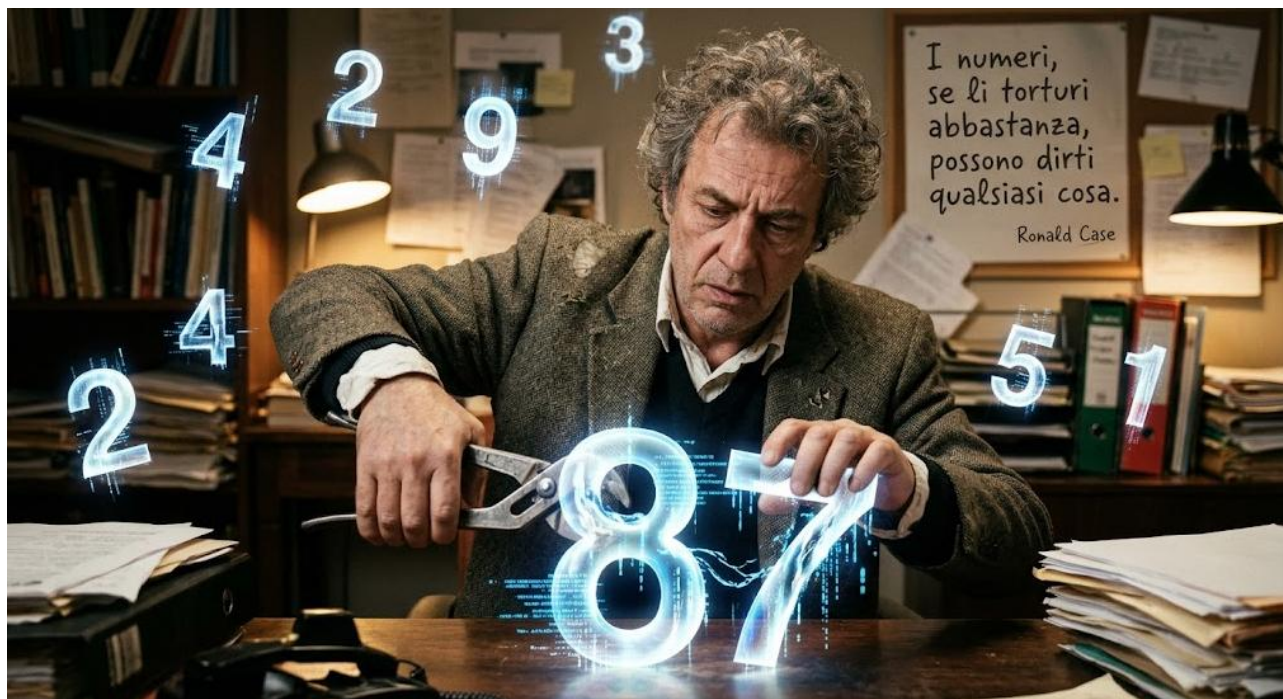


## QUANDO I CONTI NON TORNANO I MARCHESI CHE FANNO?

Editoriale del direttore Giorgio Rinaldi



«I numeri, se li torturi abbastanza, possono dirti qualsiasi cosa.»

La frase, che si attribuisce a Ronald Coase, premio Nobel per l'economia, è emblematica e ci sottolinea l'attenzione che bisogna prestare quando si esibiscono, elencano, protestano cifre, percentuali, numeri a supporto di questa o quella tesi: i dati, se li torturi abbastanza a lungo, confesseranno qualunque cosa.

L'Economista aveva ragione, e non perché i numeri mentano, poiché non mentono mai, essendo di per sé asettici. Siamo noi che li facciamo parlare e otteniamo da loro sempre la risposta desiderata.

Trilussa lo spiegò bene con i suoi due polli, uno mangiato da Tizio e nessuno da Caio, ma statisticamente ne hanno mangiato uno a testa. Ci sono parole che sembrano possedere un'autorità naturale: "numeri" è una di queste.

Non si afferma più che una cosa è vera, si dice «lo dicono i numeri».

Basta pronunciare questa frase e la discussione appare conclusa.

Non si sostiene un'opinione: la si accompagna con una percentuale, con una statistica.

Il numero dà l'impressione della certezza.



Una frase come «il 67,3 per cento degli italiani ritiene...» è molto più incisiva che dire: «a parere di moltissimi italiani...»

I numeri, in sé, non mentono mai, ma lo possono fare coloro che li scelgono, li interpretano o, più banalmente, li usano fuori dal loro contesto.

Un vero maestro nell'esibizione dei numeri è stato Berlusconi.

Arrivava negli studi tv o nei convegni con delle carte in mano, a simboleggiare che ciò che diceva era tutto documentato, e poi, facendo finta di leggerle, sciorinava cifre e percentuali come gli faceva più comodo.

Vieppiù, sapeva come presentarli e rigirarli per meglio addomesticare l'uditorio.

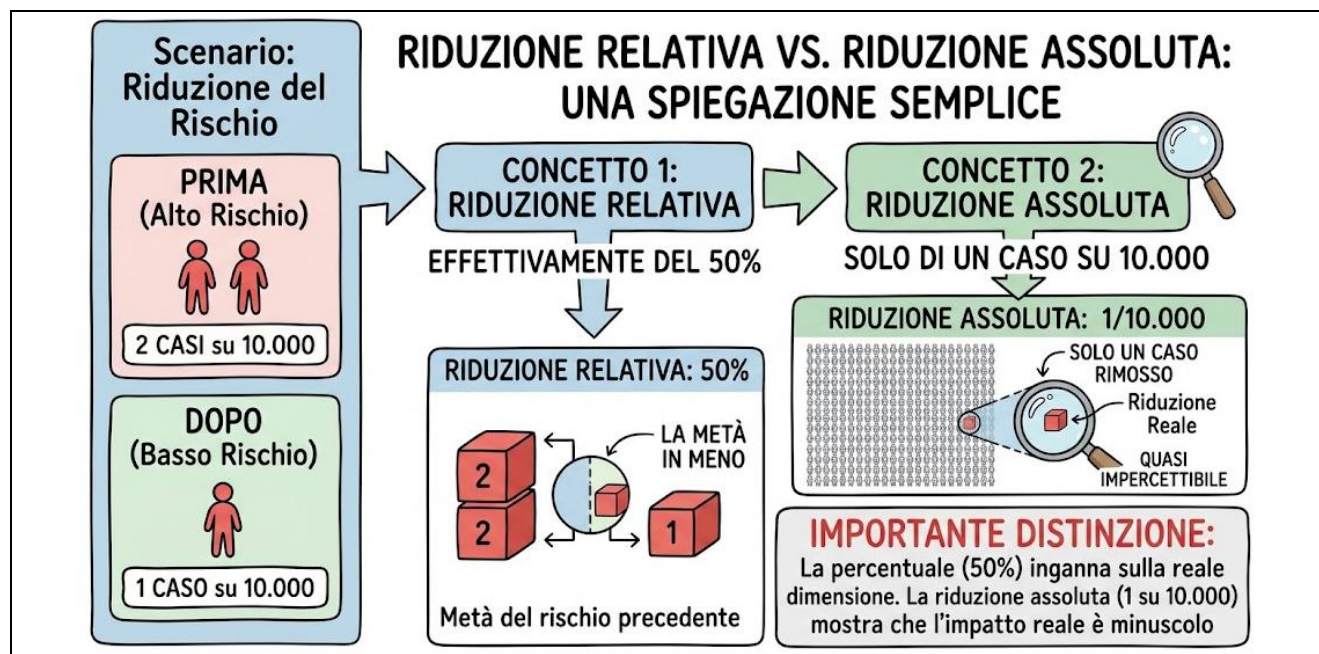
Qualche esempio: un fenomeno passa da 20 a 30, si può dire: «aumento del 50 per cento» oppure «aumento di 10 unità».

La scelta non è matematica, è di convenienza.

Nel primo caso si percepirà un'esplosione, nel secondo una variazione modesta.

La stessa tecnica funziona al contrario.

Assumiamo, per esempio, che un dato rischio diminuisce del 50 per cento, senza indicarne i dati assoluti. Se il rischio passa da 2 casi su 10.000 a 1 caso su 10.000, la riduzione relativa è effettivamente del 50 per cento, ma la riduzione assoluta, però, è solo di un caso su 10.000.



E qui il numero comincia a obbedire all'utilizzatore: sceglierne una rappresentazione invece dell'altra significa orientare il giudizio.

Un'altra tentazione è quella della precisione inutile.

Perché dire «circa diecimila persone» quando si può scrivere «10.347»?



Quel numero sembra più autorevole: la cifra precisa, anche se non stimabile in una moltitudine informe come può essere una folla, produce nel lettore, però, un'impressione di esattezza che spesso non corrisponde alla qualità della misurazione.

È il fascino del decimale.

Un dato con una virgola sembra più intelligente di un dato senza virgola: un «4,8 per cento» appare più scientifico di un «5 per cento», anche quando la differenza non ha alcun significato reale.

Gli esperti di comunicazione (e, spesso di manipolazione!) affiancano anche dei grafici: se in ipotesi indichiamo un valore che passa da 100 a 105, l'aumento sarà del 5%.

Ma se nell'ascissa del piano cartesiano indichiamo valori da zero a 200, la linea sembrerà quasi piatta.

Se va da 99 a 106, sembrerà un'impennata.

I dati sono identici, ma a cambiare è soltanto la percezione.

Poi, c'è il grande classico della media statistica.

Se dieci persone hanno uno stipendio mensile di 1.300 euro e una persona ne guadagna 100.000, la media è superiore ai 10.000 euro, quindi lo stipendio medio sarebbe superiore a 10.000 euro

Nessuno dei lavoratori potrebbe riconoscersi in quella cifra, eppure la media si usa come se fosse la fotografia della realtà.

Poi arriva la percentuale, regina incontrastata della manipolazione.

«Il fenomeno è aumentato del 200 per cento.»

Sembra una catastrofe.

Poi scopri che è passato da 1 a 3 casi.

Nessuna falsità.

Soltanto una presentazione studiata per produrre un'emozione sproporzionata rispetto alla dimensione reale del fenomeno.

Un altro trucco è il campione.

Se si vuole dimostrare che un prodotto, un partito o qualunque altra cosa goda di grande consenso, basta intervistare mille persone e scoprire che il 70 per cento è favorevole.

Da qui ad affermare che 7 italiani su 10 sono favorevoli il passo è breve, peccato, però, che quelle 1000 persone non siano rappresentative di tutta la popolazione italiana; oppure che la domanda sia stata solo suggestiva.

Esiste, poi, una manipolazione che è la più raffinata di tutte: la scelta del periodo di riferimento.



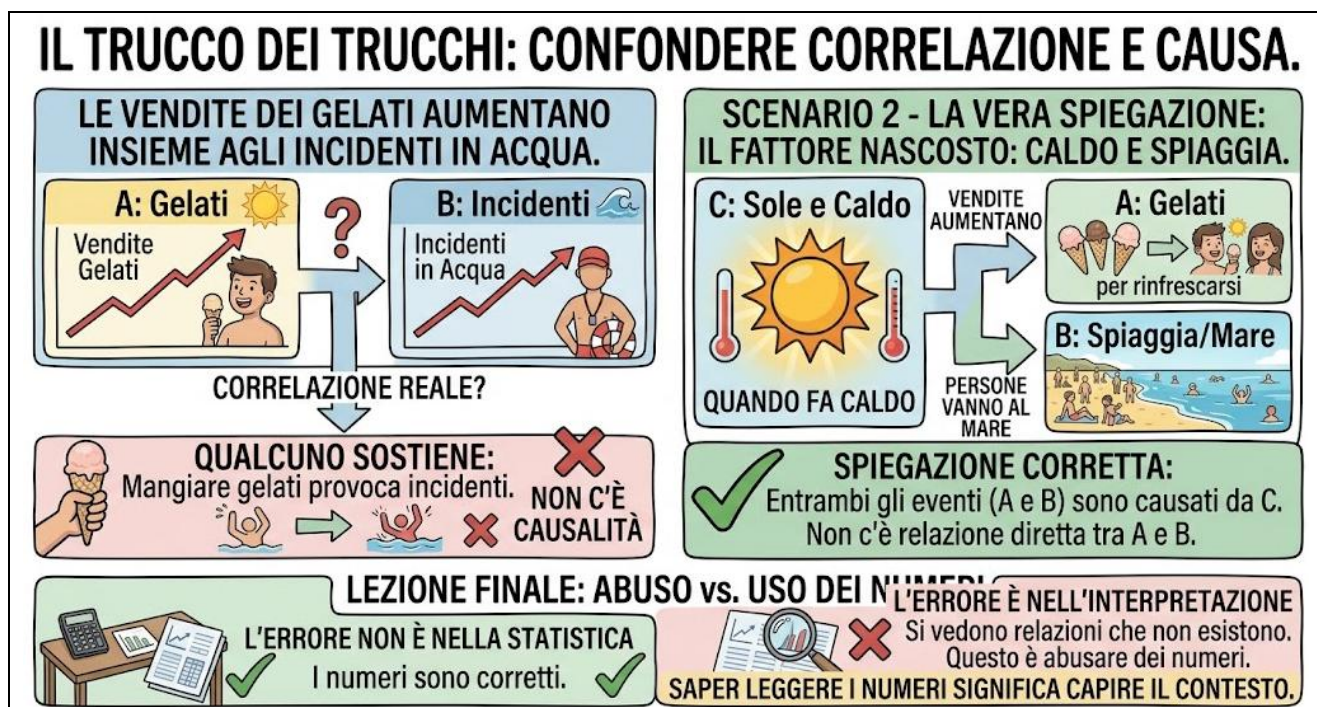
Un governo vuole dimostrare che l'occupazione è cresciuta? Può confrontare il dato con un periodo particolarmente negativo. Un'opposizione vuole dimostrare il contrario? Può scegliere un altro arco temporale. Entrambi possono avere una tabella ufficiale davanti, entrambi possono dire «i dati parlano chiaro».

E infatti i dati parlano: ma qualcuno ha scelto le domande da fare loro.

Lo stesso accade con le classifiche come, per fare un esempio, per gli ospedali, che possono eccellere per un indicatore e avere risultati pessimi per un altro.

Chi decide la modalità e i parametri di una classifica decide, in parte, il vincitore.

C'è poi il trucco dei trucchi: confondere correlazione e causa. Le vendite dei gelati aumentano insieme agli incidenti in acqua. Quindi, qualcuno potrebbe anche sostenere che mangiare gelati provoca incidenti. La correlazione può essere reale, ma la causalità no.



Il fattore nascosto è semplicissimo: quando fa caldo, aumentano sia il consumo di gelati sia le persone che vanno al mare.

La statistica non ha commesso alcun errore.

È l'interpretazione ad averlo commesso, ed è proprio qui che si vede la differenza tra usare i numeri e abusare dei numeri.

Il problema è che possono essere utilizzati per dire la verità nel modo più ingannevole possibile.

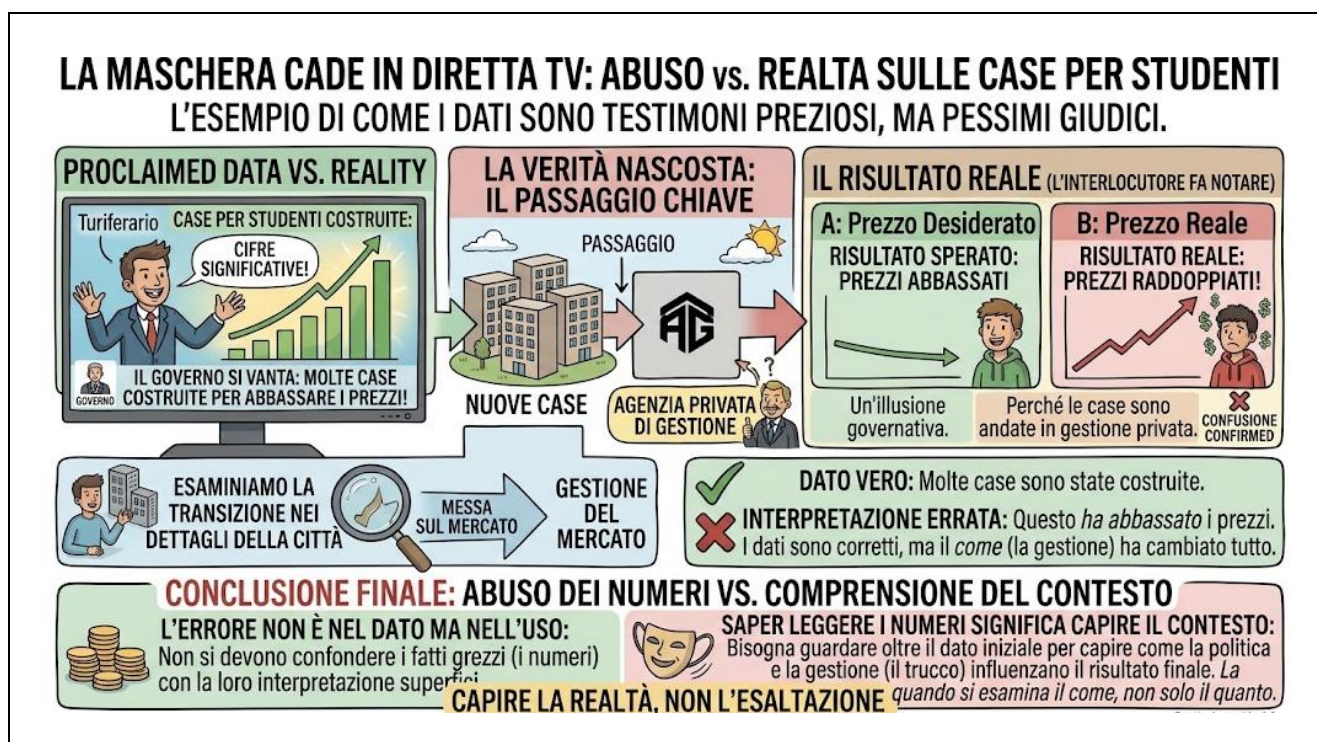


Un numero può essere esatto e il titolo di un giornale fuorviante, così come una percentuale può essere corretta e l'impressione falsa, un sondaggio può essere serio nel metodo e la sua interpretazione giornalistica irresponsabile.

Da ultimo, ma non ultimo, ci sono i numeri mascherati, un esempio per tutti:

l'altra sera in TV a esaltazione della politica governativa sul problema casa, il turiferario di turno protestava cifre importanti di alloggi costruiti per calmierare i prezzi delle case destinate agli studenti; l'interlocutore faceva notare che il dato era sì vero, ma poi le case erano state date in gestione ad agenzie private che le avevano messe sul mercato a prezzi esorbitanti, così i prezzi anziché essere abbassati erano addirittura raddoppiati.

La maschera era caduta in diretta TV.



I dati sono testimoni preziosi, ma pessimi giudici.

Chi li usa per cercare la verità li ascolta, chi li usa per vincere una discussione li strazia finché non cedono. È necessario imparare a riconoscere la differenza, prima che la confessione assuma i caratteri della sentenza.