

O impacto do consumo de vídeos Mukbang na saúde física dos telespectadores: Uma análise crítica

Bárbara Lopes Costa Nunes
FACIMPA – PA

Maria Gleicyane Machado Carvalho
FACIMPA – PA

Alícia Vitória Gomes Alves
FACIMPA – PA

José Guilherme Oliveira Martins
FACIMPA – PA

João Emanuel Costa de Sousa
UFPA – PA

Iago Silva Oliveira Lura
Orientador FACIMPA – PA

RESUMO

O Mukbang é uma prática de entretenimento online originada na Coreia do Sul, destacando-se pela exibição de indivíduos consumindo grandes volumes de alimentos. Sua popularidade crescente, especialmente a partir de 2015, reflete o uso crescente da internet e das mídias sociais. Esta tendência pode ser atribuída à busca por gratificação instantânea e "escapismo" da realidade, especialmente entre os insatisfeitos com suas vidas offline. O Mukbang também pode aliviar a solidão ao compartilhar virtualmente uma refeição, refletindo a natureza social do jantar na cultura sul-coreana. No entanto, estudos mostram que assistir a Mukbang pode ter efeitos negativos, como aumento do consumo de alimentos e distorção da compreensão de hábitos alimentares saudáveis, especialmente entre aqueles com transtornos alimentares preexistentes. Além disso, o Mukbang pode promover a obesidade e distúrbios alimentares devido à glorificação do excesso alimentar. Embora exista uma relação emocional entre os espectadores e os apresentadores, é crucial compreender melhor os impactos psicológicos e de saúde dessa prática para mitigar possíveis consequências negativas.

Palavras-chave: Mukbang, Transtornos alimentares, Show alimentar, Impacto psicológico.

1 INTRODUÇÃO

Mukbang, um neologismo formado pela combinação dos termos coreanos "Meokneun" (comer) e "Bangsong" (transmissões), descreve uma prática de entretenimento online que se concentra na exibição de pessoas consumindo grandes quantidades de alimentos (Cho, E.H. et al; 2020). Originário da Coreia do Sul, o Mukbang teve sua primeira transmissão pelo canal de televisão Afreeca em 2008, com sua notoriedade ampliada globalmente a partir de 2015 (Hong SK. et al; 2017). Esta ascensão permitiu que a prática



adquirisse destaque considerável entre a população coreana, com cerca de 38% dela engajando-se na observação desse fenômeno de entretenimento online (Kobaco. et al; 2019).

Desse modo, o aumento de popularidade está relacionado ao crescente uso da internet e das mídias sociais, especialmente entre aqueles insatisfeitos com suas vidas offline, buscando gratificação instantânea e uma sensação de "escapismo" da realidade (Sânscrito, S., et al. 2023). O Mukbang pode ser uma forma de evitar a solidão ao compartilhar uma refeição virtualmente, possivelmente refletindo a natureza social do jantar na cultura sul-coreana. Anjani e colaboradores (2020) afirmam que o Mukbang é uma forma de evitar a solidão ao compartilhar uma refeição virtualmente, refletindo a natureza social do jantar na cultura sul-coreana. A aversão a comer sozinho, especialmente em espaços públicos, contribuiu para a popularidade do Mukbang como uma forma de entretenimento e conexão social, concluem os autores. Além disso, a resposta sensorial proporcionada pelo Mukbang, incluindo a estimulação do meridiano sensorial autônomo, pode proporcionar prazer e satisfação aos espectadores (Anjani, L., et al. (2020). Este aspecto sensorial, combinado com os benefícios sociais e emocionais, pode ser um fator que contribui para a atratividade e consumo desse tipo de conteúdo online.

A esse respeito, pesquisas têm demonstrado que o hábito de assistir Mukbang pode acarretar efeitos negativos nos espectadores. Um estudo realizado por Bruno Al e colaboradores (2017) indica um aumento no consumo de alimentos entre aqueles que assistem a esse tipo de conteúdo, influenciado pela comparação social e pela imitação dos comportamentos observados. Além disso, a exposição frequente ao Mukbang pode distorcer a compreensão dos espectadores sobre hábitos alimentares saudáveis, ao modelar comportamentos inadequados relacionados à alimentação (Kim, M., et al. 2017).

É válido destacar que, indivíduos que já possuem algum transtorno alimentar como anorexia e bulimia nervosa ao desenvolverem o hábito de assistir vídeos Mukbang podem acabar evoluindo os quadros psicológicos e psiquiátricos prévios. Destaca-se que os malefícios do Mukbang não se limitam apenas aos transtornos alimentares, mas podem também desencadear transtornos de ansiedade generalizada, insônia, irritabilidade, abstinência dentre outros, afirma Siqueira (2020).

Outro aspecto preocupante é a promoção da obesidade e o surgimento de distúrbios alimentares, decorrentes da glorificação da gula e do excesso alimentar presentes nos vídeos de Mukbang. Indivíduos suscetíveis, incluindo aqueles que já apresentam sintomas de transtornos alimentares, podem ser especialmente vulneráveis aos efeitos negativos desse tipo de conteúdo. Portanto, enquanto o Mukbang pode ser uma fonte de entretenimento para muitos, é importante considerar seus potenciais impactos adversos na saúde e no comportamento alimentar dos espectadores (Loth KA., et al. 2014).

2 MATERIAIS E MÉTODOS

Este estudo se caracteriza como uma análise com enfoque metodológico qualitativo. Para a construção deste documento, foram realizadas buscas ativas em diversas plataformas acadêmicas, incluindo a Biblioteca Virtual em Saúde (BVS), a Scientific Electronic Library Online (SciELO), a National Library of Medicine dos Estados Unidos (PUBMED) e o Google Acadêmico. Os descritores utilizados para a busca foram: Mukbang, Obesidade, Transtorno alimentar e Show alimentar. Na fase inicial da pesquisa, os dados foram coletados de forma ampla e sem restrições, resultando na identificação de 11 artigos, sendo 2 oriundos do SciELO, 2 do Pubmed e 7 do Google Acadêmico. Para refinar as buscas, foi estabelecido um intervalo temporal específico, abrangendo o período de 2017 a 2024. A escolha deste período se justifica pela maior concentração de publicações relevantes. Os artigos selecionados discutem o entretenimento online de consumo excessivo de alimentos, excluindo aqueles que não abordam o Mukbang e o impacto dos distúrbios alimentares, ou que foram publicados há mais de 5 anos.

3 RESULTADOS

Uma relação parassocial, estabelecida entre o apresentador dos vídeos e o público através da visualização recorrente dos vídeos de Mukbang, é um conceito frequentemente empregado em estudos netnográficos. Esta relação parassocial tem ampliado a interação interpessoal dos espectadores, além de atenuar a sensação de solidão (CUREUS, 2023). Contudo, essa mitigação da solidão ou paradigma de associação coesa cotidiana se desintegra ao se perceber a existência de uma tensão psicológica subjacente. Especificamente, as expressões gustativas que o anfitrião exibe ao mastigar, engolir ou até mesmo ao abrir uma lata de refrigerante ou um pacote de comida, podem oferecer aos espectadores uma gama diversificada de satisfações.

No entanto, independentemente de a refeição ser confeccionada ou adquirida, praticamente todos os vídeos analisados exibiram algum tipo de refeição baseada em alimentos ultraprocessados e/ou fast-food. Isso acabou por se revelar uma característica distintiva do Mukbang brasileiro, não sendo observada na prática realizada em outros países. Esses dados contradizem os achados de Kang et al (2020) em sua pesquisa sobre o Mukbang na Coreia do Sul.

Os telespectadores desenvolvem um sentimento de relação emocional e empatia com os Mukbangers, o que pode ser atribuído ao fato de o apresentador do Mukbang geralmente compartilhar suas experiências de vida pessoal ou cotidianas com o público, o que dá aos telespectadores um senso de comunidade. Os espectadores desenvolvem um senso de relação emocional e empatia com os Mukbangers (CUREUS,2023). Foi também descoberto que assistir ao Mukbang pode ser uma significativa fonte de entretenimento. Como resultado, o Mukbang alimenta e é alimentado por essa indústria, mesmo que os autores não sejam remunerados financeiramente por isso (KICKABURUN et al., 2020).



A questão torna-se ainda mais relevante quando contextualizada na pandemia de COVID-19, período em que estudos recentes têm demonstrado um aumento no consumo de serviços de entrega de alimentos, especificamente de grandes redes de fast-food. Um exemplo disso é o estudo conduzido pela startup Mobills, que identificou um aumento de 103% nos gastos dos brasileiros com alimentação no período de janeiro a junho (MOBILI, 2020). Os praticantes de Mukbang, por sua vez, não permanecem imunes a essas mudanças, evidenciando um aumento ainda maior no consumo desses produtos (KICKABURUN et al., 2020b). Isso reflete no mundo contemporâneo, pós-pandemia, onde o consumo desse tipo de conteúdo emerge como uma força dominante na compreensão sobre a alimentação. Não que haja uma influência elevada, mas sim que esse tipo de conteúdo acaba sendo consumido de maneira pouco seletiva e consciente.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante das exposições, pode-se deduzir que a compreensão das motivações que envolvem o aumento do consumo e produção de mukbang e o impacto deste tipo de conteúdo na saúde da sociedade contemporânea é crucial para o desenvolvimento de estratégias e recursos destinados a mitigar tal prática, com o intuito de minimizar danos e prevenir possíveis consequências negativas futuras.

No entanto, a compreensão desta prática ainda é incipiente, tornando-se inviável, por enquanto, estabelecer um entendimento claro de como este material influencia psicologicamente o indivíduo, seja de maneira positiva ou negativa. De forma análoga, tal lacuna é justificada pela escassa produção de pesquisas que abordem a problemática como um potencial desafio para a comunidade.

Apesar da afirmação anteriormente destacada, é reconhecido no meio científico, embora pouco divulgado, uma variação significativa do efeito desta prática, levando alguns indivíduos a aumentar a ingestão de alimentos, enquanto pode parecer ter um efeito supressor da compulsão alimentar em outros, ou até mesmo redução de efeitos relacionados a transtornos de humor. Portanto, é imprescindível o aprofundamento dos conhecimentos sobre esta atividade para que se possa elucidar melhor seus efeitos sobre o ser humano.

Espera-se que este documento possa facilitar a elaboração do resumo expandido pelos autores, bem como a revisão dos avaliadores.



REFERÊNCIAS

ANJANI, L. et al. Por que as pessoas observam os outros comendo? Um estudo empírico sobre as motivações e práticas dos espectadores de Mukbang. In: ANAIS DA CONFERÊNCIA CHI 2020 SOBRE FATORES HUMANOS EM SISTEMAS DE COMPUTAÇÃO, 2020.

BRUNO, A. L.; CHUNG, S. Mõk pang: pague-me e eu lhe mostrarei quanto posso comer para seu prazer. *Jornal de Cinema Japonês e Coreano*, v. 9, n. 2, p. 155–171, 2017. doi: 10.1080/17564905.2017.1368150.

CHO, E. H. Um estudo sobre a tendência e o fenômeno cultural de Mukbang. *Associação de Conteúdo da J Coreia*, v. 20, n. 9, p. 68–85, 2020. Disponível em: <http://www.hcs.harvard.edu/~hcht/blog/eating-disorder>. Acesso em: 11 maio 2024.

HONG, S. K.; PARK, S. Internet Mukbang (Foodcasting) na Coreia do Sul. *Nordicom, Universidade de Gotemburgo*, 2017. Disponível em: <http://norden.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1535822&dsid=5881>. Acesso em: 11 maio 2024.

KIM, M. Alimentação extrema: “Mukbangs” são úteis ou prejudiciais para pessoas com transtornos alimentares? *Blog de Pesquisa de Alunos em Saúde Mental. Universidade de Harvard*, 2017.

KOBACO. *Pesquisa de mídia e consumo de 2019*. Seul: KOBACO, 2019. p. 106.

LOTH, K. A.; MACLEHOSE, R. F.; FULKERSON, J. A.; CROW, S.; NEUMARK-SZTAINER, D. A restrição alimentar e as práticas parentais de pressão para comer estão associadas a comportamentos alimentares desordenados em adolescentes? *International Journal of Eating Disorders*, v. 47, n. 3, p. 310–314, 2014. doi: 10.1002/eat.22189.

MOBILLS. *Gastos com alimentação por delivery sobem 103% no Brasil durante pandemia*. 2020. Disponível em: <https://www.mobills.com.br/blog/gastos-com-alimentacao-por-delivery-sobem-103-no-brasil-durante-pandemia/>. Acesso em: 23 maio 2024.

SÂNSCRITO, S. et al. O espectro de motivações por trás de assistir a vídeos mukbang e seus efeitos na saúde dos espectadores: uma revisão. *Cureus*, 2023 Aug 30;15(8):e44392. doi: 10.7759/cureus.44392. PMID: 37786568; PMCID: PMC10541680.

SIQUEIRA, Lucas. *Vamos Comer em Frente às Telas? Um Estudo de Caso do Movimento de Mukbang no Brasil*. Centro Universitário de Brasília - Uniceub. Programa de Iniciação Científica, Brasília, 2020.