

La pulizia? È uno stato mentale

La corsa a sanificare è iniziata col Covid, i "cleaninfluencer" sono maestri dello spirito, spolverare una pratica zen: il ritorno della "casalinghitudine anni '50" non è nostalgia, ma dice molto di noi...

di Roselina Salemi

"Bianco che più bianco non si può"; "Ava, come lava. Con perborato stabilizzato!"; "Con Nelsen piatti, i piatti li può lavare lui!"; "Nooooo, non esiste sporco impossibile"; "È più che pulito, è Powerpod"; "Pulito e igiene senza risciacquo"; "Con la forza di un gigante il pulito è più brillante"; "Pulito senza ombra di macchia"; "È nuovo? No, lavato con Perlana".

C'erano l'Olandesina e Calimero, il pulcino nero (oggi avremmo un problema di politicamente corretto, e Calimero potrebbe stare su *Bridgerton*). C'era Pippo, "tutta un'altra scopa", e il suo concorrente "Tommaso, la scopa ficca-

SEGUE

Un canale dedicato di TikTok, CleanTok, da 80 miliardi di visualizzazioni: la passione per i lavori di casa è un business in ascesa.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003600

La pulizia? È uno stato mentale

SEGUITO naso". Poi sono arrivati i robot. Stracci, panni stesi, uomini in ammollo, nonnina-candeggina, batuffoli di polvere e, dopo il Covid, batteri e virus da stanare e distruggere.

La narrativa "dell'igienismo contemporaneo", come lo chiamano le ricercatrici Ilaria Ventura Bordenca e Giorgia Costanzo, autrici del saggio *Pulito!* (Franco Angeli), è un racconto costruito dal marketing, dalla pubblicità, e diretto soprattutto alle donne. Parte dall'estetica del lucente e del candore di inizio Novecento e arriva "all'invisibile" e al "puro" del nostro presente. In qualche caso sconfinava nell'ossessione e diventa sapere, come dimostra il successo dei cleaninfluencer. Vanesa Amaro, oltre 5 milioni di follower su TikTok, racconta di aver iniziato come colf. Grazie ai social ha scritto due libri e collabora con vari marchi. Auri Kananen (@aurikatarina) è diventata famosa per i video in cui pulisce gratis case con pile di spazzatura e lavandini incrostati. Il fenomeno è trasversale e intergenerazionale. Ci sono le ragazze, classiche tiktokker, e c'è Babs (@brunchwithbabs) "la nonna di cui non sapevi di aver bisogno".

La valenza spirituale del pulito

È un intero universo. Abbiamo detersivi per capi bianchi o colorati, per tessuti delicati, il bagno o la cucina, contro la polvere e le macchie, per fare la manutenzione degli elettrodomestici (lavastoviglie, lavatrice, ferro da stiro) e sconfiggere l'odiato nemico, il calcare. «Ma ci servono tutti quei flaconi, le etichette colorate, i dosaggi e tutto quel pulito profondo?» si chiede Dario Mangano, professore di Semiotica all'Università di Palermo. «La verità è che le culture dell'igiene sono modi di concepire il corpo, le relazioni sociali, lo spazio della casa, le malattie» risponde Ilaria Ventura Bordenca.

Sono qualcosa di molto più serio dello sgrassatore o del brilla-acciaio. E stanno diventando un caposaldo culturale, una religione, una pratica zen. Keisuke Matsumoto, nel suo *Manuale delle pulizie di un monaco buddista*, assicura: «Se avete

deciso di riordinare la vostra anima, i lavori domestici si trasformeranno in quattro e quattr'otto in una pratica spirituale quotidiana». Attenzione alla deriva patologica (è normale lavare l'albero di Natale sintetico nella vasca e postare il video?). La rupofobia (la paura dello sporco) è un vero disturbo d'ansia (se ne sono occupati anche gli psicologi di Unobravo, terapia on line). Allora, addio zen.

«Un tempo era la cera» ricorda Giorgia Costanzo. «Passata con l'aiuto di una pesante lucidatrice dalle grandi spazzole rotanti garantiva un aspetto specchiato, lucido e brillante a marmi, linoleum e cementine. L'estetica del lucido non riguarda solo i pavimenti, ma specchi, brillantina, creme per scarpe, calze in nylon. Il lucido traduce visivamente l'entusiasmo del boom economico. Cere e lucidatrici sono andate in pensione, come gli spray mangiapolvere. Siamo nell'era della purificazione.

Non si tratta più di togliere la macchia, ma di dare la caccia a virus e batteri, allo sporco invisibile. L'obiettivo non è la lucentezza, ma la purezza. Il pulito non è quello che brilla, ma quello che non si vede, eppure nuoce alla salute. E la casa si trasforma in funzione del pulito. Si progettano pavimenti antimacchia, parquet dai colori in grado di camuffare la polvere, lavelli e top della cucina privi di angoli dove lo sporco potrebbe annidarsi, docce dotate di pareti antigoccia, almeno in teoria».

Gli eco prodotti salva natura

E arriviamo a CleanTok, costola di Tik Tok. Con 80 miliardi di visualizzazioni, innumerevoli profili e pratiche, ha reso virali e addirittura divertenti le pulizie. Si va dai video che inducono relax, alle sfide a ritmo di hit, dai "reset", olimpiadi dell'igiene domenicali, all'#cocleaning, che richiede detersivi senza plastica e spazzole in bambù. Abbondano i "cleaning hack", consigli per tenere in ordine con prodotti fai-da-te, popolari ma spesso inutili (no, il bicarbonato non sostituisce l'idraulico, umano o liquido) e qualche volta pericolosi (mix di candeggina

e altro). Però l'ossessione abbonda, testimoniata dalle domande imbarazzanti che forse non vi eravate mai fatte. Quante volte al giorno lavate le mani? Per quanti minuti? Cambiate le federe ai cuscini ogni sera o due volte al mese? E le lenzuola? Prima di conservare maglioni e cappotti li portate in lavanderia? E le scarpe? Le indossate in casa? Quando organizzate una cena con gli amici, chiedete a tutti di lasciarle alla porta? Quanti prodotti utilizzate per il bagno? Quanto spesso? E potremmo andare avanti pescando tra quattro miliardi di contenuti.

L'angelo della spugna

Ma c'è un lato oscuro, segnalato da un bell'intervento sul sito Vox che parla di *performative cleanliness*, cioè di usare le pulizie per sentirsi superiori agli altri, giudicarli o farli sentire in difetto. Molte delle routine puntano a standard impossibili. E di conseguenza, all'acquisto di prodotti anti-ansia: la fantastica spugna, la super crema, il nuovo igienizzante e tonellate di salviettine. Con grande enfasi per pratiche di casualinghitudine, e gloria alla disinfettatrice, sempre una donna, che protegge i suoi cari da germi e malattie, un angelo non del focolare, ma della salute. Derek Thompson su *The Atlantic* usa il termine "teatro dell'igiene" per la tendenza a spazzolare, strofinare, sanificare mani e superfici. Con il rischio di un ritorno allo "splendido spendente" degli anni '50, proprio mentre Marie Kondo, regina del riordino, dopo la nascita del terzo figlio si arrende e rinuncia a tenere la sua casa perfettamente a posto.

K.C. Davis, che ha scritto *How to Keep House while Drowning* su come non lasciarsi travolgere dai lavori domestici, mette in guardia dalla "pulizia performativa": «Puliamo la nostra casa perché speriamo di diventare qualcuno che non siamo, invece di capire chi siamo». Nota Ilaria Ventura Bordenca: «L'igiene contemporanea nasce da obiettivi di sorveglianza collettiva delle malattie nelle città e nei luoghi pubblici, ed è, al tempo stesso, una salvezza corporale e una salvezza interiore. Poi pubblicità e brand ci giocano: "Polvere sei, e polvere non tornerai", tuona il prete nello spot del mangiapolvere. Amen.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Togliere lo sporco visibile non basta più. La casa si trasforma a misura di nuova igiene