

Caldo em Pó SAZÓN® volta à TV com campanha do Arnaldo e aposta em desafios culinários nas redes sociais

Marca vai ampliar presença digital com squad de influenciadores, além de filme bem-humorado para TV aberta



Créditos: Divulgação

São Paulo, maio de 2026 - Depois da boa repercussão da campanha estrelada pelo personagem Arnaldo, em 2025, **SAZÓN®**, marca líder de temperos e caldos em pó da **Ajinomoto do Brasil**, o traz de volta para reforçar o conceito de “**Sair do Quadrado com Caldo em Pó SAZÓN®!**”. Criado pela Dentsu Creative e produzido pela O2 Filmes, o filme “A Descoberta de Arnaldo” volta à TV aberta mantendo o tom leve e bem-humorado, e destacando os diferenciais de praticidade, sabor e versatilidade do produto.

“A campanha com o personagem Arnaldo teve uma aceitação muito positiva, por conseguir mostrar de forma muito clara os benefícios do produto com receitas apetitosas e uma história divertida para o consumidor, totalmente alinhada ao universo descontraído de Caldo em Pó SAZÓN®. A estratégia reforça o posicionamento da linha como uma solução prática para transformar receitas simples em experiências surpreendentes, mantendo nosso mote ‘O Amor Está na Mesa’”, afirma Thiago Campos, gerente de Marketing da Ajinomoto do Brasil.

Em paralelo, um *squad* de influenciadores irá participar de um desafio culinário por meio de *collabs* no Instagram, incentivando os consumidores a viverem uma **#AVidaForaDoQuadrado**

com receitas “sazonásticas”, preparadas com Caldo em Pó SAZÓN®. Além disso, criadores de conteúdos de diferentes nichos também atuarão na sustentação da campanha, realizando publicações que vão destacar os diferenciais do produto em diferentes contextos.

“O público adorou ver o Arnaldo escapar do mundo quadrado, antiquado e sem cor. Agora, vamos dar continuidade à campanha utilizando conteúdos bem-humorados, que vão mostrar como usar Caldo em Pó SAZÓN® nas receitas tira todo mundo da mesmice. Nosso time de influenciadores vai reforçar como a vida fora do quadrado pode ser muito mais prática e saborosa”, explica Mario Lins, diretor de criação da Dentsu Creative.

FICHA TÉCNICA

Anunciante: AJINOMOTO DO BRASIL

Produto: CALDO EM PÓ SAZÓN®

Campanha: ARNALDO

Agência: Dentsu Creative

Chief Creative Officer: Ricardo Diniz, Ricardo Dolla

Diretor de Criação: Mario Lins

Direção de arte: Pedro Salviano, Rafael Barbaroti

Redação: Fabio Cardoso, Rodrigo Donza, Bernardo Medina

Conteúdo: Viviane Teves e Gabriella Cunha

Produção: Juliana D’Antino e Patricia Oliveira

BI: Silvia Visani, Bruno Honorio, Igor Silva e João Galera

Negócios: Bruno Panico, Ana Claudia Franco, Jennifer Areco e Gabriela Silva

Estratégia: Paola Rodrigues e Beatriz Moralles

Mídia: Viviana Maurman, Carolina Nunes, Lourhane Nevile, Ana Janmilly Moura, Pedro Borges, Vitoria Martelo.

Aprovado por: Cosme Eduardo Bonelli, Thiago Furquim de Campos, Simón Villegas Alvarez, Diego Hideki Taira, Giovanna Cimatti Lucarelli, Juliana Anderson Lomonico e Maria Cláudia Fernandes.

Produtora do Filme: O2.

Direção: Fernando Moreira

Diretora Executiva de Produção: Flávia Zanini

Diretora Executiva de Projetos e Negócios: Rejane Bicca

Produção Executiva: Gustavo Nogueira

Executivo de Projetos: Ivan Caetano e Rose Bichara

Atendimento de Pós: Nany Lucena

Assistente Produção Executiva: João Pedro Kohn

Direção de Fotografia: Pedro Maciel

Direção de Arte: Camila Kogut

Diretor Produção: Paulinha Madureira

Assistente de Produção: Rosa Gardinalli

Assistente de Produção: Érica Ferreira

Assistente de Direção: Kaka Gonçalves

Produtora de Elenco: Guilherme Koch

Figurista: Juliana Prysthon

Cabelo e Maquiagem: Anita Tagliavini

Culinarista: Luiza Nakazato

Departamento Criativo de Pesquisa: Henrique Pires, Renato Ruffo e Rafael Nogueira

Pós-Produção: O2 Pós.

Coordenador Geral de Pós: Henrique Gomes e Mariana Falcão

Finalizador: Augusto Medeiros

Montador: Fernando Moreira

Assistente de Montagem: Alex Deraco

Cor: O2 Pós / Psycho'n'Look

Supervisor de VFX: Thiago Corá

Produtora de áudio: Sonido

Locutor: Marcelo Campos

Diretor artístico: Lucas Duque

Atendimento: Vanessa Raad

Compositor: Jayme Monsanto

Desenhista e editor de som: Renan Marques

Coordenação: Anderson Soares

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

A Ajinomoto do Brasil desenvolve projetos e ações alinhados aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), que visam alcançar um mundo mais igualitário e sustentável até 2030. Clique [aqui](#) para conhecer mais sobre esses projetos.

A divulgação deste material colabora diretamente para os seguintes ODS:



Sobre Caldo SAZÓN®



O Caldo SAZÓN® é um caldo em pó que, assim como os caldos em cubo, agrega sabor às preparações, além de oferecer o benefício exclusivo de 0% de gordura e fácil dissolução, podendo inclusive ser utilizado em receitas secas, como farofa. O produto está disponível em sete deliciosos sabores e na linha Caldo SAZÓN® Lev, que possui 34% menos sódio e conta com as versões Galinha e Carne. Todas as embalagens trazem práticos sachês individuais que facilitam a utilização nas receitas (um sachê equivale a um cubo).

Sobre a Ajinomoto do Brasil

Presente no país desde 1956, a Ajinomoto do Brasil é referência em aminoácidos e amplamente conhecida por seus produtos de varejo, como Tempero SAZÓN®, Refrescos MID®, Sopas VONO® e o próprio AJI-NO-MOTO®, além de atuar no segmento de food service (alimentação fora do lar). A empresa oferece produtos de alta qualidade tanto para o consumidor como insumos para as indústrias alimentícia, cosmética, esportiva, farmacêutica, de nutrição animal e agronegócios. Tem como propósito contribuir para o bem-estar da sociedade, das pessoas e do planeta utilizando sua expertise em “AminoScience”, a ciência dos aminoácidos, da produção à aplicação, por meio de um sistema alimentar sustentável. Para isso, trabalha com produtos desenvolvidos a partir do Biociclo - processo circular de produção sustentável -, com menor impacto no meio ambiente. Com quatro fábricas no interior de São Paulo e sede na capital, emprega cerca de 3 mil pessoas e atende mercados internos e externos. Globalmente, o Grupo Ajinomoto emprega mais de 34 mil pessoas, conta com 117 fábricas e produtos vendidos em mais de 130 países. Em 2024, teve um faturamento global de US\$ 10,2 bilhões e nacional de R\$ 3,6 bilhões. Para mais informações, visite www.ajinomoto.com.br.

INFORMAÇÕES PARA IMPRENSA | AJINOMOTO DO BRASIL

FSB Comunicação

ajinomoto@fsb.com.br