



Stephanie Giesbrech (en la foto), creadora del canal "The Secret Slob" (el vago secreto), publica un video cada semana con distintas rutinas de limpieza.

CANALES DE YOUTUBE Y CUENTAS SOBRE EL TEMA GANAN POPULARIDAD:

Influencers de limpieza, los nuevos protagonistas del bienestar en las redes sociales

Lejos de mostrar una vida perfecta en sus perfiles, un grupo de usuarios se dedica a publicar cómo remueven el polvo de sus casas o limpian su cocina con trucos para hacerlo a la perfección. Allí acumulan millones de "me gusta" y miles de seguidores, quienes dicen que el contenido los relaja y los hace sentirse acompañados en sus tareas domésticas.

JANINA MARCANO

En el canal de YouTube "The Secret Slob", de la canadiense Stephanie Giesbrech, sus 93 mil suscriptores la pueden ver ordenando enormes pilas de ropa, limpiando su living a profundidad o destapando un desagüe en su baño. El sitio, que acumula millones de visitas y de "me gusta", se trata específicamente sobre eso: limpieza y orden. Y es uno de los cientos de canales creados en los últimos años en los cuales sus autores publican contenido similar.

No son usuarios desconocidos. Al igual que Giesbrech, suman miles de seguidores. De hecho, se trata de una nueva generación de influencers, los de limpieza, personalidades que están ganando cada vez más popularidad.

"Comencé mi canal porque yo no tenía hábitos de limpieza y pensé que si arrancaba una especie de videoblogs, desarrollaría esos hábitos y los mantendría, pero pronto me di cuenta de que no solo funcionaba para mí, sino que hay una toda una comunidad que también lucha por tener su casa ordenada", cuenta Giesbrech a "El Mercurio".

"Creo que la gente entra a mi canal en busca de ideas sobre cómo implementar sistemas de limpieza en sus vidas, pero también para motivarse al ver otro haciéndolo", añade la youtuber.

Otros canales populares son los de las estadounidenses Melissa Maker (Clean My



EXTREME CLEANING MOTIVATION 2020 // Jessica Tull clean with me
 184.761 visualizaciones • 29 de 2020

Varios de los videos sobre limpieza y orden de la youtuber Jessica Tull (en la imagen) acumulan millones de visitas. Su objetivo, se lee en su canal, es motivar a las personas a abordar las tareas del hogar de forma relajada.

Space), con 1,6 millones de suscriptores y Jessica Tull, que tiene 509 mil. Pero estos influencers no están únicamente en YouTube, si no también en TikTok e Instagram, donde abundan videos y fotos agrupados con hashtags como #cleaning (limpieza) y #cleaningobsessed (obsesionado con la limpieza).

En sus perfiles se les ve quitando el polvo de los muebles, aspirando alfombras, mostrando sus técnicas para ordenar la despensa y hasta entregando recomendaciones sobre los mejores productos para limpiar.

Muchas de las publicaciones van acompañadas de música relajante y, en algunos casos, sus protagonistas aparecen disfrutando de una comida o de una copa de vino después de una sesión de limpieza.

En paz

La chilena María Gómez (30) cuenta que sigue a Clean My Space hace unos seis meses. "En mi caso, lo veo porque me ha ayudado con técnicas para limpiar espacios difíciles de la cocina, como el horno, entonces, al final, uno se siente menos angustiada, mucho más relajado y en paz con las tareas domésticas", comenta.

Silvia Hernández (20), también chilena, cuenta que suele ver videos de limpieza en TikTok. Su influencer favorito es @gotdadtpressure, un joven estadounidense que tiene 1 millón 200 mil seguidores y que se graba utilizando instrumentos de agua a presión para limpiar zonas que están muy sucias, como exteriores de las casas.

"Puede sonar raro, pero es muy relajante", dice Hernández, entre risas. "Además, me siento mejor de ver que no soy la única que lucha con el tema de la limpieza y el desorden, entonces me siento como identificada y acompañada", comenta.

Makana Chock, especialista en psicología y redes sociales y académica de comunicaciones de la U. de Siracusa (EE.UU.), cree que el fenómeno no es extraño.

"Los consejos sobre limpieza han sido parte de revistas y programas de televisión, pero ahora, con las redes sociales, hay un espacio grande para que esas audiencias se conecten, interactúen con el creador y así formen una comunidad que va creciendo", dice Chuck a "El Mercurio".

La académica cree que la pandemia habría contribuido a la popularidad de estos influencers. "Estas plataformas pueden haberle dado a las personas aisladas una forma de sentirse conectados con los demás, justamente en momentos donde la limpieza se ha vuelto importante para la salud y podría ser vista como una actividad satisfactoria que genera una sensación de logro", analiza la especialista.

Según YouTube, la cantidad de videos sobre limpieza aumento 50% en 2020, en comparación con el año anterior.

Ilusión de control

Dominique Karahanian, psicóloga y académica de la Escuela de Psicología de la Universidad Mayor, opina que la limpieza puede ser para muchos "un proceso meditativo, y quizás por eso la gente ha descubierto que se siente cómoda y más tranquila al consumir ese contenido".

Por otro lado, añade la psicóloga, "la limpieza da una ilusión de control en momentos, como la pandemia, donde necesitamos justamente eso, porque sentimos que no podemos controlar nada".

Pero Giesbrech cree que el éxito de su canal tiene que ver con que los usuarios se sienten conectados con ella, al ver "que ninguna vida es perfecta, en un momento donde todo el mundo está muy ocupado".

Por ahora, una pregunta que surge es si los influencers de limpieza resistirán la prueba del tiempo o serán solo una moda.

Chock cree que eso dependerá de que estos sigan publicando contenido atractivo y mantengan la interacción con su audiencia. "Si las personas consideran que están aprendiendo cosas nuevas o se sienten acompañadas, como si pasaran tiempo con un amigo, es muy probable que sigan conectados a estos perfiles", puntualiza.



Además de su canal, Melissa Maker también maneja la cuenta de Instagram "Clean My Space", donde acumula 110 mil seguidores. Allí publica consejos prácticos sobre limpieza y organización.