

Chi sono e quanto guadagnano i baby influencer



Come ogni anno, [Forbes](#) ha pubblicato la lista degli **youtuber** più retribuiti del 2021. Al primo posto figura il 23enne **Jimmy “MrBeast” Donaldson**, stuntman e acrobata. Ma i dati più interessanti arrivano scorrendo il sesto e settimo posto, occupati rispettivamente da Nastya, bambina di 6 anni, diventata una star scartando giocattoli (**unboxing**), e da Ryan Kaji, un **influencer** di 10 anni che guadagna 30 milioni l’anno.

Ryan diventa un marchio

Ryan, all’anagrafe **Ryan Haruto Nguyen**, nato nel 2011, è un bambino di origini asiatiche nato da una mamma vietnamita e un papà giapponese. Vive in Texas con la famiglia e nel marzo 2015 ha iniziato a realizzare video su **YouTube**, stimolato dalle immagini di altri coetanei che sponsorizzavano giochi. La madre ha deciso di lasciare il suo lavoro di insegnante di

chimica al liceo per lavorare a tempo pieno sul canale YouTube del figlio. Un account, **Ryan World's**, ricco delle riprese di tutte le attività che può fare un bambino alla sua età: dai pomeriggi al parco giochi a ingenue sfide con amici e parenti.

Nel 2019, un video in cui mostrava un esperimento per dimostrare come le piante e gli alberi potessero catturare acqua dalle radici ha totalizzato **10 milioni di visualizzazioni**. Ma le più seguite sono le clip in cui Ryan fa divertenti recensioni di **giocattoli** e **videogiochi**, seguite da oltre 26 milioni di iscritti.

Il piccolo è subito diventato una **star del web** e un **marchio**: nel 2011 ha anche lanciato un suo brand, **Ryan's World**, realizzato in partnership con PocketWatch e Bonkers Toys. Target e Walmart vendono il suo merchandising, durante il Macy's Thanksgiving Day Parade, una parata annuale a New York, a Ryan è stato dedicato un carro. Il suo nome è su disparati oggetti, vestiti, giocattoli, spazzolini, e anche in tv. Sul canale Cartoonito, conduce il format **"Ryan e l'ospite misterioso"** in cui, tra prove fisiche e coinvolgimento della famiglia, presenta ogni volta un ospite dal mondo dello spettacolo e dello sport. Tra di loro, anche Dave Grohl della band rock, **Foo Fighters**.

Nastya, dall'unboxing di giocattoli a baby modella

Nastya ha sette anni. Nata in Russia, a Tuapsè, nel Territorio di Krasnodar (1510 chilometri a sud di Mosca) ha una nascita travagliata, segnata da una grave forma di paralisi cerebrale infantile. I medici erano sicuri che la bambina non sarebbe mai stata in grado di camminare e parlare. Invece, Nastya ce l'ha fatta. Da quel momento, la madre e il padre hanno deciso di valorizzare lo **spirito recitativo** della bambina aprendo un canale su Youtube dedicato all'unboxing di giochi, la pratica di scartare regali in video, molto seguita dai teenager. Ma

non solo, perché sul suo account Youtube, seguito da **85 milioni di iscritti**, si vedono anche riprese di un viaggio fatto dalla bambina con i genitori.

Durante i 9 mesi, trascorsi tra **Thailandia, Malesia e Indonesia**, Nastya è inquadrata nei vari momenti della vacanza come una **influencer**. I video hanno superato il milione di visualizzazione. Per i genitori l'account della figlia è diventato un vero e proprio business che, nel 2021, ha fruttato – secondo Forbes – **28 milioni di dollari**. La madre scrive le sceneggiature di storie il cui costo si aggira tra 1.000 e i 2.000 dollari e in cui **Nastya indossa capi forniti dai brand**, come le scarpe, o è vicina a una **macchina. La prima azienda a investire** sui video della piccola russa è stata una multinazionale del settore alimentare.

La baby influencer italiana

Anche dietro l'account di **Gaia Buru Buru**, che su **Instagram** conta più di **30mila followers**, c'è dietro la mano della mamma. **Mary Ciavotta** gestisce la pagina di una delle *baby influencer* italiane più seguite e racconta: “Ho iniziato a pubblicare sul mio profilo le foto di mia figlia che ricevevano numerosi commenti. Ritraevano foto di Gaia durante lo svezzamento, mentre mangiava una pappina: le gente le ricondivideva”, racconta Ciavotta.

Dopo poco tempo, i follower della pagina di Ciavotta crescevano sempre più. “Le altre mamme mi chiedevano tutto su mia figlia, erano curiose di cosa facesse”, aggiunge. E le aziende non sono rimaste a guardare: “Alcuni brand di pannolini – prosegue la madre della baby influencer – mi hanno chiesto di pubblicare foto di Gaia con i prodotti. Poi sono arrivate altre richieste da diversi marchi”. **In quel periodo Gaia aveva solo un anno**. Dalla pagina **Instagram** è poi nato un blog dove vengono dati consigli alle mamme. “Le richieste promozionali sono aumentate, alcune collaborazioni sono

gratuite, altre molto remunerative. Gaia è una piccola **modella** a cui le è stato dato il primo telefonino mentre sedeva nel passeggino”. La bambina frequenterà una **scuola di recitazione** per “valorizzare – conclude sua madre – la sua capacità espressiva”.

Dilemmi etici e rischi pedagogici

La signora Ciavotta non sembra farsi alcuno scrupolo a seguire, come se fosse una manager, l’attività social della piccola figlia. Ma per **Ivano Zoppi**, segretario generale di **Fondazione Carolina**, ente che si occupa di cyberbullismo e benessere digitale degli adolescenti, si tratta di un fenomeno preoccupante. “Il gioco di un bambino – spiega – è usato come merce, perché tutto possa diventare denaro, visualizzazioni, **like**. Quel gioco che dovrebbe essere spensierato, libero, fonte di creatività, strumento per lo sviluppo cognitivo dei bambini, ridotto a **conteggio di visualizzazioni**. Quel gioco che spesso ci faceva immaginare a cosa volevamo fare da grandi – l’astronauta, il veterinario, il meccanico – oggi si riduce a “voglio fare lo **youtuber**”.

Ecco che **il social, da strumento diventa problema** che annulla l’infanzia del bambino e propone, online e non, un modello distorto per la presenza dei minori sul web. **Uno scenario artificiale**, in grado di fare scuola e creare illusioni, rischiando di spegnere pensiero e creatività; tutti i bimbi schierati davanti allo schermo sognando di essere Ryan. Perché lui ha tanti **giochi**, e poco importa se non ne vive davvero la gioia”, conclude l’esperto.