



A GLOBAL  
TOBACCO  
INDUSTRY  
WATCHDOG

FMI  
Formulamoney

# F1, McLaren, Instagram e Netflix: A corrida das Big Tobacco para alcançar os jovens indonésios

Estudo de caso

Este estudo de caso foi atualizado desde sua inclusão original em "[Guiando a dependência: uma corrida para as futuras gerações](#)"

**A Indonésia nunca realizou uma corrida de Fórmula 1, mas o interesse e a audiência na TV aumentaram quando Rio Haryanto se tornou o primeiro piloto de F1 da Indonésia em 2016. A F1 ainda trabalha para alcançar os fãs do país com conteúdo de corrida, com as Big Tobacco acompanhando.**

**As empresas de tabaco também estão de olho na Indonésia, que é o segundo maior mercado de cigarros do mundo em volume, de acordo com a Euromonitor. Um terço do país consome tabaco — que mata [mais de 290.000 pessoas](#) todos os anos — e os gastos com tabaco na maioria das famílias [superam os gastos com itens essenciais](#) como alimentos e roupas. O consumo de tabaco entre os jovens [também é um problema](#).**

**Não é de surpreender que as Big Tobacco busquem maneiras de alcançar a base de fãs cada vez mais jovens da F1.**

**Como a BAT usa a F1 e o Instagram para vender cigarros eletrônicos**

O Tobacco Enforcement and Reporting Movement (TERM) examinou como a British American Tobacco (BAT) aproveita seu patrocínio da F1 nas mídias sociais.

Na maior parte do tempo, a BAT usa o Instagram, que é especialmente popular entre os jovens indonésios, para promover os cigarros eletrônicos Vuse. A campanha usa a hashtag #FreeYourGreatness (liberte sua grandeza) - voltada para públicos jovens e criativos - e o TERM encontrou pelo menos 21 publicações promovendo a parceria da BAT com a McLaren entre novembro de 2023 e maio de 2024.

O conteúdo inclui imagens de McLarens, produtos Vuse/McLaren e entrevistas com criadores. As publicações aplaudem o desempenho da equipe McLaren e convidam os seguidores a assistir às corridas.

Uma publicação ofereceu a chance de ganhar produtos da Vuse/McLaren ao publicar a resposta correta de um questionário, marcar amigos e seguir a Vuse Indonésia. Assim, o apelo da F1 pode atrair os usuários do Instagram a seguir o Vuse, onde eles verão mais publicidade da BAT.

## Os influencers ajudam a BAT a atrair os jovens

As postagens relacionadas à F1 incluem a hashtag #DrivenByChange (guiados pela mudança), que a BAT usa para comercializar produtos de risco nas comunidades artísticas e esportivas - que, assim como a nova base de fãs da F1, são jovens. A BAT recruta ativamente artistas para a campanha.

Uma postagem declara: “De Jacarta ao Japão, a inspiração está sempre com você”, pedindo aos visitantes que sigam @Ramengvrl, um rapper indonésio com 234.000 seguidores, e o artista @Popomangun, que tem 52.000 seguidores, em sua “jornada com o Vuse”.

As postagens mostram Ramengvrl e Popomangun participando das promoções do Vuse no Grande Prêmio do Japão. Além da F1, os artistas também colaboraram em um videoclipe com o astro indonésio Ariel Noah, que foi apresentado nas contas do Vuse no Instagram. Outras postagens destacam o artista saudita Nujood Al-Otaibi, que projetou um capacete da McLaren, e MILTZ, um artista japonês que projetou uma pintura da McLaren.

## Anúncios no YouTube para conteúdo da Netflix

No YouTube, a Netflix Indonésia exibe anúncios para a docuseries de F1 “Drive to Survive”, bem como para a minissérie “Senna”, baseada na carreira do tricampeão Ayrton Senna.

Os trailers de “Senna” mostram a marca Marlboro no carro da lenda brasileira, enquanto “Drive to Survive” apresenta outras marcas de tabaco. Isso parece violar uma regulamentação nacional de saúde que proíbe a publicidade de tabaco nas mídias sociais. Outro regulamento estabelece a idade mínima de 21 anos para o consumo de tabaco, mas a Netflix classifica suas produções como adequadas para maiores de 18 anos.

## A publicidade impulsiona o uso por jovens

Isso é preocupante, considerando que [um artigo de 2023](#) constatou que a exposição à publicidade do tabaco na Indonésia aumentou as taxas de tabagismo entre jovens de 10 a 18 anos.

Embora a Indonésia seja um grande mercado de cigarros, seu mercado de cigarros eletrônicos é menor, embora a pesquisa revele que o país já tem as [taxas mais altas do Sudeste Asiático de uso de cigarros eletrônicos por jovens](#). Isso a torna um alvo de crescimento para a BAT, e as empresas de tabaco há muito tempo usam a F1 para comercializar produtos, especialmente em países com leis frouxas, [como a Indonésia](#).

## O crescente alcance da F1

Greg Maffei, ex-presidente do detentor dos direitos da F1, [disse este ano](#):

**“Há muito interesse em toda a Ásia, pois temos interesse de muitas cidades ... Tailândia, Seul, e tivemos interesse da Indonésia. Há muitos lugares que querem uma corrida de Fórmula 1.”**

Um local provável é o circuito de Mandalika, na ilha de Lombok, que recebe uma corrida do campeonato de motociclismo MotoGP. Já é um local de publicidade para o setor de tabaco, pois a marca de cigarros LA Bold da Djarum patrocina uma equipe popular de MotoGP.

O mais cedo que uma corrida de F1 pode chegar a Mandalika é 2026, com uma corrida em casa aumentando ainda mais o interesse dos indonésios e aumentando o alcance de seus patrocinadores.

## A audiência da TV também está crescendo

Apesar da rápida saída de Haryanto, a audiência de TV da F1 cresceu 25% em 2018. A Indonésia é um dos 20 principais mercados de TV da F1 em termos de espectadores acumulados.

Isso é notável porque os fãs indonésios da F1 precisam assinar o aplicativo F1 TV - uma plataforma de streaming “over-the-top”, ou OTT - ou a emissora local MNC Vision, que oferece uma plataforma OTT e serviço pay-per-view. As plataformas OTT são preocupantes porque atualmente não há regulamentos que regem a publicidade do tabaco nessas mídias.

Essas lacunas na lei ajudam a BAT a anunciar novos produtos arriscados para os jovens espectadores da F1 e a expandir potencialmente sua base de clientes. À medida que o público indonésio da F1 cresce por meio de streaming e produções dramáticas, sua disposição em permitir que as Big Tobacco cooptem sua base de fãs fornece um veículo ideal para viciar outra geração de usuários.