

Estudo apoiado pelo Grupo Ajinomoto reforça papel da alimentação no combate à solidão e ao isolamento social

Relatório da OCDE aponta que cozinhar, compartilhar refeições e participar de atividades ligadas à comida fortalecem conexões humanas e promovem bem-estar individual e coletivo



Créditos: Magnific

São Paulo, julho de 2026 – Cozinhar uma refeição, cultivar alimentos ou simplesmente sentar-se à mesa com outras pessoas pode fazer mais do que alimentar o corpo: essas atividades ajudam a fortalecer vínculos sociais e a combater a solidão e o isolamento, desafios cada vez mais presentes em diferentes países. Essa é a principal conclusão do relatório **Promoting Social Connectedness Through Food**, publicado pelo Centro de Bem-Estar, Inclusão, Sustentabilidade e Igualdade de Oportunidades (WISE Centre), da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), realizado com apoio do Grupo Ajinomoto.

O estudo reúne evidências científicas de que experiências relacionadas à alimentação favorecem a criação e o fortalecimento de conexões entre as pessoas, contribuindo para o bem-estar individual e coletivo. A publicação amplia uma agenda de pesquisas que ganhou força nos últimos anos diante do aumento da preocupação global com os impactos da solidão sobre a saúde física e mental. Em 2025, a própria OCDE lançou um relatório dedicado ao tema, enquanto o Grupo Ajinomoto desenvolveu estudos em parceria com a Gallup, em 2023, para investigar a relação entre alimentação, culinária e bem-estar.

Os resultados dessas pesquisas já haviam mostrado que pessoas que cozinham com frequência ou compartilham refeições tendem a apresentar níveis mais elevados de bem-estar, evidências que também contribuíram para análises publicadas no World Happiness Report 2025. Agora, o novo relatório amplia esse conhecimento ao destacar como iniciativas baseadas na alimentação, como hortas comunitárias, grupos de culinária e espaços coletivos para refeições, podem fortalecer a infraestrutura social e reduzir o isolamento. O documento também apresenta o projeto AjiPanda Shokudo (Cafeteria), iniciativa social do Grupo

Ajinomoto, no Japão, para apoiar refeitórios infantis, como um exemplo de ação voltada à promoção das conexões sociais por meio da comida.

"O Grupo Ajinomoto acredita que a alimentação tem o poder de aproximar as pessoas e contribuir para uma sociedade mais saudável e conectada. Ao apoiar este relatório, reforçamos nosso compromisso de aprofundar o conhecimento científico sobre a relação entre alimentação, conexões sociais e bem-estar, transformando essas evidências em iniciativas que gerem valor para a sociedade", afirma Adriana Moucherek, Diretora de Comunicação e Marketing da Ajinomoto do Brasil. Segundo a executiva, esse conhecimento continuará sendo incorporado às atividades da organização, nos âmbitos globais e no Brasil, por fazer parte do propósito de contribuir para o bem-estar das pessoas, da sociedade e do planeta por meio da "AminoScience", a ciência dos aminoácidos.

A íntegra do relatório **Promoting Social Connectedness Through Food** está disponível em: https://www.oecd.org/en/publications/promoting-social-connectedness-through-food_1fdd5254-en.html

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 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