



VII Semana de Letras Língua Portuguesa e Literaturas

LINGUAGENS, SABERES E DESAFIOS
NA CONSTRUÇÃO DA DOCÊNCIA

17 A 19 DE SETEMBRO DE 2025

UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA – CAMPUS VI / CAETITÉ

“O TIGRINHO ESTÁ PAGANDO MUITO”: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA DE UMA FERRAMENTA DE APOSTAS NO INSTAGRAM

Keise da Silva Barbosa¹
George Rodrigues Muniz²
Denise Pereira Leão³
Mirian Ribeiro Oliveira⁴

¹Universidade do Estado da Bahia, keisesilva358@gmail.com

²Universidade Estadual de Maringá, eugeorgemuniz@gmail.com

³Universidade do Estado da Bahia, pereiraleaodenise@gmail.com

⁴Universidade do Estado da Bahia, miroliveira@uneb.br

Palavras-Chave: Semiótica; Peirce; Jogo do Tigrinho; *Instagram*.

INTRODUÇÃO

Este estudo surge de uma curiosidade em compreender, os elementos do “Jogo do Tigrinho”, um cassino on-line que promete grandes ganhos. Para tanto, realizamos uma análise semiótica fundamentada na teoria de Charles Sanders Peirce (2008), filósofo, matemático e cientista norte-americano do século XIX, amplamente conhecido por suas contribuições para a lógica, semiótica e filosofia da ciência, consubstancialmente representado, no Brasil, por Lucia Santaella. Dado ao fato de que a Semiótica se configura como uma das principais correntes teóricas de estudo dos signos e dos processos de significação, intencionamos, considerando esta perspectiva, entender como os componentes que compõem o objeto de estudo se constrói e manifesta significados polissêmicos.

O “Jogo do Tigrinho” se destaca por suas cores vibrantes e atraentes, apresentando gráficos coloridos e uma interface intuitiva, o que o torna acessível a um número significativo de apostadores. Na prática, o jogador começa depositando um valor inicial, com o objetivo de formar uma combinação de três imagens iguais nas três fileiras que aparecem na tela, funcionando como elementos ativadores de prêmios e bônus. Atualmente, o jogo tem se destacado nas redes sociais, principalmente no *Instagram*, onde grandes influenciadores ganham valores elevados para fazer sua divulgação, utilizando de sua imagem e de possíveis ganhos para atrair pessoas.

Feitas essas explicações, convém esclarecer que existem várias linhas teóricas que se reportam à semiótica, enquanto Ciência. Todavia, a denominada Semiótica de Peirce se baseia em uma concepção triádica do signo, visão elementar de sustentação a toda teoria peirceana.



VII Semana de Letras Língua Portuguesa e Literaturas

LINGUAGENS, SABERES E DESAFIOS
NA CONSTRUÇÃO DA DOCÊNCIA

17 A 19 DE SETEMBRO DE 2025

UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA – CAMPUS VI / CAETITÉ

Segundo o autor, signo é tudo aquilo que representa algo ou alguma coisa para alguém, e essas categorias podem ser aplicadas a qualquer e toda experiência e pensamento. No caso do “Jogo do Tigrinho”, as vivências dos jogadores, o fato da necessidade de formar combinações e as interações nas redes sociais, também se tornam peças relevantes que fazem o discurso semiótico funcionar. Assim, nessa visada triádica, este estudo toma como referência três grandes pilares conceituais de Peirce (2008). A saber: primeiridade, secundidade e terceiridade, mais conhecida como primeira tricotomia. Vale destacar ainda, que sob a perspectiva do objeto, o signo pode ser identificado como índice, símbolo e ícone, que será o nosso foco neste estudo.

METODOLOGIA

No que se refere à metodologia, a pesquisa se processa numa visão qualitativa, tendo em vista que investigamos a linguagem em jogo, ou seja, numa dinamicidade que demanda uma análise nunca dada a priori, mas que se retroalimenta pelos sentidos provocados por marcas textuais aparentemente opacas, simétricas e vazias de sentido. Entretanto, o olhar do analista, como sujeito interpretante do signo, desnuda uma semiose, por vezes infinita, como afirma Peirce (2008).

Dessa forma, este estudo adota uma abordagem semiótica, com base na teoria de Peirce, visando compreender “[...] modos de constituição de todo e qualquer signo como fenômeno de produção de significação e de sentido” (Melo; Melo, 2015, p. 11). Para tanto, à luz das contribuições de Santaella (1999), observamos os rudimentos do objeto de análise que a teoria semiótica tenciona integrar, bem como o nível da teoria em si frente ao objeto; objeto este que, para a autora, considerando a conceituação de Peirce, é signo.

Assim sendo, a ferramenta de aposta Fortune Tiger, popularmente conhecida como Jogo do Tigrinho, tornou-se referência desta pesquisa. Diante disso, observamos divulgações do jogo e dos ganhos nos stories da rede de fotos e compartilhamentos do *Instagram* por um influenciador digital baiano e, a partir dela, analisamos como a interface enunciada e a promessa de possíveis ganhos produzem redes de sentidos que incentivam os seguidores a interagirem com o jogo. Além dessas observações da interface e dos ganhos divulgados pelo influenciador, tivemos acesso literal ao jogo: o que nos permitiu entender melhor seu funcionamento. Para tanto, fizemos um depósito mínimo de R\$ 5,00 (cinco reais) cobrados pela própria plataforma. Com base neste acesso, pudemos estabelecer conexões entre o mostrado na interface e a experiência real do usuário dentro do jogo.

Nesse signo analítico, destacam-se: a representação infantilizada e suavizada da figura do tigre, de um animal feroz para um tigrinho no diminutivo, as cores vibrantes, os textos que incentivam a participação, o sujeito interpretante, “[...] responsável pelo deslizamento do sentido no processo de sua produção. Esse processo recebe o nome de semiose” (Pinto, 2008, p. 89), bem como o tom acessível da linguagem visto na organização visual do jogo ocultam os riscos associados ao jogo de azar. Ademais, ao fazer a leitura do objeto, identificamos a representação de oportunidades e sucesso instantâneo, evidenciando, assim, um discurso que privilegia o ganho e omite o risco, manifestado pelo próprio influenciador.



VII Semana de Letras Língua Portuguesa e Literaturas

LINGUAGENS, SABERES E DESAFIOS
NA CONSTRUÇÃO DA DOCÊNCIA

17 A 19 DE SETEMBRO DE 2025

UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA – CAMPUS VI / CAETITÉ

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para Santaella (1999, p. 58), “o signo é uma coisa que representa outra coisa: seu objeto. Ele só pode funcionar como signo se carregar esse poder de representar, substituir outra coisa diferente dele”. Desse modo, o signo não é considerado o objeto, mas ocupa sua posição. Uma das principais ideias de Peirce, segundo Nicolau et al. (2010, p. 3), refere-se ao signo como “aquilo que substitui o objeto em nossa mente, sendo formadores da linguagem, essencial para os discursos que permeiam o mundo”

A fotografia de uma árvore, por exemplo, não é a própria árvore, mas funciona como um signo que a representa. Ao ver a imagem, associamos de imediato ao objeto que simboliza, sem a necessidade de estarmos diante dele. Nesse sentido, Santaella (ibid., p. 58) aponta: “ora, o signo só pode representar seu objeto para um intérprete, e porque representa seu objeto, produz na mente desse intérprete alguma outra coisa (um signo ou quase-signo) que também está relacionada ao objeto não diretamente, mas pela mediação do signo”. Por esta linha de pensamento, na relação do signo com o objeto, encontram-se as categorias de índice, ícone e o símbolo: “o ícone, que corresponde ao tipo de relação que o qualis- signo mantém com o seu objeto; o índice, que advém da relação do sinssigno com o seu objeto; e o símbolo, que decorre da relação do legissigno com o seu objeto” (Santaella; Noth, 2021, p. 77).

O índice, como o termo já indica, é o indício que algo está acontecendo ou prestes a acontecer, estabelecendo relação direta com o objeto. Ele, necessariamente, precisa de algo para existir; neste momento, lembramo-nos do ditado popular: “onde há fumaça há fogo”, uma vez que a fumaça é um signo indiciário que aponta a presença do fogo. Diferentemente do índice, que estabelece sentido com o objeto, o ícone compartilha características, como visuais, sonoras ou estruturais com o que representa. Meira (et al., 2017, p. 160) sustenta que “Sobre a teoria de Peirce, Epstein (1997) pontua que ‘os ícones comunicam de forma imediata porque são imediatamente percebidos: quadros, desenhos, estruturas, modelos, esquemas, predicados, metáforas, comparações, figuras lógicas e poéticas, etc.’.” Em contraste, o símbolo se afasta dessa relação de semelhança, funcionando como uma convenção social ou algo culturalmente estabelecido.

Ao compreendermos todo esse processo, chegamos a um estágio de análise pertinente, visto que essas categorias passam a fazer sentido e se relacionam a diferentes contextos e situações cotidianas, como observamos no “Jogo do Tigrinho”. Nicolau et al. (2010), consegue de maneira simples e objetiva indicar como essas dinâmicas operam na prática, contribuindo para uma melhor compreensão. Vejamos:

[...] um oriental que chegue ao Brasil pode ver numa cruz um ícone, identificando aqueles dois paus entrecruzados como o instrumento de tortura que os romanos usavam; se chegássemos em um país oriental, cuja religião oficial fosse o Budismo, ao vermos uma cruz no alto de uma construção veríamos aquela imagem como um índice, deduzindo imediatamente que ali existem cristão; mas nós, cristão, sempre olhamos para a cruz como um símbolo da morte de Cristo – nesses casos, temos a mesma cruz vista como ícone, índice e símbolo em três situações diferentes (p. 15).



VII Semana de Letras Língua Portuguesa e Literaturas

LINGUAGENS, SABERES E DESAFIOS
NA CONSTRUÇÃO DA DOCÊNCIA

17 A 19 DE SETEMBRO DE 2025

UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA – CAMPUS VI / CAETITÉ



Enunciados enfáticos se traduzem em certezas iniciais sinalizando ao sujeito interpretante as trilhas da garantia do dizer: “O tigrinho está pagando muito”. Este, é o discurso utilizado pelos influenciadores para divulgar o *Fortune Tiger*, popularizado na web 2.0 como Jogo do Tigrinho que tem ganhado visibilidade no *Instagram* como uma ferramenta de apostas ostentada por grandes nomes da mídia ou não. O objetivo do jogo é que os seguidores acessem um aplicativo de cassino online, depositem um determinado valor e tentem combinar três figuras idênticas nas linhas que aparecem na tela (Politize!, 2024). Caso não consigam, perdem o valor depositado que diminui, gradativamente, no decorrer das tentativas. A captura de telas feitas mediante o perfil de um influenciador dimensiona a retratação signíca utilizada.

Figura 1 e 2: Divulgação da plataforma e dos ganhos



Fonte: Captura de tela do *Instagram* @ygoralbuu. 2024. Acesso em: 9 set. 2024.

Nas imagens é possível observar a construção da plataforma, suas cores e a facilidade do acesso com um toque. Na primeira imagem, o influenciador apresenta um de seus ganhos no valor de R\$ 64,00 reais e, na própria tela, um link clicável que direciona ao jogo com a informação de ‘plataforma nova’. Observamos na tela do aparelho celular um signo icônico: um tigre centralizado, em que “As qualidades que elas representam são cores, formas, volumes [...]” (Santaella; Noth, 2021, p. 20). A figura do animal como ícone reporta o sujeito interpretante a um processo de recepção sensorial de entusiasmo e comemoração e, ao centro, o prenúncio de cooptação e convencimento do sujeito com a chamada do “grande ganho”, o que produz sentidos de afirmação, certeza de que o jogo vale muito à pena e de que está realmente pagando, a seus investidores. Nesta conjuntura semiotizada pela rede de palavras, figuras, cores, entre outros aspectos, novos signos são construídos pelo sujeito interpretante: um dos mais pertinentes se traduz nas percepções sensoriais de empoderamento e, conseqüentemente, uma semiose passa a ser gerada pelo interpretante – de si mesmo, já que, segundo Peirce (2008), ele, o interpretante, também é signo. Nesta movência de relações signícas, geram-se aspectos emocionais de esperança e continuidade, além de atrair novos jogadores.



VII Semana de Letras Portuguesa e Literaturas

LINGUAGENS, SABERES E DESAFIOS
NA CONSTRUÇÃO DA DOCÊNCIA

17 A 19 DE SETEMBRO DE 2025

UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA – CAMPUS VI / CAETITÉ



Em seguida, vemos a interface do aplicativo na segunda imagem: um cenário lúdico, botões instrutivos, valores disponíveis para jogar, e, ao centro, na parte de cima, o tigre. Nas linhas que se segue a tela do jogo, a fruta laranja e a imagem também do tigre com a descrição *wild*, que significa selvagem, e em concordância com Meira et al. (2017, p. 160), um símbolo que “Refere-se ao que possa concretizar a ideia ligada à palavra, é um produto cultural criado, a relação é convencionalizada e arbitrária”.

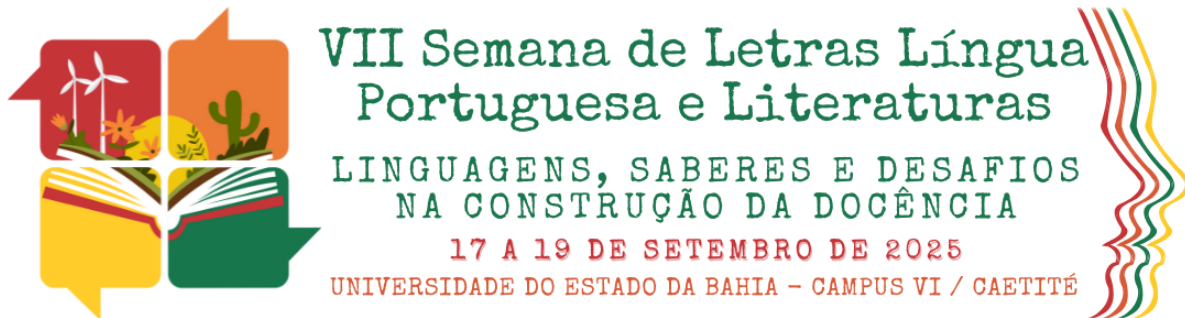
Referente a divulgação, o influenciador utiliza de uma linguagem atrativa, na qual se apresenta depositando e jogando, bem como seus ganhos e o envio do dinheiro para a conta bancária. Os vídeos gravados e as fotos postadas demonstram uma facilidade de atingir o objetivo: ganhar dinheiro. Em alguns *stories*, o influenciador produz o discurso da ressalva, conclamando o sujeito que se encontra do outro lado da tela a jogar com responsabilidade, mas, ainda sim, há manifestações de incentivo, que anula os riscos do jogo de azar. Ao analisar as divulgações e as republicações dos comentários dos depositantes, observamos que cada valor depositado gera uma comissão para quem divulga, e as perdas também beneficiam financeiramente o influenciador. Tanto o valor ‘perdido’ quanto os ganhos, funcionam como signos indiciários para a semiótica, pois que, ainda conforme Meira et al. (2017, p. 160):

[...] é um signo que se aproxima através de alguma ligação com a existência. Tem relação direta com o objeto e nos mostra algo que aconteceu ou vai acontecer. Ao contrário do ícone, necessita de algo para existir. Ex.: nuvem > chuva; pegadas > alguém passou por ali.

Ao acessar a plataforma pelo link de acesso disponibilizado pelo influenciador, é necessário fazer um cadastro com informações como nome de usuário, senha e telefone; dentro da plataforma, há vários outros jogos, dentre esses o tigrinho na qual é cobrado um determinado valor para jogar. O jogo oferece uma quantidade mínima de rodadas com base no valor depositado, e cada perda reduz o valor disponível para apostas, influenciando os ganhos. A interface do jogo apresenta o tigre com características de ingenuidade e fofura, delineado para chamar a atenção e facilitar o engajamento do público, como vemos abaixo na captura de tela que fizemos ao acessá-lo:

Figura 4 e 5: Acesso ao link do jogo





Fonte: Captura de tela feita na plataforma KTO do jogo Fortune Tiger, em 10 set. 2024.

O design do jogo, com suas cores alaranjadas e o amarelo, que se reporta ao ouro, assim como os sons produzidos, infantiliza o animal, que é frequentemente referido como "tigrinho". Sobre isso, Martins (2015, p. 247) afirma que “Entre o Ícone que denota (signo) e o objeto que é representado (outro signo) existem características semelhantes”, assim, em sequência “[...] Ícone serve para denotar objeto, quer este objeto de fato exista ou seja uma abstração”. Conectando-se ao jogo, o primeiro elemento que aparece é o ícone do animal com cartas – possivelmente, representa cédulas –, óculos de armação amarela e roupa vermelha. A tela inicial apresenta a informação “novas rodadas e multiplicador x10! Ganhe até 2500x!” e um botão roxo com “começar”. Ao clicar no botão, um som inicial e barulhos de cassino são ativados.

O jogo exibe nove objetos dispostos em três linhas: bombas, laranjas, cartas e um item que não é claramente identificável, hipoteticamente um chapéu ou pote. Acima, o tigre aparece alegre, com óculos na cabeça e uma carta nas mãos. Abaixo, estão os valores e a opção de ajustar o valor da aposta, variando de 0,40 centavos a 500 reais. Um botão verde centralizado inicia o jogo e gira, o que é visualmente atraente. Há também um modo turbo para acelerar o jogo e um botão “auto” para rodadas automáticas. Botões de mais e menos permitem ajustar facilmente o valor da aposta. Enquanto houver saldo na conta do aplicativo, o jogo continua; caso contrário, uma mensagem informará que o saldo está insuficiente, incentivando novos depósitos.

Partindo dos pressupostos teóricos-metodológicos peirceanos, a tricotomia “[...] que enfatiza a relação que o signo exerce com a tríade semiótica” (Costa, 2015, p. 6), quando empregada na análise do jogo do Tigrinho, permite analisar a primeiridade, na experiência inicial do jogo, incluindo as sensações e observações, desde o tigre fofo até os sons. A secundidade, que está presente nas estimulações que o ato de jogar provoca e nos ganhos ou na própria perda que surgem no contexto do jogo, caracterizando a terceiridade: “As associações decorrentes das relações estabelecidas entre as sensações e impressões subjetivas de primeiridade e as percepções de secundidade mediadas por processos culturais [...]” (Machado et al., 2012, p. 6).

Além disso, expressões como “grande ganho” e as demonstrações de entusiasmo ao divulgar ou obter um prêmio, muitas vezes de valores elevados, assim como a interpretação do jogador-seguidor que está do outro lado da tela sobre um suposto lucro fácil, entram literalmente em jogo. Isso movimenta toda uma organização que vai do influenciador-usuário à (des)construção da plataforma enquanto um jogo de azar para os (seus) seguidores enunciadore.

CONSIDERAÇÕES PROVISÓRIAS

Por meio da análise semiótica do “*Fortune Tiger*”, popularizado na web 2.0 como ‘Jogo do Tigrinho’, podemos observar como os sinais visuais, sonoros e textuais são estrategicamente produzidos para atrair os usuários da rede social *Instagram*. A representação do tigre ou tigrinho infantilizado, utilizado nos dizeres dos usuários, as cores vivas e a linguagem acessível formam



VII Semana de Letras Língua Portuguesa e Literaturas

LINGUAGENS, SABERES E DESAFIOS
NA CONSTRUÇÃO DA DOCÊNCIA

17 A 19 DE SETEMBRO DE 2025

UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA – CAMPUS VI / CAETITÉ

uma interface que esconde os riscos inerentes às apostas ao mesmo tempo que enfatiza a promessa de ganhos rápidos e fáceis. O uso de influências digitais renomadas (ou não) para promovê-lo reforça essa narrativa, pois as vitórias são exibidas abertamente enquanto as derrotas são pouco ou nada discutidas. A interação no jogo e/nas redes sociais evidencia uma dinâmica em que o influenciador se beneficia financeiramente não só dos seus ganhos no jogo, mas também das perdas dos seus seguidores enunciadores, incentivados a participar da plataforma. Dessa forma, o estudo destaca como os elementos semióticos utilizados na concepção do jogo e na sua distribuição criam um ambiente que incentiva a participação, muitas vezes sem uma compreensão clara dos riscos.

REFERÊNCIAS

COSTA, Paulo Henrique Silva. Signo Linguístico: linguagem e semiótica em Peirce. **Revista Metanoia**, v. 15, n. 2, p. 2016, 2015.

HENRIQUE, Layane. *Jogo do Tigrinho: entenda a polêmica por trás do jogo de azar*. Politize!, 26 de junho de 2024. Atualizado em 24 de janeiro de 2025. Disponível em: <https://www.politize.com.br/jogo-do-tigrinho/>. Acesso em: 3 set. 2024.

MACHADO, Amanda Pires et al. Sandálias havaianas modelo slim. Do produto cotidiano ao universo fashion: um exercício de análise semiótica. **CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada**, v. 10, n. 1, 2012.

MARTINS, Wellington Anselmo. Semiótica de Charles Peirce: o ícone e a primeiridade. **Revista Contemplação**, n. 12, 2015.

MEIRA, Cinthia Gabriele Eufrosina; PEREIRA, Edileine; SARZI, Karina Batista Domingues; PEIXOTO, Mayara Santos Souza. Ícone e símbolo: a semiótica Peirceana na língua brasileira de sinais. **Mimesis, Bauru**, v. 38, n. 2, p. 157-166, 2017.

MELO, D. P.; MELO, V. P. Uma introdução à semiótica peirceana. Guarapuava: Unicentro, 2015.

NICOLAU, Marcos et al. Comunicação e Semiótica: visão geral e introdutória à Semiótica de Peirce. **Revista eletrônica temática**, v. 6, n. 08, 2010.

SANTAELLA, Lúcia. A semiótica filosófica de C. S. Peirce. *Hypnós*, São Paulo, v. 5, p. 301-307, 1999.

SANTAELLA, Lucia; NOTH, Winfried. *Introdução à semiótica*. Paulus Editora, 2021.

Semiótica e informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, [S. l.], v. 1, n. 1, 2008. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/22311>. Acesso em: 29 jul. 2025.