



Não perca nada: Clique aqui e baixe de graça nossa extensão oficial para Chrome



NÚCLEO

[Reportagens](#)[TikTok](#)[Instagram](#)[YouTube](#)[WhatsApp](#)

Empresa tece rede de influência digital para empurrar vapes ilegais a jovens

A paraguaia Agatres usou celebridades, modelos e páginas de festas no TikTok, no Instagram e no YouTube para promover cigarros eletrônicos. Plataformas ignoram solenemente legislação antifumo brasileira.



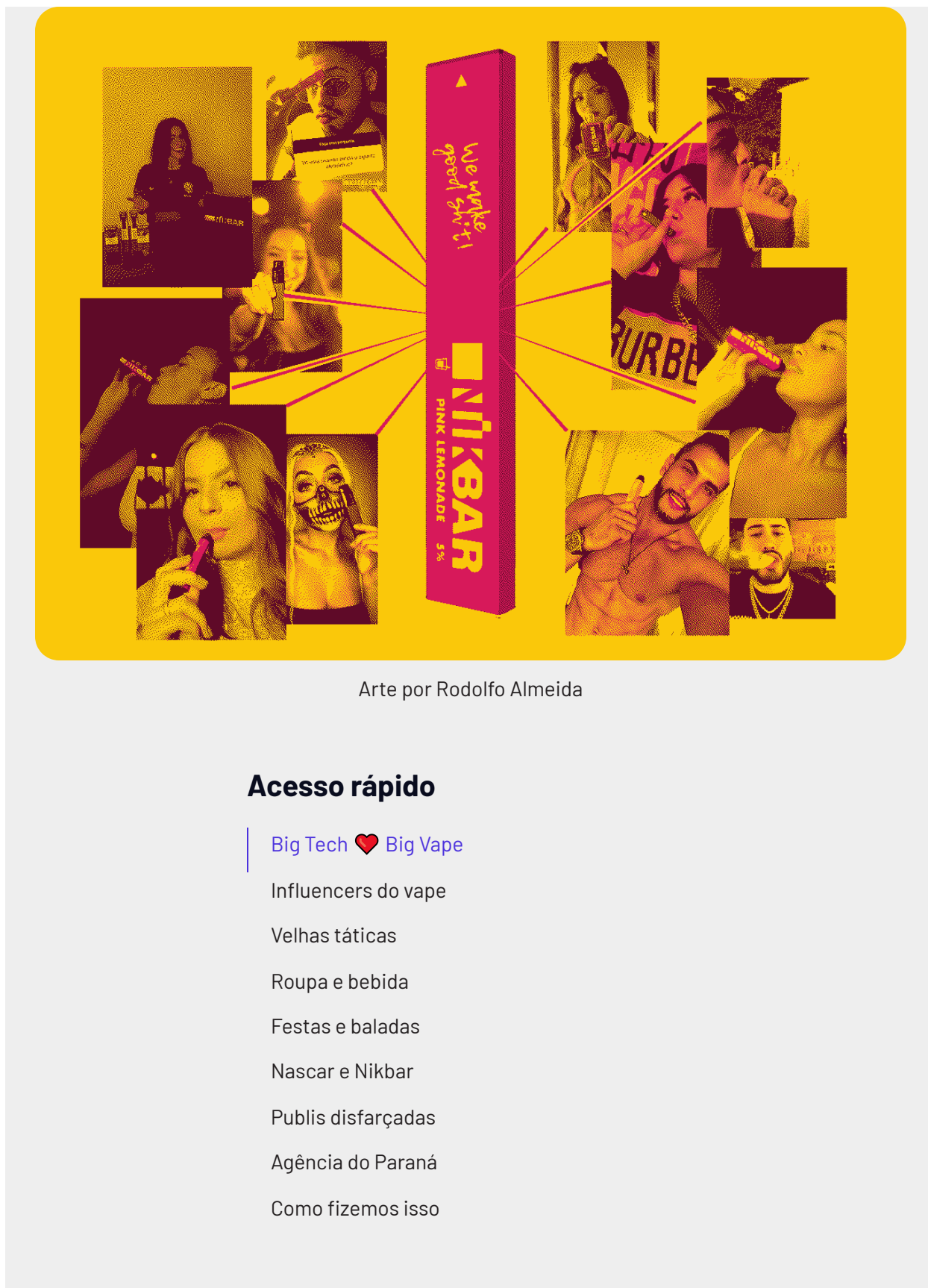
Pedro Nakamura e Rodolfo Almeida

📅 02.Jul.2024 às 16:32

🕒 18 min leitura



Apoie



Arte por Rodolfo Almeida

Acesso rápido

Big Tech ❤️ Big Vape

Influencers do vape

Velhas táticas

Roupa e bebida

Festas e baladas

Nascar e Nikbar

Publis disfarçadas

Agência do Paraná

Como fizemos isso

Uma empresa paraguaia que distribui cigarros eletrônicos, a Agatres, criou uma rede de influência digital com celebridades, modelos e páginas de festas no Instagram, no TikTok e no YouTube para promover perfis de vendas da sua própria marca de vapes, a Nikbar, e atrair jovens brasileiros ao produto ilegal, mostra investigação do **Núcleo**.




Cigarros eletrônicos são proibidos no Brasil desde 2009.

Em abr.2024, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) ampliou restrições contra a venda, distribuição, armazenamento e propaganda de vapes e pods, que seguem entrando no país via contrabando.

Cantores como o funkeiro Kevinho, o trapper Kawe e os sertanejos Zé Felipe e Matheuzinho divulgaram os pods da empresa, assim como pelo menos 25 outros influenciadores mapeados pela reportagem – a maioria deles do segmento de fitness e um deles piloto de automóveis da Nascar Brasil.

É * importante * porque...

 *Celebridades, páginas de festas e influenciadores divulgaram livremente produtos ilegais e contrabandeados*

 *Empresa paraguaia patrocinou videoclipes de trap no YouTube e fez publis em raves nas redes para atrair jovens brasileiros ao vaping*

Plataformas ignoram legislação antifumo brasileira e permitem promoção de cigarros eletrônicos

Também identificamos 12 festas que foram patrocinadas pela Nikbar e tiveram desde sorteio de vapes até a distribuição de cigarros eletrônicos, além de dois podcasts e cinco vídeos de trap que fizeram *placement* da marca. Todas essas ações de marketing operaram entre ago.2020 e dez.2023, mas foram mais ativas entre 2021 e 2022.

O **Núcleo** identificou que as regras de comunidade da Meta e do TikTok permitiram a Agatres a divulgar a Nikbar, mesmo com o produto sendo ilegal no país. Ambas as plataformas adotam diretrizes próprias para a promoção de produtos de tabaco que são mais permissivas do que as normas da Anvisa ou a legislação antifumo brasileira.



nucleojornalismo
Áudio original

Ver perfil



[Ver mais no Instagram](#)

1393 Gostos

nucleojornalismo



Apuração do Núcleo mostra como uma empresa paraguaia criou uma rede de influência para promover vapes e atrair jovens brasileiros ao produto ilegal. 🚫

A Agatres utiliza celebs, modelos e páginas de festas no Insta, TikTok e Youtube para vender cigarro eletrônico da sua própria marca, a Nikbar. 📱

Cantores como o funkeiro Kevinho, o trapper Kawe e os sertanejos Zé Felipe e Matheuzinho divulgaram os pods da empresa, assim como pelo menos 25 outros influenciadores mapeados. A maioria deles do segmento... Fitness. 😬

Plataformas ignoram a legislação antifumo brasileira e ações de marketing foram parar até em videocliques. 🤖

🔗 Leia a reportagem completa clicando no link da bio.

[#vape #pod #cigarroeletronico](#)

Ver todos os 32 comentários

Adicionar comentário...

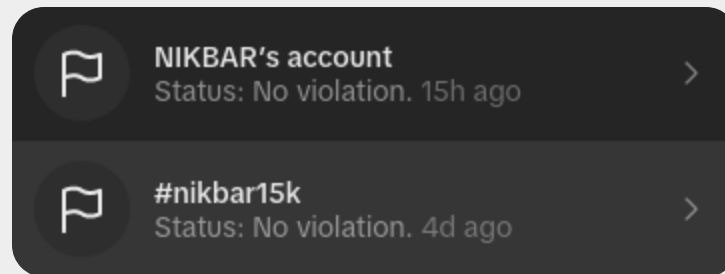
😊 GOSTA DO NOSSO JORNALISMO?

Ajude o Núcleo a continuar aberto para todos e contribua via pix com a **quantia que você quiser**.
Clique aqui para ajudar.

Quer benefícios? Apoie com só R\$10/mês e receba vantagens exclusivas.

Big Tech ❤️ Big Vape

Na prática, essas diretrizes isentam as plataformas de removerem conteúdos que promovem cigarros eletrônicos e obrigam as autoridades a monitorarem ativamente as redes sociais em busca de violações à lei toleradas pelas políticas das big techs.

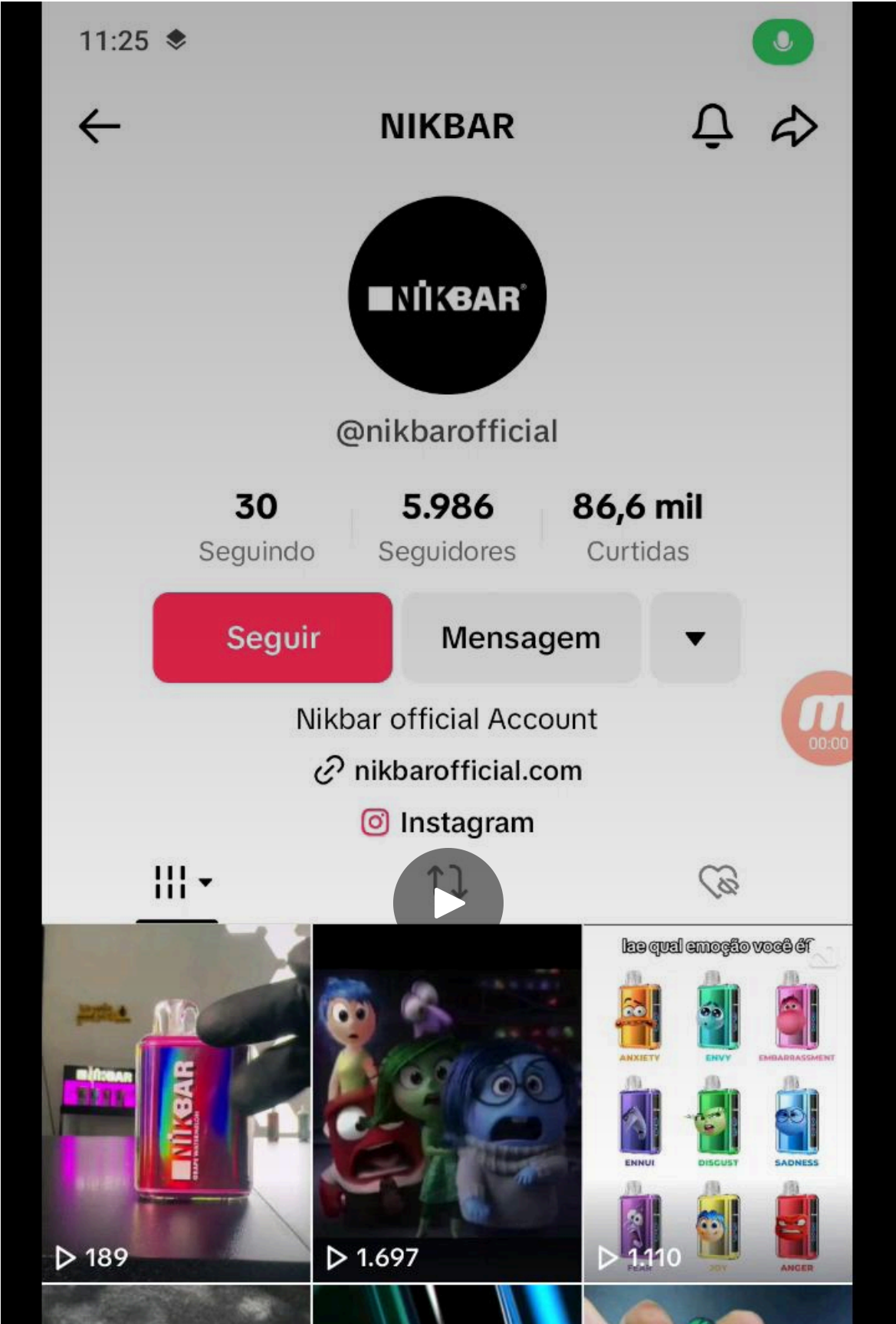


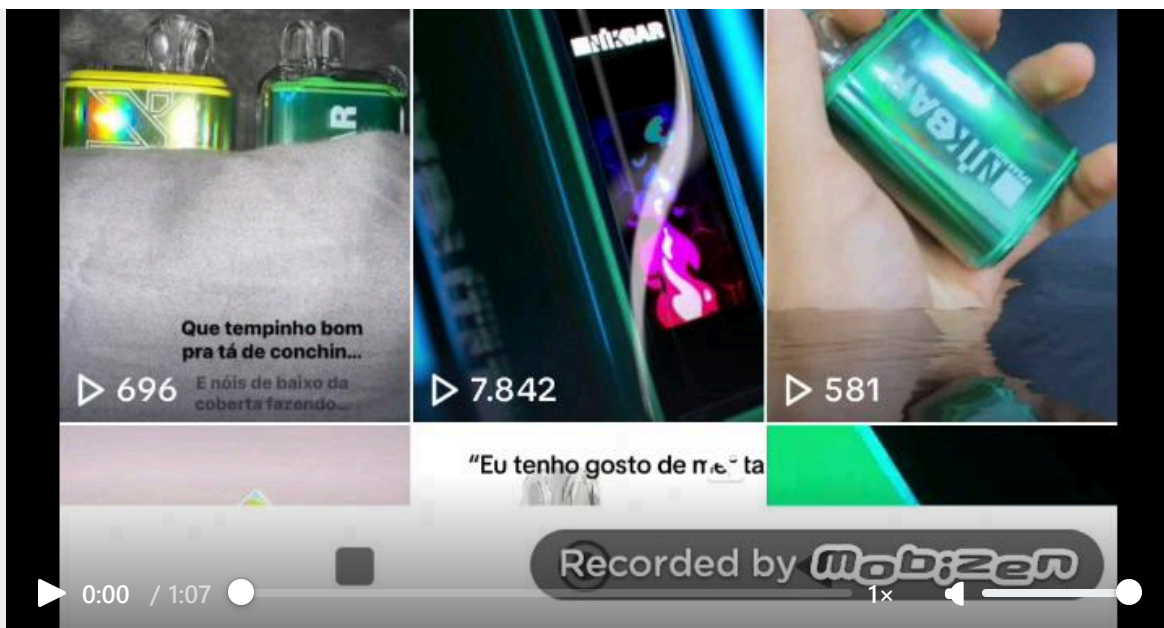
Denunciamos ao TikTok a página oficial da Nikbar na plataforma e uma hashtag da marca que promovia um de seus produtos, mas a plataforma não viu violações. Após contatarmos a assessoria da rede social, o material foi removido (Reprodução: TikTok)

"Essas regras orientam errado os usuários ao permitirem um perfil que promova tabaco", avalia a advogada Adriana Carvalho, diretora jurídica da ONG antitabagista ACT Promoção da Saúde. "Se alguém denunciar o conteúdo, a plataforma não vai tirar porque, pela regra dela, pode ficar, então vai precisar denunciar a alguma autoridade para haver iniciativa", lamenta.

À reportagem, a Anvisa disse que a agência criou um projeto chamado Epinet, que monitora plataformas e solicita a elas a remoção de conteúdos ilegais.

"No período entre janeiro de 2023 a junho de 2024, foram retiradas mais de 16 mil URLs contendo propaganda ou venda de dispositivos eletrônicos para fumar", afirmou em nota.





Perfil oficial da Nikbar usava personagens infantis para promover cigarros eletrônicos, mas inicialmente o TikTok não viu desrespeito às suas regras. Página só saiu do ar após contato direto com a assessoria da rede social (Reprodução: TikTok/@nikbarofficial)



DIFERENÇAS. O TikTok libera o conteúdo que "promove produtos de tabaco", incluindo cigarros eletrônicos. A Anvisa, no entanto, proíbe qualquer forma de exposição ou divulgação de vapes e pods, inclusive menções a marcas e à divulgação de catálogos, como no caso da Nikbar.

Já a Meta diz que "varejistas físicos e online podem promover itens de tabaco disponíveis para venda fora dos nossos serviços". Só que, desde 2011, a propaganda comercial desse tipo de produto só é permitida nos pontos de venda físicos, enquanto sua venda pela internet é irregular desde 1996.

Antes disso, a Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco (CQCT), um acordo internacional ratificado pelo

Brasil em 2006, estabeleceu que "publicidade e promoção do tabaco" é "qualquer forma de comunicação, recomendação ou ação comercial com o objetivo, efeito ou provável efeito de promover, direta ou indiretamente, um produto do tabaco ou o seu consumo".

Influencers do vape

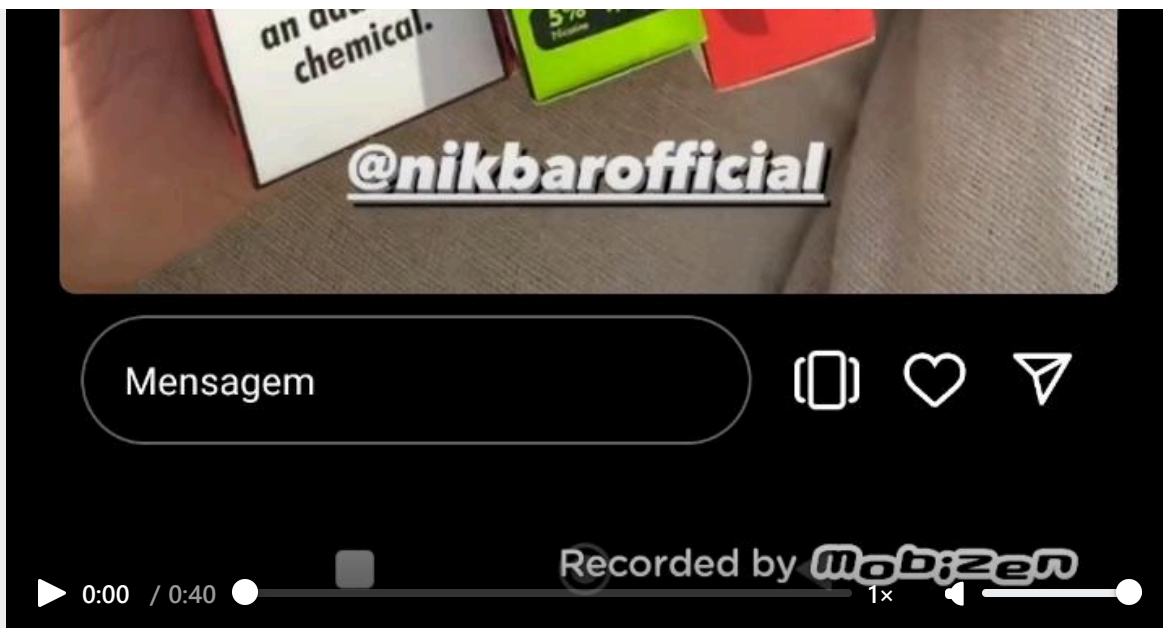
A rede de influenciadores identificada pela reportagem serviu para impulsionar cerca de 44 páginas de vendas da Nikbar no Instagram, sediadas em cidades do país inteiro, de Boa Vista (RR) a Santa Maria (RS). As contas mantinham o padrão "Nikbar + nome da cidade".

Hoje, pelo menos quatro desses perfis seguem ativos no comércio irregular por meio de números de WhatsApp disponíveis na bio dessas contas. Uma deles disponibiliza até menu para agendamento de deliveries.

O consumo de cigarros por jovens, eletrônicos ou não, preocupa porque nessa fase o cérebro ainda amadurece.

"A chance de você ficar dependente e virar um consumidor para o resto da vida cresce", diz a médica psiquiatra Carolina Costa, vice-presidente da Associação Brasileira de Estudos do Álcool e outras Drogas (Abead).





Influenciadores e perfis de vendas da Nikbar com foco em Santa Catarina postavam sobre recebidos e delivery de pods (Reprodução: Instagram)

Nosso levantamento nas redes partiu de documentos da própria Agatres, que forneceram as bases e pistas para essa apuração. Eles estavam disponíveis em uma pasta pública da empresa, que manteve até 17.jun.2024 uma série de materiais de marketing de cigarros eletrônicos em um drive aberto e linkado na página inicial de seu site.


"Nas redes sociais, optamos por trabalhar com conteúdos não comerciais e explorar o lifestyle da marca", diz um dos documentos da Nikbar obtidos pelo **Núcleo**.

Assim como o mosquito é o vetor da dengue, o da dependência de nicotina é o marketing

– **Carolina Costa, AHEAD**

bio


Página de guia da Nikbar para rede de perfis orienta revendedores a como padronizar páginas. A partir desse documento, localizamos um total de 44 contas no Instagram que seguiram a fórmula (Reprodução: Nikbar/Agatres)



nikbar.criciuma Seguindo Enviar mensagem

9 publicações 1.553 seguidores 417 seguindo


Nikbar Criciúma™
We Make Good Sh*t™
Pedidos 📞
wa.me/message/LUC6PBVOIGHGK1



nikbar.bv Seguir Enviar mensagem

11 publicações 124 seguidores 55 seguindo


Nikbar Boa Vista
Comunidade
Venda no Atacado e Varejo. ⚠️ Perfil para maiores de 18 anos.



nikbarbauru Seguir Enviar mensagem

52 publicações 681 seguidores 459 seguindo


Nikbar Bauru
Conta oficial @nikbarofficial
We Make Good Sh*t™
Pedidos 📞
wa.me/551433216394



nikbar_goiania Seguir

20 publicações 699 seguidores 56 seguindo


NIKBAR GOIÂNIA-GO
Revendedor oficial: venda apenas no atacado
⚠️ ESSES PRODUTOS CONTÉM NICOTINA. NICOTINA É UM QUÍMICO VICIANTE.
Pedidos 📞
api.whatsapp.com/send?phone=5562984112021&app_absent=0




nikbarac Seguir Enviar mensagem

26 publicações 437 seguidores 3.254 seguindo


NIKBAR
Blogueiro(a)
#NIKBAR_Ac
#I ❤️ NIKBAR.
Melhor que tá tendo 🍷
🇧🇷 Rio Branco- AC
@ggpvcs
@matheusmunizmm
wa.me/message/K5HDZVCH4VVG01




Destiques




Destiques




Destiques



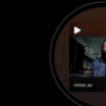
Destiques



Destiques



Destiques



Destiques



Rede de perfis de vendas da Nikbar seguiu padrão de documento encontrado pela reportagem em drive da Agatres, empresa dona da marca (Reprodução: Instagram).

Leia o guia da Nikbar para rede de perfis de vendas no Brasil

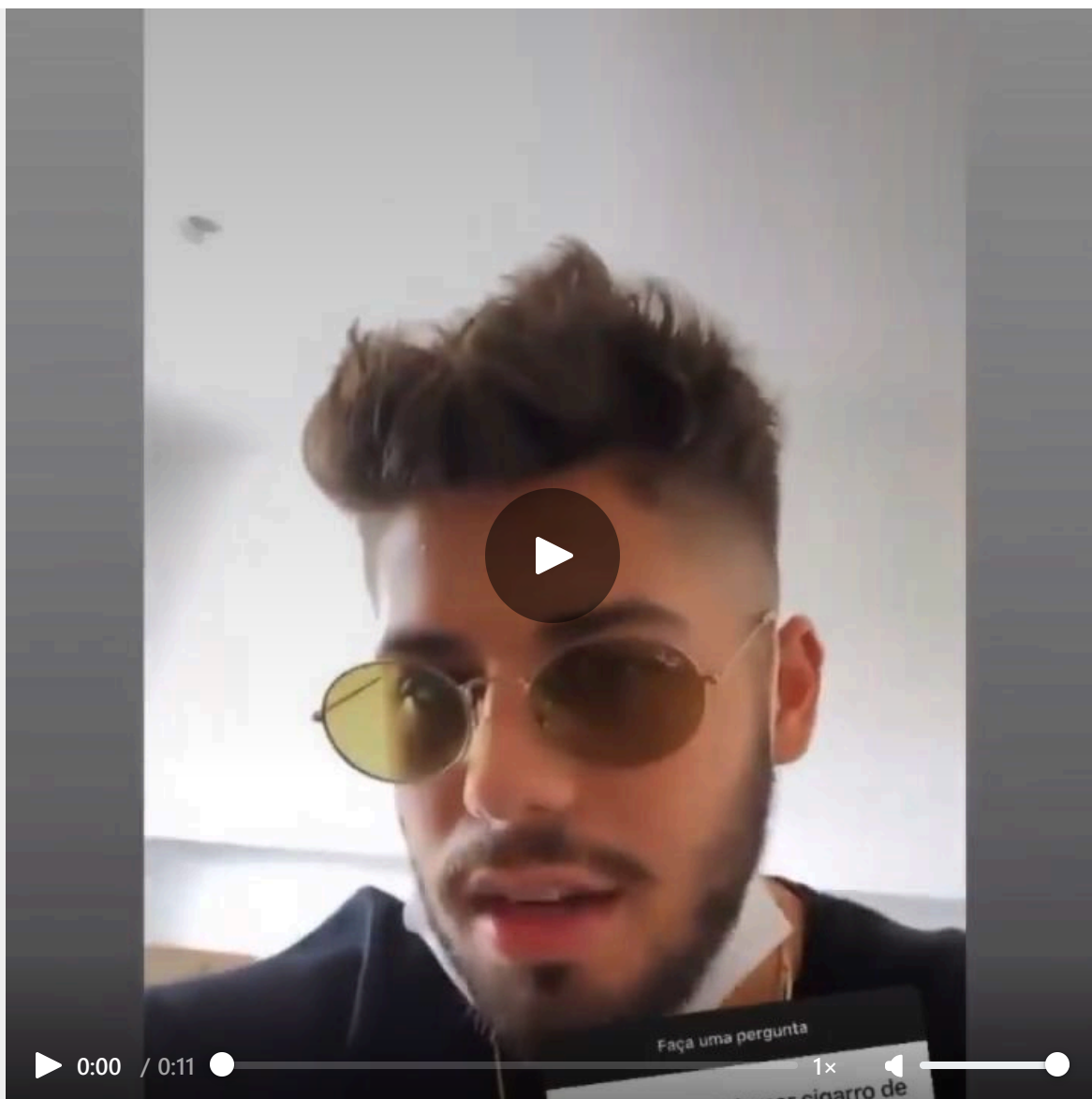
Núcleo obteve documento em pasta pública do Drive da distribuidora paraguaia Agatres

Nikbar-Guidelines.pdf • 996 KB



Velhas táticas

Nesta rede de influenciadores estiveram celebridades como os cantores Kevinho, Zé Felipe, Matheuzinho e Kawe, que foram listados como parceiros da marca em um documento obtido pelo **Núcleo** no drive da Agatres. Ele também inclui na conta as influenciadoras Amanda Miranda, Lolla, Vitória Gimenez e Manuela Guglielmi.



Em um story antigo, de 2021, Kevinho recomenda fumar Nikbar e afirma que pôs "a sogra para fumar também". Localizamos esse story arquivado em um dos perfis de vendas da marca (Reprodução: Instagram).



Perfil de vendas da Nikbar em Campinas (SP) arquivou stories do cantor Kevinho divulgando cigarros eletrônicos da marca (Reprodução: Instagram).

CELEBRIDADES



@KEVINHO

— Cantor
— 28,2M Seguidores



@MATHEUZINHO

— Cantor
— 1,1M Seguidores



@ZEFELIPECANTOR

— Cantor
— 26,1M Seguidores



@KAWEOFICIAL

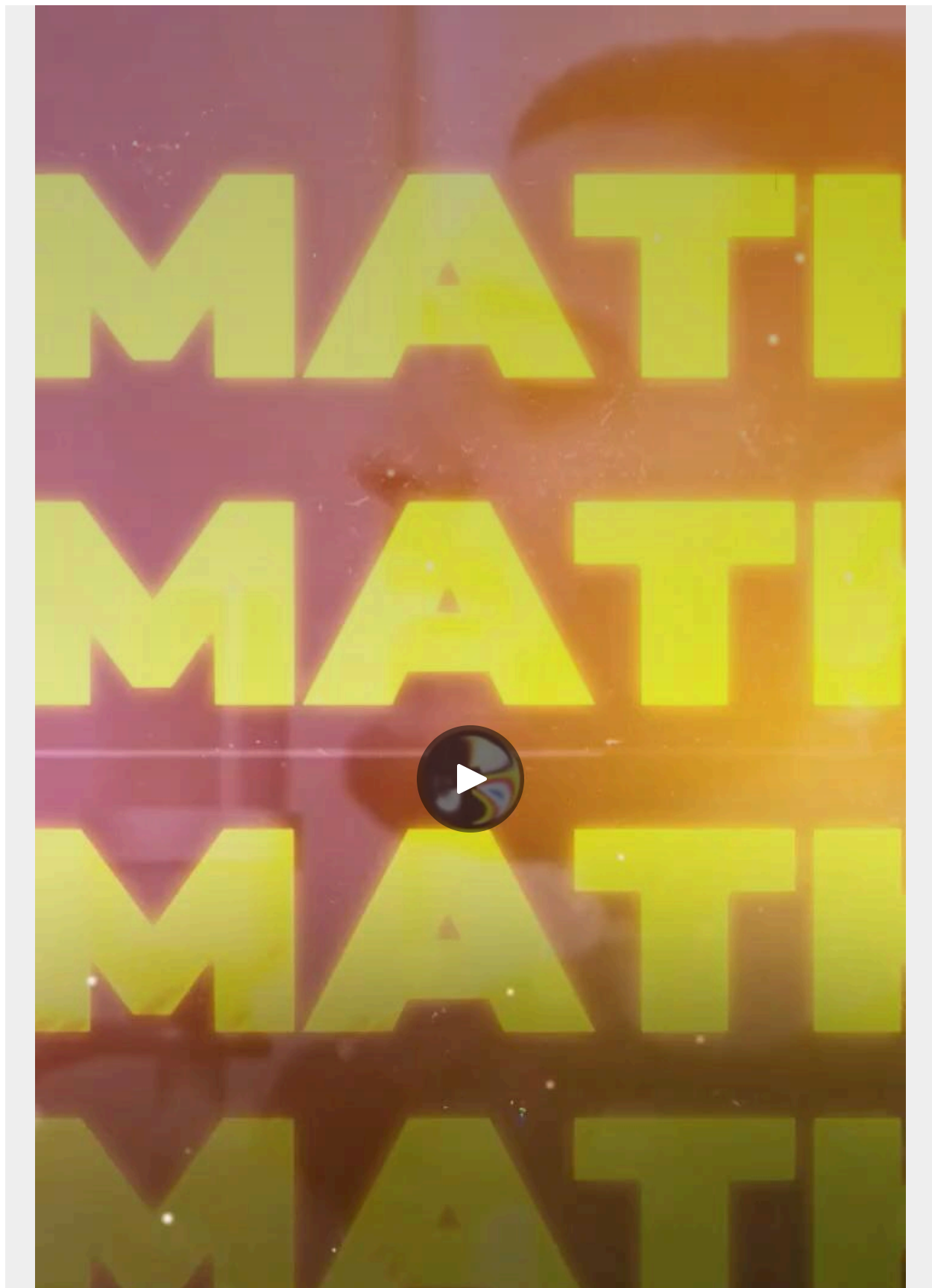
— Cantor
— 1,3M Seguidores

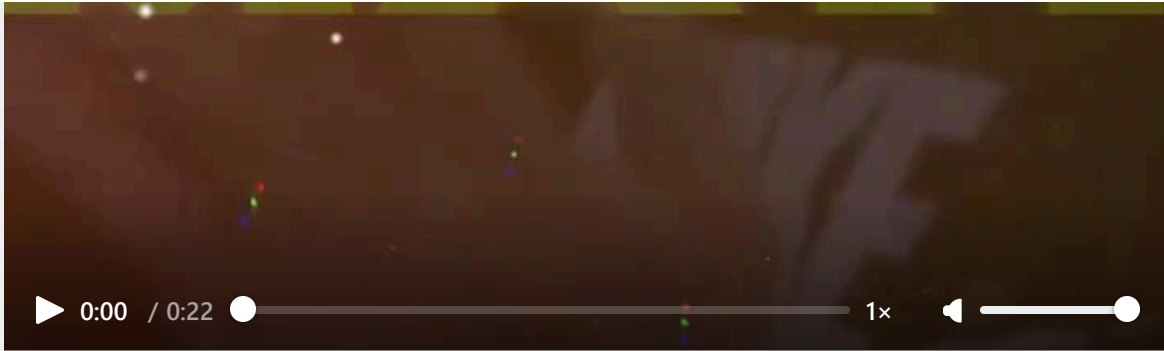
Documento da Nikbar lista celebridades posando com vapes da marca e as indica como parceiros (Reprodução: Nikbar).

No caso de Kawe e Matheuzinho, ambos lançaram sabores próprios de cigarros eletrônicos em parceria com a Nikbar ao longo de 2021. A novidade abasteceu a rede de perfis de vendas com conteúdos sobre os pods descartáveis que traziam o nome dos cantores. O de Matheuzinho tinha o sabor "mango grape ice" e o de Kawe, "watermelon ice".

"A indústria do tabaco sempre usou cores, estilos, gostos e sabores porque o foco são os jovens", diz o jornalista Luis Guilherme Hasselmann, do Centro de Estudos sobre Tabaco e Saúde (Cetab) da Fiocruz. "O interesse é viciá-los para se ter um novo consumidor pelo maior período possível."

Apenas a equipe de Matheuzinho respondeu às nossas tentativas de contato e nos informou que deletaria uma postagem no Insta do artista que promovia seu vape da Nikbar. Já Kawe disse que não iria se manifestar, enquanto Kevinho e Zé Felipe não retornaram.

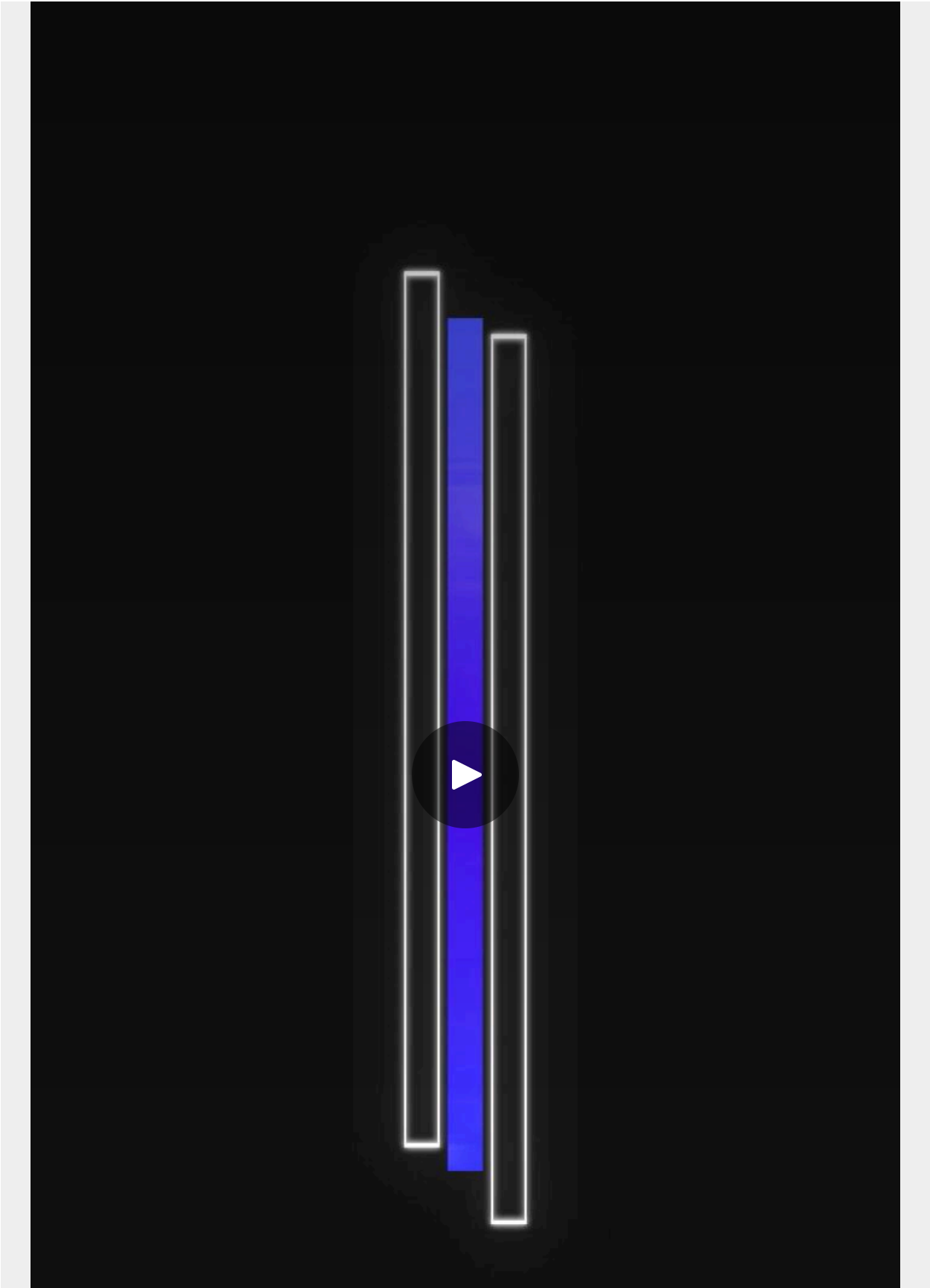


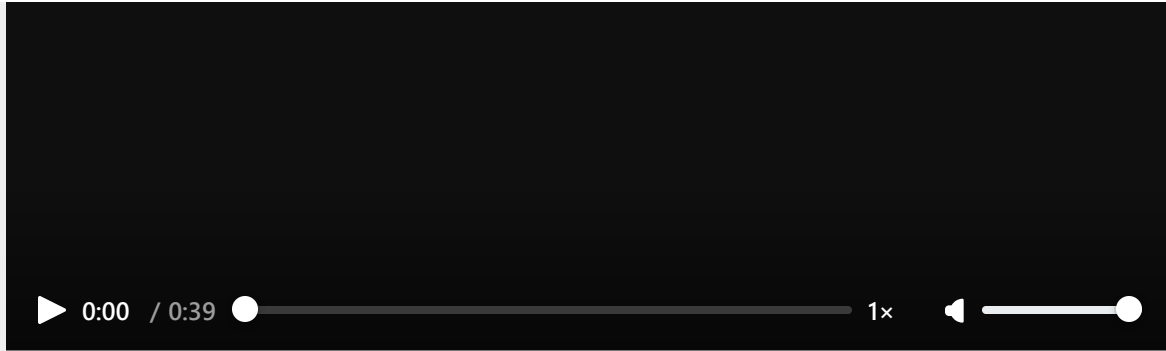


No drive da Agatres, baixamos vídeos de divulgação do pod da Nikbar em parceria com Matheuzinho, destinados à distribuição via stories

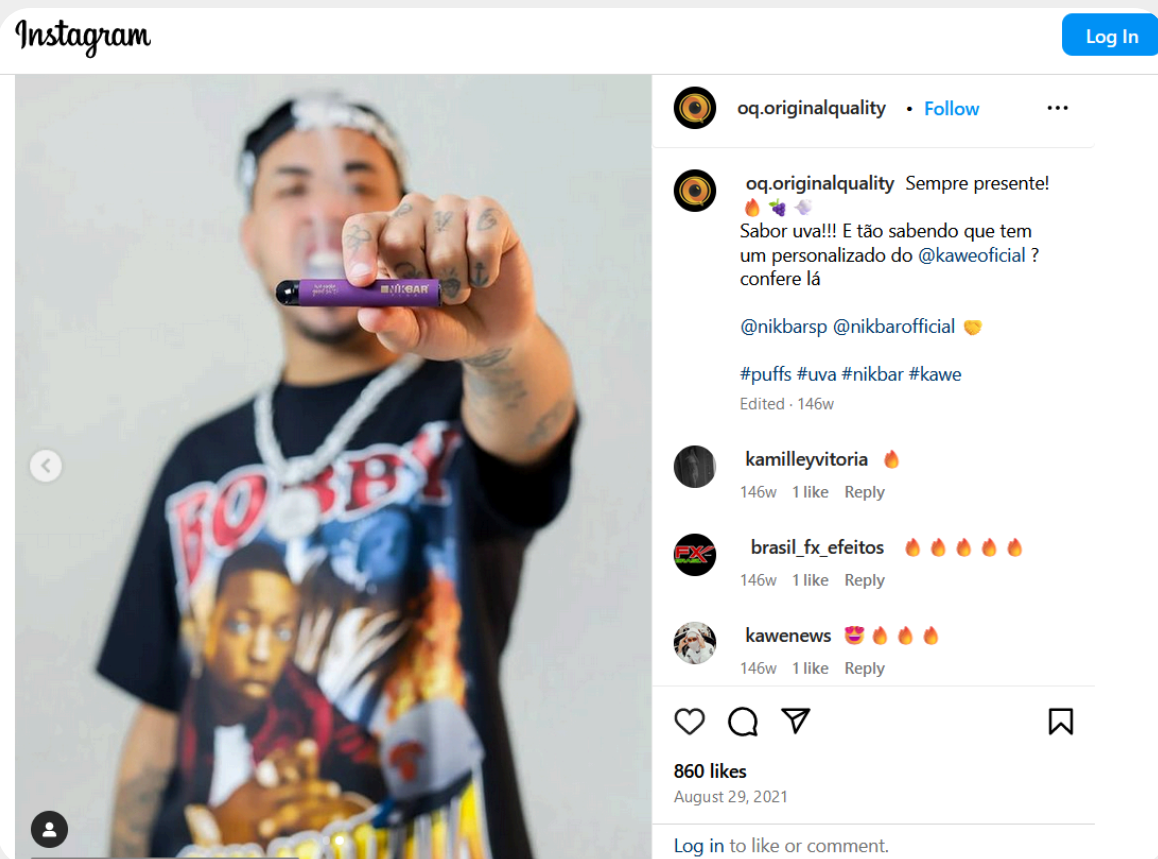


Após contato da reportagem, Matheuzinho excluiu publicação em que promovia seu vape patrocinado em parceria com a Nikbar (Reprodução: @matheuzinho/Instagram)





Vídeo baixado do Drive da Agatres mostra vídeo de divulgação do pod da Nikbar em parceria com Kawe destinado ao reels da rede de perfis de vendas



Kawe e produtora de vídeos paulista OQ Original Quality promoveram perfil de vendas da Nikbar em São Paulo (SP) e pod do artista (Reprodução: @oq.originalquality/Instagram).

Roupa e bebida

A Nikbar também fez esse mesmo tipo de "parceria" de lançamento de cigarros eletrônicos com a marca de roupas La Mafia, que culminou em um vape de balas sortidas, e o gim Mozaiki, com um pod de gim tônica. Ambas as empresas são brasileiras e não retornaram às nossas tentativas de contato via e-mail e Instagram.

Leia a "apresentação de marca" da Nikbar, que traz celebridades parceiras

O documento foi obtido pelo Núcleo em um drive público da Agatres
Nikbar Apresentação da Marca.pdf • 20 MB



Instagram

Log In

Sign Up



nikbarbhz • Follow



nikbarbhz A primavera está chegando, e juntamente com ela veio o Gin MOZAÏKI para uma collab maravilhosa com a Nikbar. Mas aproveite, é por tempo LIMITADO. 🍷

145w



O melhor !!!!
145w Reply



204 views

September 2, 2021

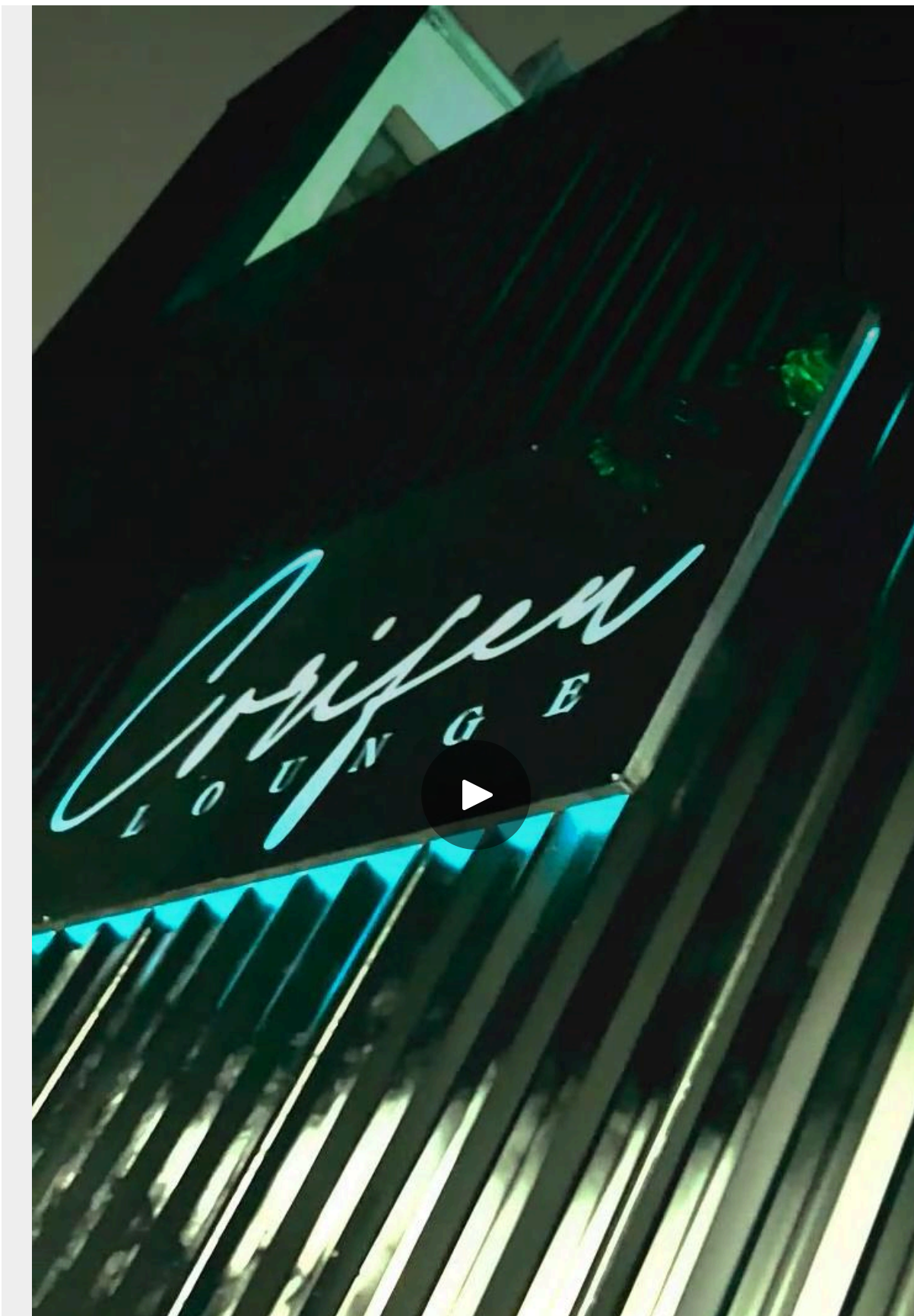
Log in to like or comment.

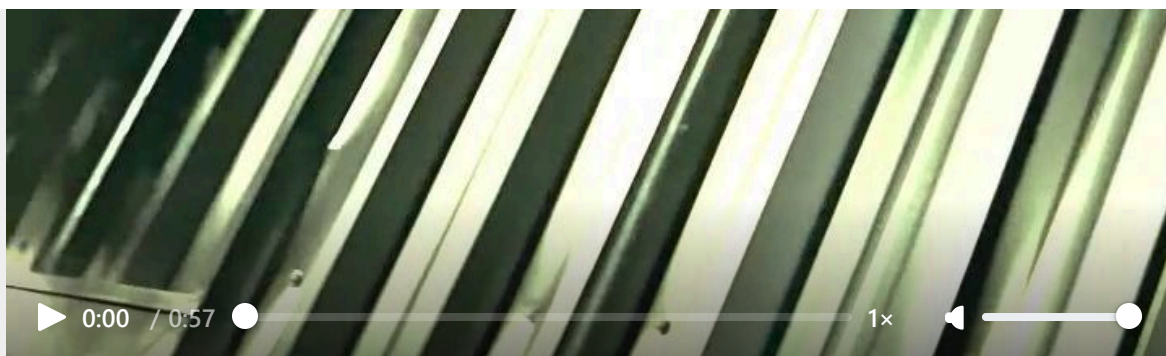
Parceria entre Nikbar e Mozaiki divulgada em um dos perfis da rede de vendas da Nikbar em Belo Horizonte, capital de Minas Gerais (Reprodução: @nikbarbhz/Instagram).

Festas e baladas

A reportagem também identificou que a Nikbar patrocinou 12 edições de raves e festas diferentes, 11 delas no Paraná e uma em São Paulo, entre 2021 e 2023. A distribuição de cigarros eletrônicos e a promoção da marca nesses eventos viravam vídeos curtos distribuídos nas redes, que mostravam jovens fumando, dançando e se divertindo.

Por volta da época das publis das celebridades, em 2021, já havia peessoas detidas por trazerem a marca do Paraguai e denúncia do Ministério Público contra vendedores.

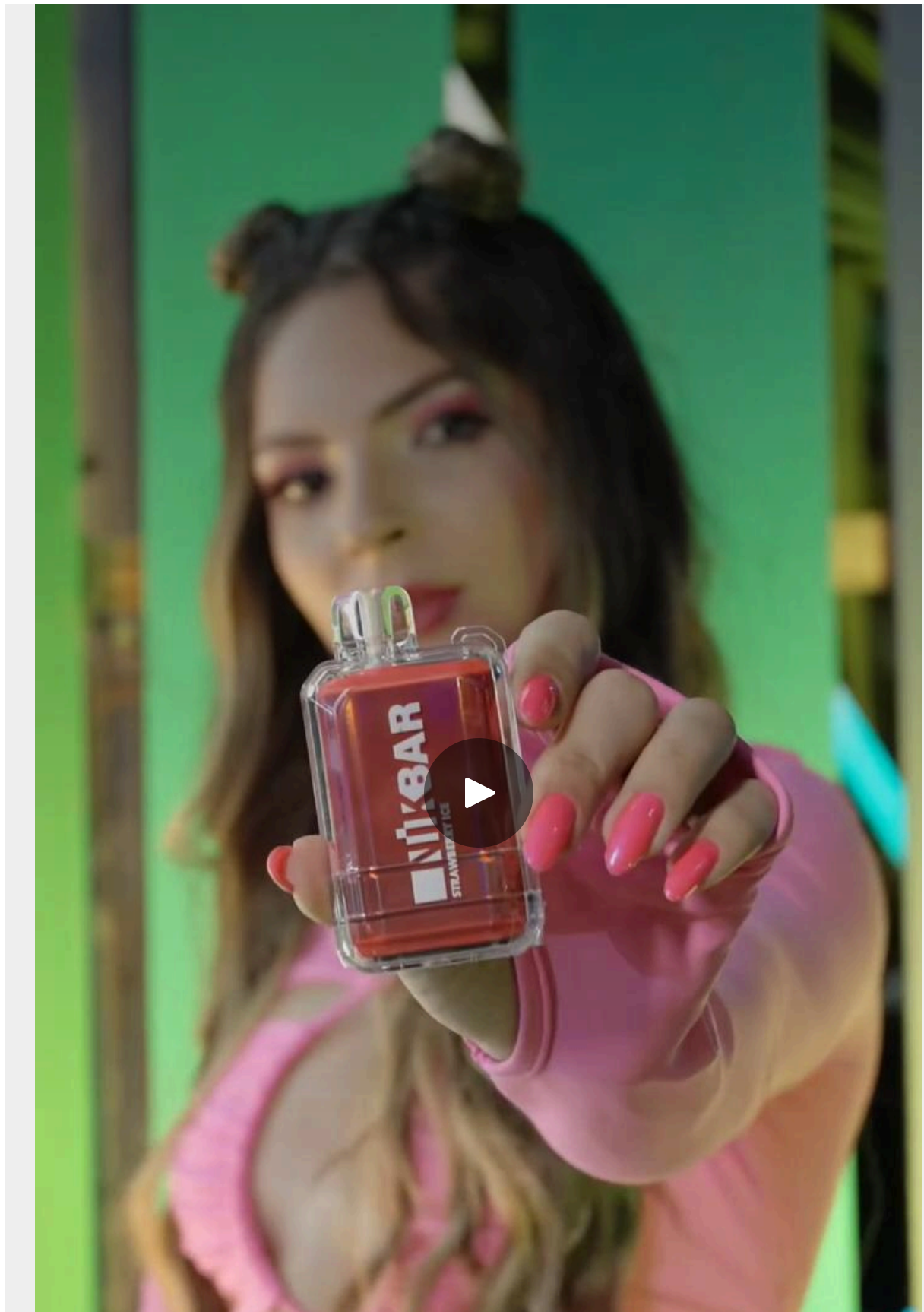


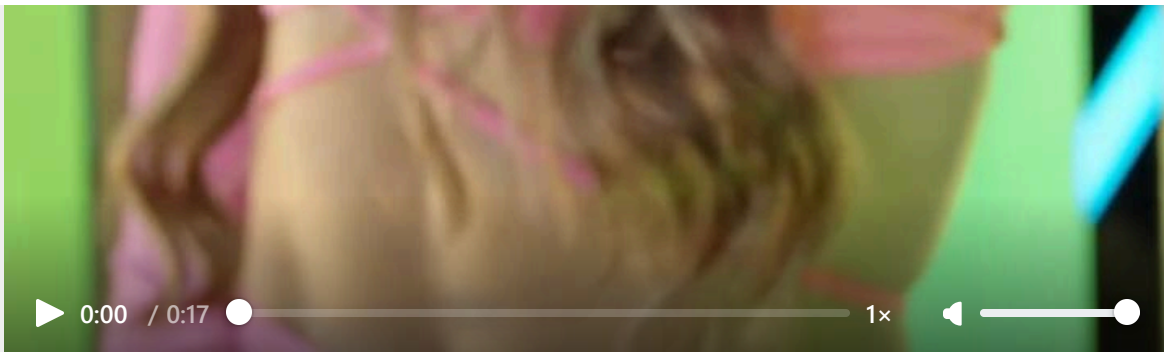


Inauguração da boate Corifeu em São Paulo (SP) teve patrocínio da Nikbar e rendeu um vídeo promocional que foi distribuído pela rede de perfis da marca nas redes sociais (Reprodução: Drive da Agatres)

Metade desses eventos – um total de três edições da rave Open Weekend, duas da rave Mozaiki Sunset e um encontro do clube empresarial G4 Club – eram ligados a produções do empresário paranaense Jow Sendeski, herdeiro da Perfileve, uma das principais indústrias de alumínio do país.

Sendeski é dono da marca de gim Mozaiki, que lançou um vape sabor gim tônica em parceria com a empresa contrabandista. Ele não respondeu às nossas tentativas de contato.





Vídeo promocional da Open Weekend publicado nas redes sociais da rave e da Nikbar mostra jovens fumando e associa cigarro eletrônico à diversão (Reprodução: Instagram).

VIDEOCLIPES. A reportagem também encontrou cinco videoclipes de trap e funk com placement de vapes da Nikbar no YouTube e publicados ao longo de 2022. Um deles, do trapper Vulgo FK, alcançou 36 milhões de visualizações na plataforma. A assessoria do artista disse que não iria comentar a publi porque não foi ele o responsável pela gravação.

Ao analisar os responsáveis pelos videoclipes, o **Núcleo** identificou que todos tiveram participação da OQ Original Quality, uma produtora de vídeos paulista. Identificamos que, entre ago.2021 e fev.2022, o próprio perfil da empresa no Instagram publicou uma série de posts promovendo a Nikbar e marcando a revendedora paulista da marca.

Contatamos ambos os sócios da OQ pelo WhatsApp, mas eles não nos responderam. Assista aqui a íntegra dos videoclipes identificados.



Montagem do Núcleo com trechos de placements da Nikbar ao longo dos cinco videoclipes que localizamos que incluíram a marca (Reprodução: YouTube).

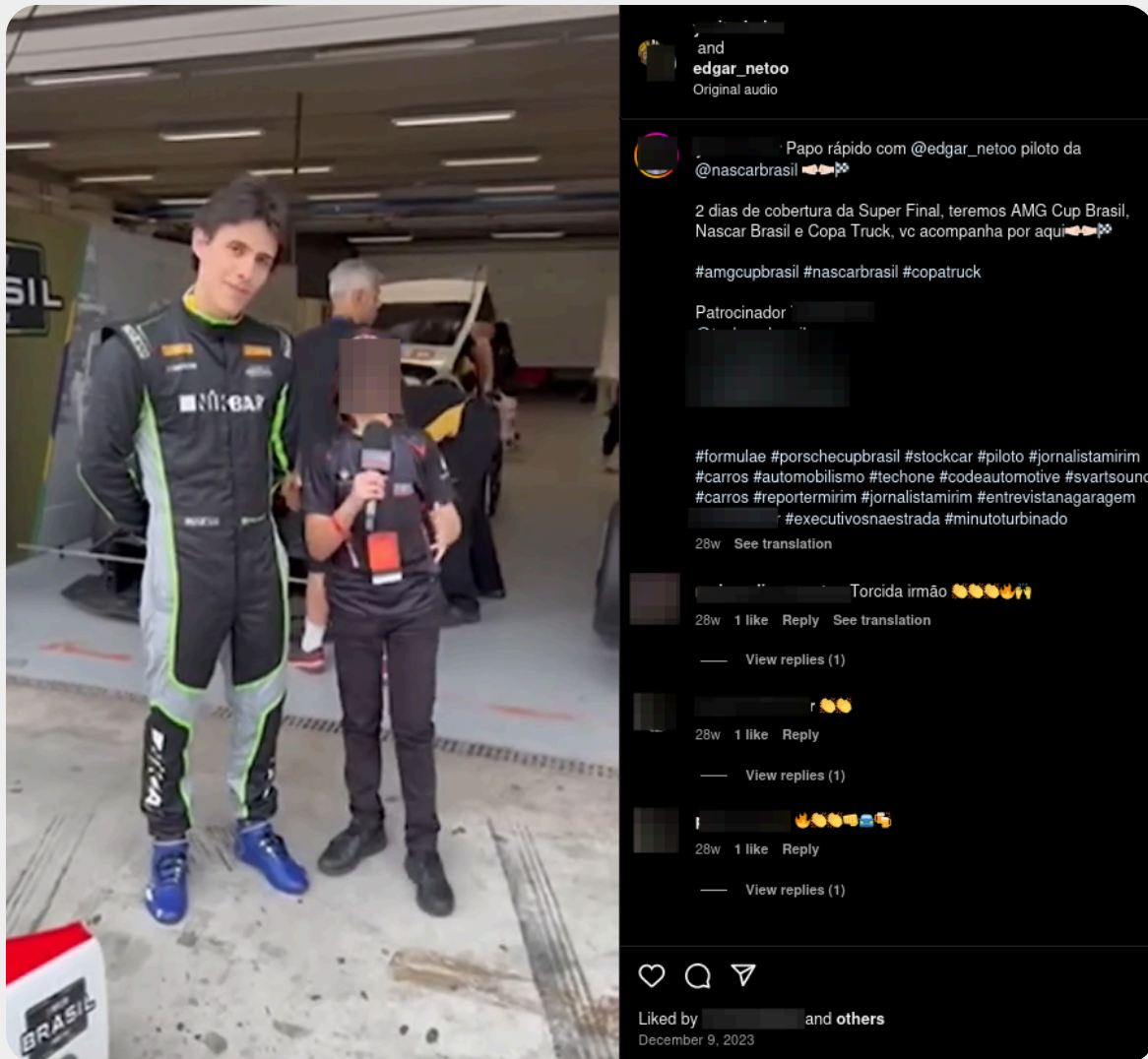


Hoje, o Senado Federal discute a liberação dos cigarros eletrônicos, proposta que é apoiada pelas principais fumageiras do país, como a antiga Sousa Cruz e a Philip Morris. A Nikbar também parece contar com essa legalização. **O vape paraguaio já tem sua marca registrada** no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (Inpi) desde jan.2021, com direitos reservados à Agatres.

Nascar e Nikbar

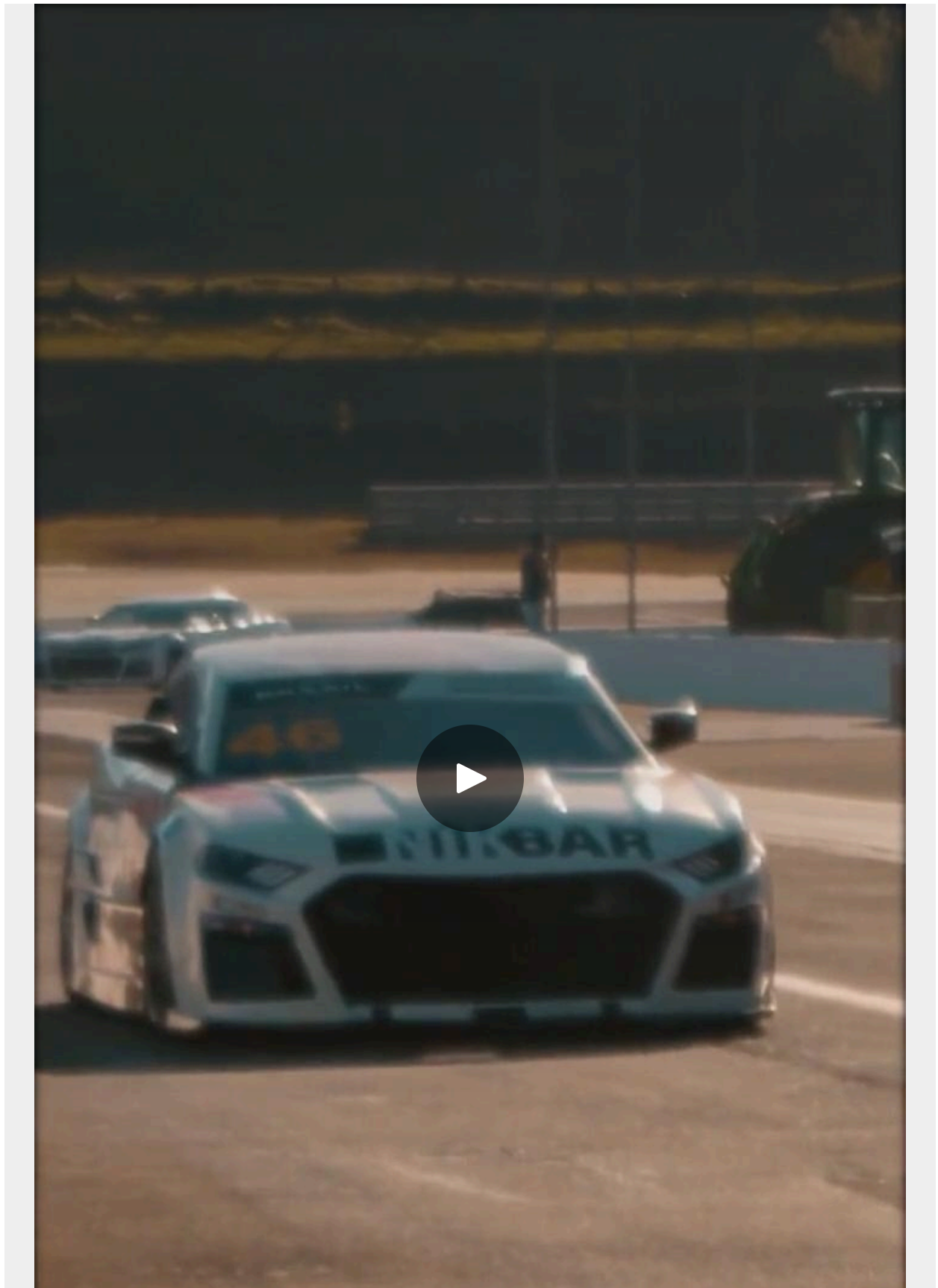
Além de influenciadores, festas e artistas, o **Núcleo** também identificou que um piloto da Nascar Brasil, Edgar Bueno Neto, que disputou a competição automobilística ao longo de 2023, foi um dos patrocinados pela marca.

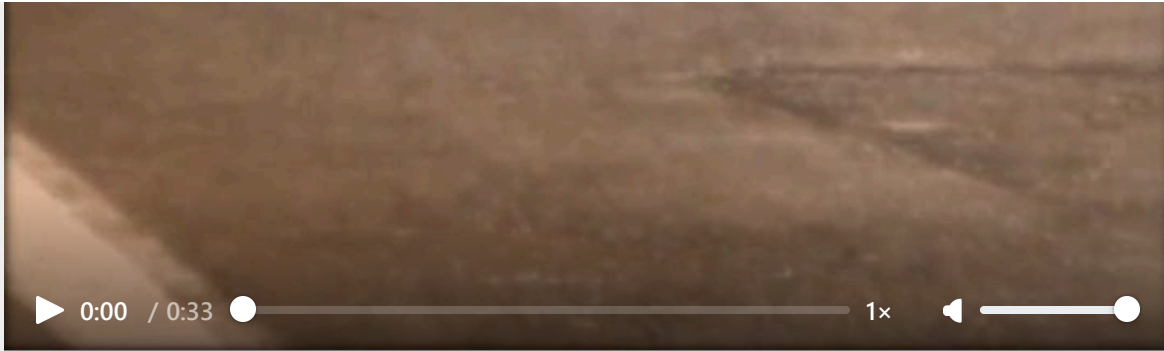
Como o uniforme de Bueno trazia o nome da Nikbar, o piloto e a competição expuseram a marca de cigarros eletrônicos a menores de idade que acompanhavam o evento automobilístico, o que incluiu uma entrevista para uma criança youtuber.



Patrocínio de piloto da Nascar Brasil permitiu a promoção indireta da marca de vapes na conta do Instagram de uma criança que faz vídeos sobre carros (Reprodução: Instagram).

O **Núcleo** contatou a Nascar Brasil e Edgar Neto, mas nenhum dos dois nos respondeu. O motociclista Alexandre Taiga, da Super Bike Brasil, também recebeu apoio da marca.





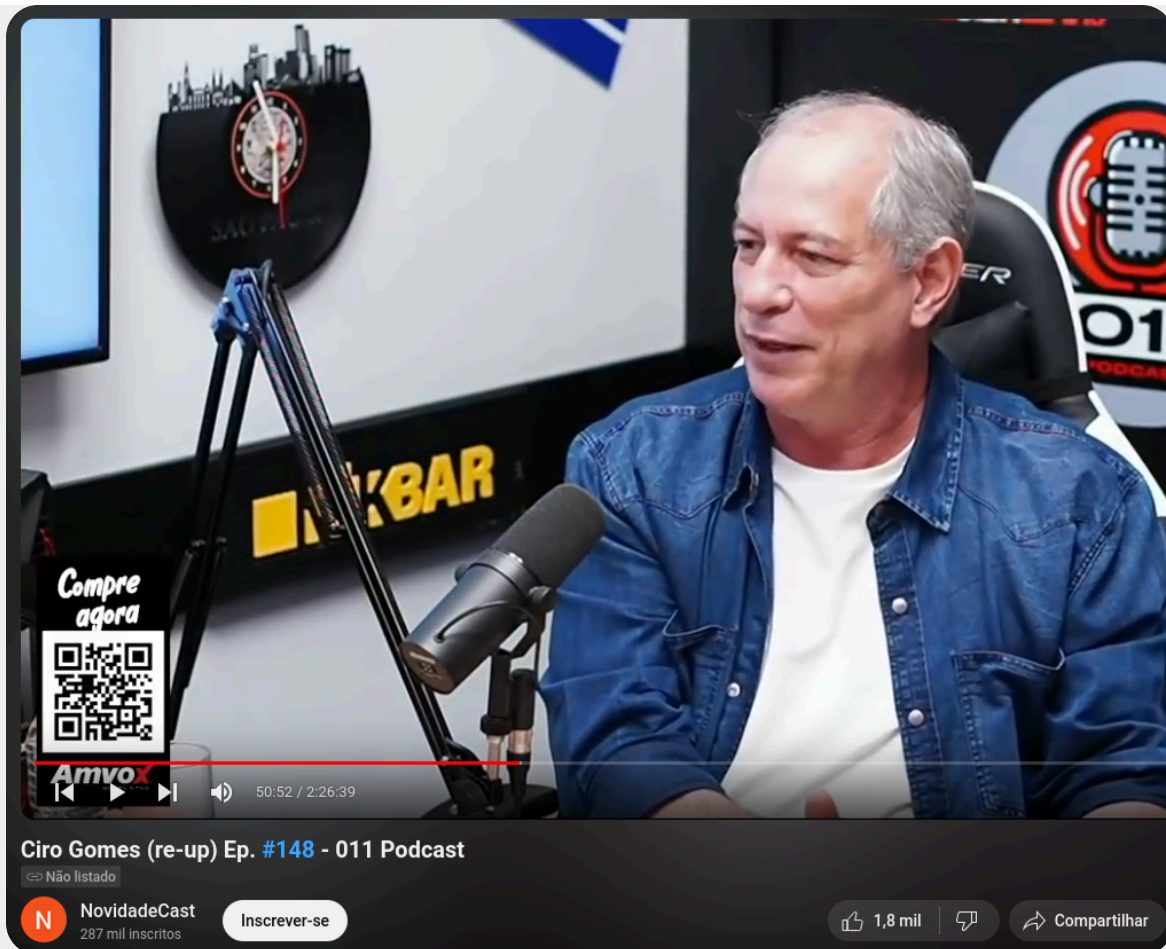
Piloto Edgar Neto publicou em seu TikTok um vídeo que promovia a Nikbar durante um dos circuitos da Nascar Brasil (Reprodução: TikTok).

PODCASTS. A reportagem também identificou que entre ago.2021 e mai.2022, a marca de cigarros eletrônicos patrocinou dois podcasts, o 011 Podcast e o Podmestre. Ambos somam por volta de 100 mil seguidores cada no Instagram.

Esse tipo de parceria resultou em entrevistados famosos, como Ciro Gomes e Guilherme Boulos ou autoridades de delegados a deputados conversando com o patrocínio de um produto contrabandeado ao fundo.



CONEXÃO BIG TOBACCO. A Nikbar usa peças de cigarros eletrônicos fornecidas pela Smoore, multinacional de vaping chinesa que também atende fumageiras tradicionais como BAT e JTI. O vape paraguaio usa a mesma tecnologia que a Njoy, marca de vapes da Philip Morris vendida nos EUA.



Ao 011 podcast, **Ciro Gomes** falou do desenvolvimento industrial nacional com a propaganda de vapes contrabandeados ao seu lado (Reprodução: YouTube).

Publis disfarçadas

Nem todas as divulgações da rede de perfis revisadas pelo **Núcleo** foram sinalizadas como publis. Muitas vezes, influencers apenas marcavam os perfis da Nikbar ou só posavam fumando a marca. Isso dificulta a fiscalização, já que fazer propaganda de vapes é infração sanitária, **mas só fumá-los não é proibido**.

"Influenciadores não ficam mostrando nada de graça nos canais deles, então se a foto ou o storie focam a marca, tem pose com

produto na mão e sabemos que foi algo pensado, pode haver responsabilização", avalia a advogada Thalita Dias, da equipe jurídica da ACT Promoção da Saúde.



O bodybuilder Fernando Madeira, 61 mil seguidores no Insta, foi transparente. Além de marcar uma revenda da Nikbar em Belo Horizonte (MG), tagueou sua publicação como #publicidadeepropaganda (Reprodução: Fernando Madeira/Instagram).



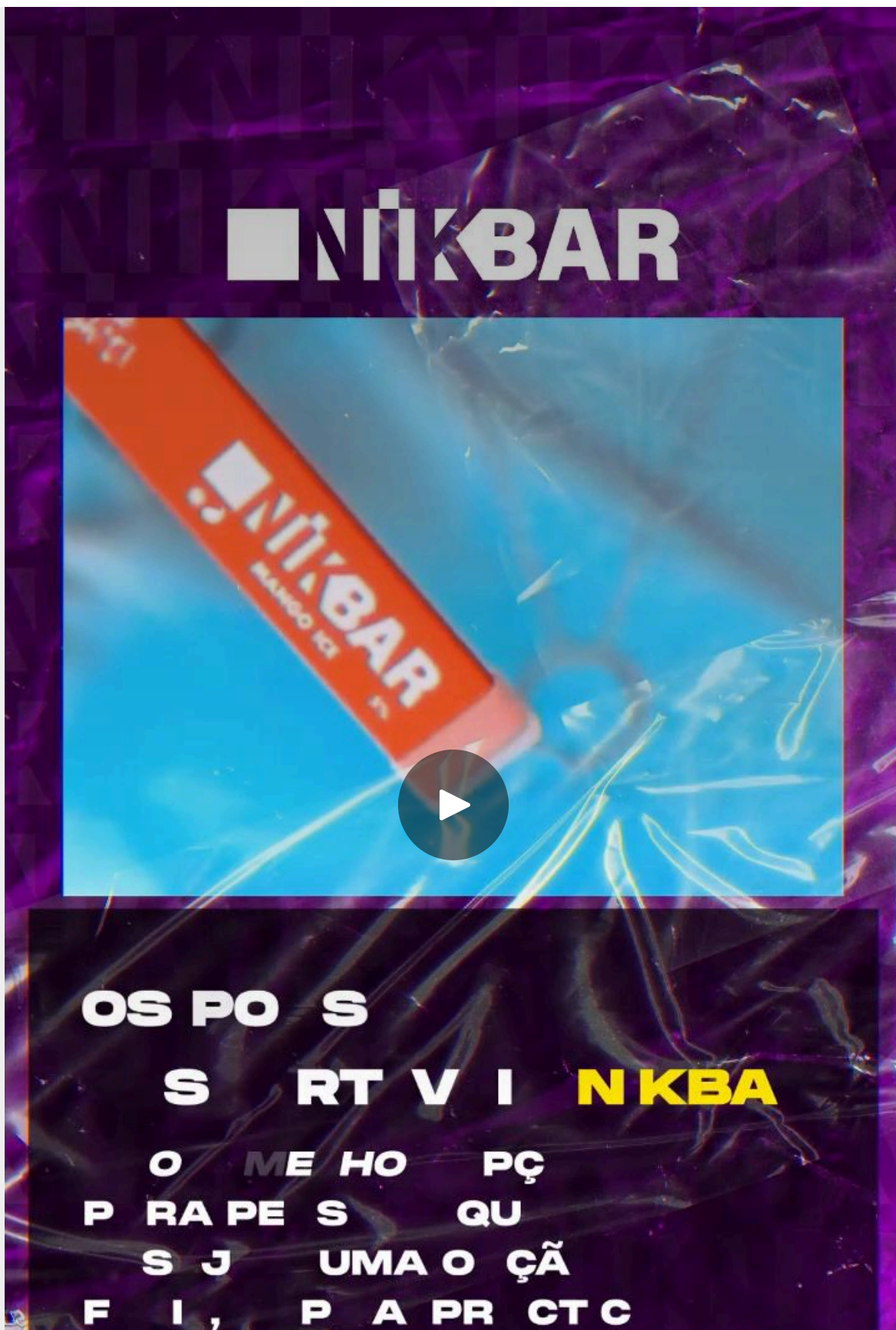
Já essa influenciadora com 50 mil seguidores no Insta posou para fotos fumando pods da Nikbar e usando camiseta da marca, mas não deixou claro se a publicação era ou não uma publi (Reprodução: Instagram/@luanaalamini)

DOCE VENENO. A Nikbar também tentou promover a ideia de que seus vapes e pods fornecem aos fumantes "uma melhor alternativa ou 'saída' mais saudável" e "uma opção fácil, rápida, prática e cheirosa para parar de fumar", segundo os materiais de marketing.

Especialistas têm sugerido o contrário: cigarros eletrônicos servem mais para iniciar novos usuários no consumo da nicotina do que para ajudar fumantes a abandonarem a droga. Segundo o Ministério da Saúde, é falso que eles auxiliem no combate ao tabagismo.



Os cigarros eletrônicos da Nikbar são vendidos em sabores como "stone freeze", "watermelon ice", "tropical rainbow blast" e "fuji melon ice", que atraem principalmente jovens e menores de 18 anos, segundo especialistas.





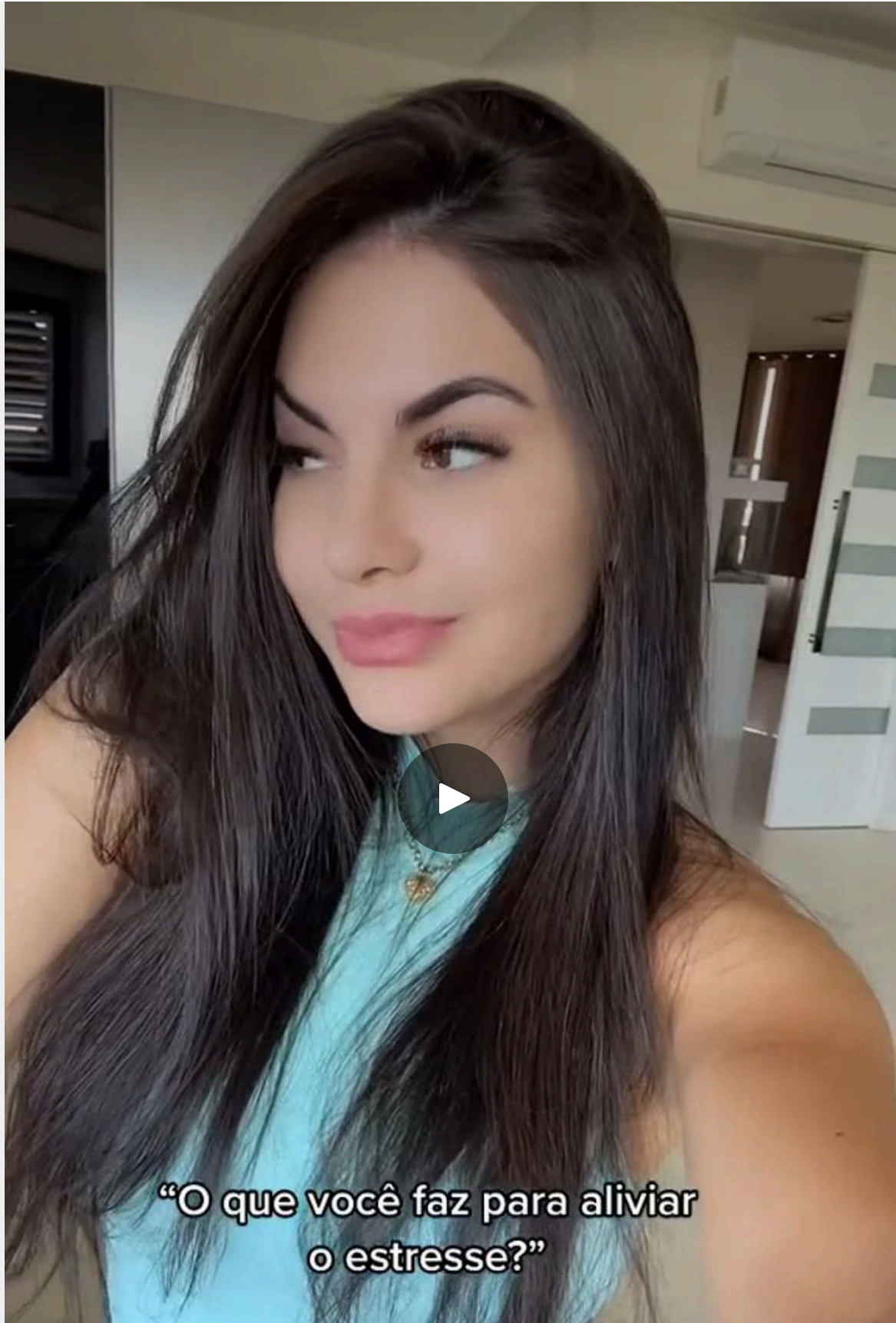
Material de divulgação da Nikbar distribuído nos stories da rede de perfis usa imagens de jovens para apresentar o cigarro eletrônico como opção para tabagistas (Reprodução: Instagram).

ALTAS DOSES. "Cada Nikbar contém 5% de nicotina, uma quantidade suficiente para saciar a vontade de fumar um cigarro", garantem stories reproduzidos pela rede de perfis da marca no Insta. Só que os pods descartáveis dela, que se fumam em um ou dois dias, traziam níveis de nicotina equivalentes aos de até 3,5 maços, ou 70 cigarros normais.

Hoje, a marca aposta em vapes que tem entre 6 mil e 15 mil tragadas, o que facilita o abuso. "Quando é muito fácil de usar, você aumenta a frequência do comportamento e se é uma substância que vicia, como a nicotina, você causa a tolerância de doses maiores, gerando a dependência", alerta a médica psiquiatra Carolina Costa.



As altas quantidades de nicotina dos cigarros eletrônicos mais o consumo fácil contribuem para que jovens consumam doses elevadas ao ponto de surgirem sintomas de intoxicação, como náusea, vômitos, dores de cabeça e queda de pressão, explica a médica psiquiatra.





Influenciadora Sofia Brito publicou uma série de divulgações da Nikbar em seu perfil pessoal associando vapes a alívio do estresse e a algo da qual ela não vive sem (Reprodução: @sofiabrito/TikTok).

Agência do Paraná

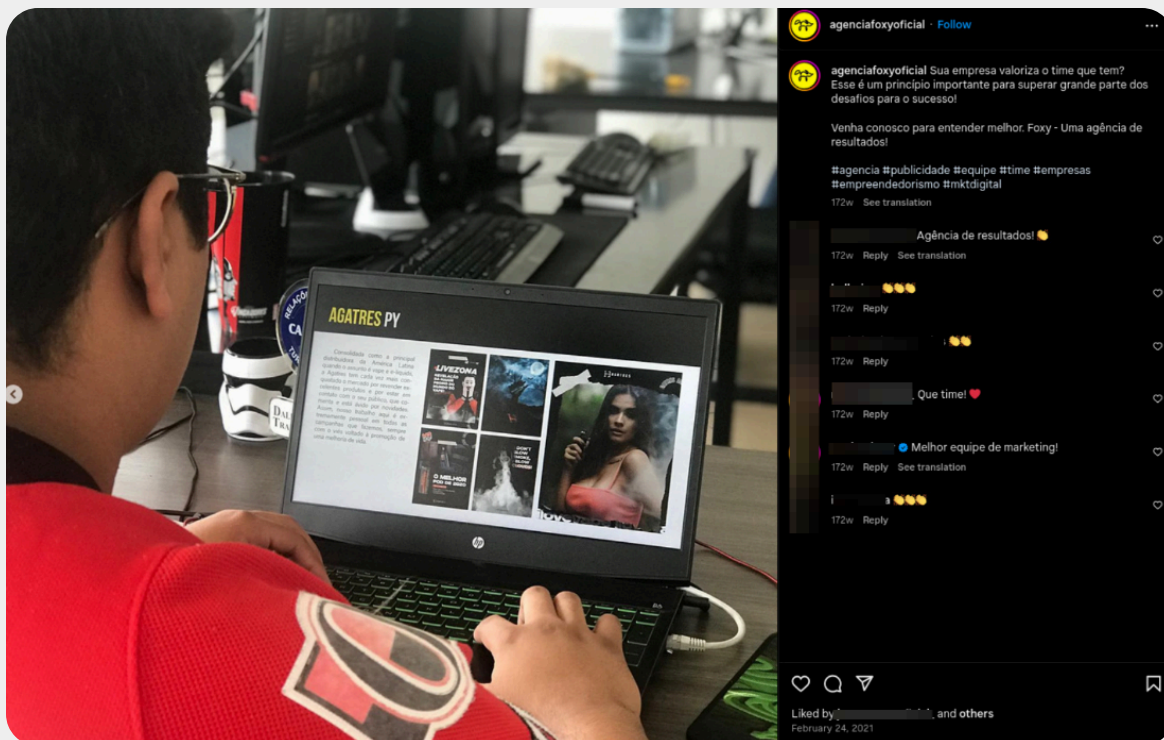
O **Núcleo** identificou que essas campanhas nas redes tiveram o apoio de uma agência de marketing digital paranaense, a Foxy, que criou o site da Nikbar e assessorava a Agatres. Também identificamos, via LinkedIn e posts no Insta, que um funcionário da agência participou ativamente do marketing da marca de vapes entre jan.2021 e jul.2022.

Um sócio da Foxy confirmou à reportagem que a agência trabalhou para a empresa de vapes, mas em seguida não respondeu às perguntas que enviamos pelo WhatsApp. Já os diretores da Agatres, Hilal Fahs e Hussein Fahs, também não responderam aos contatos da reportagem.

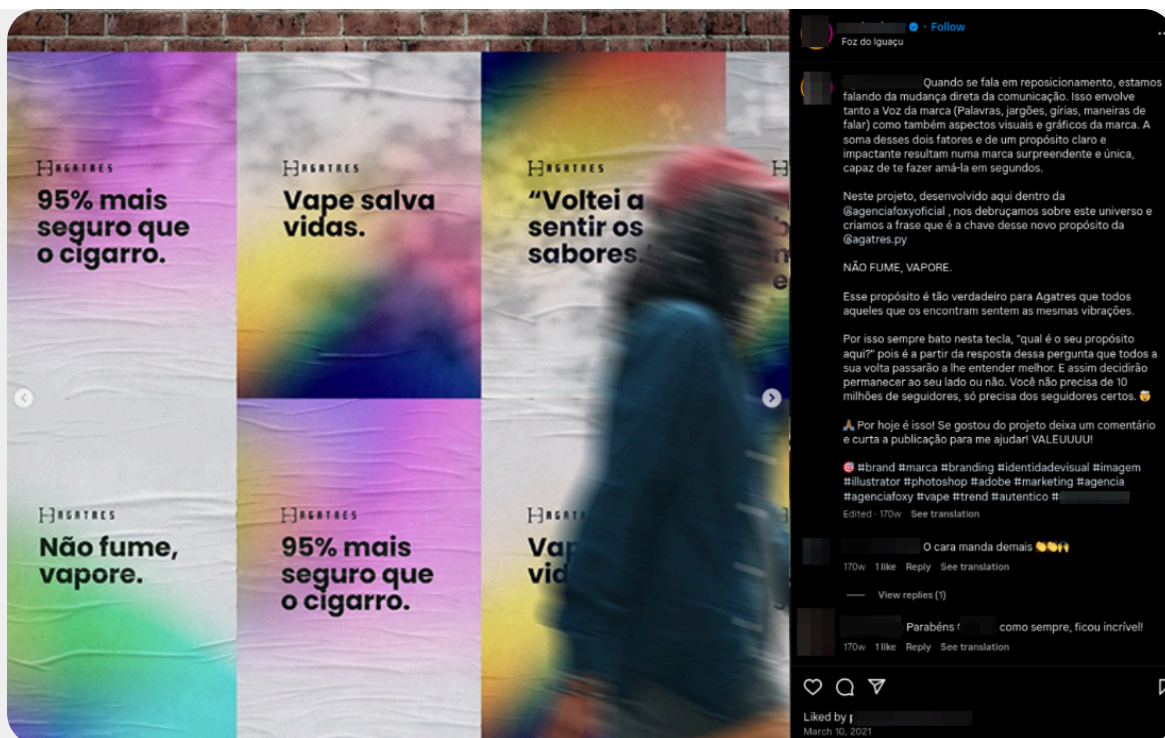


O domínio usado pelo site da Agatres foi registrado por Hilal Fahs usando um endereço no bairro Jardim Paulista, área nobre da cidade de São Paulo (SP), em 2016. Já o da Nikbar foi registrado pela agência Foxy, de Foz do Iguaçu (PR), na

metade de 2020. O **Núcleo** confirmou essas informações usando a ferramenta Historical Whois da Domain Tools.



Funcionário da Foxy trabalha em apresentação da Agatres que destaca que a empresa é a "maior distribuidora da América Latina quando o assunto é vapes e e-liquids" e tem o viés voltado "à promoção de uma melhoria de vida" (Reprodução: Agência Foxy/Instagram).



Ex-funcionário da agência Foxy celebra a criação de uma campanha para a Agatres que dizia que vapes salvam vidas. Ela foi feita em português, mas para um cliente paraguaio, o que sugere um público-alvo brasileiro (Reprodução: Instagram).

Como fizemos isso

De início, encontramos um drive público com documentos e materiais de marketing da [Nikbar](#) no site da distribuidora paraguaia [Agatres](#).

A partir desses materiais, que reuniam algumas hashtags para o compartilhamento de conteúdo e indicações de influencers parceiros, identificamos padrões e reconstruímos as estratégias usadas pela empresa para promover seus produtos no Brasil.

Com isso, fizemos levantamentos usando pesquisas avançadas e cruzamentos de informações no Facebook, Instagram, TikTok,

Google e YouTube para localizar todos os rastros que pudemos.

Você pode consultar a íntegra dos nossos achados, um total de 44 perfis de vendas, 25 influenciadores, 12 festas, cinco videoclipes, dois podcasts e uma produtora de vídeos que divulgaram a Nikbar [neste link](#).

Você também pode assistir à íntegra dos vídeos e fotos que coletamos das redes sociais para exibir nesta reportagem na pasta do Drive [neste link](#).

Com esse levantamento em mãos, buscamos especialistas, a Anvisa, as plataformas e os influenciadores mencionados para comentários e mais contexto em torno dos nossos achados.

Reportagem [Pedro Nakamura](#)

Arte e Visualização [Rodolfo Almeida](#)

Edição [Alexandre Orrico](#)

GOSTA DO NOSSO JORNALISMO?

Ajude o Núcleo a continuar aberto para todos e contribua via pix com a [quantia que você quiser](#).

Quer benefícios? Torne-se assinante por só R\$10/mês e receba vantagens exclusivas. [Clique aqui para assinar](#).