



EL MILLONARIO

El mundo de juguetes convertido en millones de dólares para Rayn

Regalos mágicos. Hacer *unboxings* de productos le ha generado 23.7 millones de suscriptores en YouTube y tener ganancias por 26 millones de dólares tan solo en 2019

YESHUA
ORDAZ

Rayn Kaji es un niño de 8 años nacido en Texas, que saltó a la fama hace unos años por la gran cantidad de dinero que genera por medio de sus videos en la plataforma de *streaming* YouTube, convirtiéndolo en millonario a pesar de su corta edad.

Quizá estos dos últimos siglos son en los que existe un mayor número de jóvenes que forjaron su propia riqueza; desde luego siempre han existido niños y adolescentes que han nacido dentro de familias nobles o acaudaladas que los convierte automáticamente en millonarios, pero estamos en una era donde cada vez son más los jóvenes que generan grandes cantidades de dinero.

Con la masificación de internet se abrió la oportunidad de crear nuevos negocios, como la compañía de videos en línea YouTube, que permite monetizar con base en el contenido que se reproduce a través de su plataforma, y donde florecieron los

jóvenes que hacen sus videos y le dan tráfico al portal.

Este es el caso del pequeño Rayn Kaji, que se encarga de abrir o, como se conoce en el medio, hacer *unboxings* de sus juguetes, lo que le ha permitido generar 23.7 millones de suscriptores en la plataforma y ganancias por 26 millones de dólares tan solo en 2019.

Rayn quería verse en la pantalla de su computadora y sus padres decidieron grabarlo en un momento lúdico con sus juguetes, lo que generó una gran cantidad de vistas y gente que cada vez quería consumir más videos del niño.

Y es que sin saberlo, una de las categorías más exitosas dentro de la plataforma, tiene que ver con los *unboxings*, un formato dedicado exclusivamente para abrir artículos nuevos y después realizar alguna reseña.

Podrá parecer extraño que algo así tenga éxito, pero vivimos en una sociedad que se ha vuelto un tanto voyerista, quizá como único modo de satisfacer me-

dante otros los deseos generados por el consumismo.

Se puede encontrar videos de gente viajando en motocicleta, jugando videojuegos, reaccionando a otros videos y haciendo *unboxings*, entre otros, eso es algo que quizá no sabían los padres de Rayn pero supieron aprovechar.

De acuerdo con un estudio del Centro de Investigación Pew, los videos con niños tienen en promedio tres veces más vistas, a esto se suma que 81 por ciento de los padres dejan que sus hijos menores a 11 años vean YouTube. Hoy podemos decir que la televisión se jubiló y el internet es la niñera de las nuevas generaciones.

Ryan Kaji es uno de los niños que más dinero hace YouTube, además tiene una línea propia de juguetes, ropa y artículos para el hogar que se venden en las principales cadenas de retail y e-commerce, sumado a un programa de televisión con Nickelodeon y un acuerdo Hulu. Habrá que ver si el éxito del niño logra vencer la prueba del tiempo. ■

CLAVES

Cambios

YouTube cambió la categorización del contenido generado para el público infantil desde el 10 de diciembre de 2019.

Impacto

Las nuevas medidas tendrán una repercusión en los ingresos de los generadores de contenido hasta en 90 por ciento.

Motivo

El objetivo del cambio fue proteger a los niños de los comentarios abusivos.

