

Termômetro de Match? A influência do beijo na conexão romântica

"Beijo", "beijinho" ou "beijão"? Tinder revela como o flerte começa já na bio, em referência ao Dia do Beijo



São Paulo,
13 de abril
de 2025 - O
beijo segue
sendo
protagonista
quando o
assunto é
química no
date — e não
é só na hora
do encontro.
Em uma
análise
recente dos
perfis de
usuários
brasileiros da
Geração Z
(18 a 25
anos), o
Tinder
identificou

que palavras relacionadas ao beijo seguem em alta nas bios, revelando que esse gesto clássico continua sendo uma das formas preferidas de demonstrar interesse e conexão.

Segundo os dados da plataforma, entre as palavras que se referem à temática, “beijo” aparece em impressionantes 86% das menções registradas ao longo de 2024, como o jeito mais natural e direto de sinalizar afeto. Já “beijinho”, mais leve e brincalhão, representa 13% das menções, mostrando que há quem prefira um toque de charme sutil na descrição. E o “beijão”? Quase fora do radar, com menos de 1%, talvez por parecer intenso demais para um primeiro approach.

Além das palavras, os emojis também contam uma história: no último Dia do Beijo, em 2024, os símbolos de carinho dominaram os perfis. Entre os emojis que se referem à temática, os emojis de rosto mandando beijo, marca de batom e beijo de olhos fechados lideraram a lista, reforçando que a Geração Z é sim afetuosa! Mas com estilo próprio.

E quando é o momento certo para dar o primeiro beijo? Para a Geração Z, a conexão começa bem antes do encontro presencial. Inserir um “beijo”, “beijinho” ou até um emoji nos perfis é uma forma leve e divertida de flertar e pode funcionar como um convite sutil para iniciar a conversa. Esse gesto simbólico ajuda a quebrar o gelo, criar proximidade e deixar o clima mais descontraído antes mesmo do primeiro date acontecer.

O Tinder continua sendo o palco onde conexões autênticas acontecem — e, como mostram as bios, a linguagem do beijo segue viva, evoluindo com o tempo, mas nunca saindo de moda.

SOBRE O TINDER

Lançado em 2012, o Tinder® revolucionou a maneira como as pessoas se conhecem, passando de 1 match para um bilhão de matches em apenas dois anos. Esse crescimento rápido demonstra sua capacidade de atender a uma necessidade humana fundamental: a conexão real. Hoje, o aplicativo foi baixado mais

de 630 milhões de vezes, levando a mais de 97 bilhões de matches, atendendo aproximadamente 50 milhões de usuários por mês em 190 países e mais de 45 idiomas - uma escala incomparável por qualquer outro aplicativo na categoria. Em 2024, o Tinder ganhou quatro prêmios Effie por sua primeira campanha de marca global, "Tudo Começa com um Match™.

<https://br.tinderpressroom.com/Termometro-de-Match-a-Influencia-do-Beijo-na-Conexao-Romantica>