

9 aprile 2011 12:12

Statistiche. Occhio alle bufale della Rete. Il caso Tripadvisor

di [Vincenzo Donvito](#)



Nella società dell'immagine e del presenzialismo, spesso a farne le spese è la realtà dei fatti; realtà che, travisata, viene spacciata come modello a cui fare riferimento e su cui, di conseguenza, incastonare il proprio business. La rete Internet si presta molto a questo e a farne le spese sono le statistiche, cioè quelle che dovrebbero essere lo specchio di un'opinione media ma che, nello specifico, sono solo lo specchio dei furbi.

Esempi ce ne sono tanti, anche fuori di Internet, il televoto per esempio: chi meglio si organizza per telefonare e votare vince il premio in palio. O i "sondaggi" di SkyTg su vari argomenti di attualità: chiunque, senza nessun filtro di tipo statistico, telefona ed esprime la sua preferenza.

In Rete -a nostro avviso- fa scandalo il sito Tripadvisor, dove chiunque si può registrare (anche più volte) e far salire sul podio dei preferiti dai più un albergo quanto una località turistica. Nelle due righe di presentazione del motore di ricerca Google, si legge: "recensioni di hotel, foto e consigli di viaggio imparziali per sistemazioni e soggiorni". Imparziali.... Tecnicamente lo abbiamo documentato, con dovizia di particolari, in un articolo pubblicato sul nostro web (http://www.aduc.it/articolo/osservatorio+firenze+tripadvisor+citta+continua_18839.php) con in calce anche la non-smentita dei gestori di questo sito. Ma sappiamo che la cosa non finisce lì, perché l'uso mediatico dei finti vincitori fa da grancassa, facendo dimenticare come si è giunti al vincitore e, complice l'altrettanta grancassa di quest'ultimo sul finto podio, il passaggio da spiaggia più votata dai frequentatori del sito (ripetiamo: ci si può registrare anche più volte) a spiaggia più bella d'Italia, è breve.

Non ci stupiamo più di tanto. Viviamo nella società in cui per esprimere consenso è desueto l'uso del "sì" ma frequentissimo il "sì, assolutamente" e altrettanto per la negazione, oppure ad una situazione o una cosa che piace tanto non si affianca più un "molto" ma "assai" (anche grammaticalmente errato), e così via fino alle bottiglie delle bibite, ormai rare quelle da 25 cl, diffusissime quelle da mezzo litro.

Per noi, associazione che difende ed afferma i diritti degli utenti e dei consumatori, questo è un fenomeno disdicevole e siamo in prima fila nel denunciarlo. Chiamare e indicare le cose col proprio nome e cognome, senza l'abituale forzatura superlativa (talvolta frutto anche di inganni) è indice di consapevolezza ed equilibrio. Cioè due condizioni che fanno il cittadino più attento a riconoscere le varie fregature.