

Em celebração ao Mês do Orgulho Tinder renova parceria com Willy Chavarria e disponibiliza adesivos exclusivos no app

Em celebração ao Mês do Orgulho Tinder renova parceria com Willy Chavarria e disponibiliza adesivos exclusivos no app



São Paulo, 05 de Junho de 2025 — Neste Mês do Orgulho, o **Tinder** está trazendo de volta a colaboração de sucesso com o estilista **Willy Chavarria**, apresentando modelos inéditos como parte da campanha “**How We Love Is Who We Are**” (Como Amamos É Quem Somos). Além disso, o app está reintroduzindo à plataforma seus tradicionais adesivos do Orgulho, transformando a autoexpressão em impacto no mundo real.

Isso porque, como parte da campanha deste ano, o Tinder irá contribuir em até US\$100.000 com a Human Rights Campaign (HRC), organização civil dedicada a promover a igualdade para pessoas da comunidade. Na prática, a cada adesivo adicionado aos perfis, o Tinder irá doar US\$1 à HRC - até o limite de US\$50.000 - em apoio aos direitos e à celebração do amor e da identidade LGBTQIA+, tanto online quanto offline.

De acordo com dados de 2024 coletados pelo Tinder, houve um aumento de 66% em matches LGBTQIA+ quando comparado ao ano anterior, refletindo uma mudança poderosa em relação à visibilidade e conexão entre a comunidade, globalmente'. Este crescimento é mais do que apenas estatística, é reflexo de identidades em transformação, do fortalecimento da representatividade e de uma geração que, sem pedir desculpas, busca por amor, conexão e comunidade em seus próprios termos, enquanto reafirma que “How We Love Is Who We Are”.

“O Orgulho é um lembrete poderoso de que o amor, em todas as suas formas, merece ser visto, celebrado e protegido”, afirma **Melissa Hobley, CMO do Tinder**. “Na verdade, nossos dados mostram que 30% de todos os matches no Tinder são entre pessoas LGBTQIA+ — a maior proporção da história do app. Com os novos adesivos do Orgulho dentro do aplicativo e a coleção limitada “How We Love Is Who We Are”, temos orgulho de transformar a autoexpressão em ação — homenageando e celebrando nossos usuários LGBTQIA+ e contribuindo para uma mudança real junto à HRC.”

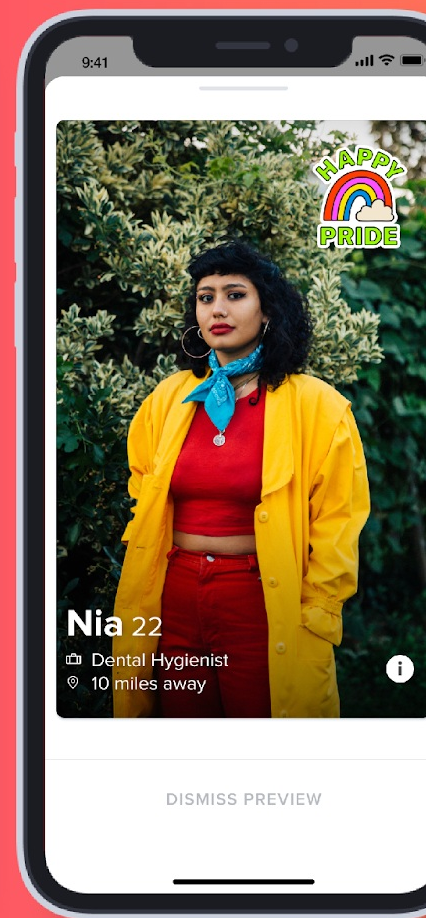
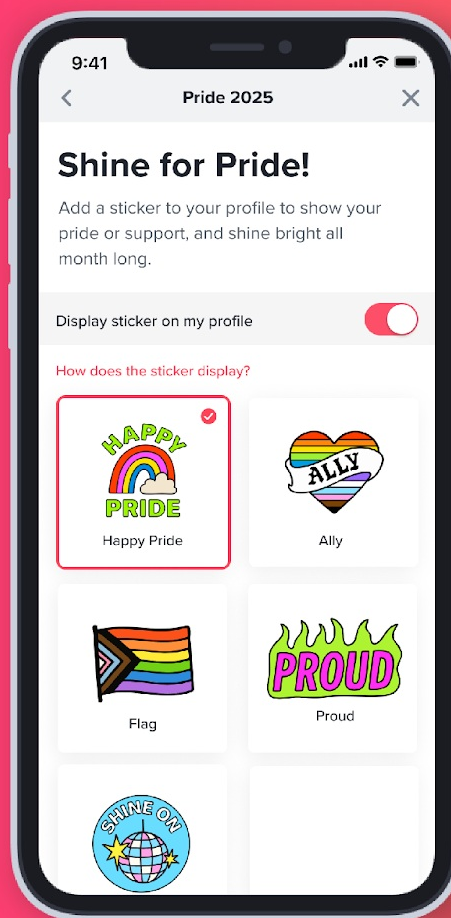
“Moda não é só estilo, é um espelho dos nossos tempos e um catalisador de mudanças” afirma o estilista **Willy Chavarria**. “Nessa segunda colaboração com o Tinder e a HRC, estamos aproveitando o poder da moda para estimular conversas, desafiar convenções e afirmar identidades com ousadia. Esta campanha é uma celebração do amor em todas as suas formas — e um lembrete poderoso de que visibilidade também é uma forma de resistência”.

“Essa parceria é um reflexo do que é possível quando a criatividade se une a um propósito”, disse **Kelley Robinson, presidente da HRC**. “A moda sempre foi um espaço de expressão queer e, agora, com o apoio de Willy Chavarria e do Tinder, estamos usando esse espaço para fortalecer a comunidade em um momento em que visibilidade e solidariedade são mais importantes do que nunca. A comunidade LGBTQ+ é forte, vibrante e unida — e, junto com nossos aliados, continuaremos avançando rumo à plena igualdade e à liberdade”.

Essa colaboração é uma celebração da união, da resiliência e do direito de amar sem limites. Tinder, Willy Chavarria e a HRC estão unindo forças para imaginar e lutar por um mundo onde cada identidade seja respeitada e onde toda história de amor tenha a liberdade de florescer. A coleção “How We Love is Who We Are” também estará disponível para compra no site global de Willy, <https://willychavarria.com/>.

A Nova Era do Orgulho Digital

O Tinder está trazendo de volta os adesivos favoritos dos usuários dentro do app e lançando novas opções — Proteja as Pessoas Trans, Hora de Brilhar, Orgulho, Bandeira do Orgulho, Aliado e Celebre o Orgulho. Para cada adesivo adicionado ao perfil de um usuário durante o mês de junho, o Tinder doará US\$1 à Human Rights Campaign (HRC), com um limite de até US\$50.000 — contribuindo para uma doação total de até US\$100.000 à HRC.



Os adesivos do Orgulho do Tinder estão disponíveis até 1º de julho. Os usuários podem adicionar, trocar ou remover um adesivo acessando a seção de 'Adesivos' na tela de 'Edição de Perfil'.

¹Dados internos do Tinder. Usuários novos e recorrentes entre maio de 2023 e maio de 2024.

Sobre o Tinder

Lançado em 2012, o Tinder® revolucionou a forma como as pessoas se encontram, crescendo de 1 match para um bilhão de matches em apenas dois anos. Esse rápido crescimento demonstra sua capacidade de atender a uma necessidade humana fundamental: conexão real. Hoje, o aplicativo foi baixado mais de 630 milhões de vezes, resultando em mais de 100 bilhões de matches, atendendo aproximadamente 50 milhões de usuários por mês em 190 países e mais de 45 idiomas — uma escala inigualável por qualquer outro aplicativo na categoria. Em 2024, o Tinder ganhou quatro prêmios Effie por sua primeira campanha global de marca, *"Tudo Começa com um Match"*.

Sobre Willy Chavarria

A missão de Willy Chavarria é elevar as vozes sub-representadas por meio do poder transformador da arte e do design. As coleções da marca incorporam uma abordagem sensível e cinematográfica, mesclando com maestria a profundidade emocional da arte com temas políticos contemporâneos, contando uma história envolvente sobre o espírito humano. Willy busca ser uma voz para os que não têm voz, colaborando frequentemente com organizações em prol da justiça social. Suas inspirações vêm de elementos biográficos, incluindo referências à sua herança mexicano-americana, à beleza das ruas e à cultura que o cerca.

Sobre a Human Rights Campaign (HRC)

A Human Rights Campaign é a maior organização de direitos civis dos Estados Unidos dedicada a promover a igualdade para pessoas lésbicas, gays, bissexuais, transgênero e queer (LGBTQ+). A HRC tem como visão um mundo onde pessoas LGBTQ+ sejam plenamente acolhidas na sociedade — em casa, no trabalho e em todas as comunidades.

<https://br.tinderpressroom.com/Em-Celebracao-ao-Mes-do-Orgulho-Tinder-Renova-Parceria-com-Willy-Chavarria>