

ESCOLA _____ DATA: ____/____/____

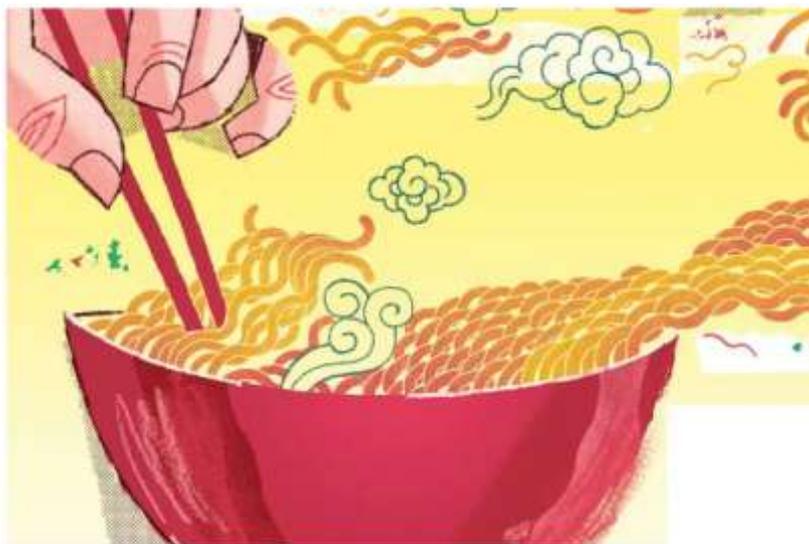
PROF: _____ TURMA: _____

NOME: _____

Leia o texto abaixo, após responda às questões de 01 a 07

Texto I - A saga do Miojo

Saiba como a 2ª Guerra, um gênio dos negócios e um milagre econômico deram à luz ao miojo. E entenda os riscos que os blocos de lámen trazem para a saúde



O mundo devora mais de 3 mil pacotes e copos de macarrão instantâneos por segundo (Rômulo/Superinteressante)

Quem nunca levou miojo para uma viagem que atire o primeiro saquinho de tempero.(...) Um produto prestes a completar 60 anos de idade, e que encarna como poucos o lado bom e o lado mau da alimentação moderna.

Tal como a ONU, a União Europeia e a adoção do dólar como moeda global, o miojo é um filhote da 2ª Guerra. A ideia de produzir blocos de macarrõeszinhos encaracolados, afinal, surgiu num Japão em ruínas: 3 milhões de mortos, economia destrozada, indústria

capengando, produção agrícola em queda livre. Fome. Nesse país vilipendiado, um certo Momofuku Ando tentava reconstruir sua vida. Ele tinha 38 anos e uma falência nas costas – a tecelagem que mantinha em Osaka não aguentou a crise do pós-guerra. Agora, em 1948, Momofuku passava a vender sal para sobreviver às vacas magras.(...) Esperto, detectou uma oportunidade.

A seguinte: um dos alimentos mais comuns do Japão, junto com o arroz, é o lámen – um macarrão fresco, servido na forma de ensopado. Com a agricultura em baixa, o Ministério da Saúde passou a promover a substituição do lámen por pão, fabricado com farinha de trigo que os EUA doavam. O Ministério justificou a iniciativa dizendo que a produção de lámen era esparsa e amadora. Ou seja: seria desperdício mandar a farinha americana para esses microprodutores. Era mais negócio produzir pão em larga escala, de forma mais centralizada, e distribuir pelo país – até porque pão é um alimento menos perecível do que macarrão fresco. Mas faltava combinar com a população: pão nunca foi um alimento popular nas terras nipônicas. Momofuku, então, imaginou que, se conseguisse tornar o lámen tão fácil de distribuir quanto o pão, descobriria a pedra filosofal da indústria de alimentos.

Ele foi mais longe, e decidiu fazer uma versão pré-cozida do alimento. Criou, então, um método de desidratação por fritura rápida em gordura que matava dois coelhos de uma vez só: o de retirar a água do macarrão e o de acelerar o modo de preparo dos fios quando eles chegassem às casas dos consumidores. Em 1958 seu macarrão desidratado finalmente estava pronto para chegar às prateleiras e salvar o Japão da fome. Só tinha um problema: não havia mais fome.

O Japão já vivia um milagre econômico desde 1955, com seu PIB crescendo a taxas equivalentes às que a China exibiria no início do século 21. Quando chegou às lojas,

então, cada bloco pré-cozido de lámen do Sr. Ando saía mais caro que o macarrão fresco. Nisso, o lámen desidratado estreou custando 36 ienes, seis vezes mais que o macarrão fresco.(...)

Por uma razão: falta de alimento podia não ser mais o problema para os nipônicos. Mas havia outra privação agora: a falta de tempo.

Com o país em franca expansão, não era raro trabalhadores terem apenas 20 minutos para almoçar. O lámen instantâneo, pronto para comer em apenas três minutos, era o par perfeito para as refeições com tempo contado. Ando já tinha pensado nisso(...) e, àquela altura ele já sabia que o país precisava mais de um alimento rápido do que de um alimento barato.

O lámen instantâneo estreou com um nome espartano: "Chikin Rámen". É que "frango" em japonês é "chikin" mesmo – uma palavra que vem direto do inglês.(...)

Para a empresa que produziria o macarrão instantâneo, Ando escolheu outro nome: "Nissin", uma palavra que existe tanto no hebraico como no hindi, e que significa "milagre". E foi mais ou menos o que aconteceu com sua Nissin Food Products. Em dois anos, Momofuku Ando levou sua produção semiartesanal de macarrão para uma linha de montagem totalmente automatizada em uma fábrica de 15 mil metros quadrados, com capacidade de produzir 100 mil blocos de lámen pré-frito por dia.

Nessa toada, a Nissin tornou-se uma das maiores anunciantes do Japão, lançando mão de uma nova mídia que ganhava popularidade no país: a televisão.(...) Como não tem bobo na indústria alimentícia, a ideia de Momofuku logo foi copiada por outras companhias do ramo Japão afora. Entre elas, uma certa Myojo Foods, que já existia como fabricante de massas desde 1950. Quem lançou o macarrão instantâneo nas nossas terras foi um empresário chinês.

Em 1965, ele passou a produzir a coisa por aqui. Na hora de criar uma marca para seu produto, inspirou-se na concorrente de Ando,(...)o macarrão instantâneo chegava às nossas prateleiras com o nome de Miojo Macamen.

Como ainda faltavam uns 40 anos para a invasão dos restaurantes japoneses às nossas cidades, os brasileiros não faziam ideia do que era lámen, então a descrição na embalagem atirava para todo lado. Dizia "spaghetti vitaminado instantâneo tipo yakissoba com tempero sabor galinha".(...) Os saquinhos de tempero, na época, eram feitos pela japonesa Ajinomoto. Até que a companhia decidiu virar dona do pacote inteiro: em 1972, virou sócia da Miojo. Três anos depois, a própria Nissin chegaria ao Brasil. (...) Por vias tortas, o nosso miojo chegava aos braços do pai do macarrão instantâneo, Momofuku Ando, que morreria só em 2007, aos 96 anos.

(...) E hoje a empresa que inventou o macarrão instantâneo responde por metade das vendas no Brasil. Os outros 50% ficam com Nestlé, Vigor e várias outras concorrentes, todas disputando um mercado que consome 2,3 bilhões de porções de macarrão instantâneo por ano (contando aí os Cup Noodles e afins, mais recentes).

É miojo para caramba: isso torna o Brasil o segundo maior consumidor da gororoba fora da Ásia, atrás apenas dos EUA, que consomem 4,3 bilhões. No mundo, as vendas anuais giram na faixa de 100 bilhões de pacotes e copos – 3,1 mil porções por segundo. A China, que além de fã de lámen tem centenas de milhões de trabalhadores sem tempo (nem dinheiro), é a líder: responde por 40% da demanda global. Mas os campeões em consumo por habitante não são eles, mas os sul-coreanos, que devoram absurdas 69 refeições instantâneas por ano – lindo para os fabricantes da coisa, terrível para eles.

Bombas de sódio

Esse nível de consumo, segundo um estudo da Escola de Saúde Pública de Harvard, fez crescer os índices de diabetes, obesidade e problemas cardíacos na Coreia do Sul.

Um agente por trás disso pode ser a quantidade de gordura saturada em cada pacote. O consenso é que o consumo máximo desse tipo de (...) fica em torno de 20 gramas. Um pacote típico de macarrão instantâneo tem 7 gramas. Mas o problema mesmo do macarrão instantâneo é outro: ele é uma bomba de sódio. Cada pacote, contando o saquinho de tempero, tem 1,6 gramas desse carrasco do coração. Isso equivale a 33 latinhas de refrigerante zero –ou a 100 de refrigerante normal, já que o zero tem três vezes mais sódio. Note que a dose máxima de sódio recomendada pela Organização Mundial de Saúde é de 2 gramas por dia. Num levantamento que a Anvisa fez em 2012, o macarrão instantâneo só não apresentou mais sódio por centímetro cúbico do que parmesão puro.

Mas ok. Você pode continuar aproveitando a invenção do Sr. Ando, claro. Só não exagere. E quando for acampar dê uma chance para o macarrão normal também. Em dez minutinhos já está pronto.

<https://super.abril.com.br/sociedade/a-saga-do-miojo/>- Revista Superinteressante.

01. Explique com suas palavras como o miojo possui o lado bom e o lado mau da alimentação moderna?

02. Por que de acordo com o texto, o miojo é um filhote da 2ª Guerra Mundial? Explique os motivos que levaram Momofuku a fabricar miojo.

03. De acordo com o texto, " Momofuku passava a vender sal para sobreviver às vacas magras". (...) Esperto, detectou uma oportunidade. Qual foi essa oportunidade que ele detectou?

04. O que é lámen de acordo com o texto?

05. Explique a trajetória dos nomes dados ao miojo ao longo da história.

06. Explique qual é a importância desse macarrão para a economia mundial?

07. Diante dos males provocados pelo consumo excessivo do macarrão instantâneo, qual é o conselho da equipe da revista aos consumidores?

08.Você consome miojo com muita frequência? Qual sabor é seu preferido? Você já criou uma receita diferente com esse tipo de macarrão? Comente.

09.Após a leitura do texto, qual será sua atitude em relação ao consumo desse alimento? Comente.

10.Trabalho em grupo- Pesquisa- seminário.

Cada grupo deverá fazer uma lista dos alimentos mais consumidos pelos integrantes. Em seguida, deverão fazer uma pesquisa sobre os benefícios e malefícios desses alimentos à saúde humana.

Após deverão pesquisar sobre alimentos saudáveis respondendo aos questionamentos:

Quais benefícios esses alimentos trazem à saúde e, quantas vezes por semana eles devem ser consumidos? Quais vitaminas eles possuem?

Pesquise também sobre os benefícios do consumo diário de sucos naturais e os maléficos do consumo diário de sucos industrializados. Elabore slides ou cartazes para expor para a turma. Cada grupo deverá elaborar 10 atividades para as demais equipes responderem, após cada apresentação. Em seguida, cada grupo deverá corrigir as atividades e dar nota. Para finalizar o trabalho, promova "o dia da alimentação saudável". Cada grupo deverá trazer um ou mais pratos saudáveis para a degustação de todos e apresentar os benefícios desse alimento. Ao final a turma deverá elaborar um caderno com essas receitas com capa, índice, etc; e socializar entre as demais turmas da escola. Bom trabalho!