Tinder Newsroom

Tinder e TikTok anunciam parceria inédita para trazer novo reality show Double Date Island para público jovem adulto

Plataformas anunciam em Lion Cannes uma parceria estratégica e histórica, que sinaliza um marco tanto para a indústria de entretenimento quanto para a de relacionamentos



22 de junho de 2026 - O Tinder e o TikTok anunciam hoje uma parceria estratégica e histórica, que sinaliza um marco tanto para a indústria de entretenimento quanto para a de relacionamentos. O *Double Date Island*, franquia de reality show de namoro do Tinder, estreará sua primeira temporada completa no TikTok neste verão do hemisfério norte, tornando a plataforma o destino definitivo de exibição, um hub cultural e um motor de amplificação.

Essa é a primeira vez que o Tinder se une a uma plataforma com a escala e a autoridade cultural do TikTok, ao lado do Studio 55 - parte da ITV Studios -, e os especialistas em conteúdo digital da Cowshed Studios (Sidemen XIX Inside, Foot Asylum apresenta Locked In) para dar vida a uma série completa de namoro.

A parceria estabelece um novo padrão para como plataformas de relacionamento, entretenimento e marcas de mídia podem colaborar para alcançar o público de jovens adultos onde eles realmente estão.

O que é o *Double Date Island*?

O *Double Date Island* é um reality show do Tinder em que pares de melhores amigos ao redor do mundo (EUA, Brasil, Austrália, Reino Unido, França, Espanha, Itália e Alemanha) são selecionados como participantes e se reúnem para encontros duplos, conhecer pares de outros países e experienciar um refúgio ensolarado de conexões espontâneas, sem pressão, capturadas pelas câmeras.

Desenvolvido a partir do recurso Double Date, o reality transforma o romance moderno em uma aventura compartilhada: mais risadas, momentos inesperados e uma forma genuinamente divertida de conhecer novas pessoas. Neste verão, o programa irá para Portugal, estreará no TikTok e contará com participantes anônimos, em conteúdos disponíveis apenas para maiores de 18 anos no app. Além da seleção de perfis reais, talentos escolhidos se juntarão aos apresentadores na ilha, trazendo sua energia única para a aventura dos solteiros.

Quem está por trás da produção?

O reality será produzido pela Cowshed Studios, co-desenvolvido pela Studio 55 e distribuído pelo Zoo 55, parte da ITV Studios, com o suporte da OMD - agência EMEA de estratégia, planejamento e compra de mídia do Tinder.

Um novo formato para uma nova geração

O *Double Date Island* nasceu do sucesso de um dos recursos mais inovadores já lançados pelo Tinder: o Double Date, uma funcionalidade que permite que o usuário e um amigo façam par e deem match com outras duplas. Como resultado, a experiência clássica do Tinder se transforma em uma aventura compartilhada, pensada para uma nova geração de adultos que querem namorar.

O reality show representa uma evolução significativa em como as plataformas de relacionamento estão se movendo para além do app, a fim de criar experiências e conteúdos culturalmente relevantes.

A parceria

A parceria entre o Tinder e o TikTok é uma colaboração totalmente integrada, desenvolvida desde o início para ser fiel à forma como a comunidade do TikTok consome e amplifica conteúdo. Nesse modelo, o TikTok oferece alcance incomparável, um ecossistema de criadores de classe mundial e posicionamento premium, além de uma estratégia de storytelling centrada na comunidade, criada para impulsionar conversas culturais muito além da tela.

Para o TikTok, isso reforça sua posição como lar de momentos marcantes de entretenimento, não apenas uma ferramenta de descoberta, mas um palco cultural. Para o Tinder, marca um passo decisivo em sua evolução: criar espaços mais sociais e dinâmicos, em que a conexão seja fácil e divertida.

A parceria foi oficialmente anunciada no Festival Internacional de Cannes Lions, consolidando o *Double Date Island* como um dos lançamentos de entretenimento e marketing de destaque para o verão do hemisfério norte de 2026. Junto à novidade, o Tinder deu início também à seleção do elenco em diversos países, convidando duplas de melhores amigos solteiros a se inscreverem para a chance de viajar para a d*ouble date island* e vivenciar uma experiência única neste verão.

“Essa parceria é um verdadeiro marco. O *Double Date Island* no TikTok não é apenas um acordo de distribuição, é um posicionamento compartilhado sobre como duas plataformas comprometidas com experiências social-first autênticas podem se unir de forma responsável para fazer a cultura avançar. Para nós, esse é um próximo passo natural para levar às nossas comunidades um entretenimento mais interativo” afirma **Paolo Lorenzoni. VP de Marketing EMEA do Tinder**.

“Os criadores estão no centro de como o entretenimento é descoberto, compartilhado e comentado no TikTok, e o *Double Date Island* dá vida a essa energia de uma forma inovadora. Estamos felizes em ser a casa desta temporada da série, trazendo um novo formato de entretenimento liderado por criadores e pensado para jovens adultos em toda a Europa. É um próximo passo empolgante sobre como novos formatos podem alcançar o público exatamente onde ele assiste, participa e se conecta com a cultura atualmente” afirma **Kris Boger, Gerente Geral Regional (Reino Unido, Irlanda e Benelux) - Business Soluções no TikTok.**

“O *Double Date Island* é exatamente o tipo de formato que o Studio 55 foi feito para criar: pessoas autênticas, conexões genuínas e um modelo de produção pensado para plataformas onde jovens adultos naturalmente se conectam. Estamos orgulhosos de dar vida a esse projeto com o Tinder e o TikTok” conta **Will Scougal, EVP de Marca e Parcerias Comerciais da ITV Studios.**

“Junto à recém-lançada campanha *Say Goodbye to Hellos*, o *Double Date Island* é outro exemplo brilhante de marketing cultural em ação, e estamos empolgados em fazer parceria com o Tinder novamente para isso. O Tinder sempre esteve focado em moldar o que vem a seguir na cultura moderna de namoro e, como agência de planejamento e compra de mídia na EMEA, trabalhamos juntos para reimaginar como a marca se conecta com o público por meio de mídia e parcerias” **Natalie Bell, CEO EMEA da OMD**.

---

https://br.tinderpressroom.com/Tinder-e-TikTok-anunciam-parceria-inedita