

# La diffusione dei risultati

## Introduzione

Ultima fase del processo di produzione dei dati, che a prima vista può apparire accessoria, è viceversa fra quelle di **centrale importanza** dal momento che incide su alcune fra le dimensioni della qualità di maggiore impatto quali:

- accessibilità
- chiarezza
- comparabilità
- tempestività e puntualità
- regolarità
- verificabilità.

## La diffusione dei risultati

Rappresenta, inoltre, l'occasione per far **percepire** “all'esterno” la specificità e l'utilità del lavoro svolto (promozione).

La strategia di diffusione dei risultati deve tenere conto sia delle **caratteristiche dei fruitori** che dei **canali di diffusione**.

Pertanto un primo sforzo va compiuto nella direzione di individuare ed inquadrare con la maggiore precisione possibile l'utenza effettiva e potenziale del prodotto da rilasciare.

Questa operazione può essere più o meno agevole a seconda del maggiore o minore impatto del fenomeno allo studio sugli utenti.

Nel caso di indagini consolidate e di prodotti ben noti è opportuno effettuare un'attenta analisi del grado di utilizzazione dei prodotti rilasciati in passato al fine di migliorarne le forme di diffusione.

# La diffusione dei risultati

## Alcune possibili forme di diffusione

Innanzitutto dobbiamo distinguere fra forme di diffusione **diretta** ed **indiretta**.

Nel caso della diffusione diretta i mezzi ed i modi di trasferimento delle informazioni sono gestiti dagli stessi produttori delle statistiche per mezzo di propri strumenti editoriali. Questa modalità di diffusione consente di garantire un alto rigore nella presentazione dei dati.

La diffusione indiretta, effettuata ad esempio tramite i mezzi di comunicazione di massa, assicura una maggiore capillarità nella divulgazione ma pregiudica la completezza di informazioni che è possibile fornire per non comprometterne la chiarezza rispetto ad un'utenza non professionale.

# La diffusione dei risultati

Il classico strumento di diffusione è quello **cartaceo**.

Il progredire dell'innovazione tecnologica e il diffondersi della cultura statistica tra gli utilizzatori hanno contribuito a promuovere tra gli utilizzatori nuove forme di accesso ai dati.

Il supporto informatico, quale ad esempio il **CD-Rom**, facilita l'accessibilità delle informazioni in esso contenute grazie a potenti chiavi di ricerca. Ovviamente tale forma di distribuzione dei dati richiede la disponibilità da parte del fruitore di un computer e pertanto risulta più interessante per utenti con un minimo di esperienza ed interesse professionale.

Si parlerà nel secondo modulo delle potenzialità degli **strumenti OLAP** (on-line analytical processing).

L'espansione nell'uso di **Internet** consente la divulgazione delle informazioni in rete rendendo disponibili delle banche dati che soddisfano, in alcuni casi, i bisogni degli utenti più esperti del settore di interesse (ovviamente nel rispetto del segreto statistico).

# La diffusione dei risultati

Nel caso in cui il dato prodotto deve essere reso disponibile ad utenti che desiderano condurre approfondimenti d'analisi tali da richiedere elaborazioni supplementari su dati elementari è necessario sottoporre il file dei dati a speciali trattamenti volti a **garantire l'anonimato dei rispondenti**.

## Misure da applicare

- la rimozione da tutti i record del file di tutti gli identificativi personali quali nomi, cognomi, indirizzi, ecc.;
- la rimozione da tutti i record del file di caratteristiche particolarmente riservate, quali dati patrimoniali o sanitari dei rispondenti;
- la rimozione dell'intero record per quei rispondenti che, possedendo qualche caratteristica rara, potrebbero essere riconosciuti dagli altri;
- l'applicazione di tecniche statistiche che, attraverso casuali rimozioni o modifiche di singole informazioni nei dati elementari, permettono di rendere anonimi i rispondenti senza però disturbare in maniera significativa i valori medi, la variabilità e le associazioni esistenti fra le caratteristiche rese disponibili per il collettivo di interesse.