



02/2021

AJI-NO-MOTO® esclarece o que é "fake ou real" sobre o glutamato monossódico

Campanha desmitifica fake news e apresenta informações com embasamento científico

São Paulo, fevereiro de 2021 – Dando continuidade ao movimento lançado no segundo semestre de 2020, AJI-NO-MOTO®, realçador de sabor da Ajinomoto do Brasil, abre diálogo com consumidores no ambiente digital para esclarecer o que é “fake ou real” sobre o ingrediente que dá origem à marca: o glutamato monossódico – também conhecido como MSG, sigla em inglês para monossodium glutamate. O plano segue a estratégia da campanha norte-americana “Know MSG” (Conheça o MSG), lançada em dezembro do ano passado.

Com assinatura da Cappuccino Digital, a campanha nacional já contou com endosso do influenciador de gastronomia Mohamad Hindi (@mohindi), que ensinou a preparar receitas com sódio reduzido utilizando AJI-NO-MOTO®. Na segunda fase, que se inicia neste mês, a marca traz como embaixadora Luanda Gazoni (@luandagazoni), especialista em dicas de lifestyle, que publicará uma série de conteúdos em seu Instagram e irá desmistificar fake news sobre o ingrediente. O primeiro vídeo pode ser visto no link: <https://www.youtube.com/watch?v=IViOEmaj6Ro>

Nas publicações, Luanda apresentará informações de forma leve e educativa, passando por diversos tópicos relacionados ao glutamato monossódico. Entre eles: a relação com umami

(quinto gosto básico do paladar humano, ao lado do doce, salgado, azedo e amargo), a produção a partir da fermentação de cana-de-açúcar, o auxílio na redução de sódio e até mesmo a origem dos rumores polêmicos envolvendo o ingrediente – disseminados na cultura ocidental em preconceito à culinária asiática, especialmente de origem chinesa.

“Queremos apresentar ao público informações confiáveis e com embasamento científico, citando pesquisas de universidades renomadas e classificações de órgãos reguladores nacionais e internacionais”, afirma o gerente de marketing de AJI-NO-MOTO®, Thiago Campos. “A Luanda e o Mohamad entram como grandes parceiros da marca, tornando esse conteúdo acessível e de fácil compreensão, principalmente para o público mais jovem”, conclui.

Sobre AJI-NO-MOTO®

AJI-NO-MOTO® realça o sabor natural dos alimentos e confere o gosto umami. Feito a partir da cana-de-açúcar, uma matéria-prima natural, além de deixar as receitas muito mais saborosas, o produto pode ser uma alternativa na redução de sódio na preparação dos alimentos, pois possui aproximadamente 1/3 da quantidade de sódio presente no sal de cozinha. Substituindo a metade da quantidade de sal utilizada nas preparações por AJI-NO-MOTO®, o sabor da receita será mantido e o teor de sódio reduzido pode chegar a 37%. AJI-NO-MOTO® não altera a cor e não salga os alimentos. Use em carnes, legumes, verduras, sopas, molhos e outras preparações do dia a dia.

Sobre a Ajinomoto do Brasil

Presente no Brasil desde 1956, a Ajinomoto do Brasil se empenha em oferecer produtos de qualidade tanto para o consumidor como insumos para as indústrias alimentícia, cosmética, esportiva, farmacêutica, de nutrição animal e agronegócios. Atualmente, a unidade brasileira é a terceira mais importante do Grupo Ajinomoto fora do Japão, atrás apenas da Tailândia e dos Estados Unidos. A linha de produtos da empresa voltada ao consumidor é composta pelo tempero umami AJI-NO-MOTO®, AJI-SAL®, Tempero SAZÓN®, Caldo SAZÓN®, SAZÓN® Tempera & Prepara, RECEITA DE CASA™, HONDASHI® e SABOR A MI®, além das sopas individuais VONO® e da linha de sopas cremosas e claras VONO® Chef. Também se destacam os refrescos em pó MID® e FIT Zero Açúcar, o azeite de oliva extra virgem TERRANO™ e o azeite de oliva tipo único TERRANO™, o SATIS!® Molho Shoyu, além de aminoVITAL® GOLD, produto composto por nove aminoácidos essenciais para a recuperação de atletas e entusiastas do esporte. No Brasil, a companhia também atua no segmento de food service (alimentação fora do lar). Com quatro unidades fabris,

localizadas no estado de São Paulo, nas cidades de Limeira, Laranjal Paulista, Valparaíso e Pederneiras, e sede administrativa na capital, emprega cerca de 3 mil funcionários e atende tanto ao mercado interno como ao externo. A Ajinomoto, multinacional japonesa com sede em Tóquio, é referência mundial em aminoácidos. O Grupo Ajinomoto obteve um faturamento global de US\$ 10,1 bilhões e nacional de R\$ 2,4 bilhões no ano fiscal de 2019. Atualmente, está presente em 35 países, possui 121 fábricas e cerca de 34 mil funcionários em todo o mundo. Para saber mais, acesse www.ajinomoto.com.br.