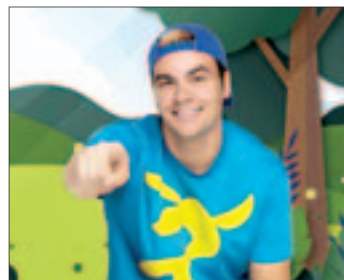


Ryan Lee, o criador, pode não estar milionário mas passou a ter convites para dar palestras, até na Web Summit

A atração do YouTube



Luccas tem 33,6 milhões de fãs

UM ÍDOLO CHAMADO LUCCAS NETO

Luccas Neto, um adulto de 1,80 que usa um boné virado para trás e roupa infantil, tem 33,6 milhões de seguidores no seu canal de YouTube e, apesar de morar do outro lado do Atlântico, é um dos grandes ídolos das crianças portuguesas. Curiosamente, o youtuber chegou a ser condenado em tribunal por ofender uma adolescente em janeiro de 2016 meses antes de começar a fazer vídeos para o público infantojuvenil. Até então, Luccas Neto, de 29 anos e natural de um bairro de classe média baixa na zona norte do Rio de Janeiro, era a antítese do youtuber: tinha um canal em que chamava as crianças de 'burras' e 'atrasadas'. Hoje, o influenciador digital que se tornou também um fenômeno de merchandising, faz sucesso com vídeos em que compra brinquedos, faz piscinas de

gomas e gelados e mistura pastilhas elásticas.

A criação da melodia remonta aos anos 90 na América



Muitas birras foram paradas com o vídeo do Baby Shark

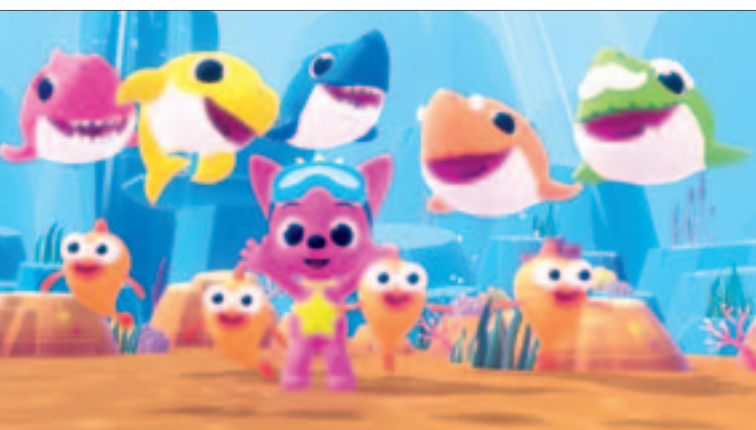
ROSÁRIO C. COSTA PSICÓLOGA

se ter começado a tornar um fenômeno em 2015, quando a sul-coreana Pinkfong a partilhou, na década de 90 dois educadores de infância norte-americanos, Shawnee Lamb e Robin Davies, compuseram a melodia que, 30 anos mais tarde, estaria na 32ª posição das músicas mais vendidas dos EUA. O objetivo era desenvolver a psicomotricidade das crianças, através de movimentos básicos e, por isso, a música tornou-se muito comum em infantários. Mas foi mais de uma década depois, em 2007, na Alemanha, que a melodia começou a dar que falar, com a criação da versão 'Kleiner Hai', cantada e publicada pela alemã Alexandra Müller e que rapidamente se tornou um hit no país. Em francês surgia pouco depois a versão 'Bebe Requin', mas o norte-americano Johnny Only, artista de música infantil, afirma ser o criador da obra, ele que publicou em 2011, no YouTube, um vídeo em que canta e dança a sua versão do tema ao lado de um grupo de crianças, mas com poucas visualizações no YouTube, se comparadas com as da versão da empresa sul-coreana Pinkfong.

“Preocupo-me muito com os mais pequenos, que os ecrãs sejam introduzidos como substitutos de algumas competências que são muito importantes, nomeadamente a competência da tolerância à frustração: as crianças não conseguem regular os seus estados emocionais e os pais muitas vezes dão-lhes os ecrãs para as distraírem – muitas birras foram paradas com vídeos do Baby Shark. Até aos 5, 6 anos, as crianças estão a passar por uma fase de desenvolvimento muito importante, a da aquisição de novas competências: resistência à frustração,



O fenômeno subiu ao palco de um teatro de Brooklyn, em Nova Iorque



adiamento da recompensa e autorregulação. Por isso é preciso que a criança saiba interpretar o contexto, saiba que se vou a um supermercado não posso ir com os braços esticados a deitar tudo ao chão, mas também não vou no carrinho com o tablet. As compras serão ‘santas’ para a mãe, mas a criança não adquiriu as competências que devia ter adquirido”, alerta a psicóloga clínica Rosário Carmona e Costa, fundadora do Instituto Belong e especialista em Adição à Internet e Cyberbullying.

“Qualquer ecrã vai concorrer pela atenção de todos os que estão à sua volta. No período pré-pandemia já víamos uma utilização desadequada das novas tecnologias, quando parte dos pais, muitas vezes deslumbrados pelas redes sociais, viam ali uma forma de controlar comportamentos dos filhos, uma ‘babysitter’. É fácil termos um miúdo mais tranquilo num restaurante e numa sala de espera, por exemplo”, acrescenta a especialista em adição à Internet.

Aos pais, Rosário Carmona e Costa dá sobretudo dois conselhos: “Por um lado, não permitirem novas tecnologias quando existe espaço para relação: se estamos a jantar há espaço para a relação, por isso não deve haver espaço para ecrãs; se estamos no carro e podemos conversar, não há espaço para ecrãs; se estamos com os primos em casa, há espaço para a relação. No entanto, os ecrãs não tem de ser diabolizados: podem

fazer parte de uma lista grande de interesses, não podem substituir a relação. Por outro lado, os pais não podem ter medo de impor regras e limites também nesta área da vida dos filhos. Cada novo ecrã na vida dos filhos deve ser acompanhado de um guião”, explica a psicóloga.

Até na Casa Branca

Certo é que não foi só entre os mais novos que a música de dois minu-



Os pais não devem permitir as tecnologias sempre que há espaço para a relação, mas os ecrãs não devem ser diabolizados

ROSÁRIO CARMONA E COSTA PSICÓLOGA CLÍNICA

tos e 16 segundos teve sucesso, pois também conquistou o coração de muitos adultos, tendo sido reproduzida ao longo dos anos nos mais variados cenários e com os mais diversos objetivos.

A equipa americana de baseball Washington Nationals, por exemplo, adotou a canção do tubarão como hino e venceu a ‘World Series’ de 2019, o que levou a Casa Branca a reproduzir a melodia durante as celebrações. Tudo começou quando o jogador venezuelano Gerardo Parra usou a música pela primeira vez num jogo em casa com pouca participação, como forma de homenagear a filha de 2 anos, mas logo o êxito do YouTube foi adotado por toda a equipa, que começou a alcançar melhores resultados. Entusiasmados, os fãs seguiram o exemplo da equipa e começaram a imitar a coreografia nas bancadas, muitos deles vestidos de tubarão. “Quero fazer uma tatuagem com o Baby Shark, os meus óculos de sol e o troféu”, disse o atleta à imprensa.

Já depois disso, em 2020, foi gravada uma nova versão de ‘Baby Shark’ para promover a boa higiene das mãos entre os mais novos, devido à pandemia provocada pela Covid-19, o que voltou a trazer o tema para a ribalta. ‘Wash Your Hands’ (‘Lava as mãos’) é o título da canção do tubarão adaptada à realidade sanitária que o mundo vive.

Mas nem todos os usos têm sido pedagógicos: A cidade americana de West Palm Beach, na Flórida, usou a canção para desencorajar os sem-abrigo a passarem a noite no Lake Pavilion e no Great Lawn, locais que oferecem “vistas de milhões de dólares” para eventos especiais, contou o jornal ‘Washington Post’. A ideia surgiu depois de as autoridades municipais terem pensado em várias formas de conter a situação e acabaram por ser os funcionários do parque a sugerir usar a música para o efeito. Às 10h da noite, ‘Baby Shark’, da Pinkfong, começa a tocar nos altifalantes e o ‘concerto’ arrasta-se por mais oito horas, até ao sol nascer, alternando com uma outra música, a ‘Raining Tacos’.

Também nos Estados Unidos, a música foi usada como tortura na prisão de Oklahoma. Os presidiários foram algemados a uma parede e forçados a ficar de pé enquanto ouviam a música infantil repetida-



FOTOS DIRETOS RESERVADOS

Quero fazer uma tatuagem com o Baby Shark, os meus óculos de sol e o troféu, disse o atleta Gerardo Parra depois de a equipa ganhar o campeonato

mente. Três funcionários foram acusados e o supervisor demitiu-se depois de o caso ter vindo a público.

A empresa sul-coreana pode não ter os créditos da invenção da música, mas só em receitas de publicidade os vídeos da Pinkfong geram mil milhões de dólares por mês (cerca de 850 mil milhões de euros). Atualmente, a base de subscritores ultrapassa os 25 milhões.

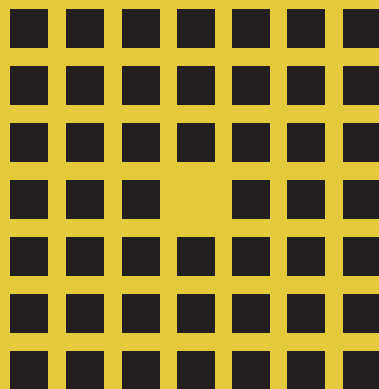
O número total de visualizações dos conteúdos da marca ronda os 25 mil milhões – e 7,4 mil milhões pertencem ao Baby Shark, que além da música já se associou a outras marcas para continuar a promover o fenómeno – além do merchandising convencional (roupa, livros e brinquedos), também já foi feita uma edição limitada de cereais Baby Shark e há parcerias com companhias áreas para decorar aviões, passando por uma incursão no jogo

World of Warcraft. Por cá, uma conhecida cadeia de supermercados inspirou-se no tubarão para vender o seu peixe.

Certo é que duas das quatro canções mais reproduzidas no YouTube nasceram precisamente na Coreia do Sul. O hit do rapper Psy, 'Gangnam Style', lançado em 2012, permaneceu no topo do pódio durante mais de três anos. Depressa o vídeo atingiu milhares de visualizações no YouTube. Foi, aliás, o primeiro a ultrapassar a marca dos mil milhões e passado pouco tempo dos dois mil milhões, o que até obrigou o YouTube a fazer um upgrade. Viria a ser destronado pelo videoclip da música 'See you again', de Wiz Khalifa, ultrapassado por 'Despacito', que por sua vez perdeu o lugar para o 'Babyshark', o tubarão simpático 'doo doo doo'. Veremos o que se segue.

PUB

Está aí? ■



Ótimo. Precisamos de si, aqui.

Vêm aí os Censos, o retrato do país em números que, de 10 em 10 anos, nos diz onde estamos hoje, para planear melhor o amanhã. Uma oportunidade de trabalho única, onde todos contam, a começar por si. Afinal de contas, sem si, não estão todos. Venha trabalhar com a equipa dos Censos 2021 e ajude-nos a contar. Podemos contar consigo?

Inscrições até
21/02