Tinder Newsroom

Alexandre Pavão lança coleção 'More Than a Match' em colaboração com o Tinder

Parceria criativa entre as marcas revisita as definições de atração e transforma atitude, autenticidade e energia urbana em uma coleção cápsula limitada



More Than a Match by Tinder e Alexandre Pavão

O **Tinder**, aplicativo de encontros mais popular do mundo, e a marca autoral brasileira **Alexandre Pavão** anunciam o lançamento da coleção cápsula "**More Than a Match**". Com abertura de vendas prevista para quarta-feira (11), no Dia do Solteiro, a colaboração criativa propõe uma reinterpretação sobre os códigos de atração da Geração Z, transformando traços de personalidade, atitude e autenticidade sob a assinatura **"You're So Hot".**

Alinhada aos dados do relatório *Year In Swipe*, do Tinder, a campanha reflete a mudança no comportamento de uma geração cada vez menos interessada em jogos e sinais confusos. Ao colocar clareza, disponibilidade emocional, humor, bagagem cultural e autenticidade no centro das conexões reais, a iniciativa redefine o conceito de atração, partindo da premissa de que ser 'hot' vai muito além da aparência física.

"Temos evoluído a experiência no Tinder para tornar as interações e conexões ainda mais intencionais" afirma **Maria Fernanda Zanusso, Gerente Sr. de Marketing LATAM do Tinder.** "Isso envolve reconhecer os novos códigos da atração: ser 'hot' não é mais sobre seguir um padrão estético rígido, mas sim poder expressar quem você verdadeiramente é. Não por acaso, 73% dos entrevistados dizem saber que gostam de alguém quando sentem que podem ser eles mesmos perto desta pessoa[1]. A collab com Alexandre Pavão celebra justamente essa virada cultural, mostrando que a verdadeira faísca nasce da autenticidade" completa.

"More Than a Match", uma coleção Alexandre Pavão powered by Tinder

Em **"You're So Hot"**, a atração ganha novas formas de expressão. Inspirada no universo do Tinder, a campanha brinca com os códigos da paquera e propõe um olhar além da primeira impressão. O conceito ganha vida em uma estética provocativa e urbana, que combina os elementos autorais de Alexandre Pavão com referências à cultura digital, atitude e humor.

"A ideia foi brincar com o que faz alguém ser hot de verdade. Tem a ver com personalidade, senso de humor, atitude e aquela coisa que você não consegue explicar, mas que faz alguém chamar sua atenção. Com o Tinder, conseguimos levar essa provocação para a moda, misturando os códigos visuais das duas marcas em peças cheias de personalidade. No fim, é sobre não ter medo de se expressar e entender que o que torna alguém interessante é justamente aquilo que faz essa pessoa ser diferente", afirma **Alexandre Pavão, designer e fundador da marca.**

Reconhecido por conectar moda, arte e funcionalidade, Alexandre Pavão incorporou às peças seus elementos autorais mais emblemáticos, como as cordas funcionais, os mosquetões metálicos e detalhes em couro, associados à identidade visual repaginada do Tinder. "Unimos os códigos visuais do Tinder à identidade da Alexandre Pavão, criando peças com atitude e personalidade. Afinal, ser hot é despertar curiosidade e mostrar quem você realmente é ", afirma Alexandre.

Muito além do Match

A colaboração criativa, que foi identificada e coordenada pelo **estúdio de design narrativo WIP**, dentro do seu modelo de gestão de Collabs de marcas, acompanha o momento global de evolução do Tinder, que se consolida como uma plataforma cada vez mais social, intencional e orientada por afinidades. Essa nova fase ganha força por meio de recursos pensados para conectar pessoas a partir de interesses, estilos de vida e repertórios em comum, como o Double Date e os Modos Música e Astrologia, desenhados para personalizar a experiência no app e gerar recomendações mais assertivas.

"Estar no Tinder hoje é sobre compartilhar vivências, interesses e repertório cultural, e ter ao nosso lado o potencial criativo e a autenticidade de Alexandre Pavão traduz perfeitamente esse espírito. Estamos muito felizes com a colaboração, celebrando o encontro ideal entre design e tecnologia por meio de uma coleção feita para lembrar que a atração não segue fórmulas, e que o verdadeiro match pode acontecer quando você tem liberdade para ser quem realmente é" finaliza **Maria Fernanda Zanusso.**

Não por acaso, a escolha do dia **11 de novembro** para o lançamento da coleção amarra todo esse conceito. Conhecida mundialmente como o **Dia do Solteiro**, a data ganha um novo significado na parceria entre Tinder e Alexandre Pavão: longe de ser sobre a busca desesperada por um par, mas sim sobre a celebração da individualidade, do amor-próprio e da liberdade de vestir a sua própria energia. A coleção é um manifesto de que estar solteiro é sobre estar por inteiro, autêntico e pronto para conexões reais.

A campanha

A agência **MESSSin**, braço de influência digital da MESSS, assina a curadoria estratégica para o shooting da campanha. Na seleção, foram priorizados modelos e creators com base em sua autenticidade, presença marcante e capacidade de gerar identificação e conexão com suas comunidades.

As respostas de cada talento a um questionário deram origem ao manifesto do vídeo hero, reunindo perspectivas pessoais sobre identidade, atração e conexão. A narrativa aborda uma experiência comum: ser julgado pela primeira impressão antes mesmo de ter a oportunidade de revelar outras camadas da própria personalidade. Ao dar voz a diferentes estilos e vivências, o filme reforça a importância de estar aberto a conhecer o outro para além dos estereótipos. Assim, o casting se torna parte essencial da campanha, traduzindo o encontro entre Alexandre Pavão e Tinder em uma celebração da individualidade e das conexões genuínas.

A coleção estará disponível em edição limitada a partir da próxima **quarta-feira (11)** no **site oficial** **Alexandre Pavão.** Acompanhe essa e outras novidades em @tinderbrasil e @alexandrepavaodotcom no Instagram.

[1]Uma pesquisa realizada pela Opinium em nome do Tinder com 4.000 jovens de 18 a 25 anos que estão ativamente em relacionamentos nos EUA, Reino Unido, Canadá e Austrália, entre outubro de 2025 e novembro de 2025.

---

https://br.tinderpressroom.com/Alexandre-Pavao-lanca-colecao-More-Than-a-Match-em-colaboracao-com-o-Tinder