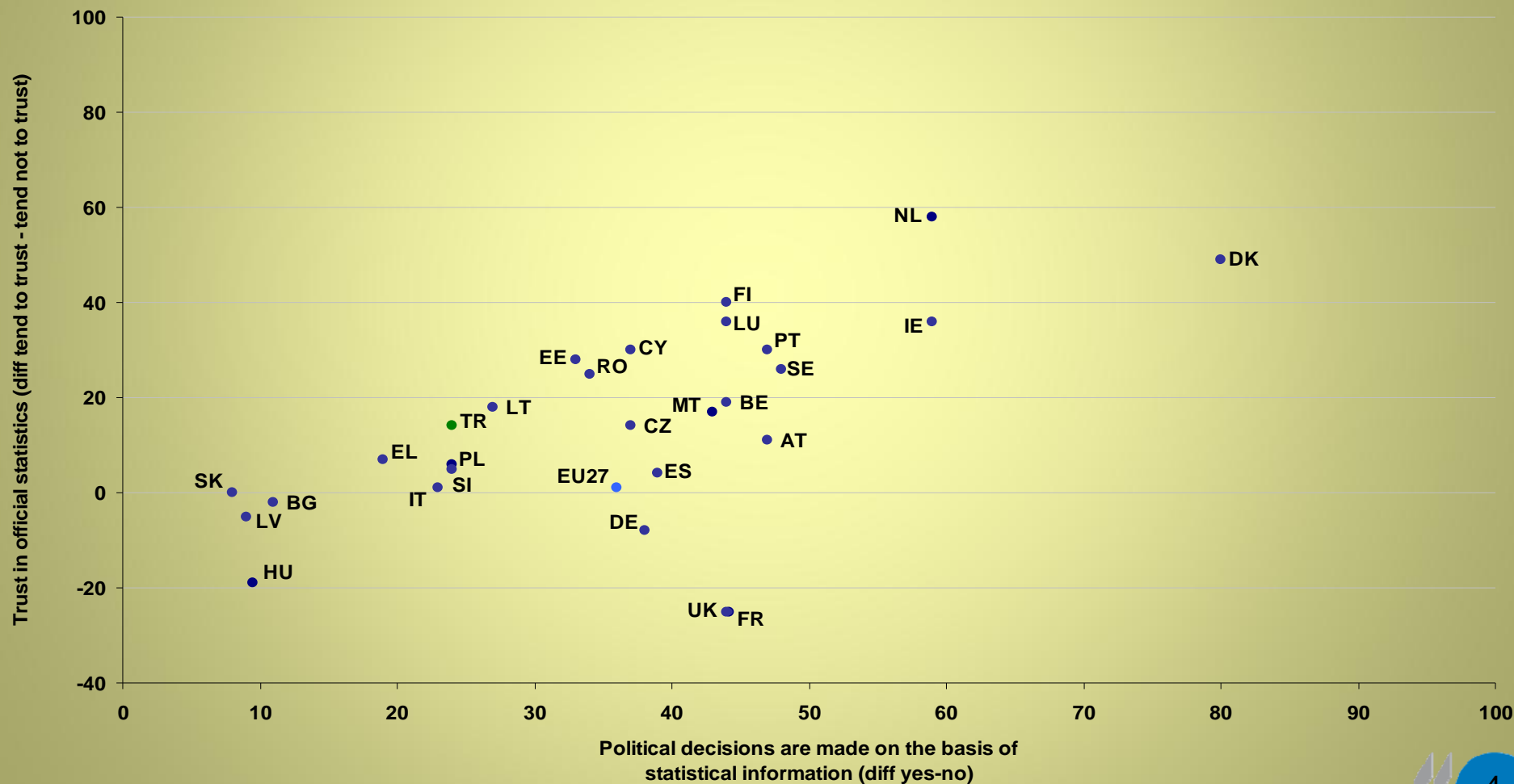
“I keep saying the sexy job in the next ten years will be statisticians. People think that I’m joking, but who would’ve guessed that computer engineers would’ve been the sexy job of the 1990s?”

The ability to take data – to be able to understand it, to process it, to extract value from it, to visualise it, to communicate it – that’s going to be a hugely important skill in the next decades ...

Because now we really do have essentially free and ubiquitous data. So the complimentary scarce factor is the ability to understand that data and extract value from it”

Hal Varian, Chief Economist of Google

Statistica, conoscenza e politica: una catena spezzata



Come misurare la produzione della statistica ufficiale?

Una recente indagine su 28 paesi europei indica che gli indicatori piu' frequentemente usati sono:

- Numero di pubblicazioni (o numero di rilasci)
- Numero di pubblicazioni inviate ai clienti
- Numero di visitatori delle pagine web
- Numero di indicatori resi accessibili sul web
- Numero di tavole viste sul web
- Numero di citazioni sui media

Alcuni INS provano anche a misurare la qualità dei prodotti, con indicatori quantitativi (puntualità dei rilasci, numero di errori scoperti nei dati, revisioni dei dati pubblicati nel passato, ecc.) o conducono indagini tra gli utenti.

Il valore aggiunto delle statistiche

Una formula :

$$VAS = N * [(QSA * MF) * RS * TS * NL]$$

- VAS = valore aggiunto della statistica ufficiale
- N = ampiezza del pubblico
- QSA = informazione statistica ufficiale prodotta
- MF = ruolo dei media
- RS = rilevanza dell'informazione statistica ufficiale
- TS = fiducia nella statistica ufficiale
- NL = "numeracy" degli utilizzatori

Alcune evidenze

- Il 69% degli europei pensa sia necessario conoscere i dati economici “chiave”
- Il 53% degli europei non e' neanche capace di tentare di indicare il tasso di crescita del PIL. L'8% conosce il dato corretto
- Il 45% degli europei non si fida della statistica ufficiale
- Negli USA i 5 principali canali TV riportano i dati sul PIL nel 46% dei casi, i 27 principali giornali nel 39% dei casi
- Il 40% degli americani non ha mai sentito parlare dei dati ufficiali del PIL o della fonte dei dati

Internet sta cambiando tutto cio'?

Una rivoluzione: il web 2.0 o il web “partecipativo”



- Il Contenuto Creato dall'Utente (CCU) e' un fenomeno con implicazioni sociali rilevanti. Esso cambia il modo in cui gli utilizzatori producono, distribuiscono, accedono e riusano l'informazione.
- Come una piattaforma aperta, il CCU aumenta il libero flusso di informazione e la liberta' di espressione, arricchendo il dibattito politico e sociale ed ampliando la diversita' di opinioni.
- Secondo *Time*, nel 2006 il web e' diventato uno strumento per riunire i piccoli contributi di milioni di persone e migliorarli. Questo fenomeno viene normalmente chiamato web 2.0 o web partecipativo.

Come si diffonde l'informazione?

- Come disse Einstein, “l'informazione non e' conoscenza”: la conoscenza e' un processo complesso e dinamico, che involve meccanismi cognitivi. L'interesse della persona gioca un ruolo chiave per attivare il meccanismo cognitivo.
- L'approccio “epidemiologico” sostiene che l'informazione viene diffusa come un virus nella societa'.
- Quindi, i produttori di dati devono cercare di raggiungere quante piu' persone possibili all'inizio del processo, per vaccinarle dal “morbo dell'ignoranza”.
- Per fare questo, essi devono:
 - Diffondere informazioni rilevanti per le persone;
 - Presentarle in una forma tale per cui le persone possano collegare le informazioni ai loro interessi;
 - Usare un linguaggio coerente con quello usato dalle persone in altri contesti.

Opportunita' e rischi

- Statistiche affidabili non possono essere certo generate usando la cosiddetta “intelligenza collettiva”, ma questo approccio puo' avere un impatto enorme sul modo in cui le statistiche sono percepite e usate.
- Nuove parole chiave: **Legittimita'**, **Fiducia**, **Autorevolezza**, **Credibilita'**
- E' una grande sfida, ma anche una grande opportunita' per sviluppare una nuova strategia di comunicazione e convincere gli utenti della qualita' dei dati prodotti (UNFP 4: “Le agenzie statistiche sono titolate a commentare l'uso scorretto e l'abuso delle statistiche”).

Valutare la qualità' sul web 2.0

- Se il web 2.0 e' un luogo per la discussione, le autorità statistiche dovrebbero creare siti di discussione sulla qualità' dei dati usati per formare l'opinione pubblica, compresi ovviamente i dati ufficiali.
- Verso WIKIPROGRESS
- C'e' il rischio di aprire il "Vaso di Pandora"?
- Quali sono le alternative?

Esperienze e progetti OCSE

- [OECD Factbook](#)
- [Nuovo portale statistico](#)
- [OECD eXplorer per I dati regionali](#)
- [Business Cycle Clock](#)
- [Uso diTrendalyzer\(Gapminder\)](#) per produrre video clip
- Piattaforme Web 2.0 ([Swivel.com](#) e [ManyEyes.com](#))
- [Wikigender](#)

European Economic Forecasts (FT)

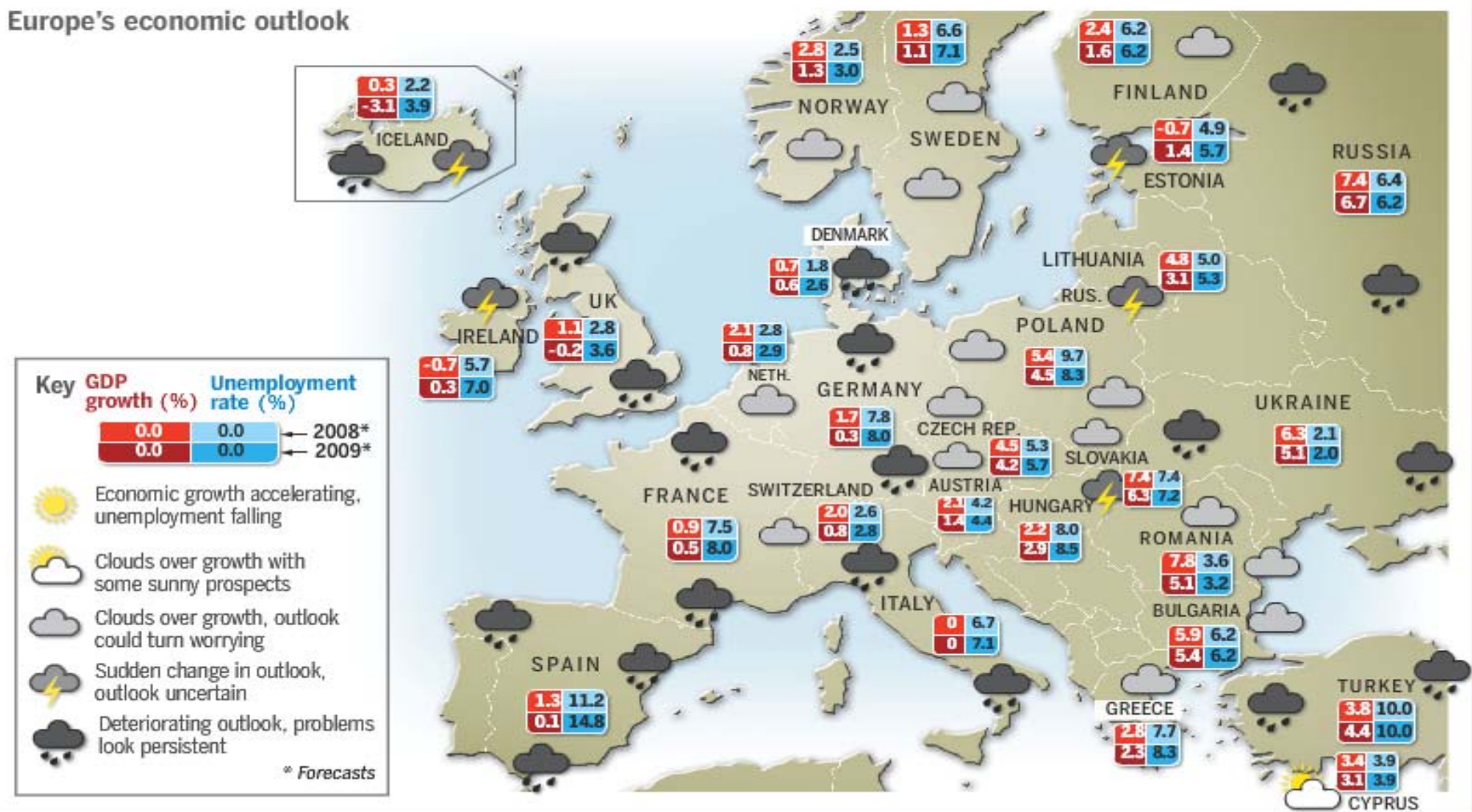
European Economic Forecast

April

July

October

Europe's economic outlook



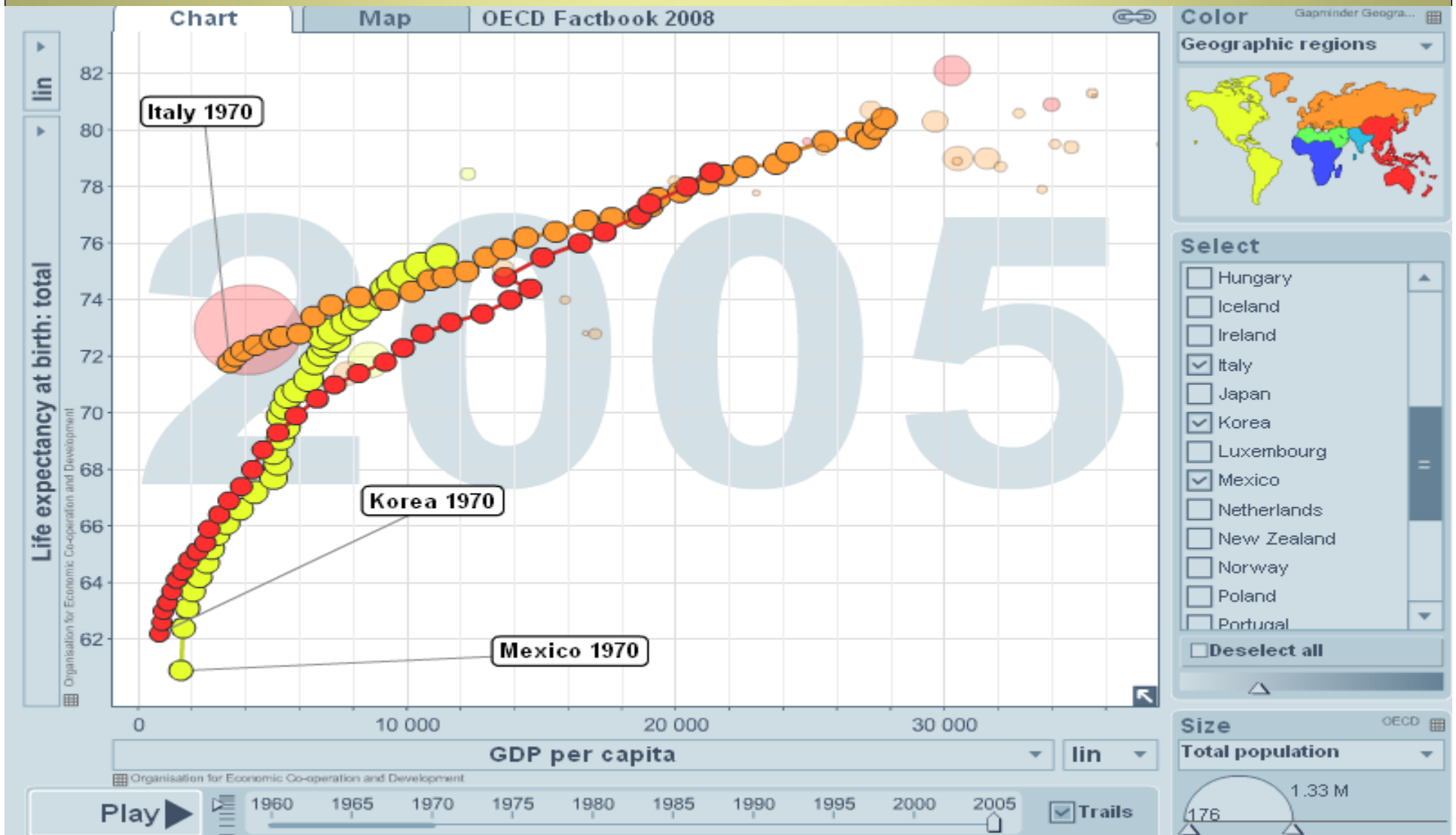
Key

GDP growth (%)	Unemployment rate (%)	
0.0	0.0	← 2008*
0.0	0.0	← 2009*

- Economic growth accelerating, unemployment falling
- Clouds over growth with some sunny prospects
- Clouds over growth, outlook could turn worrying
- Sudden change in outlook, outlook uncertain
- Deteriorating outlook, problems look persistent

* Forecasts

OECD Factbook (Gapminder)



OECD eXplorer

Dataset OECD Europe (TL3)

Options Help About

Right panel Scatter Plot

Map - GDP per capita (USD/Pop)



GDP per capita (USD/Pop)

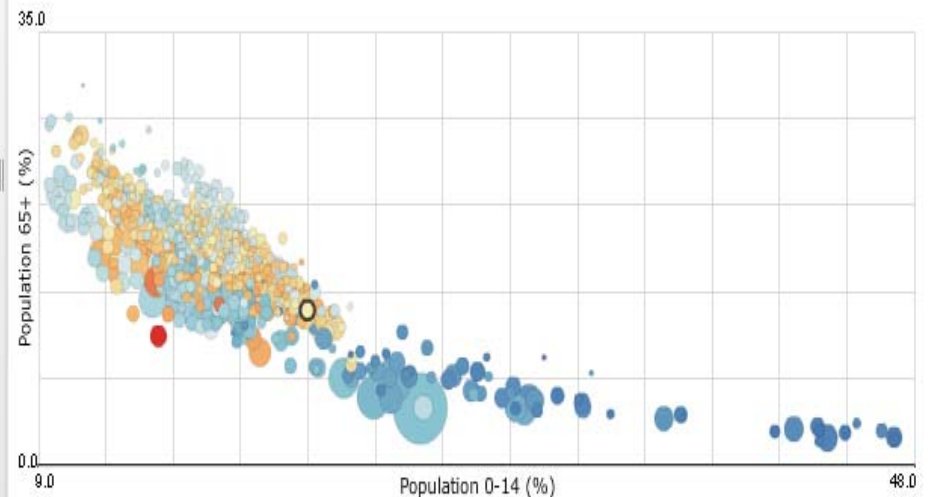
31801.7
21972.6
8799.0



Boundaries provided by:
EuroGeographics

Scatter Plot

Horizontal indicator: Population 0-14
Vertical indicator: Population 65+
Size indicator: Total populati
Size scale:



Parallel Coordinates

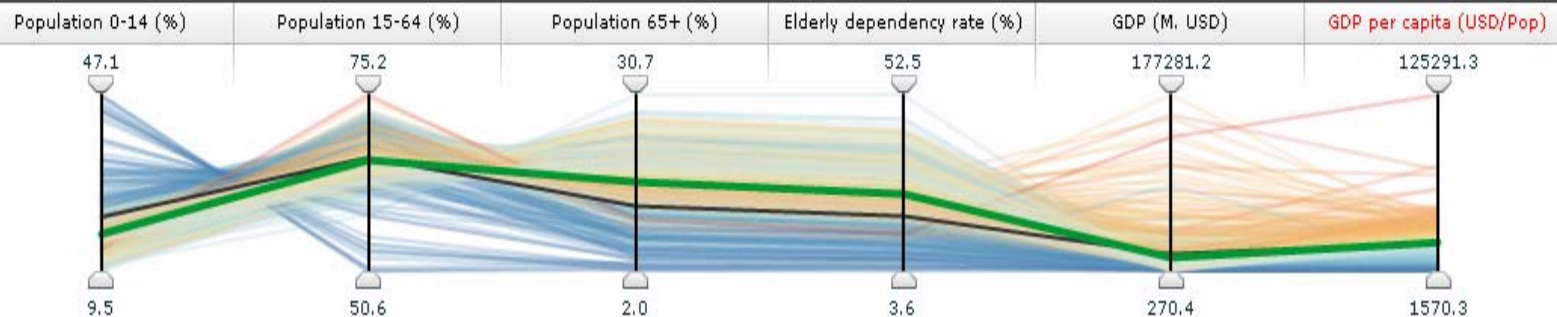
Choose Indicators...

Filter mode:

Linear Percentile

Reset Filters

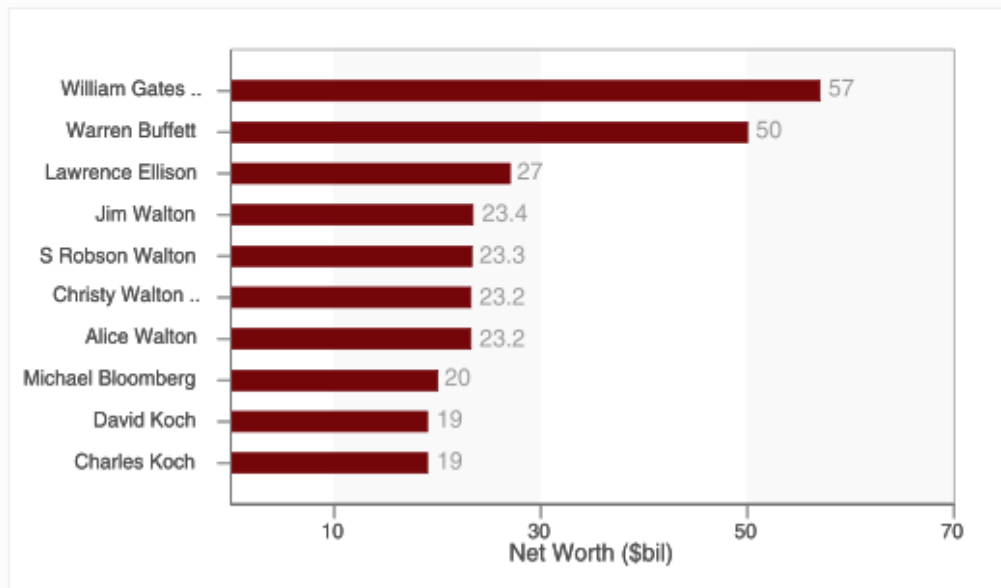
Line opacity:



Upload and explore data.

As a preview it's rough around the edges, may your love for data guide you.

Spotlight [The Richest Americans](#)



Source: [Forbes](#)

According to Forbes, the rich haven't gotten richer (or poorer for that matter) this year. The price of admission to The Forbes 400 is \$1.3 billion for the second year in a row. The

Swivel Business

Have you tried [Swivel Business](#)?

4756 Comments

Where did this data come from? High School Graduation Rates by S...
[about 9 hours ago](#) by [imakay](#)

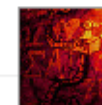
GO USA!!!! and Canada and Britain I love em all
[about 12 hours ago](#) by [ROBY!!!!](#)

Were is Microsoft or Apple in any of this???
[about 12 hours ago](#) by [ROBY!!!!](#)

[See more comments >](#)

Swivelicious Bloggers

people blogging swivel data



[Climate Progress](#)

[Light Bulbs — I have an idea ... Let's.. small-m](#)

[The America Needs Fatima Blog](#)

[Watching TV Makes You Fat](#)

Many Eyes (IBM)

explore

visualizations
data sets
comments
topic hubs

participate

register
create visualization
upload data set
create topic hub

learn more

quick start
visualization types
about Many Eyes
blog

Sign in

data sets

search

Try Our Featured Visualizations

Federal Earmarks



Per capita, 2008.

by Anonymous

Acid Rain Program Coal-Fired Power Plants



From the EPA: Number of
plants, by state (2007)

by NRSanten

McCain vs. Obama, Oct. 7



Tag cloud comparison of the
two presidential candidates.

by Triggerfinger

Chicago Faceoff



Cubs vs. White Sox winning
percentages. The Cubs will
always have 1906...

by SJS

Featured Topic Hubs (dive into a topic of interest, or create a hub of your own)



Convention Coverage 2008

For the US
presidential election



Sports

All things sports.



OECD Factbook 2007

Official statistics.



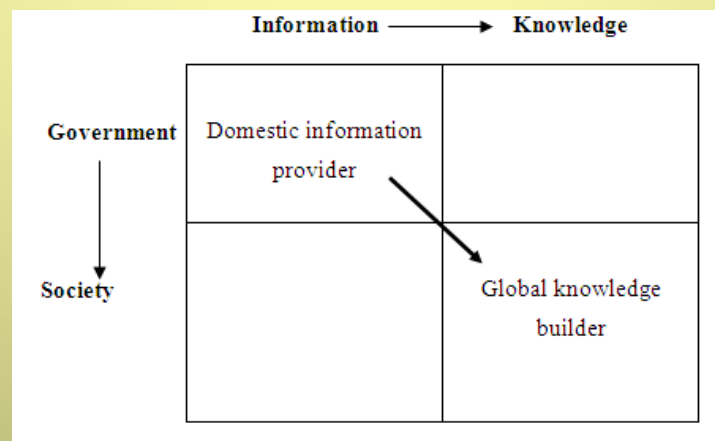
many eyes beta

WORDLE!
debuts on
many eyes



Un “temporale” o un “cambio di paradigma”?

- Alcuni sostengono che questi sono solo segnali di una moda effimera, e non un cambio di paradigma: quindi non c'è bisogno di cambiare radicalmente il modo di diffondere e comunicare le statistiche.
- Secondo altri, è un vero e proprio cambio di paradigma e cambiamenti radicali sono necessari per rimanere sul mercato dell'informazione.



Un “must” per il futuro della statistica

- Questa rivoluzione deriva dai nuovi strumenti tecnologici, piu' che da un cambiamento delle tecniche statistiche: a causa delle nuove tecnologie dati stanno diventando una “commodity” e la produzione di dati non e' piu' un'attivita' rilevante per un piccolo gruppo di esperti, ma per tutti i cittadini.
- La comunicazione non e' un'appendice del “core business” basato sulla produzione dei dati, ma una funzione chiave che determina il successo o il fallimento del produttore di dati.
- Essere aperti al dialogo con gli utilizzatori usando il web 2.0 non e' una scelta, e' un obbligo, specialmente per assicurarsi per le nuove generazioni guardino alle statistiche ufficiali come una fonte autorevole.

Conseguenze per la Statistica Ufficiale

- Piu' investimenti in nuovi paradigmi di misura **(RS)**
 - Piu' collaborazione con i centri di ricerca e le ONG
 - Investire nelle organizzazioni internazionali
- Piu' investimenti sulla comunicazione **(MF)**
 - Nuovi sistemi per alimentare i media classici con dati/storie
 - Sviluppare e usare nuovi strumenti di visualizzazione
 - Portare i dati nei luoghi dove la gente discute dei problemi (blogs)
 - Affrontare gli stereotipi
 - Cambiare la struttura dei comunicati stampa
- Piu' investimenti nella numeracy **(NL)**
 - Coinvolgere media e fondazioni
 - Coinvolgere le scuole e le universita'
 - Coinvolgere le nuove generazioni e usare "intelligenza collettiva"