

‘Besties’: Tinder aposta na liberdade criativa em novo modelo de parceria com influenciadoras

Iniciativa reúne 20 criadoras de conteúdo em um novo modelo de colaboração que celebra autonomia e autenticidade como pilares centrais

São



Paulo, 02 de outubro de 2025 - Aplicativo de namoro mais popular do mundo, o **Tinder** anuncia iniciativa inédita no mercado de marketing de influência, intitulada **Besties**, que consiste em um *squad* formado por 20 influenciadoras. A iniciativa tem como objetivo representar a marca de forma autêntica, leve e próxima do público. O diferencial está na liberdade criativa como centro da parceria e na minutagem como referencial dos conteúdos: cada uma das criadoras tem autonomia para escolher os temas, formatos e narrativas que melhor se conectam ao seu estilo e rotina, refletindo o lifestyle do Tinder de maneira genuína e sem roteiros pré-determinados.

“Entendemos que a liberdade criativa é o caminho para construir diálogos autênticos e conexões verdadeiras com a Geração Z” explica **Maria Fernanda Zanusso, Gerente Sênior de Marketing para América Latina no Tinder**. *“Nosso objetivo é que cada conteúdo mostre de maneira leve e espontânea como o Tinder está presente no cotidiano e nas experiências de quem busca se conectar”*.

A dinâmica com as Besties combina conteúdos divididos em três frentes: **Cultura, Território e Marca**. A maior parte é dedicada à cultura, com vídeos que mostram o uso do aplicativo de forma orgânica e natural, em situações cotidianas como compartilhar histórias pessoais de *dates* no Tinder ou reagir a perfis. No pilar de território o foco são conteúdos que fomentam conversas sobre relacionamentos e comportamentos da geração Z. Já o pilar ‘marca’ destaca conteúdos com foco estratégico em novidades, lançamentos e iniciativas oficiais, como festivais patrocinados ou novas funcionalidades do app.

Os números alcançados desde fevereiro, lançamento do projeto, reforçam a efetividade desse modelo baseado na minutagem dos conteúdos: já são mais de **47 milhões de views com 5 milhões em engajamentos totais**, incluindo likes, comentários, compartilhamentos e posts salvos entre influenciadoras do squad. Até o mês de agosto, foram mais de 880 entregas em 21 horas de conteúdo original, que demonstram a força e a consistência da comunidade criada.

“Acreditamos em: conteúdo autêntico, feito por pessoas reais, baseado em dados abaixo de uma narrativa clara e verdadeira – e Besties é um ótimo exemplo disso. Tinder foi extremamente estratégico e inovador ao adotar nossa metodologia baseada em minutagem e liberdade para criadores chamado de ‘Story-Boosters’” conta **Bruno D’Angelo, sócio-fundador da WIP**, estúdio de

design de narrativas parceiro do Tinder no projeto.

O squad, atualmente, é composto pelas influenciadoras digitais: Amanda de Paula (mandadepaulaa), Amanda Spaniol (amandaspaniol_), Bárbara Cândido (_barbaracandido), Bárbara Marcondes (barbramarcondes), Beatriz Ávila (bia_avila), Beatriz Nogueira (nnogueirabia), Branca Previliato (brancapreviliato), Carol Figueiredo (carolfigueiredc), Carol Lourenço (carulourenco), Clara Guimarães (claraguiima), Flávia Soares (flaviaverso), Gabriella Oliveira (gabiolivr_), Larissa Jardim (larissajaardim), Glória Maciel (gokamaciel), Luana Camaçari (lucamacari), Luiza Peçanha (_luizapeçanha), Mayara Cardoso (mayaracardoso), Paula Saul (paulaxsaul), Priscila Pereira (priscipereira) e Victória Duarte (euviduca) . Juntas, elas acumulam mais de **10.6M de seguidores** no Instagram e TikTok.

"Fazer parte do Tinder Besties me trouxe uma perspectiva de que eu sempre posso mais. Posso falar sobre mais assuntos, explorar mais públicos e criar mais. Quando entendi o conceito do projeto, percebi que conseguir associar esporte e relacionamento não seria tão difícil assim! Essa autonomia criativa foi essencial para que eu trouxesse o tema para dentro do meu universo de forma natural, sem perder minha identidade" conta **Larissa Jardim**, criadora de conteúdo do projeto Besties.

Tinder Besties Party

Para celebrar o sucesso da parceria e fortalecer os laços da comunidade, o Tinder promoveu na última semana a **"Tinder Besties Party"**, uma festa exclusiva que reuniu seu squad de influenciadoras e convidados. O evento foi realizado no **Cineclube Cortina**, em São Paulo, com uma programação imersiva criada para refletir o espírito do projeto em criar conexões, valorizar a autenticidade e oferecer experiências que ultrapassam o ambiente digital.

Pela manhã, antes da festa, as criadoras participaram de um workshop conduzido pelo **TikTok**, com dicas e orientações sobre produção de conteúdo na plataforma. Em seguida, tiveram conversas inspiradoras com o time global de marketing do Tinder, liderado por **Cleo N. Long, Diretora Sênior de Marketing Global de Produto & América Latina** além de um bate-papo com a atriz e apresentadora **Valentina Bandeira**, host do podcast *'Match O Papo'* e parceira de longa data da marca.

À noite, o Cineclube reabriu suas portas para uma festa exclusiva que combinou música, ativações de parceiros, leitura de tarot e espaços instagramáveis, todos pensados para surpreender e engajar as Besties.

"Foi muito especial estar ao lado das Besties e ouvir como elas se sentiram valorizadas pela liberdade criativa que oferecemos no projeto. Cada uma aproveitou essa autonomia para compartilhar suas experiências com o Tinder como app de namoro - sejam elas positivas ou desafiadoras - de forma genuína, reforçando a autenticidade como vetor de conexões reais" afirma **Maya Aragão, Associate Brand Manager no Tinder**.

Por meio do projeto Besties, o Tinder busca construir uma comunidade sólida e engajada, promovendo diálogos verdadeiros sobre relacionamentos e conexões.

<https://br.tinderpressroom.com/Besties-Tinder-aposta-na-liberdade-criativa-em-novo-modelo-de-parceria-com-influenciadoras>