

## Carne halal: estudo antropológico sobre o mercado brasileiro.

Fernanda R. G. de Sousa<sup>1</sup>, André G. do Rego<sup>2</sup>.

1. Estudante de IC-EM do Curso Técnico em Alimentos Integrado ao EM – IFB Campus Gama; \*fernandargsousa@gmail.com

2. Dr. em Antropologia, IFB – Campus Gama

Palavras Chave: Islã, Antropologia da alimentação, Distrito Federal.

### Introdução

Nos últimos anos o Brasil se tornou um dos maiores exportadores de carne halal do mundo, isto é, a carne (bovina e de frango) preparada segundo preceitos islâmicos. Contudo, este mercado segue pouco conhecido no contexto nacional, inclusive na capital federal, onde a comunidade muçulmana está representada não apenas por migrantes e descendentes seguidores desta religião e brasileiros convertidos, como também pelos membros das várias embaixadas de países de maioria islâmica. O objetivo da pesquisa foi caracterizar a rede de agentes envolvidos no mercado de carne halal no Distrito Federal, identificando, descrevendo os papéis e analisando as relações estabelecidas entre estes agentes, além de discutir suas expectativas sobre o desenvolvimento deste mercado localmente.

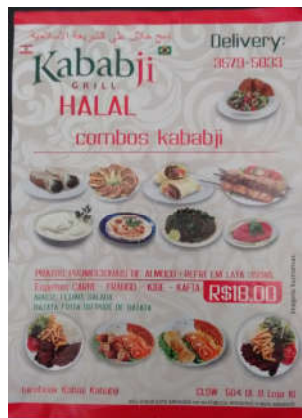
### Resultados e Discussão

A pesquisa se deu através de entrevistas realizadas entre 2014 e 2015, junto a consumidores, produtores e distribuidores de carne halal no Distrito Federal. Foram identificados quatro estabelecimentos que comercializam a carne halal pronta para o consumo (embora apenas um publicize a condição “halal” de seus produtos); bem como estratégias de aquisição do produto processado industrialmente (pedidos a produtores do Sudeste; aquisições por doação de empresas exportadoras; aquisição por atravessadores que atuam nas empresas exportadoras; identificação, via SIF, de frangos produzidos para exportação, mas que terminam nos supermercados nacionais); além do próprio preparo doméstico.

Figura 1. Restaurante “Hassan - Sabores Árabes”.



Figura 2. Folder do Restaurante “Kababji Grill Halal”.



Tais estabelecimentos e estratégias, no entanto, não são conhecidos por muitos muçulmanos do DF. Estes eventualmente se alimentam de carne halal em comemorações da mesquita, mas, em sua maioria, seguem a interpretação de que tal consumo não seria algo obrigatório num contexto social majoritariamente não muçulmano, como é o caso da sociedade brasileira. Já aqueles que têm conhecimento da rede local de distribuidores do produto e fazem questão de consumi-lo, costumam frequentar círculos específicos da comunidade muçulmana local (de nacionalidade, vertente religiosa ou classe social, por exemplo), de modo que a informação sobre estes estabelecimentos e estratégias fica restrita aos respectivos grupos. Além disso, são levantadas suspeitas por parte de membros de certos círculos sobre a qualidade “halal” da carne comercializada pelos distribuidores de outros, contribuindo ainda mais para a invisibilização do produto no mercado local. Embora todos os muçulmanos ouvidos considerem que a efetivação de um mercado halal em Brasília e mesmo no Brasil seja de grande importância para a comunidade muçulmana, o caráter difuso desta comunidade e as ideias de não obrigatoriedade terminam não estimulando tal mercado.

### Conclusões

O baixo número de estabelecimentos associado à ideia de não obrigatoriedade de consumo de carne halal no contexto brasileiro, bem como o desconhecimento por boa parte da comunidade muçulmana e ainda as restrições relativas à circulação da informação sobre este produto acaba contribuindo para a pouca expressividade deste mercado em Brasília.

### Agradecimentos

Agradeço ao CNPq e ao Instituto Federal de Brasília pelo apoio na forma de bolsa de pesquisa e auxílio para a apresentação do trabalho, respectivamente.