

Briefing Note: Digital Footprint of Agribusiness, Fossil Fuel and Mining Companies in Brazil

Summary

This report analyzes how fifteen of the largest and most influential agribusiness, mining, and fossil fuel companies operating in Brazil communicate climate and sustainability narratives across websites, social media, and paid advertising channels.

The frequency and visibility of sustainability-related content vary widely between companies, with some heavily emphasizing ESG themes and others mentioning them only occasionally or not at all.

Common sustainability narratives include promoting company-led environmental projects, framing operations as essential for global food security or energy supply, and presenting their sectors as part of the solution to the climate crisis.

Signs of greenwashing were identified, including the use of vague language, green imagery, and sustainability claims not clearly supported by substantial actions or investments.

Some companies, especially Petrobras, Vale, Ambev and Shell, use targeted digital advertising and influencer partnerships to amplify sustainability messaging.

Context

The goal of this report is to analyze the online communications strategies of the top agribusiness, mining, and fossil fuels companies operating in Brazil, concerning climate and sustainability narratives.

In total, fifteen companies were selected for analysis based on revenue and presence in the Brazilian market. The selection was made based on Forbes' [Agro100 list](#) for agribusiness companies, and on the Ranking Valor 1000 list provided by [Valor Econômico](#) for energy, fossil fuels, and mining companies. The following are the selected companies to be analyzed under the scope of this report:

Top 15 Agribusiness, Mining and Fossil Fuel Companies in the Brazilian market based on revenue and presence

| Company name | Sector | Revenue (2023-2024) |
|------------------|--------------|---------------------|
| JBS | Agribusiness | R\$ 363,82 billion |
| Marfrig | Agribusiness | R\$ 136,49 billion |
| Cargill | Agribusiness | R\$ 126,4 billion |
| Bunge | Agribusiness | R\$ 81,7 billion |
| Ambev | Agribusiness | R\$ 79,74 billion |
| BRF | Agribusiness | R\$ 53,62 billion |
| Vale | Mining | R\$ 31,59 billion |
| Petrobras | Oil & Gas | R\$ 511,99 billion |
| Raizen | Energy | R\$ 220 billion |
| Vibra | Oil & Gas | R\$ 162 billion |
| Cosan | Oil & Gas | R\$ 149 billion |
| Ultrapar | Oil & Gas | R\$ 126 billion |
| Shell | Oil & Gas | R\$ 52 billion |

| | | |
|-----------------------|-----------|-------------------|
| Petrogal | Oil & Gas | R\$ 14,16 billion |
| Total Energies | Oil & Gas | R\$ 11,9 billion |

For the analysis, manual searches were conducted on the companies' websites, social media profiles and profiles on the Meta Advertising library.

Overview of the volume of sustainability communications

The presence of sustainability topics in these companies' communications strategies varies from company to company - from some that rarely touch the topic, to others that have branded themselves as sustainability-focused operations. Below is a comparison of how many of the articles/press releases published by those companies in the past year were labelled as "sustainability" or "ESG". Those marked with an asterisk had no dedicated newsroom page on their websites, and so the volume of Facebook posts was instead searched.

| Company name | Volume of articles/posts in the past year | Volume of articles/posts related to sustainability | % articles/posts related to sustainability |
|------------------|---|--|--|
| JBS | 114 | 22 | 19.3 |
| Marfrig | 14 | 9 | 64.3 |
| Cargill | 41 | 11 | 26.8 |
| Bunge | 13 | 8 | 61.5 |
| Ambev* | 70 | 1 | 1.4 |
| BRF | 67 | 14 | 20.9 |
| Vale | 213 | 41 | 19.3 |
| Petrobras | 536 | 8 | 1.5 |
| Raizen | 14 | 0 | 0.0 |

| | | | |
|-----------------------|----|----|------|
| Vibra | 72 | 14 | 19.4 |
| Cosan | 70 | 9 | 12.9 |
| Ultrapar* | 43 | 7 | 16.3 |
| Shell | 59 | 16 | 27.1 |
| Petrogal | 50 | 0 | 0.0 |
| Total Energies | 39 | 1 | 2.6 |

Overview of sustainability narratives

Overall, all of the analyzed companies recognize, either on their sustainability pages or social media posts, the threat of climate change – or at the very least, the importance of sustainability within their operations.

| | |
|---|--|
|  | <h3>Climate</h3> <p>Innovating together for a better future</p> <p>Our food system is resilient, but it's never faced challenges quite like this. Our population is growing, and our climate is changing.</p> <p>We're doing everything we can to meet the challenge across the global food system, from local supply chains to building sustainable practices into farming processes around the world.</p> |
| <h3>Nossas atitudes refletem o compromisso com o planeta</h3> <p>Nossos cenários indicam que haverá uma demanda global persistente por alimentos nas próximas décadas — ainda que em volumes decrescentes. Diante disso, as mudanças climáticas em nossas decisões é um requisito ético, incluindo a segurança, <u>meio ambiente</u> e saúde e de <u>responsabilidade social</u>.</p> |  <p>Conservar o meio ambiente é nossa responsabilidade</p> <p>Uma nova forma de minerar para suprir um mundo em transformação</p> <p>A crise que o mundo enfrenta relacionada às mudanças climáticas é uma realidade científica que não acontece apenas em nossa cadeia produtiva como em toda a sociedade. Reconhecemos o papel fundamental da mineração e a responsabilidade de investir em tecnologia e inovação para reduzir nossas emissões e contribuir para a transição para uma economia de baixo carbono.</p> <p>Estamos desenvolvendo soluções que reduzam as nossas emissões dos Escopos 1, 2 e 3.</p> |

Narratives related to sustainability focus on advertising each company's actions, goals, certifications, and projects that promote socio-environmental sustainability. These include reforestation efforts, decarbonization, waste and oil recycling, use of renewable energy or biofuels, participation in carbon markets, and water saving.



Companies also frequently highlight the contribution of their sectors to a more sustainable future and the energy transition. In the agribusiness sector, this often includes an emphasis on the role of their operations in carbon capture and food security, particularly in the context of global markets and export revenues. Similarly, fossil fuel companies tend to underscore the importance of their activities in meeting the growing global demand for energy, while also framing their involvement as part of the broader energy transition.

The next sections of this report detail particular narratives/communications strategies found most often.

Greenwashing

The most common issue found in the analyzed companies' communications strategies was signs of greenwashing, with apparent overstatements of the companies' sustainability efforts, and understatements of their activities' impact on the environment and climate. Below are some examples that could be identified.

Green Imagery and Vague Statements

Some of the analyzed companies frequently use imagery associated with nature, such as trees, leaves, and green colours, to create a perception of environmental friendliness. Furthermore, sustainability claims typically include vague statements, with little detail and evidence on their targets and sustainability goals.

Climate



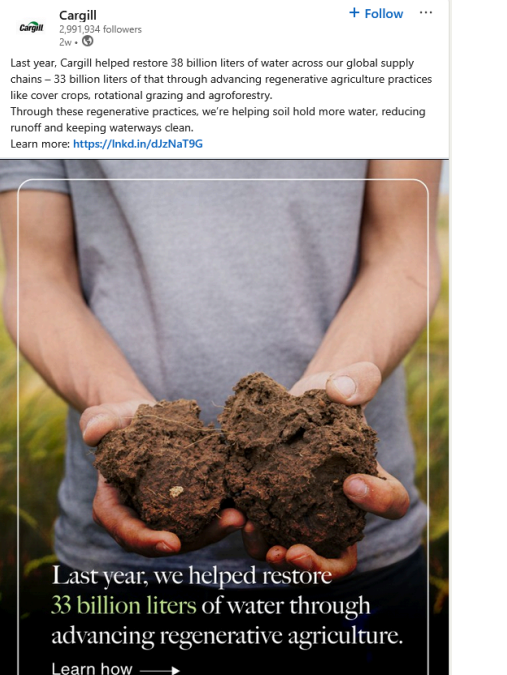



Innovating together for a better future

Our food system is resilient, but it's never faced challenges quite like this. Our population is growing, our v are dwindling, and our climate is changing.



Actions and projects in socio-environmentalism

Among the articles and posts about sustainability from the analyzed companies, the most common theme is promoting their socio-environmental sustainability efforts. These are more often than not actions that have a low impact and investments compared to the companies' revenue and environmental impact.

| | |
|--|--|
|  <p>Mais energia para liderarmos a transição energética justa</p> <p>VAMOS CONVOCAR 1.780 NOVOS EMPREGADOS!</p> <p>petrobras • Seguir</p> <p>O telegrama que abre as portas para o emprego dos sonhos já está a caminho. Estamos convocando 1.780 futuros empregados, aprovados no cadastro do Processo Seletivo Público Nível Técnico. Mais de 700 profissionais serão chamados já neste primeiro semestre de 2025. As convocações estão sendo realizadas em sete estados, conforme planejamento que prevê retomada e expansão de investimentos da Petrobras em várias regiões do Brasil. Com vagas destinadas a pessoas negras e pessoas com deficiência, reafirmamos nosso compromisso com a inclusão e a diversidade. Acesse o link na bio e saiba mais!</p> <p>#ParaTodosVerem: Em texto alternativo</p> <p>Curtido por alan.pedreira e outras pessoas</p> <p>30 de janeiro</p> <p>Adicione um comentário...</p> |  <p>JÁ SÃO MAIS DE 2 MILHÕES DE ÁRVORES PLANTADAS</p> <p>Esse é o antes e depois de uma área beneficiada pelo Bacias & Florestas, projeto da Ambev que recupera e protege importantes bacias hidrográficas do país, através d...</p> <p>14 comentários • 5,8 mil visualizações</p> |
|  <p>Cargill 2,991,934 followers</p> <p>Last year, Cargill helped restore 38 billion liters of water across our global supply chains – 33 billion liters of that through advancing regenerative agriculture practices like cover crops, rotational grazing and agroforestry. Through these regenerative practices, we're helping soil hold more water, reducing runoff and keeping waterways clean. Learn more: https://lnkd.in/d/zNaT9G</p> <p>Last year, we helped restore 33 billion liters of water through advancing regenerative agriculture.</p> <p>Learn how →</p> |  <p>Marfrig @marfrig_mrfg3</p> <p>A Marfrig e @BRF Brasil se uniram para apoiar as vítimas das chuvas Rio Grande do Sul.</p> <p>A campanha alcançou mais de 6 milhões de reais para o Fundo de Ajuda Humanitária do Instituto BRF.</p> <p>O Instituto segue recebendo doações via PIX: instituto.brf@brf.com.</p> <p>em apoio às vítimas das chuvas.</p> <p>3:47 PM - 29 de mai de 2024 - 345 Visualizações</p> |
|  <p>JBS</p> <p>MEDIA ROOM</p> <p>SITE JBS</p> <p>22/05/24</p> <p>JBS aporta R\$ 10,2 milhões em CRA para financiar pecuária regenerativa na Amazônia</p> <p>Companhia adquire cota de maior risco da operação, estruturada pela Vox Capital com apoio da Rio Capim Agrossilvipastoril. Programa do Fundo JBS pela Amazônia prevê atender 3,5 mil pequenos produtores</p> <p>Área de pastagem em recuperação</p> <p>A JBS anunciou nesta terça-feira (21) o aporte de R\$ 10,2 milhões em um novo CRA destinado no programa</p> |  <p>Cargill</p> <p>Cargill no mundo</p> <p>Inicio Sobre Sustentabilidade Produtos e Serviços Notícias Carr</p> <p>INICIO / NOTÍCIAS / CARGILL REDUZ PLÁSTICO EM LIZA, MAZOLA E PURILEV E EVITA EMISSÃO DE MAIS DE 12 MIL TONELADAS DE CO2</p> <p>Noticias</p> <p>Artigos</p> <p>Media assets library</p> <p>Cargill reduz plástico em Mazola e Purilev e evita e de mais de 12 mil toneladas de CO2</p> <p>Embalagens tiveram até 46% de redução; transfe portfólio de óleos também inclui embalagens com gramaturas e novos designs já disponíveis nas g</p> |

Despite these communications efforts, third-party sources suggest highly negative environmental impact by those companies. For instance, [JBS faced a lawsuit by the state of New York \(USA\)](#) for greenwashing.

Another notable example is Vale, which is one of the companies with the most usage of green imagery and branding, and has yet to [fully pay the fines related to the 2019 Brumadinho dam collapse](#). The collapse released millions of tons of toxic mining waste into the surrounding area, claiming 270 lives and being considered the worst industrial accident in Brazil's history. Brumadinho was not an isolated incident: just four years earlier, in 2015, Vale—alongside BHP—was also involved in the Mariana dam collapse, which devastated the Doce River basin, displaced entire communities, and caused long-term environmental damage.


Vale, alongside others with extensive sustainability branding, Petrobras and Shell, is among the top 10 Brazilian companies with the [most fines from Ibama](#) (the Brazilian Institute of Environment and Renewable Natural Resources) in the past 25 years, with Petrobras of particular note.

| Company | Fines between 2000–2025 |
|---|-------------------------|
| Petrobras | 2,705 |
| Sanepar | 333 |
| Departamento Nacional de Infraestrutura e Transportes | 211 |
| Shell Brasil | 120 |
| C Gasparato Comércio e Representações | 109 |
| WMS Supermercados do Brasil (Walmart) | 104 |
| Petro Rio Jaguar | 103 |
| Vale | 100 |
| Vimex Vitória Exportação de Madeiras | 100 |
| Tradelink Madeiras | 92 |

“We are part of the solution”

Another common narrative identified is one where companies claim their activities and projects are part of the solution for the climate crisis.

In agribusiness companies, this narrative is commonly carried by an emphasis on the importance of agribusiness for food security. Some, such as JBS, Cargill and Marfrig, also communicate the potential agribusiness has in fighting climate change through [carbon capture and efforts related to climate action](#).





Bunge
1,423,642 followers
5mo • Edited •

+ Follow

We believe in giving back and creating sustained, positive community impact. To promote [#Foodsecurity](#) and [#WellBeing](#) in the communities we operate, Bunge employees are volunteering in partnership with local organizations across the world to celebrate [#WorldFoodDay](#), today and throughout October. Swipe through some of our team's 85 volunteer sites around the world — the most since we began this program. [#ProudToBeBunge](#)

Read more about it: <https://lnkd.in/ePVsu5PX>





551

4 comments • 27 reposts



Marfrig
13 de novembro de 2024 •

Marcella Molina, membro do Comitê de Sustentabilidade da Marfrig, participou ontem (12) do painel "O Futuro do Agro", durante a COP29, em Baku. O evento foi organizado pela APEX (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos) e pela ABAG (Associação Brasileira do Agronegócio).

No painel, Marcella enfatizou que o agro é uma potência e que o futuro está sendo feito agora, de forma cada vez mais sustentável, ajudando a garantir a segurança alimentar de milhares de pessoas em todo o mundo.

Ela reforçou os compromissos da Marfrig para garantir uma cadeia de fornecimento 100% rastreada e livre de desmatamento até 2025, com o apoio de investimentos em tecnologias de monitoramento por satélite. Além disso, mencionou o Consórcio Biomas, um projeto colaborativo entre grandes empresas brasileiras, que visa restaurar e proteger 4 milhões de hectares de florestas no Brasil.

A sustentabilidade é um pilar fundamental para a Marfrig, e a presença na COP29 oferece a oportunidade de compartilhar nossas iniciativas com o mundo, contribuindo para um futuro mais sustentável para todos. [Ver menos](#)

| | |
|--|--|
| <p>Estudo comprova eficiência da pecuária em capturar carbono da atmosfera</p> <p>Levantamento analisou 103 propriedades do Programa Fazenda Nota 10, da JBS, e concluiu que um terço das propriedades removem Gases do Efeito Estufa (GEE)</p> <p>Um estudo com participação da JBS comprovou como a pecuária nacional contribui para a captura de Gases do Efeito Estufa (GEE) da atmosfera. O trabalho analisou o volume de emissões de carbono de 103 propriedades rurais, em 12 estados brasileiros. O resultado revelou que 31% das fazendas a removem mais que emitem carbono na atmosfera. Práticas adequadas de manejo de solo, como a rotação de pastagens, eficiência produtiva e desmatamento zero estão entre as principais razões para alcançar o equilíbrio.</p> <p>Conduzido por pesquisadores do Observatório de Conhecimento e Inovação em Bioeconomia da FGV, da consultoria Fauna Projetos e do Instituto Inttegra, o levantamento foi realizado entre agosto e maio de 2024. Os 46% das fazendas mais eficientes emitem menos GEE para cada tonelada de carcaça. Este é um dos maiores já realizados sobre o tema no mundo.</p> | <p>Climate change: 5 ways we're combatting it through agriculture</p> <p>Read Time: 7 minutes</p> <p>PARTNERING SUSTAINABLY RESPONSIBLE BUSINESS</p> <p>September 20, 2024</p> <p>Healthy soil. Resilient beef production. Wind-powered ships.</p> <p>What do these have in common? They are all ways Cargill is helping fight one of the world's biggest problems: climate change.</p> <p>Climate change and agriculture are linked. Agriculture, food and transportation together account for 37% of total global greenhouse gas (GHG) emissions, according to the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC)</p> |
|--|--|

In fossil fuel companies, a similar narrative takes shape in highlighting the growing energy demand worldwide, a persistent demand for oil, and their role in providing this resource. Some, such as Petrobras, also argue that the fossil fuel industry is key for the energy transition, to meet energy targets and raise funds for investment in new technologies.

| | |
|--|--|
| <p>Nossas atitudes refletem o compromisso com o planeta</p> <p>Nossos cenários indicam que haverá uma demanda global persistente por energia nas próximas décadas — ainda que em volumes decrescentes. Diante disso, considerar as mudanças climáticas em nossas decisões é um requisito ético, incluindo a transição para fontes de energia limpas e renováveis.</p> | <p>Nossas atitudes refletem o compromisso com o planeta</p> <p>Nossos cenários indicam que haverá uma demanda global persistente por energia nas próximas décadas — ainda que em volumes decrescentes. Diante disso, considerar as mudanças climáticas em nossas decisões é um requisito ético, incluindo a transição para fontes de energia limpas e renováveis.</p> |
| <p>Sociedade e Meio Ambiente</p> <p>Nosso foco em sustentabilidade busca entregar energia de forma responsável para atender à crescente demanda global.</p> | <p>Cenários da Shell traçam possíveis caminhos para o Brasil atingir metas climáticas</p> <p>20 de jun. de 2024</p> <p>Estudo fornece contexto para decisões políticas estratégicas antes da reunião do G20 este ano e da COP30 em 2025</p> <p>Rio de Janeiro - Pela primeira vez em mais de 50 anos, a Shell lança seu estudo Cenários sobre os desafios de longo prazo para o futuro da energia, com olhar voltado para o Brasil realizado nesta quinta-feira, 20 de junho, no Rio de Janeiro. Publicados desde a década de 70, os Cenários da Shell têm como principal objetivo oferecer possíveis visões do futuro a discussão, com governo, academia e sociedade, sobre como o mundo pode evoluir sob diferentes conjuntos de suposições no setor de energia. No recente inédito para o Brasil, o estudo global Cenários de Segurança Energética da Shell, foram desenvolvidos dois cenários: o Sky 2050 que apresenta a transição mais rápida rumo a um mundo aberto ao comércio e acesso à fontes de energia com baixo teor de carbono; e o Anvil2050 que considera uma realidade mais nacionalista, com sanções, barreiras comerciais e tarifas. Nos dois cenários, o Brasil pode chegar a emissões líquidas zero de CO₂ antes de algumas outras principais economias globais e se destaca tanto pelo potencial de liderança na transição para uma economia de baixo carbono, quanto como um importante supridor de energia para um mundo que demanda segurança e diversidade.</p> <p>Objetivos climáticos da Shell: compromisso com a transição energética justa, segura e inclusiva. A medida que o país progredir no sentido dos seus objetivos climáticos, o Brasil terá um papel fundamental em uma transição energética justa, segura e inclusiva. Esses cenários podem contribuir para o planejamento e entrega de compromissos assumidos pelo Brasil. O propósito não é tentar prever o futuro, mas trazer respostas definitivas, mas nos ajudar a ter contexto para decisões estratégicas. Esperamos que a publicação contribua para o debate e formulação de políticas públicas enquanto avançamos rumo à reunião do G20 este ano e COP30 em 2025, destacou Cristiano Priolo da Costa, presidente da Shell no Brasil, durante o evento de lançamento. De acordo com ele, a Shell acredita que diferentes países e setores seguirão seus caminhos em ritmos distintos, e todos podem contribuir para a transição energética justa, segura e inclusiva.</p> <p>*O olhar em profundidade para o Brasil apresentou à equipe um desafio fascinante, dada a riqueza de oportunidades que o país tem e a capacidade de gerenciar o carbono em uma economia de baixo carbono.</p> |

It is also important to note that some of the oil companies, particularly Raízen, tend to focus on the emissions from scope 1 and 2 (directly related to their production activities), and view Scope 3 emissions, the ones originated from the use of their product, as a separate challenge beyond their direct responsibility.

PERFIL DE EMISSÕES

Desde 2022, o nosso Inventário de Emissões de GEE leva em consideração as atividades da Raízen no Brasil, na Argentina e no Paraguai e é construído seguindo a versão brasileira de uma metodologia do Programa Brasileiro GHG Protocol. Nessa metodologia, as emissões são divididas em três escopos:

Escopo 1

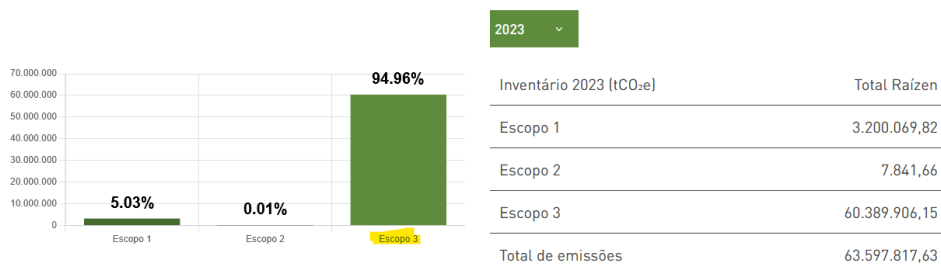
Emissões derivadas de atividades produtivas da Raízen, das quais a empresa tem responsabilidade direta. (Exemplos: aplicação de insumos agrícolas em áreas da Raízen, consumo de diesel em maquinário, transporte de cana Raízen em rodovia, queima de bagaço em caldeira, as emissões relacionadas ao aquecimento de óleo cru na refinaria da Raízen na Argentina, entre outros).

Escopo 2

Emissões associadas ao consumo de energia elétrica da Raízen.

Escopo 3

Emissões relacionadas às atividades Raízen, mas que não são de responsabilidade direta. (Exemplo: uso de produtos vendidos, referente às emissões da queima do combustível pelos consumidores que o compram nos postos Shell, bem como, transporte e distribuição terceirizados de combustível e funcionários, viagens a negócios, entre outros).



Solutions for Sustainability and the Energy Transition

Lastly, a significant portion of the analyzed companies' sustainability-focused communications focus on projects and solutions they hold for the environmental and climate crisis. The most common themes identified for their sustainability projects were:

- **Biofuels (e.g. ethanol, hydrogen) and renewables:** Most common with fossil fuel companies, but also found in JBS, which are investing in research and promoting biofuels, particularly ethanol and biodiesel, common in Brazil for the high supply of sugarcane;
- **Recycling:** Particularly oil recycling for biodiesel, most common in agribusiness companies;

- Water saving: Most common in agribusiness companies;
- Deforestation mitigation and reforestation: most common in fossil fuel companies, with the only agribusiness operations mentioning deforestation being Bunge and Ambev.
- Amazon rainforest and other biomes conservation: Particularly present in Vale's communications.

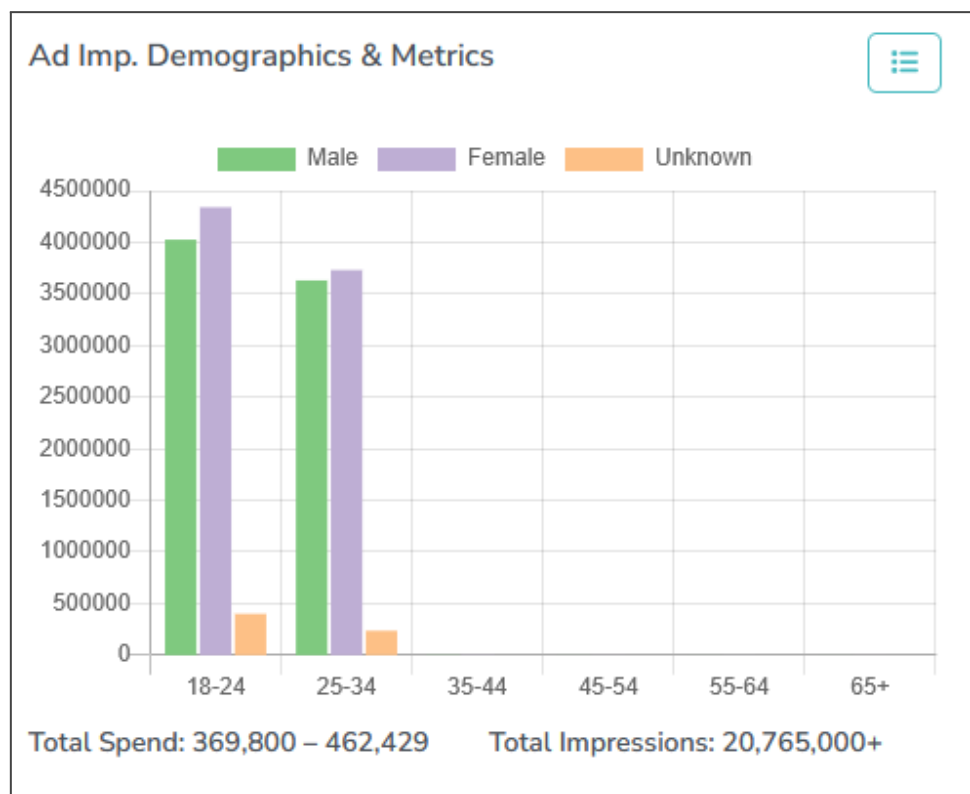


| | |
|---|--|
| <p> JBS 2,160,821 followers 7mo • 🌐 </p> <p> Com o Programa Óleo Amigo, criado pela Biopower, empresa da JBS Novos Negócios, transformamos o óleo de cozinha em combustível sustentável e contribuimos com a conservação do meio ambiente incentivando o descarte correto em nossos pontos de coleta. </p> <p> Mais de 500 estabelecimentos, como bares e restaurantes, já forneceram óleo usado ao programa e também contamos com o apoio de empresas e instituições locais, evitando, assim, o descarte incorreto, como em pias ou no solo. </p> <p> Por meio de iniciativas como essa, promovemos a economia circular e geramos impacto positivo para as cidades e comunidades locais. </p> <p> Leia mais sobre o assunto em: https://lnkd.in/gKsB_jTc </p> <p> #NossaJBS #EvoluindoJuntos #AlimentandoOMundo #ESG #ProgramaOleoAmigo </p> <p>Show translation</p> <p> JBS - Programa Óleo Amigo, da Biopower • 5 pages </p>  |  <p> Ambev • 2024-7-2 Já pensou em quantos rios e Ambev plantou? Mais de 2 milhões! 🌱 Isso é equivalente a 845 campos de futebol! 🏈 O programa Rios e Florestas da Ambev trabalha para combater o estresse hídrico e ... mais </p> |
| <p> Cargill reduz plástico em Liza, Mazola e Purilev e evita emissão de mais de 12 mil toneladas de CO₂ </p> <p> Embalagens tiveram até 46% de redução; transformação do portfólio de óleos também inclui embalagens com novas gramaturas e novos designs já disponíveis nas gôndolas </p> | <p> Soya Recicla coleta mais de 7 milhões de óleo de cozinha usado </p> <p> No Dia Mundial do Meio Ambiente, comemorado em 5 de junho, o programa Soya Recicla celebra a marca de mais de sete milhões de litros de óleo de cozinha usado. A iniciativa pioneira, criada em 2006, é hoje um dos maiores programas de logística reversa de óleos e gorduras vegetais residuais do país. </p> |

Advertising and influencers

Apart from general searches on the companies' websites and social media profiles, the Meta advertising library was also utilised to find advertisements paid for by the analyzed companies across Facebook, Instagram and the rest of Meta's advertising network.

There was no significant presence of direct Meta advertising from most companies, with most not showing ads, and some with between 3-5 ads in the past year. The company with the highest amount of ads found was Petrobras, with 393 ads between March 2024 – March 2025, 42 of which mentioned "climate" or related terms. Out of all ads, 72 were published during the month of COP29, with a particular target on younger audiences. In total, it is possible to estimate US\$1,111,900 – US\$1,401,608 spent on Meta Ads during the analyzed period.



Demographics of target audiences of Petrobras' Ads during November of 2024

Another important advertising strategy is the use of influencers on social media profiles. Shell, Vale, Ambev, and Petrobras were the ones utilising this strategy the most. Posts on

Instagram and TikTok frequently feature well-known influencers, notably including some well-known scientific communicators, in the case of Shell and Petrobras.

Since March of last year, Shell's Instagram had 125 posts featuring influencers, Petrobras had 63, Vale had 4 (with 14 more on TikTok), and Ambev had 16.

