

## TINDER Y 3INA TRANSFORMAN EL RUBOR DEL FLECHAZO EN "SHOW YOUR (CRUSH) BLUSH", LA COLABORACIÓN BEAUTY QUE CAPTURA EL NUEVO LENGUAJE DEL LIGUE GEN Z

Desde el pasado San Valentín, la autoexpresión se ha posicionado como un nuevo lenguaje en el dating, con menciones a la “cosmética” en Tinder que casi se han duplicado\*, reforzando la creciente importancia de cómo las personas se muestran y conectan en la app. “Show Your (Crush) Blush” incluye tres kits de maquillaje inspirados en las emociones que despierta un crush.



Las emociones también se escriben en la piel. Y cuando hay un flechazo, se nota. El color sube a las mejillas, el calor aparece sin avisar y el cuerpo habla antes que las palabras. Este San Valentín, Tinder, el lugar donde nacen millones de conexiones cada día, se une a 3INA, la marca española de maquillaje y skincare conocida por sus productos coloridos y mentalidad sin reglas, para convertir esa reacción universal en una forma de expresión y celebrar lo que realmente nos conecta: las emociones.

La colaboración nace de una realidad clara: la forma de conocer a la gente está cambiando. La belleza y la autoexpresión forman cada vez más parte de la manera en que las personas se presentan y conectan. Desde el pasado San Valentín, las **menciones a “cosmética” en las bios de Tinder han crecido un 42,9%**, junto a un **aumento del 19% en las menciones a la “belleza”**\*\*, mientras que términos vinculados a las emociones y la atracción, como **“flechazo” (+4,7%)**, también han ganado protagonismo. Este cambio se refleja además en el **auge de emojis expresivos**, confirmando que el color y las emociones se han convertido en una nueva forma de lenguaje.

Desde que nació 3INA, la autoexpresión siempre ha sido uno de nuestros pilares principales: usar el color para experimentar y mostrarte como eres. Por tanto, los productos icónicos No-Rules se convierten en protagonistas, un *blush* que transforma emociones en color y representa nuestra visión de la belleza libre de reglas.

En este contexto cultural, Tinder y 3INA lanzan *Show Your (Crush) Blush*, una invitación a no esconder lo que sientes y a potenciarlo. Porque hoy en día, no se trata solo de hacer *match*, es mostrarse tal y como eres, jugar con tu identidad y expresar emociones sin filtros.

### Tres emociones, tres formas de llevar el crush en la piel

La colaboración se materializa en tres kits, cada uno inspirado en una energía emocional distinta que aparece cuando conectamos con alguien.

- **The Rush Blush Kit** representa la química intensa e incontrolable. Ese flechazo inmediato que acelera el pulso y enciende las mejillas. *Unlook* vibrante y espontáneo que combina *blush* rojo, máscara y eyeliner para una mirada potente.
- **The Icon Blush Kit** es carisma puro. Seguridad, magnetismo y actitud sin esfuerzo. Un tono *nude* rosado universalmente favorecedor junto a un eyeliner violeta eléctrico que aporta personalidad y un punto *bold*.
- **The Love Blush Kit** celebra la ilusión romántica. Mariposas, dulzura y emoción sincera. *Unblush* rosa suave combinado con un eyeliner azul eléctrico que ilumina la mirada y aporta frescura.

Cada kit incluye un **full look** para ojos, labios y mejillas, pensado para jugar con el maquillaje como una forma más de expresar lo que sientes, sin reglas y sin miedo.



#### ***Beauty y dating: emociones que se comparten***

La colaboración entre Tinder y 3INA une de forma natural dos mundos que están más conectados que nunca: la belleza como herramienta de autoexpresión y el dating entendido como una experiencia emocional y social. En un contexto en el que ligar gira cada vez más en torno a sentirse cómodo y reducir la presión, funcionalidades como **Double Date** facilitan integrar a tu círculo social en tu vida de citas. Arreglarse juntos, compartir los nervios y comentar el look forman parte del proceso.

"Show Your (Crush) Blush" nace justo ahí: en ese momento previo al match, a la cita o al flechazo, cuando las emociones ya se sienten en la piel.

"San Valentín es una fecha especialmente relevante dentro del universo Tinder. En este contexto, quisimos poner el foco en aquello que hace vibrar las nuevas conexiones: las emociones. El objetivo era celebrarlas y hacerlas visibles y, en este sentido, el match con 3INA fue natural e inmediato", explica Sara Franco, Responsable de Marketing de Tinder en España", explica **Sara Franco, Regional Marketing Lead de Tinder**.

"Para 3INA, el poder de autoexpresión siempre fue uno de los principales pilares de la marca, así que unirse con Tinder para una campaña que lo celebra y anima a expresarse con libertad tanto con el maquillaje como con las emociones fue un *match* perfecto", comenta André Fonseca, Director Creativo de 3INA.

Porque cuando hay química, se nota. Y este San Valentín, **Tinder y 3INA** la convierten en color.

#### Notas al editor:

\* Datos sacados internamente de las menciones en las bios de Tinder en España comparando el mismo periodo de 2024 con respecto a 2025.

---

<https://es.tinderpressroom.com/news?item=122649>