

VIII Encontro Nacional de Estudos do Consumo

IV Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo

II Encontro Latino-Americano de Estudos do Consumo

Comida e alimentação na sociedade contemporânea

9,10 e 11 de novembro de 2016

Universidade Federal Fluminense, em Niterói/RJ

A Rede Imprescindível: o papel da Internet na busca do alimento *halal* para muçulmanos do Rio de Janeiro

Thaís Chaves Ferraz¹

Resumo

A palavra “halal” pode ser entendida como “lícito” ou “permitido”. No Islã, o alimento *halal* é um ponto central. Há regras para o abate animal e para o consumo de diversos itens. Um muçulmano se preocupa com o que ingere, pois seu corpo é também uma extensão da sua experiência religiosa. Assim, a busca pela licitude torna-se parte do cotidiano. Nesse contexto, a Internet viabiliza a circulação do conhecimento e trocas de saberes, inclusive para os membros da Sociedade Beneficente Muçulmana do Rio de Janeiro (SBMRJ), os quais procuram especialmente referências de locais onde o Islã é maioria – que podem ser práticas sociais ou direcionamentos de líderes religiosos – e as trazem para suas experiências diárias. Muitas vezes, essa ação inclui uma perspectiva peculiar, reinterpretativa e adaptada às realidades socioculturais do país e pessoais.

Palavras-chave:

Islã; Alimentação; Internet.

¹ Mestre em Antropologia pelo PPGA/UFF e aluna de doutorado do mesmo programa.
thaiscfk@hotmail.com

A rede imprescindível: o papel da Internet na busca do alimento *halal* para muçulmanos do Rio de Janeiro

1. Introdução

“Halal” significa “lícito”, “permitido”. No Islã, o alimento *halal* é um ponto central. Há regras para o abate animal e para o consumo de diversos itens. Um muçulmano se preocupa com o que ingere e como o faz, porque seu corpo e seu agir são também uma extensão da sua experiência religiosa. Assim, a busca pela licitude torna-se parte do cotidiano.

O conceito de *halal* vai além de cuidados alimentares, visto que o significado da palavra se liga à ideia integridade, e esta deve estar presente em atos e intenções, valendo também para a política, justiça e finanças. “É o resultado de um sistema [...] que busca [...] mecanismos que contribuam com a saúde humana, criando equilíbrio” (CIBAL HALAL, 2013).

A carne *halal* contempla uma preparação especial no abate. Por exemplo, é mandatório que o responsável pelo sangramento do animal seja muçulmano. Há recitação de fórmulas e a noção de partes que devem ser dispensadas. Conseqüentemente, no Brasil, onde o Islã é minoritário, muçulmanos precisam encontrar soluções para seguir o que creem ser adequado do ponto de vista alimentar ligado às suas práticas religiosas e identidade. A questão ganha adensamento se for considerado que o país é um dos maiores exportadores de carne *halal* do mundo, porém, seu mercado interno é ínfimo, desabastecido (FERRAZ, 2015).

Para contornar tal paradoxo e suprir necessidades da vida social e religiosa, no Rio de Janeiro, os membros da Sociedade Beneficente Muçulmana (SBMRJ) – entidade representativa do Islã no estado – recorrem à Internet para pesquisar instruções, compartilhar informações e acessar novos conhecimentos. Recomendações e tabus alimentares são interpretados por meio dos esclarecimentos sobre os *hadith*, os versículos do Alcorão, livro canônico, e a *sunna*, relatos narrativos da vida do Profeta Maomé, cuja exemplaridade traz norte a dilemas experimentados por muçulmanos em quaisquer tempos. O que não é *halal* deve ser preterido como *haram* (impuro). Logo, nas trocas do ciberespaço é possível verificar como fiéis de outras localidades procedem, especialmente

em países islâmicos, realizando comparações e ressignificações para as realidades brasileira e pessoal; comprar certas qualidades de comidas; e adquirir informações sobre elementos ilícitos que podem estar sendo ingenuamente consumidos – como corantes presentes em refrigerantes.

A participação da rede configura uma mudança relevante na “relação com o conhecimento e tudo o que diz respeito aos modos de produzi-lo, armazená-lo e promover sua circulação” (GOMES, 2008). Desta forma, a aquisição da educação no Islã ganha outra dimensão além das formas já consolidadas de interação, como aquelas mormente presenciais. Debates e reflexões conquistam uma arena extra para ocorrerem, detendo uma perspectiva dinâmica. A Internet traz auxílio para uma possível releitura do que já se internalizou e diretrizes inovadoras a acrescentar aos hábitos alimentares diários. Este trabalho, portanto, aborda aspectos como que tais na rotina dos muçulmanos da SBMRJ, cujas ações intentam presentificar o *halal* da melhor maneira em seus dia a dias.

2. Islã, uma religião pulverizada pelo globo

O Islã se expandiu para muito mais além do mundo dito oriental. Como ele, também as quebras de fronteiras dos hábitos de seus praticantes. Fruto dos movimentos migratórios, expansão religiosa e novas tecnologias de comunicação (PINTO, 2005), como a Internet, a difusão do Islã lhe confere as características da transnacionalidade, a que se soma a complexidade dos modos de interpretá-lo e praticá-lo.

Em um mundo com limites reconfiguráveis, fronteiras expansíveis e deslocamentos perenes, a premissa dos fluxos e culturas explorada por Hannertz (1997) auxilia no entendimento da pulverização global dessa religião e de suas diversas maneiras de propagação. “Para manter a cultura em movimento, as pessoas, [como] atores e redes de atores, têm de inventar cultura, refletir sobre ela, fazer experiências com ela, recordá-la (ou armazená-la de alguma outra maneira), discuti-la e transmiti-la” (HANNERTZ, 1997).

Com um número crescente de adeptos, inclusive no Brasil, o Islã tem os dados exatos de sua presença em solo nacional apontados como controversos (MONTENEGRO, 2002, p.59-60). O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE, em seu último censo, em 2010, afirma um total de 35.167 pessoas autodeclaradas praticantes no país. Porém,

uma consulta informal a membros e líderes da SBMRJ resulta em números muito mais vivazes: um milhão a dois milhões de muçulmanos, hoje². Para contas mais atuais, Pinto (2015) afirma que seja plausível estimar que em 2014 houvesse no país um quantitativo de 100 mil a 200 mil muçulmanos (PINTO, 2015, p.135).

Análises cujo foco são as comunidades muçulmanas brasileiras já foram realizadas por diversos pesquisadores em São Paulo, Goiás, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, para citar algumas (MARQUES, 2008). No Rio de Janeiro, os olhares comumente se focam na SBMRJ³, pois essa entidade figura tradicionalmente como representativa dos muçulmanos no estado.

3. A Sociedade Beneficente Muçulmana do Rio de Janeiro (SBMRJ) / Mesquita da Luz

A Sociedade Beneficente Muçulmana do Rio de Janeiro (SBMRJ), que se reconhece como a “entidade que representa os muçulmanos no estado⁴”, é uma instituição agregadora da comunidade sunita nessa localidade⁵. Fundada nos anos 1950 e funcionando como espaço de convivialidade de imigrantes sírios e libaneses, apenas quase duas décadas depois passou a realizar as orações coletivas com regularidade – um dos princípios da prática do Islã. Nos anos 1990, estabelecida em uma sala comercial no Centro do Rio, começou ter delineado seu público como hoje já se configura, com novas gerações de membros que incluíam brasileiros, convertidos e imigrantes de muitas origens, passando a investir na divulgação do Islã, seus preceitos e da língua árabe, além de buscar o reconhecimento de outras entidades-pares. Atualmente, a maioria dos

² A fragilidade desses dados resta no fato de que as instituições islâmicas brasileiras não mantêm registros atualizados dos seus quadros de membros e famílias.

³ Como se deu com Montenegro (2000), Pinto (2005; 2010a; 2010b; 2015), Chagas (2006; 2009), Cavalcante Jr. (2008) e Barros (2012).

⁴ SBMRJ. Curso “**Introdução ao Islam e à Língua Árabe**” [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <meu endereço eletrônico> em 08 abr. 2014.

⁵ No Islã, há duas comunidade sectárias: sunita e xiita. Os sunitas têm como base de suas rotinas e rituais o Alcorão e a *sunna*, que são tradições e exemplos ligados à vida de Muhammad (ou Maomé). Especialistas religiosos – como os *shaykhs* – guiam a prática doutrinal. Os xiitas, por sua vez, baseiam-se no texto corânico e nas orientações esotéricas dos *imams*, que seriam descendentes do Profeta. Dentre estes, possuem funções jurídicas e religiosas os que detêm o título de *ayatollah* (CHAGAS, 2006, p.2).

membros é de brasileiros convertidos, e a instituição refere-se oficialmente à conta de 300 pessoas registradas (SBMRJ, 2014).

Em 2007 teve início a construção da Mesquita da Luz, que reúne uma gama de atribuições: espaço religioso, área congregadora da comunidade muçulmana sunita e centro de ação da SBMRJ. Localizada no bairro carioca da Tijuca, pode-se dizer que a “Masjid El-Nur” (em árabe)⁶ compartilha sua frequência com participantes da SBMRJ, porque ambas instituições estão interligadas funcionalmente e espacialmente.

Na Mesquita da Luz/SBMRJ desenvolvi trabalho de campo, de 2013 a 2015. Neste artigo divido parte da experiência de conviver com esse grupo de muçulmanos, com foco na busca pelo *halal* (lícito) e o afastamento do que pode ser considerado *haram* (impuro), em especial na perspectiva alimentar e tendo a Internet como uma ferramenta fundamental nesse processo.

4. Internet, a rede de auxílio na busca pelo *halal*

Compreendendo a Internet como um espaço tão frequentável quanto quaisquer outros do dito “mundo real”, a Antropologia vem descortinando possibilidades de reflexões acerca desse ambiente, seus usuários e as inter-relações que nele se dão (MILLER, 2015; GOMES, 2012; HINE, 2000, entre outros). O reconhecimento da rede como integrante e extensiva do dia a dia das sociedades agrega aos estudos antropológicos a oportunidade de ampliar seus campos de pesquisa e observação, especialmente quando se pondera que o “virtual” é também “real”, o que abarca também todas as suas movimentações.

Mediadora de trocas de diversos tipos, a Internet serve aos membros da Sociedade Beneficente Muçulmana do Rio de Janeiro como um apoio essencial na empreitada de acrescentar o *halal* às suas rotinas. Isso porque, sendo o Islã uma religião minoritária no Brasil, ainda que em crescimento expressivo também em diversas partes do globo, seus preceitos podem necessitar de algum tipo de flexibilização para se harmonizarem com as práticas locais: faltam alimentos *halal* no país e há dúvidas sobre como proceder diante dessas lacunas.

⁶ Masjid El-Nur (ou Masjid Al-Nur) é a tradução para o árabe de “Mesquita da Luz”.

É preciso saber o que é lícito e o que não é, diante de hábitos preexistentes, destacadamente no caso dos convertidos – é possível adotar uma nova religião e continuar a ingerir determinados alimentos? A quem se recorre para opiniões abalizadas? Como se procede nos países islâmicos, a fim de viabilizar parâmetros e exemplos? A Internet demonstra ser um canal de comunicação e pesquisas a esse respeito de alta relevância, visto que a questão é essencial para os muçulmanos, em sua relação com o Islã. Nela, a busca pode ser privada, discreta, adequada ao ambiente e ao tempo de quem a consulta e, ao mesmo passo, integrada e pública, como nos *chats*, fóruns, grupos e páginas de redes sociais.

Praticar o Islã no Brasil (e em tantas outras terras) pode fazer com que um muçulmano necessite escolher muitas vezes a trilha “intermediária”. Muitos líderes religiosos destacam prescrições em relação ao vestir, evitação de certos alimentos impuros, como a carne de porco e bebidas alcoólicas em geral, além da recusa aos jogos de azar (WEBER, 2009, p.413). Ao contrário dos países onde a religião é majoritária, é difícil encontrar, por exemplo, alimentos, roupas e até locais próprios para rezar cinco vezes por dia que estejam de acordo com os preceitos religiosos. Desta forma, em algumas ocasiões, a prática acaba por diferir da norma, no intuito ser possível chegar ao que seja entendido como um equilíbrio entre o que deve ser feito, o que precisa ser evitado e o que é viável.

Deste modo, orientar-se pelo que é *halal* torna-se uma iniciativa atinente aos propósitos pessoais e do grupo, em uma caracterização ao mesmo tempo compartilhada e individual. O *haram* e o *halal* aparecem no trato com itens, no uso de vestes e nos modos de agir constantemente negociados pelos membros da SBMRJ/Mesquita, em relação aos grupos sociais dos quais fazem parte.

Por isso, as trocas do ciberespaço são tão usuais: é possível verificar como fiéis de outras localidades procedem, especialmente em países islâmicos, realizando comparações e ressignificações para as realidades brasileira e pessoal; comprar certas qualidades de comidas; e adquirir informações sobre elementos ilícitos que podem estar sendo ingenuamente consumidos – como corantes presentes em refrigerantes⁷.

5. Alimentos *halal/haram*

⁷ O ácido carmínico, presente em muitos refrigerantes e corante vermelho, é extraído do inseto cochonilha. Logo, ilícito para o Islã (FERRAZ, 2015).

Talvez o exemplo mais premente a respeito de uma alimentação *halal* possa vir da carne assim categorizada. Para muçulmanos, é desaconselhável o consumo de carne que não seja *halal* (lícita, permitida). A carne *halal* pressupõe uma determinada forma de abate do animal, que deve ser feita por um muçulmano e envolve desde a repetição de bênçãos até a forma de golpeá-lo. Assim, é feito por um experto, com ritualística própria, extinguindo o máximo de sangue possível, de preferência sem sofrimento do animal, com preces a Deus e ferramental próprio, como facas separadas para tal, sob fiscalização entidades certificadoras muçulmanas.

Encontrar carnes desse tipo no Brasil não é tarefa fácil – meus interlocutores na SBMRJ/Mesquita já afirmaram simplesmente não existir tal coisa em nosso país. Assim, sua saída é dizer “*Bismillah*”⁸, “em nome de Deus”, antes de comerem carnes bovinas, de aves e ovinos, abençoando a refeição. Os peixes são considerados “neutros”, desde que não intoxicados por alguma substância proibida.

O Brasil, porém, é um dos maiores exportadores de carnes *halal* para o mundo. O foco dirigido aos países estrangeiros faz com que o mercado nacional reste esquecido ou desvalorizado. Grandes marcas têm produção em separado para esse fim: idealmente, o alimento *halal* não é estocado ou transportado com outros, além de exigir a exclusividade de objetos utilizados em seu cozimento ou limpeza, como facas e colheres.

No início de 2015, os membros da Mesquita “descobriram” uma marca de frango *halal* (“Le Vida”) sendo vendida em supermercados populares e, portanto, acessível. A novidade foi propagada por um dos frequentadores, imigrante argelino casado com uma convertida, por seu perfil em uma rede social, uma grande fonte de consultas a respeito da religião nessa comunidade.

O fato de o produtor da informação ser argelino, um muçulmano “de nascimento” (BARBOSA, 2009)⁹, trouxe legitimidade à postagem, perante os convertidos brasileiros, parte relevante de sua rede de contatos naquele momento. Se um muçulmano afeito ao *halal* desde “sempre” aprovava e divulgava aquela marca, então deveria ser segura para

⁸ “Bismillah”, literalmente, quer dizer “em nome de Deus”, e deriva da expressão “Em nome de Deus, o Clemente, o Misericordioso”, repetida em variados contextos ligados ao Islã.

⁹ Os que “já nasceram fazendo parte da religião, porque oriundos de uma família [...] muçulmana”. Os brasileiros que em geral se convertem são de família cuja religião não é o Islã (FERREIRA, 2009, p.9).

o consumo daqueles que aos poucos estavam se acostumando a essa chancela. O post, compartilhado em seu perfil no Facebook, chegou até mim por meio de repostagens em grupos de debates e interação religiosos, nesse mesmo ambiente. Essa pessoa não fazia parte de meu círculo relacional do Facebook, mas acessei a notícia porque dela houve uma propagação.

Contudo, nem sempre o consumo de um produto que receba a chancela de *halal* é sinônimo de unanimidade. Um jovem de família árabe, reconhecido por seu conhecimento religioso, certa vez disse que não come carne no Brasil “*de jeito nenhum*”, só peixe. Sua atitude, em certa medida, se torna, junto com sua imagem expressiva naquele meio, exemplar para outros muçulmanos da SBMRJ/Masjid El-Nur.

Embora eu tenha realizado também o “trabalho de campo clássico”, “*estando lá*”¹⁰, fisicamente presente na Mesquita, a Internet foi determinante na construção das relações. Por meio dela pude perceber que, ademais do espaço físico de convivialidade que a SBMRJ/ Mesquita da Luz representa, a rede é significativa como uma continuidade do aprendizado religioso, dos diálogos com os pares, acesso ao saber e lazer.

[A] Internet possibilita a comunicação em escala mundial. [...] A partir dela os indivíduos podem compartilhar informações (na forma de imagem, voz ou dados) em fração de segundos, mesmo situados em continentes diferentes. Esse panorama faz pensar que essa tecnologia corrobora a integração [...]. [...] Diferentes manifestações culturais são divulgadas via Internet para o resto do mundo. [...] Vários são os produtores e consumidores de informação.

[...]

Contemporaneamente algumas pesquisas dão conta do espaço de interação que se cria com a forma de comunicação *on-line*. Nesse caso, tratam basicamente de uma desterritorialização em potencial presente na Internet. É quando não importa se um indivíduo está a quilômetros de distância de outro. Importa é que estão cultivando uma interação, independentemente da proximidade geográfica e dependentes do espaço virtual de trocas que se forma (DORNELLES, 2004).

Durante o trabalho de campo, muitos contatos estabeleci por grupos de Facebook, por exemplo. Assim fui convidada para diversos eventos relevantes e também fui instruída, junto com outros participantes (da SBMRJ/Mesquita ou não), sobre regras sociais e religiosas. Por exemplo, até hoje pertenço ao grupo “Ramadan 2015”, criado para dirimir dúvidas e comentar o mês mais esperado do ano pelos muçulmanos, o qual detém uma grande conexão com o *halal*. É preciso “*estar halal*” durante todos os dias do Ramadan,

¹⁰ GEERTZ, Clifford. O dilema do antropólogo entre “*estar lá*” e “*estar aqui*”. **Cadernos de Campo (São Paulo, 1991)**, São Paulo, v. 7, n. 7, p. 205-235, mar. 1998. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/52621/56525>>. Acesso em: 05 out. 2016.

jejuando, mantendo o pensamento em Allah e abstendo-se mais convictamente do ilícito, como o fumo. Um dos tópicos foi “Regra sobre aquele que quebra o jejum por engano”. O assunto é premente, se considerarmos as diferenças entre os horários de nascer e pôr do sol no Brasil e outros países islâmicos, momento do dia relevante para as orações, pois estas guiam a prática do jejum¹¹. O esquecimento ou a quebra involuntária podem ser desculpados por Allah, após preces e a retomada da abstinência, segundo a instrução contida na mensagem desse grupo. Isso porque a pessoa pode não estar acostumada a jejuar – o que contemplaria os convertidos. Assim, vemos, mais uma vez, a rede servindo como canal para o aprendizado religioso e a conexão com o que é considerado lícito.

6. Internet e polêmicas alimentares

A legitimidade dos lícitos para os membros da Mesquita também depende da simpatia das lideranças pela entidade conferidora do selo *halal*. A CDIAL, do Centro de Divulgação do Islã para a América Latina, é a mais mencionada entre os sunitas da Mesquita da Luz. A Cibhal Halal, ligada à Federação das Associações Muçulmanas do Brasil, FAMBRAS, também foi comentada. Geralmente, os muçulmanos interessados nas informações sobre o conceito de *halal* consultam os sites da internet dessas instituições para saberem a fundo sobre especificidades, como corantes e essências *haram* ou *halal*.

A internet favoreceu entre essa comunidade a descoberta de que há licor na formulação de trufas de uma marca popular de chocolates. O fato tornou-se lamentado por algumas de minhas interlocutoras: “*Antes de saber que continha licor, eu comia o bombom, mas não tinha problema, ou seja, não era errado, porque me faltava essa informação. Agora, que tenho consciência, devo evitar*”. Encontrar o álcool na massa do doce (mesmo que em uma quantidade questionável para alguns, já que mínima e sem resíduos de sabor) dependeu de uma pesquisa particular dessas pessoas em relação à formulação do produto, propagada por grupos em páginas de redes sociais.

Dos sites dessas organizações vieram parte das informações acerca da “polêmica da gelatina”, que se estabeleceu na Mesquita em 2014. Algumas de minhas interlocutoras

¹¹ A questão é tão séria que pareceres de órgãos ligados às ciências astronômicas, como observatórios, são solicitados pelas lideranças religiosas, em alguns casos – daí uma forma de manter a confiabilidade e não antecipar o momento da quebra de jejum.

consultaram páginas on-line (além de opiniões de lideranças religiosas¹²) e chegaram à conclusão de que as gelatinas brasileiras teriam origem animal. A notícia abalou algumas moças que faziam dieta, visto que as poucas calorias desse alimento ajudariam nesse processo perda de peso, e muitas vezes este é recomendado por médicos para saciar a vontade de doces. Conforme o site da Cibal Halal, se a gelatina não for vegetal ou de peixe, ela é de origem suína – daí, proibida.

Um de meus interlocutores pesquisou essa fonte e chegou à conclusão de que as gelatinas brasileiras eram provenientes do porco, portanto ilícitas. Gelatina “do porco” e banha animal também foram mencionados entre os membros da Mesquita como componentes do sorvete de duas marcas, talvez as mais famosas do país. Logo o tema tornou-se largamente discutido no ambiente, e as fontes de novas descobertas eram listas disponíveis na internet e membros “viajados” por países muçulmanos. O boca a boca dava conta de passar adiante a informação.

Em minha rede de relações virtuais, em 2014, afloraram alguns *posts* mais severos sobre os alimentos da rede de *fast-food* mais conhecida do mundo. “Nada é *halal*”, diziam, desde a maionese até flavorizantes das carnes – em tudo haveria porco. “Você vai continuar amando muito tudo isso?”, questionavam. Combinadas à acusação de financiadora “sionista”, ligada ao Estado de Israel, as informações sobre a empresa eram repetições de um mesmo texto, que pode ser encontrado na internet desde 2011, pelo menos, sem autor definido (transcrito na nota de pé de página)¹³. Ressalto que minha intenção não é divulgar notícias de procedência duvidosa, mas apenas assinalar a propagação (contínua) do assunto pela Internet.

7. Reflexões finais

¹² Especialmente em São Paulo, localidade que se constitui como uma referência bastante vívida para a SBMRJ, em razão da herança cultural da imigração árabe.

¹³ “Important News Muslim Judicial Council (MJC) and IQSA has withdrawn certification from McDonald's. According to the kitchen office in Florida, United States, study into the McDonald's ingredients has shown positive evidence of PORK materials which is called 'LM10' are used in the McDonald's mayo. South African McDonald's officials have confirmed that all sauce based ingredients are imported from the US.(Muslim) consumers are advised to abstain from McDonald's. Muslim Judicial Council (MJC) and IQSA has also withdrawn certification countrywide. It's your duty to inform others.... Do not ignore this Message, those eating it are eating 'HARAAM FOOD'.” (Extraído da internet na íntegra, sem autoria declarada).

Em “As formas elementares da vida religiosa”, Durkheim afirma que um contato “excepcionalmente íntimo é o que resulta da absorção de um alimento” (DURKHEIM, 2009, p. 321-322). O “saber diferenciar” o permitido do proibido pode ser compreendido por meio da premissa durkheimiana de que a religião é um sistema de conhecimento, capaz de classificar o mundo entre sagrado e profano (DURKHEIM, 2009, p.22-24). Isso traria ao indivíduo a possibilidade de se orientar no mundo sob tal dicotomia essencial, com suas ações e percepções. Assim, a religião faria com que o seu praticante pudesse caminhar até o discernimento do lícito e do ilícito, incluindo nisso as escolhas morais do coletivo religioso no qual está inscrito.

No contexto aqui abordado, o lícito e o ilícito podem ser a regra, mas as práticas do cotidiano denotam uma porosidade de fronteiras. Sahlins (2003) percebe que a dualidade das análises durkheimianas pode ser um tanto engessante (p.114). Isso porque as “metades” com que trabalham muitos estudos, não apenas os de Durkheim, colocando-as frente a frente para compará-las dicotomicamente, são também criações categorizantes dos homens (p.118). Sahlins expõe a possibilidade que os indivíduos têm de borrar um pouco tais limites no dia a dia. A lógica da experiência concreta, a prática social, influencia a categorização e, por conseguinte, o agir das sociedades (p.146). (SAHLINS, 2003, p.114;118;146). Logo, o experiencial também produz ideias, concepções e categorizações (CAVALCANTI, 2005, p.320).

Por conta disso, meus interlocutores podem trocar acarajé por faláfel, vinho por suco de uva concentrado e rezar a carne antes de ingeri-la, aproximando de seus cotidianos o *halal* da melhor maneira possível, reinterpretando os alimentos de que gostam ou tornando-os acessíveis de alguma forma. O acarajé poderia ser considerado uma comida “votiva de santo”, e o muçulmano só deve manter aliança com Allah, a divindade única. Nesse aspecto, o faláfel, bolinho feito de grão de bico e apimentado, é algo parecido e muito consumido em países árabes e islâmicos. O suco de uva pode servir para amenizar a “saudade” do vinho, pois o álcool é ilícito, e a carne de boi não perde seu posto de consumo – para algumas opiniões – caso seja abençoada sob o nome de Deus (FERRAZ,2015).

Neste artigo parti do ponto de vista de que a rede possibilita o conhecimento e adequação ao conceito *halal*, bastante destacado em relação a itens alimentícios, mas presente em muitas outras opções que essas pessoas precisam realizar todos os dias. As interações nos espaços virtuais presentificam diretrizes religiosas, por exemplo, através de sermões

veiculados em canais do YouTube e debates em *chats*, fóruns e grupos; recomendam caminhos “lícitos” em sites; viabilizam compras de bens e itens “permitidos”, como véus e henna para as mãos, entre outros. Conversões ao Islã e casamentos são iniciados por contatos entre indivíduos de diferentes países e brasileiros¹⁴. Assim, verificamos que a vida social dos membros da SBMRJ/ Mesquita da Luz de variadas formas é permeada pela grande rede, cujos caminhos oferecem modos de manifestar-se religiosamente, buscar e negar modelos normativos, exercer escolhas de consumo e viabilizar transações econômicas, construir identidades coletivas e dinamizar experiências e críticas (MILLER; SLATER, 2000).

8. Referências bibliográficas

BARBOSA, Livia. Food and sociability on the contemporary Brazilian plate. *Etnográfica* [Online], v. 14, n.3, p. 567-586, 2011. Disponível em: <<http://etnografica.revues.org/209>> Acesso em: 04 ago. 2015.

BARROS, Liza Dumovich. **Ya Habibi**: crise de vida, afeto e reconfiguração do *self* religioso na conversão de mulheres ao islã, na Mesquita da Luz. 2012. 162f. Dissertação (Mestrado em Antropologia). Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2012.

CAVALCANTE JUNIOR, Claudio. **Processos de construção e comunicação das identidades negras e africanas na comunidade muçulmana sunita do Rio de Janeiro**. 2008. 125f. Dissertação (Mestrado em Antropologia). Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2008.

CAVALCANTI, Maria Laura Viveiros de Castro. Cultura e razão prática. *Mana*, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 317-320, abr. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93132005000100013&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 04 ago. 2015.

CHAGAS, Gisele Fonseca. **Conhecimento, identidade e poder na comunidade muçulmana sunita do Rio de Janeiro**. 2006. 162f. Dissertação (Mestrado em Antropologia). Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2006.

CHAGAS, Gisele Fonseca. Identidades religiosas e fronteiras étnicas: um estudo do ritual da oração na comunidade muçulmana do Rio de Janeiro. *Relig. soc.*, Rio de Janeiro, v. 29, n. 2, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-85872009000200008&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 26 jul. 2013.

¹⁴ Embora não seja recomendável, segundo as lideranças da Mesquita.

CHAGAS, Gisele Fonseca. Preaching for converts: knowledge and power in the Sunni community in Rio de Janeiro. In: DUPRET, Baudoin; PIERRET, Thomas; PINTO, Paulo; SPELLMAN-POOTS, Kathryn. **Etnographies of Islam**. Ritual performances and everyday practices. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2012.

CDIAL HALAL. **Site**. Disponível em : <<http://www.cdialhalal.com.br/>>. Acesso em: 27 jul. de 2015.

CIBAL HALAL. Conceito halal. O que é halal. **Site**. Disponível em: <<http://www.cibalhalal.com.br/pt/ConceitoHalal/ConceitoHalal>>. Acesso em: 27 jul. de 2015.

DORNELLES, Jonatas. Antropologia e Internet: quando o "campo" é a cidade e o computador é a "rede". **Horiz. antropol.**, Porto Alegre , v. 10, n. 21, p. 241-271, jun. 2004. Disponível em:<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832004000100011&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 05 out. 2016.

DURKHEIM, Émile. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

FAMBRAS. **Site**. Disponível em: <<http://www.fambras.org.br/pt/OIslam/PopulacaoIslamica>>. Acesso em: 17 mar. 2015.

FERRAZ, Thaís Chaves. **Halal, Haram e o possível: senso moral e razão prática entre muçulmanos sunitas no Rio de Janeiro**. 2015. 144 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Departamento de Antropologia, 2015.

FERREIRA, Francirosy C. B. Redes Islâmicas em São Paulo: “Nascidos muçulmanos” e “revertidos”. **Revista Litteris**, nº3, p.1-27, 2009. Disponível em: <<http://revistaliter.dominiotemporario.com/doc/redesislamicasemsaopaulo.pdf>>. Acesso em: 18 jan.2014.

GEERTZ, Clifford. O dilema do antropólogo entre "estar lá" e "estar aqui". **Cadernos de Campo (São Paulo, 1991)**, São Paulo, v. 7, n. 7, p. 205-235, mar. 1998. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/52621/56525>>. Acesso em: 05 out. 2016.

GOMES, Laura Graziela. Entrevista. **Revista Ensaios**, Rio de Janeiro, n.1, v.1,2008. Disponível em: <

<http://www.uff.br/periodicoshumanas/index.php/ensaios/article/view/68/144>>. Acesso em 17 jul. 2016.

GOMES, Laura Graziela. Fansites ou o "consumo da experiência" na mídia contemporânea. **Horiz. antropol.** [online], vol.13, nº 28, p. 313-344, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832007000200013&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 02 jan. 2014.

GOMES, Laura Graziela; BARBOSA, Lívia. Apresentação ao Dossiê: Por uma antropologia do consumo. **Antropolítica**, Niterói, n. 17, p. 11-20, 2. sem. 2004. Disponível em: <http://www.uff.br/antropolitica/revistasantropolicas/revista_antropolitica_17.pdf>. Acesso em: 30 dez.2013.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2010**. Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Censos/Censo_Demografico_2010/Caracteristicas_Gerais_Religioa_Deficiencia/tab1_4.pdf>. Acesso em: 18 ago. 2013.

HANNERZ, Ulf. Fluxos, fronteiras, híbridos: palavras-chave da antropologia transnacional. *Mana*, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, p. 7-39, Apr. 1997. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93131997000100001&lng=en&nrm=iso>. access on 05 Oct. 2016. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-93131997000100001>.

HINE, Christine. **Virtual ethnography**. London: Sage Publications, 2000.

MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do Pacífico Ocidental** (2ª ed.). São Paulo: Abril Cultural, 1978.

MARQUES, Vera Lúcia Maia. O Islã no Brasil: Um estudo comparado. In: REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 26, 2008, Porto Seguro. **Anais...** Porto Seguro: UFBA, 2008. Disponível em: <http://www.abant.org.br/conteudo/ANAIS/CD_Virtual_26_RBA/foruns_de_pesquisa/trabalhos/FP%2002/26a%20RBA.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2013.

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas**. Estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

MILLER, Daniel [MACHADO, Mônica]. "A antropologia digital é o melhor caminho para entender a sociedade moderna". **Revista Z Cultural**, Rio de Janeiro, ano X, 2015. Disponível em: <<http://revistazcultural.pacc.uff.br/daniel-miller-a-antropologia-digital-e-o-melhor-caminho-para-entender-a-sociedade-moderna/>>. Acesso em: 05 out. 2016.

MILLER, D; SLATER, D. **The internet**: an ethnographic approach. Oxford: Berg, 2000.

MONTENEGRO, Silvia. **Dilemas identitários do Islam no Brasil**: A comunidade sunita do Rio de Janeiro. 2000. Tese (Doutorado em Antropologia Cultural). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2000.

PINTO, Paulo Gabriel Hilu da Rocha. **Árabes no Rio de Janeiro**: uma identidade plural. Rio de Janeiro: Cidade Viva, 2010a.

PINTO, Paulo Gabriel Hilu da Rocha. Conversion, revivalism and tradition: the religious dynamics of muslim communities in Brazil. In: NARBONA, María del Mar Logroño; PINTO, Paulo G.; KARAM, John Tofik. **Crescent Over another horizon**: Islam in Latin America, the Caribbean, an Latino USA. Austin: University of Texas Press, 2015.

PINTO, Paulo Gabriel Hilu da Rocha. **Islã**: religião e civilização. Uma abordagem antropológica. São Paulo: Editora Santuário, 2010b.

PINTO, Paulo Gabriel Hilu da Rocha. Islã em números: os muçulmanos no Censo Demográfico de 2010. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata. (Orgs.) **Religiões em movimento**: o censo de 2010. Petrópolis: Vozes, 2013.

PINTO, Paulo Gabriel Hilu da Rocha. Ritual, etnicidade e identidade religiosa nas comunidades muçulmanas no Brasil. **Revista USP**, São Paulo, nº67, p 228-250, setembro/novembro de 2005.

ROÇA, Roberto de O. et al. Efeitos dos métodos de abate de bovinos na eficiência da sangria. **Ciência e Tecnologia do Alimento**, Campinas, v. 21, n.2, p. 244-248, maio-ago. 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cta/v21n2/7474.pdf>>. Acesso em: 03 de ago. 2015.

ROCHA, Alda do Amaral. País conquista mercados com frango halal. **Jornal Valor Econômico**, São Paulo, 26 abr. 2013, p. A1; p. B18. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/empresas/3101844/pais-conquista-mercados-com-frango-halal>>. Acesso em: 27 jul. 2015.

SAHLINS, Marshall. **Cultura e razão prática**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

SBMRJ. **Curso “Introdução ao Islam e à Língua Árabe”** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <meu endereço eletrônico> em 08 abr. 2014.

SBMRJ. **Dúvida pesquisadora Thaís Ferraz** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <meu endereço eletrônico> em 28 abr. 2014.

WEBER, Max. Sociologia das Religiões: Tipos de relações comunitárias religiosas. **Economia e sociedade**. Brasília: UNB, 2009.