

Da parte del pubblico emerge la consapevolezza che non è solo il “quanto” ma anche il “come” a promuovere il pluralismo: se infatti da un lato il pluralismo ha certamente a che fare con la quantità (la varietà di voci diverse, la completezza dell'informazione), dall'altro lato però la moltiplicazione delle fonti e dei punti di vista non è considerata di per sé condizione sufficiente né garanzia di pluralismo. Per generare pluralismo effettivo la narrazione plurale dovrebbe essere equilibrata: nel linguaggio utilizzato, nel modo con cui si racconta, nei toni con cui si parla; in modo da creare le condizioni per pensare e prendere posizione in maniera autonoma. In questo contesto, l'82,9% del campione ritiene che il pluralismo abbia il compito di promuovere lo sviluppo delle competenze e del senso critico di tutti i cittadini.

Matura nel pubblico la consapevolezza della complessità nel fornire un'informazione pluralista e corretta, specie in una situazione come quella legata all'emergenza sanitaria e in generale in un'epoca di *fake news* e di “disintermediazione” delle notizie. Si riconosce l'importanza dei media tradizionali e delle linee editoriali come chiavi interpretative utili a orientarsi nella complessità, si riconosce il ruolo di Rai come voce “ufficiale”, autorevole e si fa strada la convinzione che non sia compito di Rai di dover necessariamente “dare voce a tutti”.

Strettamente connesso al pluralismo, emerge il tema dell'**hate speech** che è visto come un chiaro fenomeno di disgregazione sociale, frutto di un uso distorto della libertà di parola che soffoca il vero pluralismo delle voci. Per l'87% degli individui è importante che nel confronto fra le varie opinioni venga evitato il linguaggio d'odio.

Il rapporto tra **media e pluralismo sociale** è strettissimo, il 60,7% del campione ritiene il loro contributo al pluralismo in Italia molto/abbastanza importante.

Tra questi, la **Tv** (molto o abbastanza per il 63,3%) è il mezzo che maggiormente contribuisce a promuovere il pluralismo facendo maturare il senso critico dei cittadini e tracciando una direzione caratterizzata dall'equilibrio nel racconto, soprattutto nel particolare momento storico in cui la comunicazione sulla pandemia ha assunto una rilevanza centrale e le persone si sono ritrovate a ragionare sul tema della libertà e della «verità» comunicata dai media.

La **radio** sembra agire positivamente nella prospettiva del pluralismo per la natura stessa del mezzo: offre una molteplicità di emittenti/canali indipendenti, propone grande varietà di generi e temi trattati, è un mezzo veloce, snello, diretto, capace di coinvolgere il radioascoltatore lasciandogli la possibilità di parlare e di interagire.

**La maggioranza del pubblico intervistato riconosce che le attività Rai rappresentano un servizio di pubblica utilità** (59% molto o abbastanza d'accordo), che i suoi programmi, rispetto a quelli di altre emittenti, offrono informazioni più complete e articolate (52,8%), più accurate e verificate (54,4%), nonché informazioni più autorevoli e credibili (54,5%).

Il contributo al pluralismo passa anche dal **ruolo formativo** riconosciuto a Rai: il 56% degli intervistati afferma che la **programmazione Rai** è in grado di insegnare cose nuove e il 52,8% che aiuta a capire come selezionare fonti attendibili.

Infine, gran parte del pubblico intervistato riconosce all'**offerta Rai** un ruolo importante nel **promuovere un corretto sviluppo dei minori** grazie ai programmi studiati in modo attento ed efficace per questo target (molto o abbastanza per il 56,3%).

**In sintesi**, Rai aiuta a sostenere il pluralismo sociale diffondendo un'informazione completa, corretta e imparziale, autorevole e credibile, accurata e verificata, ma anche semplice da capire, per aiutare i cittadini a formarsi una propria opinione (molto o abbastanza per il 58,4%), con un primato rispetto ai competitor (51,8% e 52,7% per i due player direttamente confrontabili).

La percezione di pluralismo per Rai si focalizza, in questo particolare momento, essenzialmente intorno al tema Covid-19, per la sua capacità di dare voce alle varie istanze in una situazione così delicata sotto l'aspetto comunicativo.

L'emergenza pandemica ha fatto maturare nel pubblico la consapevolezza della complessità nel fornire un'informazione pluralista e corretta: si riconosce l'importanza dei media tradizionali per orientarsi in tale complessità e si distingue il ruolo di Rai come voce "ufficiale" e autorevole.

Nel complesso Rai riesce a marginalizzare le critiche di non dare voce a tutti: larga parte degli utenti riconosce che l'apertura totale alle voci "di tutti" non sia un dovere (né un problema) per Rai, perché un controllo e una selezione delle voci è utile per orientare il telespettatore e non confonderlo. Il bisogno di una mediazione rassicurante è emerso trasversalmente tra le fasce della popolazione; la linea editoriale di Rai risulta bene accolta, poiché aiuta la formazione di uno spirito critico.

Andando oltre il tema dominante della pandemia, risulta facile riconoscere nell'offerta Rai un pluralismo di temi, soggetti, linguaggi rappresentato dai programmi che promuovono il territorio italiano nelle sue specificità, l'incontro con "l'altro" attraverso la scoperta di luoghi e popolazioni, il pluralismo religioso e l'approfondimento informativo.

Accanto al ruolo preponderante della Tv, per visibilità e varietà, emerge il ruolo positivo di **RaiPlay**. La varietà di offerta e l'autonomia *on demand* lasciata al fruitore conferiscono alla piattaforma la caratteristica di un contenitore pluralista, seppur non sufficientemente valorizzato e pubblicizzato.

In definitiva, rispetto al pluralismo sociale e al ruolo di Rai – riconosciuta come guida autorevole ed equilibrata nel dare voce alle molteplici istanze e realtà del Paese - la prospettiva evolutiva che si evince potrebbe essere identificata in una maggiore o più evidente integrazione tra "canali" in un ecosistema multimediale in cui rientrano, oltre alla Tv, anche la radio e il web, rispondendo in modo più percepibile alla crescente multicanalità che caratterizza "l'ascolto e l'espressione" del pubblico, oggi particolarmente attuale, specie tra le fasce evolute e giovani.