

HONDASHI® aposta em mangá e influenciadores para apresentar novas formas de preparar yakisoba

Nova etapa da campanha “HONDASHI® É O SEGREDO” ganha filme ilustrado e ativações digitais inspiradas em três clãs da lendária Vila do Umami



Créditos: Divulgação

São Paulo, outubro de 2026 – HONDASHI®, tempero à base de peixe bonito da **Ajinomoto do Brasil**, aposta na combinação de narrativa visual inspirada nos mangás e conteúdo com influenciadores para apresentar diferentes formas de preparar yakisoba. A iniciativa marca uma nova etapa da campanha “**HONDASHI® É O SEGREDO**”, desenvolvida pela agência Dentsu Creative, que ganha um filme ilustrado pelo quadrinista Heitor Amatsu e leva o público à lendária Vila do Umami, lar dos grandes mestres do prato, onde cada clã tem sua própria maneira de explorar ingredientes e sabores.

A nova fase dá continuidade à história do Mestre Ancião do Yakisoba, que revelou ao seu Aprendiz o segredo para transformar a receita: HONDASHI®. Em uma jornada pela Vila do Umami, o protagonista conhece três clãs que representam diferentes formas de preparar o prato: o Clã do Fogo, com ingredientes vermelhos e sabores intensos; o Clã da Folha, que valoriza vegetais, tradição e leveza; e o Clã da Força Bruta, que destaca proteínas em combinações fartas e energéticas. Com estética inspirada em mangás, o filme apresenta os mestres e suas interpretações do yakisoba, enquanto a campanha se estende às redes sociais com influenciadores que, como aprendizes, ensinarão receitas inspiradas em cada clã,

demonstrando a versatilidade do prato e o papel de HONDASHI® em realçar o sabor das diferentes combinações.

“A campanha explora um universo lúdico para mostrar que o yakisoba pode ganhar diferentes versões, de acordo com os ingredientes e as preferências de cada pessoa. Ao unir o filme em estética de mangá às ativações com influenciadores, queremos aproximar o público do umami, o quinto gosto básico do paladar humano, e mostrar como nosso produto pode fazer a diferença em cada receita.”, destaca Natasha Johnston, gerente de Marketing da Ajinomoto do Brasil.

"Nosso objetivo é aproximar a marca do público jovem. Para isso, além de usar um visual inspirado nos mangás, criamos uma jornada de aventura, descobertas e muito sabor. Nossos personagens viajam até uma vila remota, com clãs especializados em receitas deliciosas de yakisoba e um segredo que une tudo isso. HONDASHI® entra naturalmente na história, como o ingrediente secreto que garante o sabor autêntico do prato", destaca Mário Lins, diretor de Criação da Dentsu Creative.

O filme está disponível no Instagram de [Sabores Ajinomoto](#), convidando o público a conhecer a lendária Vila do Umami e descobrir como HONDASHI® é o segredo por trás de diferentes versões de yakisoba.

FICHA TÉCNICA

Ficha Técnica – HONDASHI®

Anunciante: Ajinomoto do Brasil

Produto: HONDASHI®

Campanha: HONDASHI® é o segredo

Agência: Dentsu Creative

Head de Criação: Ricardo Diniz

Direção de arte: Victoria Pinheiro e Pedro Salviano

Diretor de Criação: Mario Lins

Redação: Leonardo Zenun

Conteúdo: Nicole Dias, Barbara Santos

Produção: Luís Carvalho

BI: Silvia Visani, Bruno Honório, Igor Silva, Diogo Cruz, Guilherme Farina

Negócios: Bruno Panico, Ana Claudia Franco, Barbara Fernandes, Aline Mota

Planejamento: Paola Rodrigues, Geovana Lourenço, Marcelo Colmenero, Renata Monteiro

Mídia: Viviana Maurman, Carol Nunes, Lourhanse Neville, Alexandre Kitamura, Caue Malatesta

Aprovado por:

Ilustrador: Heitor Amatsu

Editor e Animador: Diego Ferrandis

Finalizador: Luiz Augusto Paixão

Produtora de Som: Lucha Libre Audio

Produtor Musical: Paulinho Corcione e Danilo Barbalaco

Produção Executiva: Renata Prado

Atendimento: Renata Rodriguez

Coordenador: Thácio Palanca e Renata Rodriguez

Mixagem: Eduardo Bolzan, Hélio Rimaud, e Thácio Palanca

Locutor: Thácio Palanca

Cliente

Gerente de Departamento: Thiago Furquim

Gerente de Marca: Natasha Johnston

Supervisor de Marca: Gustavo Campos

Analista: Milena Teles

Gerente de Departamento Nutrição: Priscila de Aguiar Andrade

Gerente de Nutrição: Lisiane Miura

Aprovado por: Thiago Furquim, Natasha Johnston, Gustavo Campos, Milena Teles, Priscila de Aguiar Andrade e Lisiane Miura

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 HONDASHI®

HONDASHI® é um tempero em pó à base de peixe bonito, que garante o sabor autêntico e delicioso às preparações, ajudando a inovar para não cair na rotina e dando aos pratos um sabor surpreendente, rico e único. Muito versátil, HONDASHI® é ideal para ser usado em peixes e frutos do mar e essencial



na preparação das receitas típicas japonesas, sendo obrigatório em alguns pratos muito tradicionais. Pode ser utilizado como um caldo, combinando com proteínas, legumes e verduras.

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 de todas as pessoas, da sociedade e do planeta por meio da “AminoScience”, a Ciência dos Aminoácidos, e do amor pela vida. 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 126 fábricas e produtos vendidos em mais de 130 países. Em 2025, teve um faturamento global de US\$ 10,5 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