Alessandra Demichelis su Instagram: “I poveri dovrebbero bruciare all’inferno”. Un’ulteriore dimostrazione che sui Social il silenzio dovrebbe tornare ad essere una possibile opzione

“La presenza dei poveri…che schifo!” Difficile credere non si tratti del testo di una barzelletta di cattivo gusto, o una

battuta irriverente tratta da uno spettacolo black humor di Ricky Gervais o Louis C.K.

Invece, sono le parole che **Alessandra Demichelis**, avvocata e "influencer", ha scelto di utilizzare durante una diretta Instagram per insultare le persone meno abbienti, che, secondo il suo punto di vista, non appartengono a una casta ricca, privilegiata e – quindi – di per sé meritevole.

L'approccio comunicativo di De Michelis sui social ha sempre incluso l'ostentazione delle sue possibilità economiche, mostrando ai follower una vita immersa nel lusso, tra abiti firmati e calici di champagne. Su Instagram aprì, insieme all'avvocata Federica Cau, un profilo chiamato **DC Legal Show** in cui vengono elargiti consigli legali con un tocco "glamour": alle nozioni di diritto sono abbinati gli scatti sexy con la toga.

Quasi subito iniziano ad arrivare le prime **segnalazioni** di colleghi sdegnati all'Ordine degli avvocati, che apre un procedimento disciplinare concluso con un richiamo al decoro. Le due colleghe, però, vengono licenziate dallo studio in cui lavorano.

Successivamente, Alessandra Demichelis viene invitata da Barbara D'Urso per la trasmissione *Pomeriggio 5,* con l'intento di difendere la sua scelta di mostrare un lato diverso della vita di un avvocato sui Social. La risonanza mediatica cresce, e la produzione di Pechino Express decide di contattare Demichelis, che accetta di partecipare alla decima edizione del programma attualmente in onda su Sky in coppia con la collega Lara Picardi.

Alessandra Demichelis sembra intenzionata a seguire la regola – del tutto desueta – del "bene o male, purché se ne parli". In effetti, il suo profilo conta più di 16.000 follower e decine di articoli vengono pubblicati con il suo nome in bella evidenza. Il problema è che "socialmente siamo quello che si

dice di noi", come afferma Sebastiano Paolo Lampignano nel suo *Web Reputation Manifest*.

E il binomio comunicazione + Social è quanto mai sdrucciolevole, specie per chi come la Demichelis pare completamente a digiuno delle più elementari regole di reputation management.

Secondo un'indagine di Weber Shandwick dal titolo '*The State of Corporate Reputation*', **il 63% del valore di mercato di un'organizzazione è attribuibile alla reputazione:** la letteratura oggi ci suggerisce quanto, senza ombra di dubbio, la reputazione abbia un impatto diretto sul valore di qualunque entità, toccando un insieme di fattori come identità, immagine, notorietà e riconoscibilità, che influiscono sugli stakeholder e sul valore percepito dai cittadini. E questo vale non solo per un'azienda, ma anche per un politico, uno sportivo, o una influencer come la Demichelis.

Una cattiva gestione della propria reputazione online può portare alla perdita di contatto e di sintonia con i propri pubblici, e scatenare *shitstorm* da cui è molto difficile uscire.

Prova ne sia che l'ultimo episodio in ordine di tempo di "esternazioni" della avvocata benestante e glamour è stato in grado di accendere un vero e proprio scandalo mediatico: l'avvocata e un suo amico, noto imprenditore legato al mondo del vino **Franco Morando**, hanno condiviso con i follower il proprio pensiero sulle classi meno abbienti, non certo lusinghiero, mentre commentavano una serata trascorsa insieme.

*"**I poveri** – afferma Demichelis – **dovrebbero bruciare all'inferno"*.** Per commentare il locale che ha ospitato la festa, dove c'erano, dice Morando, "escort" e "poveri".

"La cosa mi ha esaltato" continua l'imprenditore, *"che cosa ti ha esaltato? La presenza dei poveri..che schifo!"* risponde

lei. Morando racconta quindi che il giorno prima qualcuno gli ha rigato la sua Porsche Gts da 580 cavalli ed è qui che Demichelis inizia il suo discorso contro i poveri che, afferma, *"dovrebbero bruciare all'inferno".*

"Di per sé possono anche esistere, tutti possono essere meno abbienti" replica l'amico, mentre lei insiste ***"Non sto capendo perché sta salvaguardando i poveri"*** e sulla riga all'auto gli chiede: *"Secondo te l'ha fatta un ricco o un povero?", "Te l'ha fatta un povero!".*

L'imprenditore cerca di spiegare che dietro al danneggiamento della Porsche potrebbe esserci "la gelosia" che "non ha limiti". **Il surreale dialogo si sposta poi in generale su Torino** con giudizi (di lui) molto critici sulla città: ***"è una città povera"*** *– dice – "è imbarazzante! Svegliatevi! Se volete mangiare e bere meglio fate 70 chilometri e siete a Milano, spendete 4 euro in più a bicchiere e vivrete meglio".*

Carico di classismo, disprezzo, stereotipi e falsità, il turpiloquio che i due hanno messo in scena è costato all'imprenditore Morando un'ondata di proteste da parte dell'imprenditoria e della ristorazione torinese, culminato con la decisione da parte di alcuni di **boicottare completamente tutti i prodotti della casa vinicola Montalbera**, come è stato ribadito da **Giancarlo Banchieri**, presidente di **Conferscenti** che si è fatto portavoce della protesta:

"Il mondo della ristorazione è in rivolta e come associazione riteniamo opportuno dare voce alla categoria. Una categoria che con fatica esce da anni difficili e che con sacrificio sta riportando la città alla sua vivacità e alla sua vocazione naturale, quella enogastronomica. Non possiamo accettare questa denigrazione verso professionisti preparati, attenti e appassionati, capaci di promuovere del buon nome di Torino, sia a livello nazionale che internazionale. Certe esternazioni vanno condannate duramente e rispedite al mittente. Le scuse non bastano, l'offesa personale e professionale inferta ai

ristoratori lascia una profonda amarezza e una ferita insanabile”.

In seguito alla presa di posizione di numerosi esercenti che si sono definiti denigrati ed offesi, incoraggiando altre persone anon acquistare mai più i prodotti vinicoli di Franco Morando, quest’ultimo ha cercato di rettificare – invero in modo abbastanza ridicolo – dicendo che l’accusa contro i poveri era definita solo ai “poveri di spirito”, e ha provato a scusarsi, ma la cosa, ovviamente,non è bastata a placare gli animi.

Il tentativo di arginare la protesta con delle scuse di circostanza, generiche e poco convinte, è stato promosso anche dalla Demichelis: dopo essere stata travolta dalle critiche, ha provato a rimediare con un video in cui spiega che *“i poveri non sono mica solo quelli con problemi economici, io intendevo quelli morali”* (sic!), affermazione che però non trova nessun riscontro nella forma e nei contenuti di ciò che è stato detto da lei e dall’amico durante la diretta.

Demichelis, quindi, non riesce mai, nemmeno per un attimo, a fare un passo indietro: avrebbe potuto dichiarare, per esempio, di sentirsi dispiaciuta e di essere consapevole di aver offeso la sensibilità altrui, ma decide invece di non prendersi nessuna responsabilità, puntando invece il dito contro chi si è permesso di accendere la polemica: *“Voi che cosa avreste detto alle 2 di notte, presi dalla rabbia per un graffio alla macchina? È una reazione normale”*.

Di “normale”, invece, nelle sue parole, a nostro avviso non c’è proprio nulla. Solo l’ennesima dimostrazione di quanto sui Social, come in tantissime altre occasioni della vita concreta, sarebbe il caso di tornare a considerare il silenzio come una possibile opzione; l’unica valida, peraltro, quando non si hanno cose intelligenti da dire.