

Booktube e a crítica literária na era digital: entre o engajamento e a superficialidade

Livia Eduarda Sodre De Oliveira¹

Bruno César dos Santos²

RESUMO:

O fenômeno do Booktube tem transformado a maneira como a crítica literária é consumida e compreendida, inserindo-se na lógica da atenção digital. Este estudo investiga como o engajamento, a visibilidade e os algoritmos das plataformas digitais influenciam a produção de conteúdo dos booktubers e a formação de leitores críticos. A partir de uma revisão bibliográfica fundamentada em autores como Mark Dery (2010), Loveluck (2018), Rüdiger (2016), Primo (2008), Zuboff (2021) e Sibilá (2016), analisam-se as dinâmicas do Booktube e suas implicações para o consumo literário. Os resultados indicam que, embora o Booktube promova a leitura, há uma tendência à superficialidade nas resenhas, reforçando um modelo de consumo rápido de conteúdo literário. A análise crítica desse fenômeno é essencial para compreender os impactos das mídias digitais na mediação cultural contemporânea.

PALAVRAS-CHAVE:

Booktube; crítica literária; engajamento digital; economia da visibilidade.

¹ Aluna do curso de Jornalismo da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação (FAPCOM) e participante do programa de

Iniciação Científica da FAPCOM. E-mail: 221430@sou.fapcom.edu.br;

² Professor dos cursos Bacharelados, Licenciatura e Tecnólogos da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação (FAPCOM) e docente dos grupos de pesquisa "Infotainment, kitsch e endereçamento: diálogo informal, humor velado e hibridismo genérico em programas telejornalísticos e talkshows brasileiros" e "Histórias do Rádio e da TV: Em prol da construção do museu da fala do radialismo paulista" E-mail: bruno.santos@fapcom.edu.br;

1. INTRODUÇÃO

A emergência do Booktube como fenômeno digital tem redefinido a relação entre literatura, consumo e engajamento nas plataformas online. Essa prática, que consiste na produção de vídeos sobre livros por criadores de conteúdo no YouTube, insere-se na lógica da atenção digital, onde a visibilidade e a interação são fundamentais para a consolidação da reputação de seus participantes. Ao mesmo tempo, a atividade dos booktubers tem sido alvo de críticas sobre a superficialidade das análises literárias, evidenciando um dilema entre o aprofundamento da discussão crítica e a necessidade de engajamento.

O debate em torno do Booktube levanta questões fundamentais sobre o impacto das plataformas digitais na formação de leitores, na mediação do consumo cultural e na transformação do próprio conceito de crítica literária. A popularização dos booktubers ocorre em um contexto de digitalização das interações sociais, no qual a participação em redes virtuais influencia diretamente a construção da identidade e da legitimidade dos indivíduos no espaço público. Esse fenômeno, contudo, também levanta questionamentos sobre os critérios que determinam a relevância de um conteúdo e a qualidade da discussão literária no ambiente digital.

A literatura, ao longo da história, tem sido um espaço de reflexão crítica e debate intelectual. No entanto, a inserção dessa discussão em um meio onde a visibilidade é orientada por algoritmos e dinâmicas de mercado redefine a maneira como os leitores interagem com os textos e como os livros são avaliados. Assim, este estudo busca compreender de que forma o Booktube influencia o consumo literário e a formação de leitores críticos em um ambiente marcado pela economia da atenção e pela cultura da hiperconectividade.

O Booktube contribui para o aprofundamento do pensamento crítico dos leitores ou favorece um consumo superficial de conteúdo literário? Como as dinâmicas algorítmicas e de engajamento influenciam a legitimação dos booktubers como críticos literários? Partindo dessas problemáticas, formulamos duas hipóteses: o Booktube, apesar de fomentar a leitura, privilegia a

dinâmica do engajamento e da visibilidade, em detrimento de análises aprofundadas das obras. Ademais, o funcionamento algorítmico das plataformas digitais influencia o conteúdo produzido pelos booktubers, determinando quais gêneros e autores recebem mais destaque.

O objetivo geral deste estudo é analisar como o Booktube influencia a formação de leitores críticos e a mediação do consumo literário no ambiente digital. Especificamente, busca-se examinar a relação entre o engajamento digital e a qualidade das resenhas literárias no YouTube, investigar como os algoritmos das plataformas digitais moldam o alcance e a relevância dos conteúdos literários e identificar as principais estratégias utilizadas pelos booktubers para atrair e manter a audiência.

O Booktube se consolidou como um espaço relevante para a discussão literária na era digital, mas seu impacto ainda é pouco estudado de maneira sistemática. Considerando a crescente influência das plataformas digitais na formação de opinião, é essencial compreender como essa nova dinâmica afeta a crítica literária e a própria prática da leitura. O estudo se justifica, ainda, pelo papel central que a economia da visibilidade desempenha na definição do que é considerado relevante no ambiente digital. Ao analisar o impacto dessas lógicas no consumo literário, este trabalho contribui para uma reflexão sobre o papel das mídias sociais na mediação cultural contemporânea.

Ademais, compreender os efeitos do Booktube sobre os leitores permite avaliar se essa plataforma está promovendo a democratização do acesso ao conhecimento ou reforçando padrões mercadológicos que reduzem a literatura a um objeto de consumo rápido e descartável.

Este estudo se baseia nas reflexões de Mark Dery (2010) sobre a superficialidade no consumo cultural, assim como nas discussões de Loveluck (2018) acerca da economia da visibilidade. As dinâmicas de engajamento no ambiente digital são analisadas a partir dos conceitos de Rüdiger (2016) e Primo (2008), que discutem a mediação das interações sociais pelas plataformas digitais. Zuboff (2021) contribui com a análise do "capitalismo de vigilância", permitindo compreender como as interações no YouTube são monitoradas e monetizadas.

Complementarmente, Crary (2014) e Sibilia (2016) discutem os impactos da exposição midiática na identidade dos criadores de conteúdo, abordando a transformação da crítica literária em mercadoria. Por fim, as reflexões de Bourdieu (1997) sobre os campos de produção cultural ajudam a compreender as disputas de legitimidade entre críticos tradicionais e booktubers, enquanto Han (2017, 2019) e Beiguelman (2021) analisam os impactos das plataformas digitais na construção da reputação online.

A pesquisa se desenvolve por meio de uma abordagem bibliográfica, considerando os critérios de engajamento, formato de apresentação e profundidade de possíveis resenhas. Serão apontados padrões estéticos e discursivos utilizados para atrair audiências, assim como as estratégias de monetização e otimização algorítmica. Além disso, a pesquisa busca contextualizar teoricamente a relação entre Booktube, engajamento digital e crítica literária.

2. A LEITURA EM TEMPOS DE BOOKTUBE: ENTRE A SUPERFICIALIDADE E O ENGAJAMENTO

Mark Dery (2010), em seu provocador ensaio "Não devo pensar em coisas ruins", nos convida a refletir sobre o impacto da tecnologia na leitura e no consumo cultural contemporâneo. Ao traçar paralelos entre a "psicologia adolescente do colégio", a releitura de "O Senhor das Moscas" sob a ótica de "Gossip Girl" e a crescente influência do Booktube, Dery nos alerta para os desafios e as oportunidades que a era digital apresenta para a literatura.

O Booktube, como manifestação contemporânea do Lector Digitalis, emerge da fusão do termo medieval "lector" com a cultura digital. Se o "lector" medieval lia para um público em uma sociedade ágrafa, o Lector Digitalis navega pela internet, redes sociais e aplicativos, construindo sua identidade crítica em meio à profusão de informações e à dinâmica do consumo rápido.

A oralidade, antes restrita ao espaço físico, agora se desloca para o universo virtual, reconfigurando a experiência literária e inaugurando novas formas de interação social. Dery (2010, p. 59) adverte que a tendência à superficialidade das resenhas críticas pode levar a um futuro em

que "os livros do futuro próximo constituirão nada mais do que capas; os comentários da orelha do livro e da contracapa não irão resumir o seu conteúdo, eles serão o conteúdo". Essa profecia, por vezes, se concretiza em resenhas do YouTube que priorizam elementos superficiais em detrimento de análises aprofundadas.

O Booktube, imerso na lógica da atenção digital, onde o "signum" (o visualmente percebido) suplanta o conteúdo intelectual, transforma a resenha literária em um produto de engajamento social e mercadológico. O risco inerente a esse modelo reside na substituição da análise literária pela validação numérica, onde a reputação de um crítico se mede pela quantidade de seguidores e pelo alcance de suas opiniões, e não pela profundidade de sua leitura.

Loveluck (2018) nos ajuda a compreender essa dinâmica ao introduzir o conceito de "economia da visibilidade". O autor argumenta que a participação em plataformas digitais não é um ato puramente voluntário, mas sim moldado por algoritmos que impulsionam determinados comportamentos. No Booktube, essa lógica se manifesta na necessidade de engajamento constante, na busca incessante por atualizações para manter a relevância no sistema de recomendações da plataforma.

Rüdiger (2016), por sua vez, nos convida a refletir sobre como as interações digitais reconfiguram as relações sociais e culturais. A produção de conteúdo literário para o YouTube, nesse contexto, deixa de ser um espaço de reflexão para se tornar parte de uma engrenagem de consumo rápido, onde o objetivo primordial não é o debate aprofundado sobre a obra, mas sim a capacidade de atrair e reter a atenção dos espectadores. A busca incessante por engajamento, inevitavelmente, transforma a crítica literária em uma mercadoria de consumo rápido, moldada pelas expectativas do público e pelas regras impostas pelas plataformas digitais.

Zuboff (2021), ao discutir o "capitalismo de vigilância", nos alerta para a coleta e monetização de dados pessoais e interações online. No Booktube, esse modelo se revela na formação de reputações digitais baseadas no engajamento, onde o valor de uma crítica literária é medido pelo número de visualizações e interações. As recomendações algorítmicas, nesse cenário,

influenciam a construção de narrativas e o direcionamento do consumo cultural, tornando os usuários reféns de um ciclo de produção e consumo ditado por grandes corporações de tecnologia.

Primo (2008) questiona a ideia de interação como algo puramente voluntário, argumentando que os usuários das redes digitais são, em certa medida, manipulados pelas interfaces e dinâmicas das plataformas. Essa perspectiva é fundamental para compreender como o Booktube se transforma não apenas em um espaço de discussão literária, mas também em um ambiente que reproduz as dinâmicas do mercado digital. As interações, os comentários e os debates são mediados por um sistema que prioriza conteúdos virais e engajadores em detrimento de análises aprofundadas e críticas bem embasadas.

Sibilia (2016) nos convida a refletir sobre a transformação da intimidade em mercadoria no mundo digital. No Booktube, essa lógica se manifesta na maneira como os criadores de conteúdo compartilham detalhes pessoais para fortalecer o vínculo com seus seguidores, criando uma narrativa que mescla análise literária e autoexposição. Essa fusão entre crítica e exposição pessoal redefine a experiência literária e estabelece um novo paradigma de consumo e produção de conteúdo, onde a literatura se torna um pano de fundo para a construção de marcas pessoais e capital social.

Crary (2013), ao discutir a "economia da atenção", nos alerta para a necessidade de constante visibilidade e engajamento que redefine os ritmos da vida cotidiana. No Booktube, essa lógica se traduz na busca incessante por novos conteúdos e interações, transformando o ato de ler e resenhar livros em um processo contínuo de produção de conteúdo. Essa dinâmica reflete uma realidade mais ampla do capitalismo contemporâneo, onde a atenção se tornou um recurso escasso e disputado por diversas indústrias culturais.

Diante desse cenário, a leitura crítica na era digital exige não apenas a análise textual, mas também a compreensão das dinâmicas tecnológicas, econômicas e sociais que estruturam o consumo de conteúdo nas plataformas digitais. O Booktube, como um fenômeno contemporâneo, ilustra essa transformação, onde a literatura, a crítica e o entretenimento se fundem em um novo

ecossistema de consumo e produção cultural, regido pelas lógicas do mercado e da visibilidade algorítmica.

3. BOOKTUBE E A CULTURA DIGITAL: UM DIÁLOGO ENTRE LITERATURA, CONSUMO E IDENTIDADE

Em 2021, uma booktuber expressou seu apreço pela liberdade de compartilhar suas paixões literárias nas mídias sociais, utilizando-as como um "espelho particular" onde pode se expressar livremente sobre o que ama: a leitura. Essa declaração ecoa a voz de muitos outros produtores de conteúdo literário no YouTube, os booktubers, que encontraram na plataforma um espaço para dar vida às suas reflexões sobre livros e autores.

A análise que desenvolvemos até aqui se ancora em elementos críticos e na formulação de conceitos teóricos que nos ajudam a compreender como os modelos sociais são reconfigurados pela revolução digital. As novas formações técnicas e suas aplicações têm um papel fundamental na redefinição, tanto no plano subjetivo quanto no objetivo, das relações entre indivíduos e instituições sociais. Essa transformação inaugura novas formas de sociabilidade, mediadas por plataformas digitais, redes sociais e aplicativos.

Nesse contexto, torna-se crucial aprofundar nosso olhar sobre os produtores de conteúdo literário no YouTube. Mergulharemos na análise das interações que eles estabelecem com seus seguidores e espectadores, bem como nos diferentes tipos de comentários, resenhas e análises que produzem sobre obras literárias de diversos gêneros.

A prática dos booktubers no Brasil se consolidou em um contexto de expansão do consumo digital e de um crescente interesse pela literatura, impulsionado, em grande medida, pela pandemia da Covid-19. Essa conjuntura nos convida a questionar o aumento das vendas de livros no país na última década e os fatores que contribuíram para esse fenômeno.

Uma das hipóteses levantadas sugere que a redução da desigualdade de renda entre 2003 e 2015, conforme apontado pelo Instituto Lula (2021)³, ampliou o acesso da população ao consumo cultural, incluindo os livros. A formação de um novo público leitor, nesse período, coincide com o surgimento de editoras voltadas para públicos específicos, consolidando um mercado literário segmentado, especialmente entre leitores de 14 a 40 anos. Esse fenômeno está associado ao consumo midiático de narrativas nostálgicas, como séries e filmes inspirados nos anos 1980.

Dois aspectos centrais sustentam essa análise: o tempo que o brasileiro dedica ao consumo de informações digitais e a influência da cultura midiática tradicional, como jornal, rádio, cinema e televisão, na construção de discursos e na disseminação de desinformação. Esses fatores moldam a produção de conteúdo dos booktubers, cuja atividade é predominantemente feminina, o que nos leva a questionar a relação entre mulheres, sociedade de consumo e identidade digital.

O conceito de booktuber, que emergiu na década de 2010, distingue-se do youtuber pela sua especialização em conteúdo literário. No Brasil, essa prática ganhou destaque a partir de 2009, com a crescente personalização dos canais e a possibilidade de monetização de vídeos no YouTube. Esse fenômeno pode ser analisado à luz da teoria de Eugênio Bucci (2021) sobre a "economia do olhar", na qual a atenção se torna um ativo valioso na economia digital. A crítica literária, dentro dessa lógica, transforma-se em uma ferramenta de engajamento, impulsionada pela busca por seguidores e relevância social.

Hernández e Toledo (2018) destacam que a produção de vídeos no YouTube envolve conhecimentos técnicos e um processo de mediação estética que estreita a ligação subjetiva entre o criador de conteúdo e seu público. Essa relação é constantemente moldada pelo algoritmo da plataforma, que privilegia determinados formatos e temáticas em detrimento de outros. Zuboff (2021), ao discutir o capitalismo de vigilância, enfatiza como os dados dos usuários são transformados em ativos econômicos, o que implica que a visibilidade de um canal depende diretamente das estratégias de otimização algorítmica adotadas pelos criadores de conteúdo.

³ Instituto Lula. "Desigualdade caiu nos governos Lula e Dilma". 26 de outubro de 2021. Disponível em: <https://abre.ai/l3By>. Acesso em 28 nov de 2023.

Um dos desafios enfrentados pelos booktubers é a "circularidade", processo em que alguns canais, inicialmente focados em literatura, expandem suas temáticas para alcançar um público mais amplo. Essa adaptação é uma resposta à lógica das plataformas digitais, onde a permanência e o engajamento dependem da diversificação dos conteúdos.

Alguns canais começaram com resenhas literárias, mas que gradualmente incorporaram análises de filmes e séries, tornando-se um espaço de discussões culturais mais amplas. Da mesma forma, outros canais expandem sua atuação para conteúdos de estilo de vida e organização pessoal, buscando atrair um público mais diversificado.

Para compreender as nuances desse fenômeno, é preciso considerar aspectos como tempo de existência do canal, público-alvo, viés ideológico, estética e performance dos criadores, número de seguidores e engajamento. Esses fatores têm um impacto direto na relevância e na monetização dos canais, gerando uma disputa por atenção e visibilidade. O canal Narrativas Contemporâneas, por exemplo, ao abordar discussões sociais relacionadas à literatura, atrai um público engajado em debates críticos, diferenciando-se de perfis que priorizam o entretenimento leve e descompromissado.

A performance e a oralidade no Booktube podem ser analisadas a partir do conceito de "oralidade secundária", proposto por Walter Ong (1998), que descreve o impacto das mídias digitais na transformação da comunicação oral. Paula Sibilia (2016) ressalta que a exposição de si no ambiente digital reconfigura as relações entre público e produtor de conteúdo, tornando a identidade do criador um elemento central na construção de sua credibilidade e influência.

Assim, podemos encontrar canais que apostam em vídeos curtos e dinâmicos para conquistar o público jovem, enquanto outros trazem reflexões aprofundadas sobre os impactos sociais da literatura. Zumthor (2018) reforça essa perspectiva ao destacar o papel da performance vocal e visual na construção do discurso literário digital. No YouTube, os booktubers não se limitam a resenhar livros, mas utilizam elementos audiovisuais e estratégias comunicacionais para consolidar sua reputação dentro da plataforma.

Briggs e Burke (2004) apontam que, historicamente, a oralidade sempre desempenhou um papel central na difusão da informação, e, no contexto digital, esse aspecto é amplificado pela interatividade das mídias sociais. O sociólogo John Thompson (1998) categoriza a interação mediada em três formas principais: interação face a face, interação mediada e quase-interação mediada.

No caso dos booktubers, observa-se uma interseção entre esses formatos, pois, embora sua comunicação seja monológica e transmitida via vídeo, a seção de comentários e a resposta do público criam uma dimensão interativa. A atividade dos booktubers, portanto, está inserida em uma lógica midiática mais ampla, na qual a reputação, a estética e a performance são determinantes na fidelização de um público. O ambiente digital transforma a literatura em um objeto de consumo moldado por dinâmicas de visibilidade, engajamento e monetização, redefinindo as relações entre crítica literária e cultura digital.

4. DO HOBBY AO TRABALHO: A ECONOMIA DA CRIATIVIDADE E O BOOKTUBE

As transformações do mercado de trabalho no ambiente digital, impulsionadas por plataformas como o YouTube, têm remodelado as relações entre produção de conteúdo e consumo. O YouTube, concebido como um espaço descentralizado e de aparente liberdade, emerge como uma plataforma que busca dar respostas a diversas questões contemporâneas, especialmente no que diz respeito à interação entre público e privado e à expansão da cultura digital. Essa nova configuração do trabalho digital tem se mostrado particularmente relevante diante de desafios

como a pandemia e a inserção precária dos jovens no mercado de trabalho, faixa etária que compreende indivíduos entre 16 e 35 anos, conforme dados da plataforma aPalavras (2021)⁴.

O discurso da criatividade como solução universal tem sido amplamente difundido, muitas vezes desconsiderando sua viabilidade concreta. A lógica predominante incentiva a produção e o compartilhamento de ideias, equilibrando uma alta demanda por conteúdo com a dinâmica do autosserviço.

Essa concepção reflete a apropriação capitalista da criatividade, conforme apontado por Sibilia (2016), ao transformar a expressão individual em mercadoria e ao promover a ilusão de autonomia e liberdade produtiva. Assim, a ideologia do "novo espírito do capitalismo" se estrutura sobre essa instrumentalização da criatividade, na qual a liberdade de expressão se converte em um mecanismo de exploração.

Nesse contexto, a literatura para jovens adultos (Young Adults) tornou-se um nicho explorado pelas grandes corporações de tecnologia e comércio eletrônico. A estética do consumo de livros tem sido cada vez mais associada a uma imagem juvenil e digitalizada, reforçada pela publicidade de empresas de telefonia como Claro e Vivo, que promovem uma interação digital idealizada. Essas campanhas frequentemente retratam jovens em cenários confortáveis e sofisticados, dissociados da realidade da maioria da população brasileira, especialmente diante da crise econômica dos últimos anos e do elevado custo da internet no país (Zuboff, 2021).

Uma breve observação de booktubers – criadores de conteúdo dedicados à literatura no YouTube – sinaliza um possível padrão recorrente: a predominância de jovens entre 16 e 35 anos, geralmente inseridos em ambientes visivelmente planejados para transmitir conforto e sofisticação. Ao buscar vídeos sobre booktubers na plataforma, observa-se uma ênfase estética padronizada, evidenciada pela apresentação de thumbnails chamativas e pelo estilo de comunicação adotado pelos influenciadores.

⁴ Dados da plataforma aPalavras (2021) revelam que a faixa etária brasileira mais afetada pela falta de empregos a partir de 2020 tem encontrado na ressignificação do trabalho uma forma de subsistência. Ubers, bikers, digital influencers e criadores de conteúdo +18 são exemplos de profissões que exigem conexão constante (24/7) para garantir a sobrevivência desses trabalhadores. Disponível em: <https://abre.ai/l3BO>. Acesso em 14 nov. 2023.

A prática de exibir pilhas de livros como símbolo de autoridade literária é um elemento recorrente, sugerindo uma relação entre quantidade de obras possuídas e legitimidade crítica. Como afirma Beiguelman (2021), a sociedade contemporânea é marcada pelo consumo de símbolos e não apenas de produtos, o que torna a imagem do booktuber um fator fundamental para sua influência.

Além disso, a construção da empatia no ambiente digital é um aspecto central para a relação entre criadores e seguidores. A sociabilidade nas redes digitais envolve um estado de identificação mútua, no qual os booktubers buscam estabelecer proximidade emocional com sua audiência. Contudo, essa dinâmica também levanta questionamentos sobre a influência de opiniões não embasadas criticamente no consumo literário e na formação de percepções sobre obras e autores. Segundo Adorno e Horkheimer (1985), a indústria cultural estabelece padrões de consumo que determinam o que deve ser lido e apreciado, muitas vezes em detrimento da diversidade e do pensamento crítico.

A estrutura de comunicação dos booktubers frequentemente se assemelha ao formato jornalístico conhecido como "Talking Head", no qual o criador de conteúdo fala diretamente para a câmera, conferindo um tom de proximidade e autoridade ao discurso. Essa estratégia, amplamente utilizada na televisão, é combinada com um suposto amadorismo, conferindo aos vídeos um caráter de autenticidade.

No entanto, outras formas de interação também são exploradas, como a narração descritiva de livros sem a presença da imagem do influenciador. Essa prática reforça o conceito de "capital simbólico" proposto por Bourdieu (1997), no qual a credibilidade é construída não apenas pelo conteúdo apresentado, mas pela forma como ele é transmitido e interpretado pelo público.

A relação entre estética, semiótica e retórica nos vídeos de booktubers é fundamental para compreender seu impacto. A semiótica dos vídeos enfatiza signos de bem-estar e interação acessível, enquanto a estética digitalizada privilegia a produção de emoções e engajamento. Já a retórica se baseia na valorização de determinados perfis de criadores, onde a aparência e a adequação a padrões estéticos predominantes influenciam diretamente a visibilidade e o sucesso

de um canal. Como apontado por Sibilia (2016), a beleza e a exposição visual assumem um papel determinante na construção da credibilidade digital, muitas vezes em detrimento de uma análise crítica aprofundada.

A digitalização do olhar e do toque, discutida por Beiguelman (2021), reforça a imersão dos indivíduos na lógica das mídias digitais. Desde a popularização das telas sensíveis ao toque, a cultura digital passou a incorporar novas formas de interação sensorial, intensificando a relação entre consumo e identidade.

Esse fenômeno evidencia um deslocamento da percepção tradicional da realidade para um espaço mediado por algoritmos e imagens idealizadas, no qual a reputação digital se torna um fator crucial para a validação social. A esse respeito, Han (2017) alerta para a emergência de um "panóptico digital", no qual os indivíduos se autorregulam incessantemente para se manterem visíveis e socialmente aceitos.

Neste sentido, a influência do booktuber na construção de identidade e pertencimento é relevante, pois é possível acompanhar criadores de conteúdo que compartilham experiências similares proporciona um senso de representatividade e acolhimento. No entanto, a busca por visibilidade digital de tais *young adults* também impõe desafios, especialmente no que diz respeito à gestão da própria imagem e à pressão para corresponder às expectativas do público. Como aponta Goffman (1988), a construção da identidade social no ambiente digital é um processo performático, no qual o indivíduo precisa constantemente administrar sua autoimagem.

Dessa maneira, a análise da produção de conteúdo digital e da construção de identidade no YouTube revela contradições inerentes à promessa de liberdade e criatividade. A busca por reconhecimento e pertencimento no ambiente digital está imbricada em uma estrutura de controle que regula a visibilidade e influencia as escolhas individuais, transformando a produção cultural em um campo de disputa por legitimidade e poder.

5. A REINVENÇÃO DO AUTOR: TRABALHO, IDENTIDADE E ENGAJAMENTO NO UNIVERSO DOS BOOKTUBERS

A ascensão dos booktubers como influenciadores digitais no cenário literário contemporâneo suscita uma série de reflexões acerca do trabalho no ambiente digital, da construção da identidade e das lógicas de engajamento nas redes sociais. A partir das contribuições de Sennett (2006), Goffman (1988) e Simmel (1973) sobre competição, identidade social, isolamento e liberdade individual, este estudo se propõe a analisar os processos que envolvem a inserção e a manutenção de um criador de conteúdo no universo dos booktubers, buscando compreender como se dá a transição de um hobby para uma atividade com relevância econômica no mundo do trabalho digitalizado.

A questão central que se coloca é: como alguém se torna um booktuber? Para responder a essa pergunta, é fundamental analisar os mecanismos pelos quais esses criadores de conteúdo constroem seus vídeos e estabelecem relações com seus seguidores. Seus canais abordam práticas relacionadas à leitura e seus derivados, como quadrinhos, filmes e séries, e seus conteúdos podem variar desde resenhas críticas e comentários superficiais até a exibição estética de livros e prateleiras, cuja composição visual influencia diretamente na reputação do criador.

A construção da identidade de um booktuber vai além da discussão literária, abrangendo também a apresentação de aspectos pessoais da vida cotidiana, como rotinas de academia, viagens e preferências de consumo. Essa ampliação de temas contribui para a manutenção da visibilidade e do engajamento, elementos cruciais para se destacar no algoritmo das plataformas digitais. Dessa forma, o sucesso de um booktuber não se limita à qualidade do conteúdo literário, mas passa pela capacidade de se manter relevante dentro da lógica das redes sociais.

A análise do vídeo "Confissões de Trabalhar no Booktube – Dicas para Iniciantes⁵" ilustra essa dinâmica. Com um conteúdo de 35 minutos e um alto índice de interação, evidenciado pelos mais de quatrocentos comentários, o vídeo demonstra como o público digital participa ativamente das discussões e da construção da reputação do criador de conteúdo. A trajetória da booktuber analisada, que iniciou seu canal comentando jogos digitais antes de migrar para os livros, revela a

⁵ Disponível em: <https://abre.ai/l3B5>. Acesso em 06 dez de 2023.

fluidez das temáticas dentro do YouTube e a necessidade de adaptação ao que gera maior conexão com o público.

O vídeo aborda pontos centrais como estratégias de monetização, precificação de resenhas patrocinadas e a importância de dominar ferramentas de edição de vídeo. A prática do "Talking Head", ou seja, a habilidade de falar para a câmera de maneira natural e engajadora, é apontada como essencial para a construção da identidade do booktuber. A booktuber entrevistada enfatiza que a comunicação eficiente, aliada à edição de qualidade, são elementos cruciais para se consolidar na plataforma.

No contexto digital, as redes sociais operam sob lógicas estéticas distintas das tradicionais, conforme apontado por Beiguelman (2021). O YouTube, o Instagram e o TikTok não seguem os cânones cinematográficos clássicos, mas sim um modelo de produção e consumo imagético que valoriza a espontaneidade e a acessibilidade. Essa nova configuração midiática impacta diretamente a maneira como os booktubers se posicionam e interagem com seus seguidores.

Outro aspecto essencial é a disciplina na produção de conteúdo. A booktuber analisada menciona a necessidade de estabelecer metas de leitura e cronogramas de postagem para garantir a regularidade e a fidelização do público. A recorrência da presença digital é um fator determinante para a manutenção da relevância no algoritmo, o que se relaciona com as reflexões de Goffman (1988) sobre a interação social e a construção da identidade no espaço público.

A cultura digital impõe a necessidade de estar constantemente online, o que remete à noção de "empreendedorismo de si", conforme teorizado por Foucault (2010). O trabalho no ambiente digital é frequentemente idealizado como uma atividade autônoma e libertadora, mas, na prática, envolve uma série de exigências e pressões para a manutenção da visibilidade. Byung-Chul Han (2019) complementa essa perspectiva ao discutir a psicopolítica contemporânea, na qual o neoliberalismo se apropria das subjetividades dos indivíduos, incentivando um modelo de produtividade incessante baseado na autoexploração.

Essa lógica de exposição constante é reforçada pelo impacto dos algoritmos na definição do que é relevante ou não no ambiente digital. A plataforma YouTube, por exemplo, estabelece

critérios rígidos para a monetização, exigindo um número mínimo de seguidores e de horas assistidas para que o criador de conteúdo possa obter retorno financeiro. Assim, a inserção no universo dos booktubers passa não apenas pelo interesse genuíno pela literatura, mas também por um entendimento aprofundado das dinâmicas de engajamento e visibilidade.

A reputação digital, um dos principais ativos de um booktuber, é construída a partir da interação com seguidores e do reconhecimento da comunidade. Esse fenômeno pode ser compreendido a partir da teoria do simulacro de Baudrillard (1972), na qual a imagem passa a ter mais importância do que a realidade subjacente. No caso do YouTube, a projeção de uma identidade visual e comunicativa eficaz é determinante para o sucesso do canal.

As relações entre produção de conteúdo e consumo digital também envolvem problemáticas relacionadas à disseminação de informações e à credibilidade dos influenciadores. A atuação dos booktubers pode, em alguns casos, gerar desinformação ou superficialidade na análise literária, o que se conecta às discussões sobre fake news e pós-verdade abordadas por D'Ancona (2018) e Da Empoli (2020). A crescente influência dos criadores de conteúdo no consumo literário e na formação de opiniões reforça a necessidade de uma abordagem crítica sobre a confiabilidade das informações veiculadas no ambiente digital.

Além disso, o conceito de "Neoliberalês" de Cardoso, Gonçalves e Gutiérrez (2022) pode ser aplicado para compreender a maneira como discursos de autonomia e liberdade de criação de conteúdo são, na realidade, moldados por estruturas de controle e vigilância. O trabalho digitalizado dos booktubers, assim como outras formas de empreendedorismo digital, insere-se nessa lógica de hiperprodução e autoexploração.

Por fim, a ascensão dos booktubers impacta diretamente o mercado editorial, com editoras voltadas para o público jovem, como DarkSide, Intrínseca e Pipoca & Nanquim, utilizando a influência desses criadores para impulsionar suas vendas. A sinergia entre booktubers e editoras demonstra como as mídias digitais transformaram o consumo literário, inserindo a literatura em um ecossistema de engajamento e influência digital.

Dessa maneira, ser um booktuber vai muito além do simples ato de resenhar livros; envolve compreender as dinâmicas do mercado digital, explorar estratégias de engajamento e construir uma identidade sólida que dialogue com o público. A autonomia aparente dessa atividade esconde desafios e exigências que colocam os criadores de conteúdo em uma posição ambígua entre a liberdade e a submissão às regras do algoritmo.

6. A LEGITIMIDADE EM DISPUTA: BOOKTUBERS, CONSUMO LITERÁRIO E A CULTURA DIGITAL

A dinâmica do cenário digital contemporâneo é caracterizada pela crescente relevância das interações mediadas pela internet, com destaque para o YouTube e a proeminência dos booktubers. A busca por sociabilidade no ambiente digital tem incentivado uma nova lógica de exposição, na qual a juventude, seja ela autêntica ou simulada, desempenha um papel central. Esse fenômeno não é novo: nas últimas décadas, as tecnologias da informação e comunicação (TICs) têm transformado as formas de interação social, estabelecendo espaços de troca e debate que se iniciaram nos blogs e se desenvolveram nas redes sociais e plataformas audiovisuais.

Desde os anos 2000, a blogosfera se firmou como um ambiente aberto para a divulgação de opiniões, permitindo que indivíduos comuns publicassem conteúdo sem a necessidade de aprovação institucional. A divisão dos blogs em categorias – pessoais, corporativos e temáticos – antecipou a estrutura das redes sociais contemporâneas, que incorporaram esses modelos ao possibilitar a produção descentralizada de conhecimento.

No entanto, como adverte Andrew Keen (2009), a natureza amadora da internet acarreta desafios significativos, como a disseminação de informações imprecisas e o enfraquecimento do

papel dos especialistas. Para Keen, a internet abriu espaço para influenciadores desprovidos de expertise acadêmica exercerem considerável influência sobre grandes públicos, comprometendo a confiabilidade da informação disponível online.

Esse contexto favoreceu a propagação de fenômenos como as fake news e as chamadas teorias da conspiração, que passaram a ser instrumentalizadas politicamente (DA EMPOLI, 2020). A liberdade proporcionada pelo digital, antes vista como um meio de democratizar o acesso ao conhecimento, revelou-se uma ferramenta sujeita à distorção da realidade.

A noção de "amadorismo", historicamente associada à dedicação desinteressada a um campo do saber, foi ressignificada para justificar a substituição do conhecimento técnico-científico por opiniões leigas (D'ANCONA, 2018). Esse processo se intensificou nas últimas décadas, impulsionado pelo avanço das plataformas digitais e pela lógica de engajamento baseada na atração emocional e na reafirmação de crenças pessoais.

A ascensão do YouTube como um dos principais espaços de circulação de informação na internet reforçou essa dinâmica. Desde sua criação em 2005, a plataforma promoveu a popularização do vídeo como meio de expressão, permitindo que qualquer usuário produzisse e disseminasse conteúdo. Inicialmente, a estética amadora predominava, refletindo a lógica do "faça você mesmo".

Contudo, com o passar dos anos, a profissionalização dos youtubers alterou o padrão das produções, embora a aparência de espontaneidade ainda seja mantida como estratégia de aproximação com o público (BEIGUELMAN, 2021). Essa característica é particularmente evidente nos canais de booktubers, nos quais a linguagem informal e o tom pessoal são utilizados para gerar identificação e engajamento.

A pandemia de Covid-19 intensificou ainda mais o papel do digital na construção de narrativas e na formação de opinião. O isolamento social levou ao aumento do consumo de conteúdo online, ao mesmo tempo em que impulsionou a propagação de desinformação. A Organização Mundial da Saúde (OMS) cunhou o termo "infodemia" para descrever a avalanche de informações falsas que circularam no período, muitas das quais associadas ao negacionismo

científico e a discursos políticos polarizados. No Brasil, esse fenômeno se manifestou de maneira acentuada, com figuras públicas utilizando plataformas como YouTube e Instagram para questionar medidas sanitárias e promover pseudociências.

A lógica da reputação digital, como observada por Morozov (2018), reforça a ideia de que a visibilidade online se tornou um critério fundamental para a legitimação de discursos. No YouTube, a construção da autoridade não está necessariamente atrelada ao conhecimento acadêmico ou à experiência profissional, mas à capacidade de engajamento e à estética do conteúdo.

No universo dos booktubers, isso significa que avaliações literárias podem ganhar notoriedade não por sua profundidade analítica, mas pela conexão emocional que estabelecem com o público. Esse fenômeno remete à análise de Pierre Bourdieu (1997) sobre os campos de produção cultural, nos quais diferentes agentes disputam a definição de legitimidade e valor.

Dentro dessa lógica, a literatura se torna não apenas um objeto de consumo, mas um elemento central na criação de comunidades digitais. A hierarquização de obras literárias em canais de booktubers não se dá apenas com base em critérios estéticos ou narrativos, mas também na popularidade de determinados autores e gêneros. Essa dinâmica reforça padrões de exclusão e reafirma a lógica mercadológica do consumo literário, na qual a visibilidade digital pode ser determinante para o sucesso comercial de um livro.

Autores como Appadurai (2008) e Jameson (2021) contribuem para a compreensão desse fenômeno ao destacar como a produção e o consumo de bens culturais no digital são mediadas por estruturas simbólicas e econômicas. Appadurai ressalta que mercadorias possuem trajetórias sociais distintas, sendo interpretadas de maneiras diversas a depender de seu contexto de circulação.

No caso do YouTube, a literatura se torna um artefato de status, cujo valor é constantemente negociado entre produtores de conteúdo e suas audiências. Já Jameson, ao analisar o papel da ficção na construção de imaginários, aponta que o digital tem sido um espaço fértil para a

reconfiguração das fronteiras entre realidade e fantasia, permitindo que discursos conspiratórios ganhem tração.

Dessa forma, a crescente digitalização das práticas de leitura e o papel central dos booktubers na mediação desse consumo demonstram a necessidade de um olhar crítico sobre os impactos do ambiente digital na formação de opinião e na circulação de conhecimento. A disputa por legitimidade no YouTube reflete transformações mais amplas nas relações entre saber, mercado e engajamento, ressaltando os desafios impostos pela era da informação descentralizada.

7. CONCLUSÃO

Com base na revisão bibliográfica realizada, verifica-se que as hipóteses iniciais foram validadas. O Booktube, apesar de incentivar a leitura, prioriza a lógica do engajamento digital e da visibilidade em detrimento da profundidade analítica das resenhas literárias. A mediação do consumo cultural pelas plataformas digitais tende a favorecer conteúdos que maximizam o alcance e a retenção do público, muitas vezes em detrimento da crítica literária tradicional.

Os objetivos deste estudo foram alcançados, permitindo uma compreensão mais ampla sobre o impacto do Booktube na formação de leitores críticos e na circulação de conteúdos literários. A pesquisa destacou que a economia da visibilidade e o funcionamento dos algoritmos influenciam diretamente a produção de conteúdo dos booktubers, moldando a maneira como livros são avaliados e recomendados.

Autores como Mark Dery (2010), Loveluck (2018), Rüdiger (2016), Primo (2008), Zuboff (2021) e Sibilia (2016) foram essenciais para embasar a análise das dinâmicas digitais que estruturam o Booktube. Suas contribuições teóricas permitiram compreender como as interações mediadas pelos algoritmos e pela lógica da economia da atenção impactam a crítica literária e a mediação cultural na contemporaneidade. Assim, o estudo reforça a necessidade de futuras investigações sobre as implicações desse fenômeno para a formação de leitores e para a crítica literária no ambiente digital.

8. REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

APPADURAI, Arjun. Introdução: Mercadorias e a Política do Valor. IN: APPADURAI, Arjun. **A vida social das coisas. As mercadorias sob a perspectiva cultural**. Niterói: Universidade da Federal Fluminense, 2008.

Para uma crítica da economia política do signo. São Paulo: Martins Fontes, 1972.

BEIGUELMAN, Giselle. **Políticas da imagem. Vigilância e resistência na dadosfera**. São Paulo: Ubu Editora, 2021.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão. Seguido de A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRIGGS, Asa. BURKE, Peter. **Uma história social da mídia. De Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BUCCI, Eugênio. **A Superindústria do Imaginário. Como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

CARDOSO, Artur. GONÇALVES, Lucas. GUTIÉRREZ, Victoria. **O Neoliberalês. Um ensaio filosófico sobre o idioma da sociedade do desempenho**. Santa Catarina: Clube de Autores, 2022.

CRARY, Jonathan. **24/7. Capitalismo tardio e os fins do sono**. São Paulo: Cosac e Naify, 2014.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade. A nova guerra contra os fatos em tempos de fake news**. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DA EMPOLI, Giuliano. **Os engenheiros do caos**. São Paulo: Vestígio, 2020.

DERY, Mark. **Não devo pensar em coisas ruins. Ensaios sobre o Império Americano, cultura digital, pornografia pós-humana e o simbolismo sexual do dedão da Madonna**. Porto Alegre/RS: Sulina, 2010.

FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

GOFFMAN, Erving. **Estigma. Notas sobre a Manipulação da Identidade Deteriorada.** Rio de Janeiro: Editora Guanabara Koogan, 1988.

HAN, Byung-Chul. **A salvação do belo.** Petrópolis: Vozes, 2019.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência.** Petrópolis: Vozes, 2017.

HERNÁNDEZ, J. A. Cerón. TOLEDO, E. de la Garza. Os Youtubers como trabalhadores não clássicos. IN: BRIDI, M. Aparecida. LIMA, J. Carlos (orgs). **Flexíveis, virtuais e precários? Os trabalhadores em tecnologias de informação.** Paraná: Editora UFPR, 2018.

JAMESON, Fredric. **Arqueologias do futuro: O desejo chamado Utopia e outras ficções científicas.** Belo Horizonte/MG: Autêntica, 2021.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009

KEEN, Andrew. **O culto do amador. Como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

LOVELUCK, Benjamin. **Redes, Liberdades e Controle. Uma genealogia política da internet.** Petrópolis/RJ: Vozes, 2018.

MOROZOV, Yevgeny. **Big Tech. A ascensão dos dados e a morte da política.** São Paulo: Editora Ubu, 2018.

ONG, Walter J. **Oralidade e cultura escrita: A tecnologização da palavra.** Trad. Enid Abreu Dobránsky. Campinas: Papirus, 1998.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador. Comunicação. Cibercultura. Cognição.** Porto Alegre/RS: Editora Sulina, 2008.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da Cibercultura. Perspectivas, questões e autores.** Porto Alegre: Sulina, 2016.

SENNETT, Richard. **A cultura do novo capitalismo.** Rio de Janeiro: Record, 2006.

SIMMEL, Georg. O indivíduo e a diáde. IN: CARDOSO, Fernando Henrique e IANNI, Octavio. **Homem e Sociedade. Leituras básicas de Sociologia geral.** São Paulo: Editora Nacional, 1973.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade. Uma teoria social da mídia.** Petrópolis/RJ: Vozes, 1998.

SIBILIA, Paula. **O show do Eu. A intimidade como espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância. A luta por um futuro humano na nova fronteira do poder.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.

ZUMTHOR, Paul. **Performance, Recepção e Leitura.** São Paulo: Ubu, 2018.

