

## Sociedade

NATAL. CONSEQUÊNCIAS DE OUVIR TEMAS EM LOOP

# E ESTA MÚSICA QUE NÃO ME SAI DA CABEÇA!

Ficar com a canção natalícia da Mariah Carey no ouvido, mesmo sem querer, será mania? Não. O fenómeno tem um nome – *earworm* – e é explicado pela ciência. Por **Mónica Baltazar**

**T**ão certo como o Natal em dezembro é a música que marca a abertura das festividades. *All I Want For Christmas Is You*, de Mariah Carey, lançada há mais de três décadas, continuar a tocar em todo o lado durante o período natalício. Corremos até o risco de não conseguir tirá-la da cabeça até ao fim das festas. A este fenómeno chama-se *earworm* – verme de ouvido, em inglês – e acontece quando uma música aparece de forma repetitiva e involuntária na mente.

“Surge até quando não estamos a pensar na canção. É como se a melodia ficasse presa nos circuitos auditivos e de memória do cérebro, repetindo-se em *loop*. Trata-se de uma forma de cognição musical espontânea ou, na terminologia científica, um caso de imagética musical involuntária”, explica à SÁBADO César Lima, professor de Psico-

logia e Neurociências do Instituto Universitário de Lisboa. A música da cantora americana tornou-se facilmente um *earworm*, após o lançamento, em outubro de 1994. “Reúne quase todas as características associadas a este fenómeno: melodia simples e cativante, ritmo regular, refrão repetitivo e estrutura fácil de prever”, afirma César Lima. A repetição com frequência, durante a época natalícia, também ajuda a que acabe por nos surgir involuntariamente na mente durante todo o mês de dezembro.

## As rádios não são inocentes

Nas estações de rádio, a repetição das músicas não é ao acaso, nem inocente. Vando Enes, diretor adjunto e programador musical da Cidade FM, justifica: “Trata-se de um trabalho pensado e estratégico. Partimos da premissa de que o nosso *target*, essencialmente jovem,



quer ouvir os temas que já conhece e de que gosta, mas também descobrir coisas novas.” Como a ideia é agarrar os ouvintes, nesta estação são alternadas novidades com os grandes sucessos do momento, como é o caso de *Pôr do Sol*. O single de estreia d'Os Vizinhos foi um dos fenómenos musicais de 2025 – para grande surpresa da banda de Évora, que nunca pensou que o tema ficasse a ecoar na cabeça das pessoas. “Não foi a nossa música de eleição, nem esperávamos este sucesso”, admite à SÁBADO David Mendonça, o vocalista. A frase “se

**O EARWORM ACONTECE QUANDO A MÚSICA APARECE DE FORMA REPETITIVA E INVOLUNTÁRIA NA MENTE**



A cantora americana regressa todos os anos como seu hit natalício, lançando há mais de 30 anos

achas Lisboa grande, o Alentejo ainda é maior" viralizou nas redes sociais, à custa de vídeos publicados no Instagram e Tik Tok. Nos concertos, os quatro músicos são abordados por fãs que não conseguem tirar o refrão do ouvido. "É muito comum as pessoas dizerem-nos que estão viciadas na música e que a ouvem 10 a 15 vezes por dia", diz o cantor, que, também ele, não resiste a ouvir canções em *loop* (repetidas vezes), nomeadamente os temas d'Os Quatro e Meia.

Já na M80, rentabiliza-se o espírito natalício ao máximo. *All I Want*

*for Christmas*, assim como *Last Christmas*, dos Wham!, são duas das músicas que passam na rádio digital temática, lançada no início do mês, e onde só tocam músicas de Natal. Durante o ano, na M80 ouvem-se outras canções que foram ficando na cabeça de várias gerações. "A nossa playlist está repleta de grandes sucessos que se tornaram verdadeiros fenómenos e que continuam a marcar as novas gerações pela sua capacidade de ficar no ouvido", afirma Miguel Cruz, diretor de programas.

#### Ouvir Rosalía até cansar

Não são só os *hits* do passado que têm esta capacidade de nos ficar presos no cérebro. O álbum *Lux*, de Rosalía, foi lançado em novembro e, desde então, Joana Correia, 24 anos, ainda não conseguiu deixar de ouvir em *loop* *Dios Es Un Stalker*. Apesar de serem muitas vezes descritos como algo irritante ou intrusivo, "os *earworms* são experienciados pela maioria das pessoas de forma neutra ou até agradável", afirma César Lima, que também coordena um grupo de investigação na área da Psicologia e Neurociência da Música (Music, Voice & Emotion – MUVE Lab). A designer Joana Correia está nessa maioria. Não sabe porque sente necessidade de ouvir o tema de Rosalía, mas reconhece-lhe os efeitos diretos. "Faço-o sempre que estou feliz, mas também quando fico triste. A música adequa-se a cada situação de uma maneira específica e, ao ouvi-la, sinto-me mais confiante", conta a jovem, que normalmente escuta o tema três vezes seguidas.

Já Marco Ribeiro, 34 anos, depara-se com o fenómeno *earworm* sempre que descobre uma música nova de que gosta. Também já aconteceu ir ao cinema e sair de lá com parte da banda sonora presa na cabeça. "Nos três ou quatro dias

**NÃO SÃO SÓ OS HITS DO PASSADO QUE TÊM A CAPACIDADE DE NOS FICAR PRESOS NO CÉREBRO**

#### Melodias simples

O segredo está na ativação do córtex auditivo

#### Durante os *earworms*

ativam-se muitas das regiões cerebrais envolvidas na percepção musical - como o **córtex auditivo** - mesmo quando não existe qualquer som real.

É o que acontece com a música *Ordinary*, de Alex Warren. "A melodia é simples e previsível", nota o investigador César Lima.

que se seguiram a ter ido ver *Mufasa: O Rei Leão*, só ouvi aquelas canções. Fiz uma viagem de duas horas e meia com as mesmas quatro músicas em repetição", recorda.

Quem trabalha em publicidade sabe que os temas musicais que se tornam *earworms* são meio caminho andado para o sucesso de uma campanha. "Se uma marca conseguir que uma pessoa esteja a fazer o jantar enquanto entoar o refrão de um anúncio, está a ganhar o jogo", adianta à SÁBADO Edson Athayde. E a receita reside na simplicidade: "Melodias curtas, fáceis de cantar e impossíveis de ignorar. Depois vem a repetição, que permite ao cérebro reconhecer o padrão quase instantaneamente. Por fim, junta-se um ritmo familiar, para o público sentir que já ouviu aquilo antes, mesmo que não tenha acontecido", resume o publicitário.

Não há fórmula única para o sucesso, mas Edson Athayde não tem dúvidas de que a emoção é um ingrediente fundamental. "Um *earworm* só se instala quando toca algo emocionalmente significativo, seja alegria, doçura, nostalgia ou espírito natalício."

E agora, como é que se tira esta música da cabeça? ☐

## €52 milhões

Foi quanto ganhou Mariah Carey só no lançamento da música mais natalícia de sempre.

**NÃO HÁ FÓRMULA ÚNICA PARA UM EARWORM, MAS A EMOÇÃO É UM INGREDIENTE FUNDAMENTAL**