

Tinder distribuirá “Pulseira do Match” no Lollapalooza Brasil 2025

Acessório servirá de símbolo para identificar os solteiros durante o festival, a fim de incentivar conexões e matches de forma autêntica e dinâmica



São Paulo, 25 de março de 2025 - A música desempenha um papel fundamental na conexão entre as pessoas, capaz de evocar emoções, compartilhar experiências e criar pontos de encontro. É por acreditar nesse potencial, e no lema de que ‘Tudo começa com um match’, que **Tinder**, o aplicativo de namoro mais popular do mundo, está entre os apoiadores oficiais do **Lollapalooza Brasil 2025**, que acontece nos dias 28, 29 e 30 de março, em São Paulo.

Segundo dados do aplicativo, as menções ao termo ‘Lollapalooza’ nas bios de usuários brasileiros crescem significativamente durante o mês do festival, alcançando um **pico 5x maior** do que nos meses anteriores. Não à toa, em 2024, março concentrou **mais de 50% de todas as menções ao evento** no Tinder, evidenciando esse como um interesse potencial para matches.

É pensando nisso que, para dar uma ‘forcinha’ àqueles que estão em busca de conexões durante o Lollapalooza, Tinder irá distribuir gratuitamente **“pulseiras do match”** no festival, acessório personalizado que indica quem está solteiro e faz parte de uma experiência interativa no festival. Na ação, que foi uma criação da GUT, cada participante receberá uma pulseira com **cinco espaços vazios**, além de um kit com **cinco adesivos do mesmo ícone e cor**. No total, serão cinco símbolos diferentes, representando os recursos do Tinder (Oops, Super Like, Boost, Like) e o ícone da marca. O objetivo é simples: **trocar seus adesivos com outras pessoas** para completar a pulseira com **cinco ícones diferentes**. E é aí que o **match acontece**. Quem conseguir preencher todos os espaços da pulseira pode conseguir um **acesso ao Lolla Lounge**.

Para completar a experiência, o Tinder disponibilizará fotografias pelo festival, para que o público, em especial usuários do app, possa fazer registros incríveis - e profissionais -, para turbinar seus perfis, elevar o nível da paquera e aumentar as chances de match. Todas as fotos serão disponibilizadas [aqui](#).

“No Tinder valorizamos experiências que geram conexões autênticas, sejam elas online ou presenciais, e vemos a música como um importante vetor para essas interações. Por isso, vamos transformar o Lollapalooza, um dos maiores festivais de música do mundo, em um ambiente ideal para conhecer a galera e, quem sabe, dar matches de forma leve e bem-humorada” comenta José Diogo Costódio Rodrigues, Diretor de Marketing para América Latina e Canadá do Tinder.

“As pulseiras de Tinder no Lollapalooza vão ser um incentivo para as pessoas interagirem entre si, quebrarem o gelo e criarem novas conexões. É uma marca que pensa no seu público e se diverte junto com novas experiências. Acreditamos que as pulseiras vão proporcionar muitas interações, e então, quem sabe alguns matches possam acontecer a partir daí?” completam Mauricio Dias e Eduardo Nosé, Diretores de criação da GUT

O Lollapalooza Brasil 2025 acontece no Autódromo de Interlagos, nos dias 28, 29 e 30 de março, com previsão de abertura dos portões às 11h. Entre os headliners estão artistas como Olívia Rodrigo, Shawn Mendes, Alanis Morissette e Justin Timberlake.

Mais informações sobre a participação do Tinder no festival podem ser encontradas em [tinderbrasil](https://br.tinderpressroom.com/Tinder-Distribuiu-Pulseira-do-Match-no-Lollapalooza-Brasil-2025).

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”*.

<https://br.tinderpressroom.com/Tinder-Distribuiu-Pulseira-do-Match-no-Lollapalooza-Brasil-2025>