

**“Tudo por uma Segunda Chance”:
uma análise da recepção da telenovela vertical da Globo no *TikTok***

***“Tudo por uma Segunda Chance”:
an analysis of the reception of Globo’s vertical telenovela on TikTok***

Toni Lucas Bento CARNEIRO¹
Cecília Costa Medeiros do NASCIMENTO²

Resumo

A presente pesquisa investiga a recepção da novela vertical, formato de teledramaturgia nativo das redes sociais digitais, a partir da análise dos comentários da produção *Tudo por uma Segunda Chance* (2025), lançada pela Rede Globo no *TikTok*. O estudo parte da revisão histórica do gênero telenovela no Brasil, desde sua fase sentimental e realista na televisão aberta até as recentes reconfigurações narrativas impulsionadas pelo *streaming*. Adotando como aporte teórico-metodológico a Teoria das Mediações de Martín-Barbero (1997) e os estudos de recepção de Lopes, Borelli e Resende (2002), propõe-se uma transposição metodológica para o ambiente digital, atualizada pelas contribuições de Bonin (2024) sobre o sujeito comunicante e o bios midiático. A análise qualitativa de conteúdo, focada nas categorias de “tecnicidade da plataforma”, “matriz melodramática” e “sujeito comunicante”, revela como a compressão temporal e a verticalidade do formato modulam a experiência de recepção.

Palavras-chave: Telenovela vertical. Recepção. Teoria das Mediações. *TikTok*. *Tudo por uma Segunda Chance*.

Abstract

This research investigates the reception of the vertical telenovela, a teledramaturgy format native to digital social networks, based on the analysis of comments on the production *Tudo por uma Segunda Chance* (2025), released by Rede Globo on TikTok. The study begins with a historical review of the telenovela genre in Brazil, ranging from its sentimental and realistic phases on broadcast television to the recent narrative reconfigurations driven by streaming. Adopting Martín-Barbero's (1997) Theory of Mediations and the reception studies of Lopes, Borelli, and Resende (2002) as a theoretical-methodological framework, the paper proposes a methodological transposition to the digital environment, updated by Bonin's (2024) contributions regarding the communicating subject and the media bios. The qualitative content analysis, focused on the categories of “platform technicality”, “melodramatic matrix”, and

¹ Doutorando em Estudos da Mídia na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN).
E-mail: tonnilucas@gmail.com

² Mestranda em Estudos da Mídia na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN).
Bolsista CNPq. E-mail: 88medeirosceci@gmail.com

“communicating subject”, reveals how temporal compression and the format's verticality modulate the reception experience.

Keywords: Vertical telenovela. Reception. Theory of Mediations. TikTok. Tudo por uma Segunda Chance.

Introdução

A telenovela brasileira consolidou-se, ao longo das últimas décadas, como a principal “narrativa da nação” (Lopes, 2009), desempenhando um papel central na organização do cotidiano e na construção de um imaginário compartilhado no país. Historicamente, este gênero demonstrou uma notável capacidade de adaptação, transitando entre diferentes estilos narrativos, e ajustando-se às transformações tecnológicas e sociais, do rádio para a televisão aberta e, mais recentemente, para as plataformas de *streaming* (Rocha; Ferreira, 2023).

Neste cenário de convergência e fragmentação, emerge a novela vertical ou microdrama, um formato nativo das redes sociais que radicaliza a lógica de consumo rápido e a estética voltada para as telas de *smartphones*. Em um movimento estratégico de adaptação ao ecossistema algorítmico, a Rede Globo lançou, em novembro de 2025, sua primeira produção original concebida exclusivamente para esse ambiente: *Tudo por uma Segunda Chance*.

Produzida pelos Estúdios Globo, a obra conta com roteiro de Rodrigo Lassance e direção artística de Adriano Melo. A trama, protagonizada por Daniel Rangel (Lucas), Debora Ozório (Paula) e Jade Picon (Soraia), apresenta uma estrutura de melodrama clássico adaptada ao tempo das redes: Lucas e Paula formam um casal apaixonado cuja felicidade desperta a inveja de Soraia, que, obcecada pelo rapaz, trama um plano para separá-los³. O microdrama é composto por 50 capítulos, com duração média de dois a três minutos cada, disponibilizados semanalmente em blocos de 10 episódios. A distribuição é transmidiática e gratuita, ocorrendo simultaneamente nos perfis oficiais da emissora no *TikTok*, *Instagram*, *Facebook*, *X* (antigo *Twitter*) e *YouTube*.

³ Informações técnicas sobre a novela *Tudo por uma Segunda Chance* foram extraídas da matéria “Tudo por uma Segunda Chance estará disponível no Globoplay a partir desta sexta”, publicada no portal Gshow. Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/tudo-por-uma-segunda-chance/noticia/tudo-por-uma-segunda-chance-estara-disponivel-no-globoplay-a-partir-desta-sexta.ghml>. Acesso em: 11 dez. 2025.

A presente pesquisa tem como objetivo investigar a recepção deste novo formato, analisando como os usuários do *TikTok* interagem a partir da narrativa proposta pela emissora. O problema central reside em compreender de que maneira a compressão temporal e a tecnicidade da plataforma modulam a experiência do melodrama, e como o público — outrora concebido apenas como espectador — exerce sua agência em um ambiente que convida à participação imediata.

Para tanto, este estudo fundamenta-se na Teoria das Mediações de Martín-Barbero (1997) e nos estudos de recepção de Lopes, Borelli e Resende (2002), realizando uma transposição metodológica necessária para o ambiente digital. Esta abordagem é atualizada pelas contribuições de Bonin (2024), que propõe as noções de bios midiático e sujeito comunicante para dar conta das dinâmicas contemporâneas onde a recepção se entrelaça com a produção de comunicação.

Metodologicamente, realiza-se uma análise qualitativa dos comentários mais relevantes nos três primeiros capítulos da trama, observados a partir de três categorias analíticas: a Tecnicidade da plataforma, a Matriz melodramática e a atuação do Sujeito comunicante. O trabalho busca, assim, refletir sobre as tensões e hibridismos entre a tradição teledramatúrgica brasileira e as novas lógicas de consumo impostas pelas redes sociais.

A telenovela no Brasil

Para compreender a centralidade da telenovela na cultura brasileira, é necessário revisitar sua trajetória histórica e as transformações estéticas e narrativas que a consolidaram como uma “narrativa da nação” (Lopes, 2009). Segundo Lopes (2009), a telenovela brasileira não é apenas um produto de entretenimento, mas um fenômeno representativo da modernidade do país, caracterizado pela capacidade de combinar o arcaico e o moderno, fundindo dispositivos narrativos tradicionais com imaginários contemporâneos. A evolução do gênero no Brasil pode ser compreendida a partir de uma periodização proposta por Lopes (2009), que divide a história da telenovela em três fases distintas: a fase sentimental (1950-1967), a fase realista (1968-1990) e a fase naturalista (desde 1990).

O período inicial, que Lopes (2009) classifica como fase sentimental (1950-1967), foi marcado pela adaptação de modelos estrangeiros (Mattelart; Mattelart, 1989). De

acordo com Mattelart e Mattelart (1989), a produção do gênero baseava-se essencialmente em roteiros importados ou adaptações de romances populares, herdando o estilo folhetinesco dos dramas mexicanos e argentinos, sem um compromisso direto com a realidade brasileira. Para os autores, o grande marco dessa fase foi *O Direito de Nascer* (1965), que reeditou na televisão o sucesso radiofônico e incentivou as emissoras a ampliarem suas grades de teledramaturgia. Mattelart e Mattelart (1989) apontam ainda que a consolidação desse gênero foi o gatilho para que autores nacionais começassem a criar seus próprios roteiros, iniciando um processo de libertação dos textos importados.

A transição para a fase realista ocorre com um marco fundamental na teledramaturgia nacional: a exibição de *Beto Rockfeller* (1968), pela TV Tupi. Segundo Lopes (2009, p. 25), esta obra “introduziu a linguagem coloquial, o humor inteligente, uma certa ambiguidade dos personagens e, principalmente, um repertório de referências compartilhadas pelos brasileiros”. A partir disso, Lopes (2009, p. 25) defende que as novelas subsequentes a *Beto Rockfeller* passaram a adotar uma “ênfase na representação de uma contemporaneidade” que manifestava-se não apenas nos elementos cenográficos, como moda e tecnologia, mas fundamentalmente na evolução das representações sociais do amor, da sexualidade e das relações de gênero a partir da década de 1970.

A consolidação dessa estética leva ao que Lopes (2009) identifica como a emergência da fase naturalista. Neste período, a telenovela aprofunda a verossimilhança de suas tramas, estreitando os vínculos entre ficção e realidade. A narrativa passa a incorporar temas da agenda pública como violência urbana e preconceito racial fundindo-os às tramas afetivas e privadas. A partir disso, Lopes (2009) destaca que a telenovela passa a exercer a função de *agenda setting*, pautando debates nacionais durante seus meses de exibição.

Recentemente, o gênero atravessa um novo momento de reconfiguração impulsionado pelo fenômeno da televisão na era do *streaming*. Segundo Rocha e Ferreira (2023), este cenário provocou mudanças substanciais nos modos de produzir, distribuir e consumir a teledramaturgia. Um marco dessa transição é o investimento do Grupo Globo na plataforma *Globoplay*, lançada em 2015 e reposicionada em 2018, que passou a investir em ficção seriada original como estratégia de permanência no mercado. Neste contexto, a telenovela *Todas as Flores* (2022) surge como um paradigma de hibridização: trata-se da primeira obra do gênero com roteiro totalmente original para o *streaming*.

brasileiro, buscando conciliar o *saber-fazer* consagrado do melodrama televisivo com as inovações narrativas exigidas pelas plataformas digitais (Rocha; Ferreira, 2023).

Diferentemente do ritmo mais lento e reiterativo da TV aberta, condicionado pela grade diária e pelos intervalos comerciais, a telenovela no *streaming* apresenta uma “aceleração no ritmo dos acontecimentos narrativos” (Rocha; Ferreira, 2023, p. 135). Essa nova lógica de serialidade, organizada não mais apenas em capítulos diários, mas em arcos semanais ou quinzenais liberados em blocos, altera o pacto de recepção. O espectador, agora usuário da plataforma, ganha autonomia sobre o tempo de consumo, mas é capturado por uma narrativa de “serialidade complexa” que exige maior engajamento e resposta emocional (Rocha; Ferreira, 2023). Essa etapa do *streaming* representa, portanto, um elo fundamental na evolução do gênero. Ao comprimir o tempo narrativo e migrar para o ambiente digital *on demand*, a telenovela preparou o terreno para experiências ainda mais fragmentadas e verticais, como as que emergem nas redes sociais digitais de vídeos curtos.

Novela vertical

A mais recente reconfiguração da teledramaturgia brasileira ocorre no ambiente das redes sociais digitais, consolidando o que o mercado convencionou chamar de novela vertical ou microdrama. Este formato representa a radicalização da lógica do *streaming*: não se trata apenas de uma transposição de conteúdo, mas de uma produção nativa, pensada para a proporção de tela 9:16 e regida pelas gramáticas de consumo rápido de plataformas como *TikTok*, *Kwai* e *Instagram* (Ferreira, 2025).

A estreia de *Tudo por uma Segunda Chance* (2025), primeira produção do gênero lançada pela Rede Globo, ilustra essa transição. A obra adota episódios de curta duração (entre 1 e 3 minutos) e uma arquitetura narrativa baseada no “clímax contínuo”. Diferentemente da construção lenta da telenovela clássica, o roteiro vertical é desenhado para capturar a atenção imediata do usuário em meio à rolagem do *feed*, iniciando e encerrando cada micro capítulo com ganchos de alta tensão dramática (Ferreira, 2025).

Essa estrutura responde às exigências do que Bonin (2024) define — a partir de Sodré (2006, 2009) — como bios midiático. O consumo desloca-se da “sala de estar” para os interstícios do cotidiano — o transporte público, a fila de espera —, exigindo uma narrativa capaz de competir com as distrações do entorno físico e digital. Ferreira (2025)

destaca que o enredo precisa se adequar a essa vida corriqueira e agitada, o que pode resultar em narrativas mais diretas, simplificadas e, por vezes, estereotipadas, recuperando traços do maniqueísmo do melodrama arcaico em detrimento do naturalismo complexo da TV aberta. Além disso, a escolha de influenciadores digitais para papéis centrais, como Jade Picon na função de vilã, reforça a estratégia de convergência midiática. A emissora busca legitimar o formato através de figuras que já dominam a linguagem do bios midiático, utilizando a performance desses sujeitos comunicantes para validar o pacto de recepção junto às novas gerações.

Metodologia

A presente investigação inscreve-se no campo dos estudos de recepção de natureza qualitativa, adotando como aporte teórico-metodológico a Teoria das Mediações, originalmente proposta por Martín-Barbero (1997) e revisitada contemporaneamente para compreender os complexos processos de interação em ambientes digitais. Conforme destacam Guerin, Felippi e Deponti (2024), esta perspectiva teórica opera um deslocamento fundamental no olhar do pesquisador: deixa-se de focar apenas nos meios ou nas mensagens em si para investigar as mediações, entendidas como as instâncias culturais e sociais onde os sentidos são produzidos e apropriados.

Para operacionalizar a análise da recepção da novela vertical no ambiente digital, realizou-se uma transposição do protocolo metodológico para estudos de recepção das telenovelas proposto originalmente por Lopes, Borelli e Resende (2002), atualizando-o à luz das contribuições de Bonin (2024) sobre o sujeito comunicante e o bios midiático. A metodologia original de Lopes, Borelli e Resende (2002) pressupunha a observação etnográfica no cenário doméstico, focando na família como comunidade de interpretação e na televisão como centro da sala de estar (Lopes; Borelli; Resende, 2002). Contudo, o deslocamento do consumo ficcional para a plataforma *TikTok* exige uma reconfiguração epistemológica e técnica.

Nesse sentido, substitui-se a observação física pela observação no ambiente digital, compreendendo este espaço não apenas como um canal de transmissão, mas como um “entorno tecnocomunicativo abrangente” ou bios midiático (Bonin, 2024). O receptor, outrora analisado em sua passividade ou atividade restrita à decodificação (Lopes;

Borelli; Resende, 2002), é aqui compreendido como um “sujeito comunicante” (Bonin, 2024). Este sujeito habita o ecossistema digital e, ao interagir com a obra, produz novos sentidos, competências e materialidades comunicacionais (comentários, compartilhamentos e reações).

A análise, portanto, inspira-se na “artesanía metodológica” defendida por Bonin (2024), que privilegia uma escuta sensível das expressões dos sujeitos, adaptando as categorias estruturais de Lopes, Borelli e Resende (2002) para a lógica algorítmica e fragmentada das redes sociais. Para a análise de conteúdo dos comentários, foram definidas três categorias operacionais resultantes da hibridização entre as mediações de Lopes, Borelli e Resende (2002) e a perspectiva digital de Bonin (2024):

A primeira, Tecnicidade da plataforma, retoma a mediação videotécnica de Lopes, Borelli e Resende (2002) para observar como as lógicas algorítmicas e a arquitetura do *TikTok* modulam a experiência de recepção, permitindo identificar tensões relacionadas à fragmentação narrativa e à adaptação ao consumo móvel (Bonin, 2024). A segunda, Matriz melodramática, deriva da mediação de gênero ficcional (Lopes; Borelli; Resende, 2002) e analisa de que modo os usuários reconhecem, mesmo em formatos breves, os elementos estruturantes do melodrama televisivo, como vilania, sofrimento amoroso e reviravoltas, contribuindo para a constituição de um pacto de leitura e de estratégias de fidelização no ambiente digital. Por fim, a categoria Sujeito comunicante, em diálogo com a mediação da subjetividade (Lopes; Borelli; Resende, 2002), focaliza os comentários como espaços de produção de sentido e de performance identitária, nos quais os usuários não apenas opinam sobre a narrativa, mas também mobilizam experiências pessoais e constroem comunidades de afeto e crítica, evidenciando as dimensões relacionais e discursivas da recepção (Bonin, 2024).

O *corpus* desta pesquisa é constituído pela telenovela vertical *Tudo por uma Segunda Chance*, lançada no perfil oficial da Rede Globo no *TikTok*⁴. Para viabilizar a análise qualitativa em profundidade, o recorte compreende os comentários presentes nos três primeiros capítulos da obra⁵, considerando este o momento crucial de estabelecimento do pacto de recepção (Lopes; Borelli; Resende, 2002) e de apresentação da proposta estética ao público. A constituição da amostra de comentários seguiu o

⁴ @tvglobo no *Tik Tok*. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@tvglobo>. Acesso em 06 dez. 2025.

⁵ Lançados originalmente no dia 25 de novembro de 2025, os capítulos contabilizam uma média de 3 milhões de visualizações.

critério de relevância algorítmica e engajamento. Foram selecionados os cinco comentários com maior número de curtidas em cada um dos três vídeos analisados, totalizando um *corpus* analítico de quinze unidades de texto.

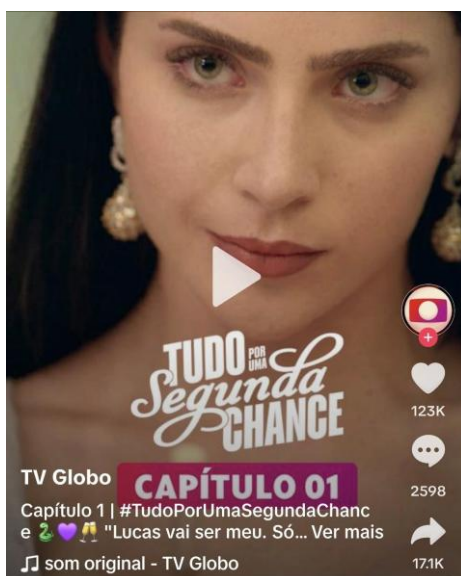
A escolha pelos comentários mais curtidos justifica-se por estes representarem a recepção validada pela comunidade de usuários, indicando os sentidos que obtiveram maior ressonância e visibilidade dentro da tribo digital que consome a obra. O tratamento dos dados deu-se através de análise de conteúdo interpretativa, buscando saturar os sentidos de acordo com as categorias supracitadas. Para fins de sistematização da análise e citação no corpo do texto, os vídeos que compõem o *corpus* serão referenciados sequencialmente como “Capítulo 1”, “Capítulo 2” e “Capítulo 3”. De igual modo, visando à organização dos dados e à preservação da identidade dos sujeitos comunicantes, os autores dos comentários selecionados foram codificados anonimamente de “Usuário 1” a “Usuário 5” dentro de cada capítulo, respeitando a ordem de relevância indicada pela plataforma.

Capítulo 1

Com base na amostra delimitada e nos parâmetros metodológicos estabelecidos, procedeu-se à identificação dos cinco comentários com maior índice de curtidas em cada um dos três capítulos selecionados. No Capítulo 1, a estratégia de engajamento manifesta-se já nos elementos paratextuais. A legenda da publicação utiliza *emojis* (  ) , a *hashtag* oficial #TudoPorUmaSegundaChance e uma frase de impacto (“Lucas vai ser só meu. Só meu”), que sintetiza o conflito central.

Esses recursos operam como códigos de reconhecimento, permitindo que o sujeito comunicante identifique a linguagem nativa da plataforma e estabeleça um vínculo de pertencimento com a obra. Tal padrão estético-discursivo mantém-se constante nos capítulos subsequentes. Na narrativa, o primeiro capítulo cumpre a função de apresentar os personagens principais. A partir dessa exposição, o público é introduzido à lógica da trama, assimilando a configuração espacial (cenários) e os diálogos.

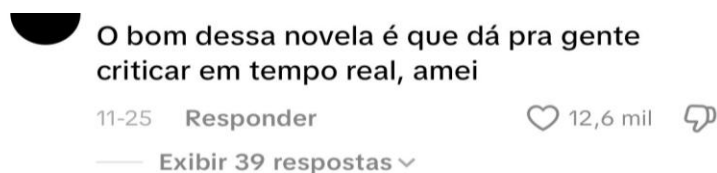
Figura 1: Capa do Capítulo 1



Fonte: TV Globo/TikTok, 2025. Captura de tela realizada pelos autores.

O Capítulo 1⁶ contabiliza expressivos índices de engajamento, com 3,3 milhões de visualizações, 123 mil curtidas, 2.598 comentários e 17,1 mil compartilhamentos⁷. Destaca-se como o enunciado de maior relevância o comentário do Usuário 1 (Figura 2):

Figura 2: Comentário feito pelo Usuário 1 no Capítulo 1



Fonte: TikTok, 2025. Captura de tela realizada pelos autores.

A adesão massiva a este comentário (12,6 mil curtidas) evidencia a valorização, por parte do público, da possibilidade de *feedback* síncrono e direto, característica distintiva da recepção em plataformas digitais quando comparada à teledramaturgia tradicional. Este fenômeno dialoga com a problematização proposta por Serra (2007) acerca da virtualização da sociedade e o empoderamento do indivíduo no ciberespaço. O

⁶ O capítulo está disponível em: <https://www.tiktok.com/@tvglobovideo/7576781951806213392>. Acesso em: 08 dez. 2025.

⁷ Os dados de engajamento apresentados referem-se ao momento da coleta, realizada em 08 de dezembro de 2025.

autor retoma o conceito de ubiquidade, originalmente formulado por Wiener (1950), para discutir como a interação digital permite ao sujeito exercer influência e marcar presença em múltiplos espaços simultaneamente, sem deslocamento físico.

No contexto das novelas verticais, essa ubiquidade manifesta-se na capacidade do receptor de opinar instantaneamente, configurando uma comunicação circular onde o retorno é mensurável por métricas de visualização e interação. Conforme Serra (2007, p. 12), “os diferentes meios possibilitam diferentes formas e graus de *feedback*”, sendo o ambiente do *TikTok* propício a uma resposta imediata e direta, tal qual expressado pelo Usuário 1.

O comentário do Usuário 2 (Figura 3) estabelece uma relação intertextual com produções similares de outras plataformas, reforçando o reconhecimento das convenções estéticas do formato vertical, como as reações estereotipadas e uma certa estética “brega” à qual o usuário reage com humor.

Figura 3: Comentário feito pelo Usuário 2 no Capítulo 1

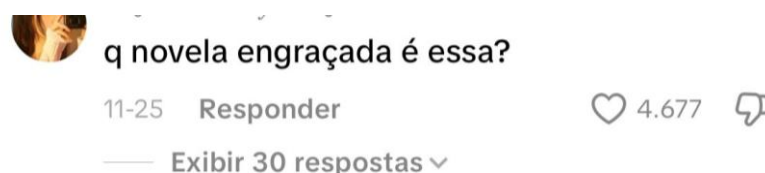


Fonte: *TikTok*, 2025. Captura de tela realizada pelos autores.

Já o Usuário 3 (Figura 4) apropria-se de um meme viral (“Nina e sua casa engraçada de 13 mil⁸”) para comentar o capítulo. O uso da ironia e do humor, mediado pelo *meme*, transforma o espaço de comentários em uma extensão do entretenimento. Esta prática exige do receptor um repertório cultural específico, ou competência midiática, para decodificar a referência. O conceito de *meme*, cunhado por Richard Dawkins em *O Gene Egoísta* (1976) para descrever a replicação cultural, é aqui atualizado como unidade de sentido fundamental na cibercultura, capaz de ressignificar contextos e gerar identificação coletiva, conforme documentado por iniciativas como o Museu de Memes da UFF.

⁸ O vídeo original do meme “Nina e sua casa engraçada de 13 mil” está disponível no perfil @asmaryss no *TikTok*. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@asmaryss/video/7553414192540208395>. Acesso em: 10 dez. 2025.

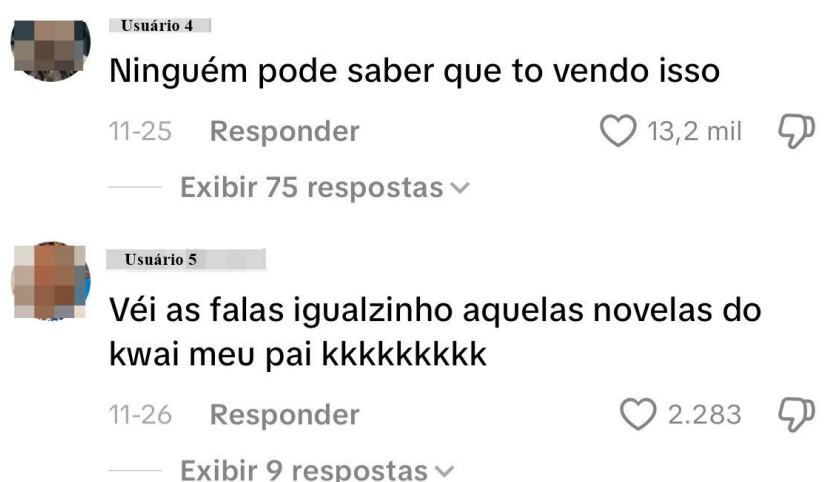
Figura 4: Comentário feito pelo Usuário 3 no Capítulo 1



Fonte: *TikTok*, 2025. Captura de tela realizada pelos autores.

Os comentários dos Usuários 4 e 5 (Figura 5) corroboram as tendências observadas. O Usuário 4 também recorre à ironia para emitir um juízo de valor sobre a qualidade da obra, sugerindo um consumo “culposo” ou secreto, ancorado em sua experiência pessoal. O Usuário 5, por sua vez, reitera a comparação feita pelo Usuário 2, situando a produção da TV Globo em um ecossistema mais amplo de microdramas verticais, dominado por plataformas digitais como o *Instagram* (através dos *Reels*) e *Kwai*.

Figura 5: Comentários feitos pelos Usuários 4 e 5 no Capítulo 1



Fonte: *TikTok*, 2025. Captura de tela realizada pelos autores.

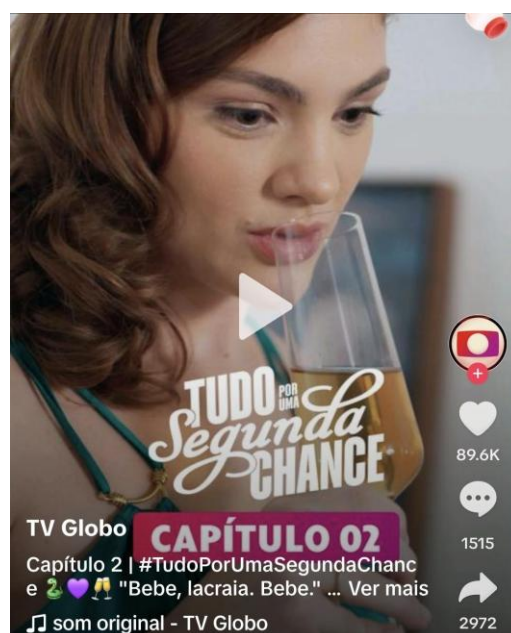
A análise destes cinco comentários permite identificar a operacionalidade das categorias propostas. A Tecnicidade da plataforma materializa-se na própria interface que viabiliza e modula essas interações em tempo real. A Matriz melodramática revela-se na identificação do público com os tropos do gênero, expressa tanto na adesão direta quanto na crítica irônica e no uso de memes para comentar atuações e roteiro. Por fim, a categoria Sujeito comunicante é exemplificada pela postura ativa dos usuários, que transformam a

caixa de comentários em um espaço de posicionamento e partilha de sentidos, exercendo a ubiquidade e a agência características do bios midiático.

Capítulo 2

No Capítulo 2⁹, há uma continuidade da estratégia paratextual adotada no episódio anterior: a legenda mantém o uso de emojis e da *hashtag* oficial da novela (Figura 6), destacando desta vez a citação de impacto: “Bebe, lacraia. Bebe”. Soma-se a isso uma sinopse concisa, reforçando a função informativa e de engajamento do texto de apoio. Em termos métricos, o capítulo registra 2,8 milhões de visualizações, 89,6 mil curtidas, 1.515 comentários e 2.972 compartilhamentos¹⁰.

Figura 6: Capa do Capítulo 2



Fonte: TV Globo/TikTok, 2025. Captura de tela realizada pelos autores.

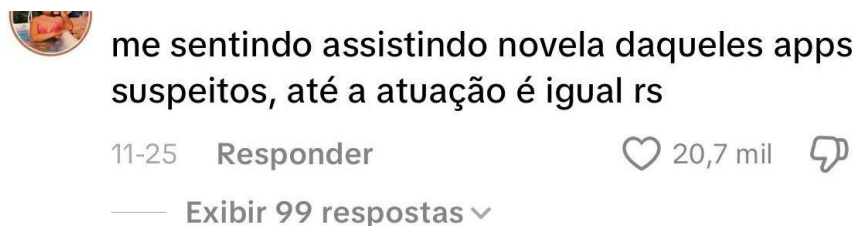
A análise dos comentários, ordenados pela relevância algorítmica, revela nuances na recepção. O Usuário 1 (Figura 7), autor do comentário com maior adesão (20,7 mil curtidas), compara a produção da Globo às novelas verticais de aplicativos concorrentes,

⁹ O capítulo está disponível em: <https://www.tiktok.com/@tvglobo/video/7576781848513236240>. Acesso em: 08 dez. 2025.

¹⁰ Os dados de engajamento apresentados referem-se ao momento da coleta, realizada em 08 de dezembro de 2025.

com tom irônico, indicando percepção de estética “precária” e menor prestígio, ainda distante da teledramaturgia tradicional.

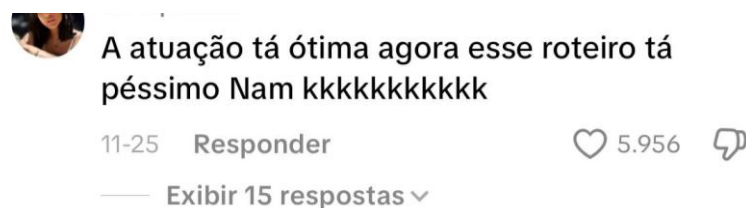
Figura 7: Comentário feito pelo Usuário 1 no Capítulo 2



Fonte: *TikTok*, 2025. Captura de tela realizada pelos autores.

Em contraponto, o Usuário 2 (Figura 8) introduz uma distinção crítica relevante: elogia a performance do elenco, mas desaprova a qualidade do roteiro. Esta postura demonstra a competência midiática do Sujeito comunicante, capaz de segmentar sua avaliação estética. O espaço de comentários é utilizado aqui não apenas para o consumo passivo, mas para o exercício da crítica cultural, onde o espectador reivindica seu lugar de fala para validar a atuação enquanto aponta fragilidades na estrutura narrativa.

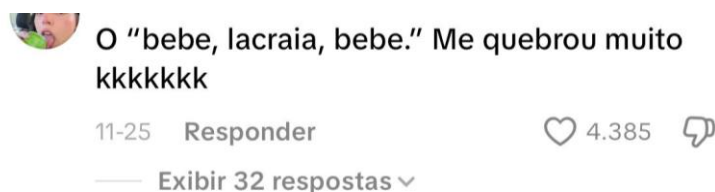
Figura 8: Comentário feito pelo Usuário 2 no Capítulo 2



Fonte: *TikTok*, 2025. Captura de tela realizada pelos autores.

O comentário do Usuário 3 (Figura 9) foca na dimensão dialógica e cômica, destacando a frase “Bebe, lacraia. Bebe”. Ao utilizar a expressão “me quebrou muito” — gíria da internet que denota um riso inesperado —, o usuário sinaliza que o roteiro incorpora propositalmente elementos da linguagem digital (*memes* e bordões) para gerar identificação e viralidade.

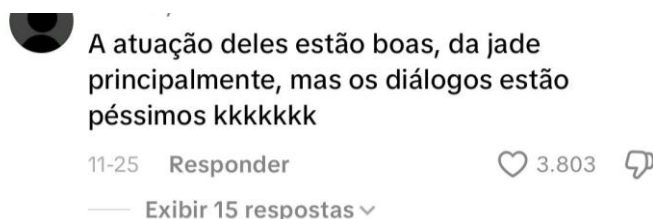
Figura 9: Comentário feito pelo Usuário 3 no Capítulo 2



Fonte: *TikTok*, 2025. Captura de tela realizada pelos autores.

Já o Usuário 4 (Figura 10) corrobora a percepção do Usuário 2, reiterando a dicotomia entre uma atuação eficaz (com destaque para Jade Picon) e um texto considerado frágil, mantendo o tom de escrutínio crítico sobre a produção.

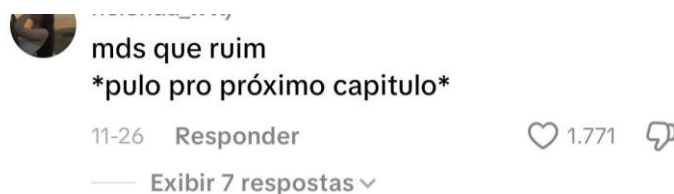
Figura 10: Comentário feito pelo Usuário 4 no Capítulo 2



Fonte: *TikTok*, 2025. Captura de tela realizada pelos autores.

Por fim, o Usuário 5 (Figura 11) sintetiza um fenômeno central na recepção deste formato: o consumo ambivalente. Mesmo tecendo críticas severas à qualidade da obra, o sujeito manifesta o desejo de continuar assistindo. Esse comportamento revela a eficácia da Matriz melodramática adaptada ao formato vertical: a estrutura de ganchos e a curiosidade narrativa superam o estranhamento estético ou a desaprovação intelectual, garantindo a fidelização pelo mecanismo do “prazer culposos” ou da curiosidade.

Figura 11: Comentário feito pelo Usuário 5 no Capítulo 2



Fonte: *TikTok*, 2025. Captura de tela realizada pelos autores.

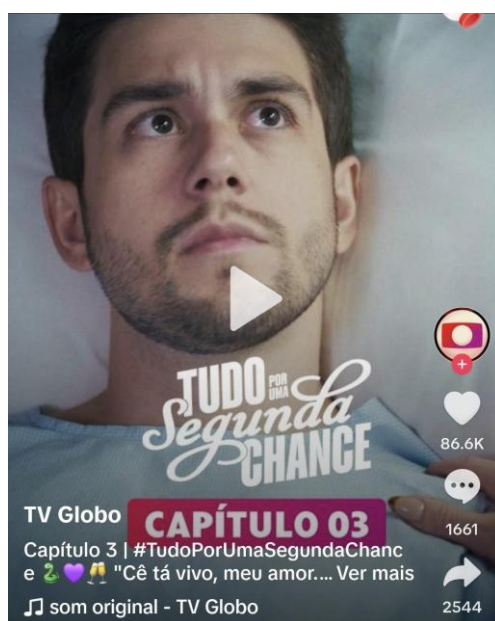
A análise deste capítulo permite reiterar a aplicabilidade das categorias propostas. A Técnica da plataforma é percebida na familiaridade do público com o formato,

ainda que esta venha acompanhada de uma crítica à sua simplificação narrativa. A Matriz melodramática opera na manutenção do interesse a despeito das falhas apontadas, enquanto a categoria Sujeito comunicante manifesta-se vigorosamente: os usuários não são meros espectadores, mas críticos ativos que utilizam a caixa de comentários para negociar sentidos, expressar resistência e, paradoxalmente, reafirmar seu engajamento com a trama.

Capítulo 3

No Capítulo 3¹¹, a estratégia paratextual mantém o padrão estabelecido: a legenda reitera o uso dos emojis e da *hashtag* oficial #TudoPorUmaSegundaChance (Figura 12), destacando a citação dramática: “Cê tá vivo, meu amor. Voltou pra mim. Só pra mim”. A sinopse do episódio complementa a publicação, cumprindo a função de contextualização narrativa.

Figura 12: Capa do Capítulo 3



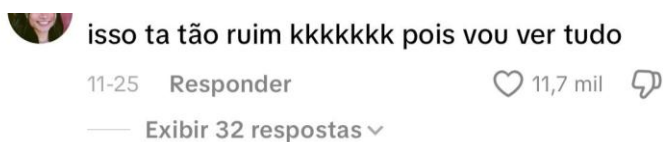
Fonte: TV Globo/TikTok, 2025. Captura de tela realizada pelos autores.

¹¹ O capítulo está disponível em: <https://www.tiktok.com/@tvglobovideo/7576782388827540737>. Acesso em: 08 dez. 2025.

Em termos métricos, o vídeo registra 3,1 milhões de visualizações, 86,6 mil curtidas, 1.661 comentários e 2.544 compartilhamentos¹². Este desempenho posiciona o episódio como o segundo de maior alcance visual na amostra analisada, indicando uma retenção de audiência significativa e uma estabilidade no engajamento.

A análise qualitativa inicia-se com o Usuário 1 (Figura 13), que reitera o padrão de consumo ambivalente identificado anteriormente. Ao classificar a obra como “ruim”, mas afirmar categoricamente que assistirá a todo o conteúdo, o sujeito valida o formato vertical. Essa postura sugere que a estética propositalmente simplificada ou “tosca” do microdrama não necessariamente afasta o público; ao contrário, constitui parte de um pacto de leitura específico, pautado pelo entretenimento rápido e pela curiosidade, onde a qualidade técnica é secundária à capacidade de envolvimento da trama.

Figura 13: Comentário feito pelo Usuário 1 no Capítulo 3



Fonte: *TikTok*, 2025. Captura de tela realizada pelos autores.

O Usuário 2 (Figura 14) introduz um elemento distintivo das possibilidades de ação da plataforma: o comentário visual. Ao reagir a uma cena específica utilizando uma imagem (*meme*), o sujeito expande a semântica do texto original, reforçando a mensagem comunicada. Essa estratégia é replicada pelo Usuário 3 (Figura 14), que associa o recurso imagético à repetição de diálogos da trama em chave humorística.

¹² Os dados de engajamento apresentados referem-se ao momento da coleta, realizada em 08 de dezembro de 2025.

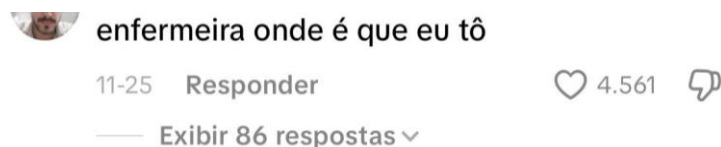
Figura 14: Comentários feitos pelos Usuários 2 e 3 no Capítulo 3



Fonte: *TikTok*, 2025. Captura de tela realizada pelos autores.

Na mesma linha, o Usuário 4 (Figura 15) apropria-se de uma fala do personagem (o questionamento à enfermeira sobre sua localização) para gerar humor. Esses movimentos evidenciam a apropriação lúdica do texto ficcional, onde o público não apenas assiste, mas “remixa” o conteúdo para interagir com a comunidade.

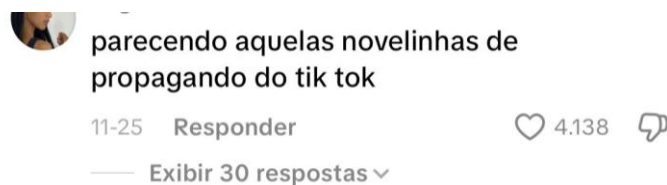
Figura 15: Comentário feito pelo Usuário 4 no Capítulo 3



Fonte: *TikTok*, 2025. Captura de tela realizada pelos autores.

Por fim, o Usuário 5 (Figura 16) estabelece uma comparação crítica, associando *Tudo por uma Segunda Chance* às “novelas de propaganda do *TikTok*” (produções típicas de plataformas de vídeos curtos). Este comentário denota um estranhamento quanto à marca produtora: embora a TV Globo busque mimetizar as características do formato vertical, parte do público ainda manifesta dissonância cognitiva ao ver uma produtora de teledramaturgia hegemônica adotando uma estética historicamente associada a produções publicitárias ou de menor investimento.

Figura 16: Comentário feito pelo Usuário 5 no Capítulo 2



Fonte: *TikTok*, 2025. Captura de tela realizada pelos autores.

A análise deste capítulo ratifica a operacionalidade das categorias propostas. A Tecnicidade da plataforma é evidenciada pelo uso de recursos nativos (comentários com imagens) e pela adaptação do público à gramática do consumo vertical. A Matriz melodramática manifesta-se na repercussão dos diálogos exacerbados, que, embora consumidos com humor e certa resistência crítica, garantem a continuidade da audiência. Finalmente, o Sujeito comunicante exerce plenamente sua agência, transformando o espaço de comentários em um fórum de crítica, humor e validação, operando em tempo quase real para ressignificar o produto ofertado pela emissora.

Considerações finais

Este artigo analisou a recepção inicial da novela vertical *Tudo por uma Segunda Chance*, lançada em novembro de 2025 no *TikTok*, a partir de uma abordagem qualitativa centrada nos cinco comentários mais relevantes em cada um dos três primeiros capítulos. De modo geral, os resultados apontam para a eficácia da estratégia da TV Globo em hibridizar a linguagem da telenovela para o ambiente digital, evidenciando sua capacidade de adaptação às dinâmicas de produção e circulação próprias das plataformas de *streaming* e redes sociais digitais. As métricas de visualização e interação, que se mantêm elevadas ao longo dos episódios analisados, sugerem um engajamento ativo por parte do público.

Nesse contexto, o uso estratégico de *emojis*, *hashtags* e de uma narrativa propositalmente estereotipada, simplificada e acelerada configura-se como um elemento central para a construção de uma comunicação imediatamente reconhecível, tanto por usuários do *TikTok* quanto por aqueles já familiarizados com o formato das novelas verticais. As respostas do público, frequentemente marcadas por ironias, memes, comentários cômicos e *feedbacks* instantâneos, indicam que essa linguagem narrativa atua como um importante vetor de engajamento. Contudo, a análise também evidencia a presença de tensões na recepção, uma vez que parte dos usuários demonstra resistência ao formato, seja por ausência de repertório prévio, seja pela constante comparação com as telenovelas tradicionais.

A operacionalização das categorias Tecnicidade da plataforma, Matriz melodramática e Sujeito comunicante mostrou-se fundamental para a compreensão dessas dinâmicas, corroborando a perspectiva de mediações proposta por Lopes (2014).

Dentre elas, destaca-se a centralidade do Sujeito comunicante, que emerge de forma mais evidente nos comentários, configurando-se como espaço de expressão, pertencimento e reação em tempo real. Assim, o usuário não se limita à posição de receptor, mas atua ativamente na ressignificação e ampliação do conteúdo. Tal fenômeno evidencia a capacidade da telenovela se transformar e se manter relevante na contemporaneidade, ao se adaptar à ubiquidade e à cultura de participação do universo digital.

Referências

BONIN, J. Pensando os sujeitos em inter-relações com as mídias na pesquisa comunicacional. In: BONIN, J.; ROSÁRIO, N. (Org.) **Construções transmetodológicas na pesquisa em comunicação**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2024, p. 63-84.

FERREIRA, C. Novela vertical: entenda o novo formato que traz Jade Picon como vilã. **CNN Brasil**, São Paulo, 27 out. 2025. Entretenimento. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/novela-vertical-entenda-o-novo-formato-que-traz-jade-picon-como-vila/>. Acesso em: 07 dez. 2025.

FERREIRA, M. A.; SANTOS, J. Como são gravadas as novelas verticais? Diretor de Tudo por uma Segunda Chance detalha bastidores. **Gshow**, Rio de Janeiro, 05 dez. 2025. Novelas. Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/tudo-por-uma-segunda-chance/noticia/como-sao-gravadas-as-novelas-verticais-diretor-de-tudo-por-uma-segunda-chance-detalha-bastidores.ghtml>. Acesso em: 07 dez. 2025.

GUERIN, Y. S.; FELIPPI, Â. C. T.; DEPONTI, C. M. A teoria das representações sociais e a teoria das mediações: uma proposta metodológica de aproximação. **MATRIZES**, São Paulo, Brasil, v. 18, n. 1, p. 197–214, 2024. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v18i1p197-214. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/211237>. Acesso em: 7 dez. 2025.

LOPES, M. I. V. de. Telenovela como recurso comunicativo. **MATRIZES**, São Paulo, Brasil, v. 3, n. 1, p. 21–47, 2011. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v3i1p21-47. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/38239>. Acesso em: 6 dez. 2025.

LOPES, M. I. V. de.; BORELLI, S. H. S.; RESENDE, V. da R. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.

LOPES, M. I. V. de. Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. **MATRIZES**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 65-80, jan./jun. 2014.

MATTELART, M.; MATTELART, A. **O carnaval das imagens**: a ficção na TV. São Paulo: Brasiliense, 1989.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

O QUE SÃO MEMES. In: #MUSEUdeMEMES. [S.l.]: Universidade Federal Fluminense, [s.d.]. Disponível em: <https://museudememes.com.br/o-que-sao-memes>. Acesso em: 9 dez. 2025.

ROCHA, S. M.; FERREIRA, M. A. Telenovela na era do streaming: inovações narrativas e questões de serialidade em *Todas as flores*, do Globoplay. **Conexión**, Lima, n. 19, p. 133-151, 2023. DOI: 10.18800/conexion.202301.006.

SERRA, P. Cap. 6: A concepção cibernética da comunicação. In: P. Serra. **Manual de teoria da comunicação**. Beira Interior/Portugal: Livros LABCOM, 2007, p. 103- 113.

SODRÉ, M. Eticidade, campo comunicacional e midiatização. In: MORAES, D. (Org.). **Sociedade midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 19-31.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes; 2009.