

O uso institucional das redes sociais realizado pelo Centro Islâmico Beneficente do Paraná (Curitiba-PR)¹

Mayra Sousa Resende – UFPR/CAPES

Resumo: O Centro Islâmico Beneficente do Paraná (Curitiba-PR) possui uma página no Facebook. Nela, são compartilhadas informações sobre os rituais e demais eventos da Mesquita. Além disso, os sermões de sexta-feira (khutbah) são transmitidos ao vivo durante seu acontecimento. O Imam da Mesquita, Sheikh Rodrigo, possui ainda uma página pessoal na mesma rede social e transmite outros vídeos sobre suas vivências religiosas em seu canal do YouTube. O objetivo deste trabalho é a realização de uma etnografia destes canais utilizados pelo Centro Islâmico para entrar em contato com seus fiéis. O artigo é parte de um trabalho maior, no qual a trajetória de inserção do Centro Islâmico na vida dos fiéis muçulmanos de Curitiba é investigada, tendo por base a novidade desta inserção, frente à já estabelecida comunidade da Sociedade Beneficente Muçulmana do Paraná, localizada Curitiba.

Palavras-chave: muçulmanos, mídias digitais, Curitiba

INTRODUÇÃO

Neste artigo vamos abordar o uso institucional da internet, feito pelo Centro Islâmico Beneficente de Curitiba (CIBP) a partir de duas grandes frentes, que se subdividem em outros dois segmentos. A primeira frente são os canais oficiais do CIBP, subdivididos em fanpage no Facebook e o canal no Youtube². A segunda frente são os canais pessoais do Sheikh Rodrigo Rodrigues, também subdivididos entre fanpage do Facebook e canal no Youtube³. Em todos os canais, serão analisados dados estatísticos e narrativos de alguns vídeos divulgados entre 2015 e 2018. A impossibilidade de analisar individualmente cada narrativa está no enorme montante de vídeos publicados: um total de setecentos e setenta e quatro vídeos. Para a análise narrativa foram selecionados os vídeos mais visualizados de cada canal. Nossa intenção é investigar o uso institucional

1 Trabalho apresentado na 31ª Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 09 e 12 de dezembro de 2018, Brasília/DF

2 Disponível em: <https://www.facebook.com/pg/centro.islamico.parana/videos/?ref=page_internal> e <https://www.youtube.com/channel/UC_x7a0QRyOgoEcK1Jrqa6w>. Acesso em 31/10/2018.

3 Disponível em: <https://www.facebook.com/pg/SheikhRodrigoRodrigues/videos/?ref=page_internal> e <<https://www.youtube.com/channel/UCmjsxP58uKMxXoIqOVq-cFdg>>. Acesso em 31/10/2018.

da internet por muçulmanos brasileiros, enfatizando a impossibilidade prática de separação nas formas de uso da internet, que discutiremos adiante, visto que apesar de serem redes sociais institucionais, produzem desdobramentos no âmbito social, comercial e religioso da comunidade muçulmana brasileira.

Os estudos sobre a relação entre religião e internet no Brasil foram iniciados por Airton Jungblut (2010) que mapeou o modo como as religiões utilizavam a internet entre os anos 2000 e 2010. Com este mapeamento, Jungblut identificou três âmbitos de atuação: o institucional (divulgação), comercial (venda de artigos religiosos) e social (bate papos e afins). Como uso institucional, Jungblut quer dizer websites e portais que divulgam comunidades e/ou grupos religiosos específicos, além das redes sociais oficiais dessas comunidades religiosas. Já o uso comercial é demarcado pela existência de lojas virtuais que vendem artigos religiosos, como livros e objetos rituais (velas, vestimentas etc); mas além das lojas oficiais, é importante demarcar a venda de artefatos religiosos através de publicações individuais em redes sociais e grupos de conversa destinados a isso que, apesar de não-oficiais, caracterizam um uso comercial e religioso da internet.

O âmbito social aparece nos chats disponíveis em alguns portais religiosos, mas têm maior ênfase nas redes sociais, nas quais fiéis se organizam em grupos de conversa e/ou discussão sobre temas pertinentes, podendo também aparecer na seção de comentários de publicações institucionais. No mais, Jungblut identificou que as religiões que mais utilizavam a internet no Brasil eram: a católica, as protestantes, a espírita. As religiões de vertente afro-brasileira também apareceram como em uma crescente no uso da internet para fins religiosos.

No aspecto da comunicação, apontamos a existência de dois tipos de perspectiva. A primeira delas é de cunho representativo e produzido por não-muçulmanos sobre o Islam. No contexto britânico, a análise de John E. Richardson (2004) apresentou em detalhes como a mídia na Inglaterra reificou uma imagem do Islam a partir de um discurso racista e xenofóbico. A interface entre a representação e o reconhecimento político também foi analisada por Lasse Thomassen (2011), que argumentou como uma depende da outra. Em um trabalho anterior nosso (RESENDE, 2017a), demonstramos como as reportagens do portal G1 sobre o atentado a Manchester em maio de 2017 não consultavam a opinião dos muçulmanos sobre o ocorrido.

Já no campo do discurso sociológico e antropológico, Daniel Martin Varisco (2005) nos lembra que até a década de 1970, o Islam e a etnografia no Oriente Médio era mínima. Um exemplo dado por Varisco (2005, p. 14) é o fato de que quando a **Encyclopedia of Islam** sai, na década de 1960, ela não possuía nenhum artigo redigido por um etnógrafo. Varisco (2005, p. 17) também entende que com os trabalhos de Lila Abu-Lughod, Ziba Mir-Hosseini, Fadwa El Guindi, bem como entre outros, houve um deslocamento de produção a partir de antropólogos que tinham relação com o Islam e com o contexto pesquisado.

Esse deslocamento nos leva para a segunda perspectiva e diz respeito as produções realizadas por muçulmanos sobre sua religião e cultura. O trabalho de Ahmed Al-Rawi (2017) foi direcionado na compreensão de como os muçulmanos produziram respostas diante de críticas a sua religião na mídia. Já Alicia Izharuddin (2017) tratou da construção do gênero e do Islam dentro do cinema na Indonésia e a maneira pela qual o empoderamento feminino contrasta com uma imagem masculina invertida que associa pobreza com religiosidade. Dentro da questão comercial, Gareth Barkin (2014) analisou como a televisão na Indonésia foi responsável por produzir um tipo de mediação religiosa em sua audiência. Dentro de uma população amplamente heterogênea, a televisão foi responsável por integrar comportamentos diversos em um momento de transição política democrática.

O uso da internet por muçulmanos no Brasil foi abordado primeiramente por Roberta Peters (2006) que dedicou um pequeno espaço de sua dissertação de mestrado sobre as famílias árabe-palestinas muçulmanas das cidades de Porto Alegre e Canoas (ambas no estado do Rio Grande do Sul) para falar sobre a importância do Orkut (rede social de grande destaque na época) na construção dos casamentos entre aqueles que moravam no Brasil com os que moravam na Palestina. Tal fator reiterava a concepção familiar típica do Islam, na qual primos se casam para manter as tradições em família. Ou seja, apesar de não aparecerem no mapeamento de Jungblut, as relações sociais mediadas pela internet entre muçulmanos já existiam, pelo menos da maneira citada por Peters.

Em 2018 é possível encontrarmos na internet grandes portais de informação sobre a comunidade muçulmana brasileira, como é o caso do portal FAMBRAS⁴, que

4 Disponível em: <<http://www.fambras.org.br/>>. Acesso em 31/10/2018.

reúne informações sobre todas as comunidades do país. Há também websites menores, relativos a cada uma das comunidades, como é o caso do Centro Islâmico Beneficente do Paraná⁵, cujos vídeos de divulgação serão foco deste artigo.

Frequentadoras do CIBP foram interlocutoras da autora no decorrer de sua monografia de encerramento ao curso de Ciências Sociais da UFPR, em 2015. Desde então, as redes sociais online do Centro são acompanhadas, ganhando maior ênfase a partir de 2017, quando a autora iniciou seus estudos de mestrado em Antropologia, também na UFPR.

O CIBP existe há cerca de seis anos, mas apenas no início de 2018 conseguiu consolidar-se em um espaço físico próprio, deixando de ser apenas uma Mussalah e passando a ser uma Mesquita, a segunda da cidade. O Centro tem a característica de ser sunita e tem como Sheikh Rodrigo Rodrigues, brasileiro do Rio Grande do Sul, que se converteu ao Islã e estudou teologia islâmica na Arábia Saudita. Rodrigo Rodrigues é o líder religioso do CIBP desde 2017, momento em que identificamos uma mudança de comportamento nas redes sociais do Centro, que até então eram pouco utilizadas.

Integrando esse contexto histórico com a análise de Jungblut, sugerimos que a comunidade muçulmana brasileira faz uso da internet nos três âmbitos. O institucional é feito a partir dos sites e redes sociais geridos pelas comunidades religiosas, com o intuito de divulgar a religião e facilitar o acesso a ela, como é o caso das redes sociais do próprio CIBP, que serão foco deste artigo. O uso comercial é feito por empreendedores, que utilizam a internet para venda de roupas, livros e outros artefatos relacionados ao universo religioso; como mencionado, além dos sites ocorrem vendas nas redes sociais pessoais de frequentadores do Centro, principalmente quando retornam de algum país de maioria muçulmana, trazendo itens religiosos para venda. O âmbito social, por sua vez, é destinado às discussões, interações e conversas, estando mais presente nas redes sociais individuais dos fiéis de cada comunidade, que às vezes se organizam em grupos online, como demonstrado por Mayra Sousa Resende (2017b).

Entretanto, como aponta Nabil Echchaibi (2016, p. 358), a questão a ser colocada na atualidade não é “como a mídia cobre a religião, ou mesmo como sujeitos religiosos utilizam a mídia moderna, mas como as transformações na mediação religiosa geram novos formatos e estilos de comunicação devocional e criam e sustentam,

5 Site do Centro Islâmico Beneficente de Curitiba, disponível em: <<http://cibp.org.br/>>.

consequentemente, novas subjetividades religiosas”. Isso expõe um dos principais objetivos deste artigo: demonstrar como são construídas essas novas subjetividades religiosas, construídas a partir dessa mediação com a mídia digital.

OS CANAIS DO SHEIKH RODRIGO RODRIGUES

Sheikh Rodrigo possui canal no Youtube desde 2011, momento em que trabalhava na Mesquita de Porto Alegre. Seu canal chamava-se “IslamBoy HD” e contava com a produção conjunta de outros dois colegas, sendo que os vídeos eram realizados na sala de oração da Mesquita de Porto Alegre. Com a mudança dele para São Paulo, o canal foi descontinuado e o Sheikh passou a fazer uso de seu canal pessoal também para os vídeos de divulgação da religião, sendo o primeiro ainda datado de 2011. De lá para cá, Rodrigo foi Imam na Mesquita do Pari, em São Paulo, além de ser parte da Liga da Juventude Islâmica do Brasil. Desde 2017 é o Imam do CIBP. Nossa hipótese é de que sua trajetória virtual serviu como motriz para a ênfase no uso virtual realizado pelo CIBP a partir de sua chegada à comunidade.

Rodrigo conta que começou com os vídeos por razões pessoais, por ter sofrido em seu momento de inserção na religião, devido à falta de pessoas para conversarem com ele sobre o assunto. Assim, após formado como Sheikh, decidiu oferecer aos outros aquilo que ele não teve no começo: um espaço para ouvir falar sobre Islam. Entretanto, é deixado claro que o canal e os vídeos não têm um intuito proselitista, sendo inicialmente direcionados para muçulmanos, mas podendo ser compreendido também por não muçulmanos – não só por serem feitos em português, mas por conterem uma linguagem informal e comum.

O Sheikh ressalta que os vídeos costumam ser feitos também de forma informal, sendo capturados por seu próprio *smartphone*, no local e momento que ele sente vontade em fazê-los. Isso significa que não há um planejamento de conteúdo, duração ou cronograma de publicações. Pelo contrário, os assuntos costumam ser parte daquilo que está acontecendo na vida do Sheikh no momento, geralmente relacionado com suas próprias leituras e estudos.

Entre 2011 e 2018, foram publicados 178 vídeos em seu canal no Youtube, distribuídos anualmente em uma média de 22 vídeos por ano. Como podemos ver no **Gráfico 1**, as postagens passam a ser mais expressivas no período entre 2014 e 2018.

É em 2014 que o sheikh começa uma de suas sequências de vídeos, intitulada “mensagens curtas”. Este tipo de vídeo vai ser estendido para todos os outros canais (fanpage do Sheikh, Youtube e fanpage do CIBP) com o passar do tempo e consiste em falas rápidas sobre conceitos da religião ou pontos empíricos específicos.

GRÁFICO 1 – Quantidade de vídeos publicados por ano no Youtube pessoal do sheikh



FONTE: A autora, 2018.

Além destas mensagens, Sheikh Rodrigo também passou a publicar entrevistas concedidas por ele para outros meios de comunicação, aulas ministradas na Mesquita e outros vídeos para divulgar a religião. Outras de suas sequências de vídeos são as “perguntas e respostas”, que também vão se estender para outros canais, e consistem em vídeos em que ele responde a questões feitas por fiéis em vídeos anteriores, e a sequência de “estudos alcorânicos”, em que ele explica algum trecho específico do Corão. No período de Ramadan⁶ são feitos vídeos especiais sobre o tema, embora eles não sejam publicados diariamente sem seu canal pessoal. Como veremos depois, muitos destes vídeos acabam sendo publicados apenas nos canais da Mesquita.

⁶ Nono mês do calendário islâmico, em que é celebrada a revelação do Alcorão ao profeta Muhammad, a partir do jejum intermitente dos fiéis saudáveis (exceto crianças, idosos e mulheres menstruadas).

Já os vídeos publicados em sua página pessoal do Facebook, não passaram de setenta e nove e começaram a ser divulgados apenas em 2015, isto é, quatro anos após o início do uso pessoal do Youtube. Verificou-se ainda que o Facebook passou a ser usado com maior ênfase entre os anos de 2017 e 2018, que sozinhos somaram setenta e sete publicações. Em ambos os canais, a maior parte das publicações é de vídeos gravados previamente (aproximadamente 167 no Youtube e 48 no Facebook), o que pode significar que os conteúdos compartilhados não são necessariamente espontâneos, mas passam por algum crivo entre necessidade, momento e forma.

Há alguns casos em que os vídeos são editados antes de serem publicados, mas na maior parte das vezes eles aparecem sem edição. Outro ponto interessante é que no canal do Youtube há assuntos que ultrapassam o Islã, como vídeo do sheikh na torcida do estádio do grêmio ou de seu filho aprendendo a ler. Já no Facebook, os vídeos tendem a ser estritamente relacionados com a persona religiosa de Rodrigo Rodrigues.

Para Marcel Mauss (2003, p. 397), o conceito de persona é uma integração de cunho metafísico, mas também ético. Produzido historicamente, a persona incorpora e manifesta a religião do sujeito, demarcando e operando dentro da oposição entre sagrado e profano, como exposto por Émile Durkheim (1968). Esse *homo duplex* (2007) aparece em nosso campo a partir da combinação da figura do Sheikh (social) com aspectos de sua vida individual, que implica na mobilização de outras manifestações e participações culturais que não se inscrevem apenas no Islã, como também na sociedade brasileira.

O vídeo mais visualizado na fanpage foi acessado por cerca de dezesseis mil pessoas, de acordo com dados fornecidos pelo próprio Facebook, e tem como título “Significado da surah al fatiha em poucos minutos”⁷. Foi publicado em dezoito de novembro de dois mil e dezessete e tem quatro minutos e quarenta e dois segundos de duração. O vídeo recebeu um total de trezentas e quarenta e cinco reações, foi comentado vinte e oito vezes e compartilhado seiscentas e sessenta e nove.

Nele o Sheikh explica o primeiro capítulo do Alcorão, que afirma que Deus é o merecedor e digno de todo o louvor e explica as razões para isso. Os comentários são em maioria com marcações para outros perfis, que é uma forma comum de compartilhar conteúdos no Facebook. Há ainda pessoas que agradecem ao Sheikh pelas explicações,

7 Disponível em: <<https://www.facebook.com/SheikhRodrigoRodrigues/videos/855184214643576/>>. Acesso em 31/12/2018.

que afirmam acompanhar seus vídeos há bastante tempo e ainda quem aparece com outras dúvidas gerais sobre religião. Comentários na língua árabe também são comuns, mas a maioria foi feita em português.

Esses comentários são importantes por demarcar a midiaticização da religião. Ao afirmarem que aprendem a religião com o Sheikh, essas pessoas demonstram que por vezes não têm acesso a outras formas de aprendizado do Islam em suas cidades e o contato com a palavra, trazida virtualmente pelo Sheikh Rodrigo, é o mais próximo que elas conseguem chegar do Islam. Birgit Meyer (2011) chama essa sensação trazida pela mídia como “immediacy”, termo de difícil tradução para o português, mas que seria semelhante a “imediatividade”. O intuito é demonstrar que a mídia, no caso, a internet/rede social desaparece frente ao conteúdo ali transmitido e que a forma de transmissão de tal conteúdo é tão eficaz e imediata que não torna necessário, ao fiel, recorrer à outra forma de acesso ao religioso. Nas palavras de Jorge Miklos (2016, p. 74) “a internet, tornou-se também sinônimo de fé, a conexão virtual substituiu o *religare*”.

O vídeo mais visualizado no canal pessoal do Sheikh Youtube tem um teor bastante diferente, podendo significar uma diferença de públicos. Enquanto no Facebook o vídeo mais visto é sobre um trecho específico do Alcorão, no Youtube o mais visto tem como título “Como se converter ao Islam”⁸, conteúdo que não seria de interesse de fiéis da religião, mas sim daqueles que têm curiosidade por sobre ela e/ou interesse em fazer parte da mesma. O vídeo foi visto trinta e quatro mil trezentos e sessenta vezes e está no ar desde dezanove de abril de dois mil e quinze. Ele recebeu novecentas e cinquenta e quatro curtidas, além de duzentas e vinte e duas descurtidas – que mostram o índice de rejeição do conteúdo como sendo de aproximadamente 23%, o maior alcançado no canal – e duzentos e trinta e quatro comentários.

Neste vídeo, o Sheikh explica que primeiramente é necessário que a pessoa conheça sobre a religião, os pilares da fé, a história e afins. Em seguida, a pessoa deve ir em público, preferencialmente na Mesquita, fazer uma profissão de fé. Entretanto, o vídeo não termina aí. Após essa rápida explicação, o Sheikh responde outras questões comuns sobre o Islã, iniciando por “como conhecer uma Mesquita?”, em que ele explica que é só chegar a qualquer uma delas, que a maioria tem roupas para emprestar às

8 Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=g9KwFJQG7Dw>>. Acesso em 31/10/2018.

mulheres e fornece alguns livros sobre a religião, gratuitamente. A outra pergunta é “qual a primeira coisa que devo fazer após me converter?”, ao qual ele responde que é saber que a religião é um sistema completo de vida. Embora a pessoa não precise saber tudo quando entra na religião, precisa estar aberta a seguir aprendendo sobre a fé, a oração e demais conhecimentos. Outra pergunta é “a pessoa que se converter ao Islam tem que se livrar de alguns vícios?” e o Sheikh responde que sim, já que muçulmanos não ingerem álcool ou carne de porco, por exemplo. Já o vício no tabaco não impede que ninguém seja muçulmano, apesar de ser considerado errado. É esperado que aos poucos a pessoa deixe de fumar.

As questões abordadas no vídeo, combinado ao expressivo número de visualizações, demonstram que a internet é, por muitas vezes, o primeiro contato que as pessoas têm para com a religião islâmica. Stewart Hoover (2016, p. 27) ressalta que “esse aumento no suprimento de religião mediada significa que a religião e a espiritualidade estão cada vez mais disponíveis fora das fronteiras das ‘religiões’ formais”, ou seja, é possível que pessoas que frequentam outras vertentes religiosas acompanhem os canais aqui analisados e isso não as torna menos ou mais religiosas, apenas expressa essa modificação na subjetividade da religiosidade que está sendo cada vez mais evidente com a virtualização das religiões.

Novamente, dentre os comentários, há várias pessoas que informaram terem se decidido por converter-se ao Islam por conta do vídeo. Outros disseram sentir-se chateados por não ter Mesquita em suas cidades e informaram que conhecem pela religião exclusivamente pelos ensinamentos virtuais do Sheikh. Há ainda alguns que não conheciam sobre a religião e tiveram um primeiro contato com este vídeo, outros que utilizaram o vídeo para tirar outras dúvidas em relação à conversão. Há também vários comentários em árabe e vários agradecimentos pela paciência e disponibilidade do Sheikh em oferecer esse tipo de ensinamento. É interessante contar que o vídeo foi gravado em uma aula ofertada pelo Sheikh na Mesquita do Pari, em São Paulo e posteriormente foi editado para essa versão online.

Enquanto no Youtube o vídeo mais curtido, com maior índice de rejeição e mais comentários é o mesmo que tem maior visualização (“Como se converter ao Islam”), no Facebook a situação é outra. O vídeo com mais visualização tem também o maior número de compartilhamentos, porém o vídeo com maior número de curtidas foi

publicado em três de julho de dois mil e dezoito. Seu título demonstra, mais uma vez, que o público do Facebook já é mais especializado em Islam do que aquele do Youtube.

O vídeo se chama “Quer saber como aprendi o árabe corânico? Aí vai a técnica”⁹ e recebeu quatrocentas e sessenta curtidas, tendo sido visto quatro mil e oitocentas vezes, compartilhado por cento e noventa e duas. Além de ter o maior número de curtidas, este também é o vídeo com maior número de comentários, foram duzentos e seis no total. Há ainda mais um diferencial: ele foi transmitido ao vivo e conta com dezoito minutos e quarenta e seis segundos. A técnica ensinada pelo Sheikh é a de começar com a alfabetização (ler e escrever em árabe). Ele fez isso parte como autodidata e parte com a ajuda de árabes da comunidade muçulmana de Porto Alegre, cidade em que ele residia.

Após essa alfabetização, o Sheikh informou ter começado a ler o Alcorão em árabe, buscando algumas palavras na tradução em português. Com palestinos de sua cidade, conseguiu uma fita cassete com a leitura em árabe do Alcorão e, a partir disso, começou a acompanhar o que ele ouvia com o livro em árabe. Após a alfabetização, ele começou a procurar por revistas e livros em árabe, para ganhar vocabulário. Ele tentava ler para árabes, para ver se sua pronúncia estava correta e eles iam corrigindo-o. Seu objetivo sempre foi o de conseguir ler o Alcorão no original árabe. Então, ele criou um caderno de anotações sobre livros em árabe, procurando os significados e tentando entender a gramática árabe, também de forma autodidata. Dessa forma, ele criou um dicionário próprio em árabe, pedindo ajuda para completá-lo e consertá-lo com outras pessoas. O vídeo continua com o Sheikh contando sua experiência pessoal de proximidade com a língua árabe e o acesso a diferentes livros e dicionários que o auxiliaram no aprendizado.

Este vídeo é bastante importante, porque o aprendizado do árabe é uma das maiores dificuldades dos brasileiros que se convertem ao Islam, mas também é uma das características mais importantes da religião. Historicamente o Islam é uma religião pautada pela oralidade, sendo que o Alcorão foi recitado pelo anjo Gabriel ao Profeta Muhammad por cerca de vinte e três anos. Houve certa resistência a transformar a revelação em um livro único, o que veio a ocorrer apenas na Idade Média. Outra fonte de resistência foi a reprodução do livro sagrado pela prensa. Tudo isso porque cada

9 Disponível em: <<https://www.facebook.com/SheikhRodrigoRodrigues/videos/993976407431022/>>. Acesso em: 31/10/2018.

verso do Alcorão é pensado para ser poeticamente recitado e a cadência musical desta leitura é percebida apenas quando é realizada na língua original, o árabe. A recitação do livro é tão importante que a palavra *Qur'an* significa “recitação”. (ECHCHAIBI, 2016, p. 348–349).

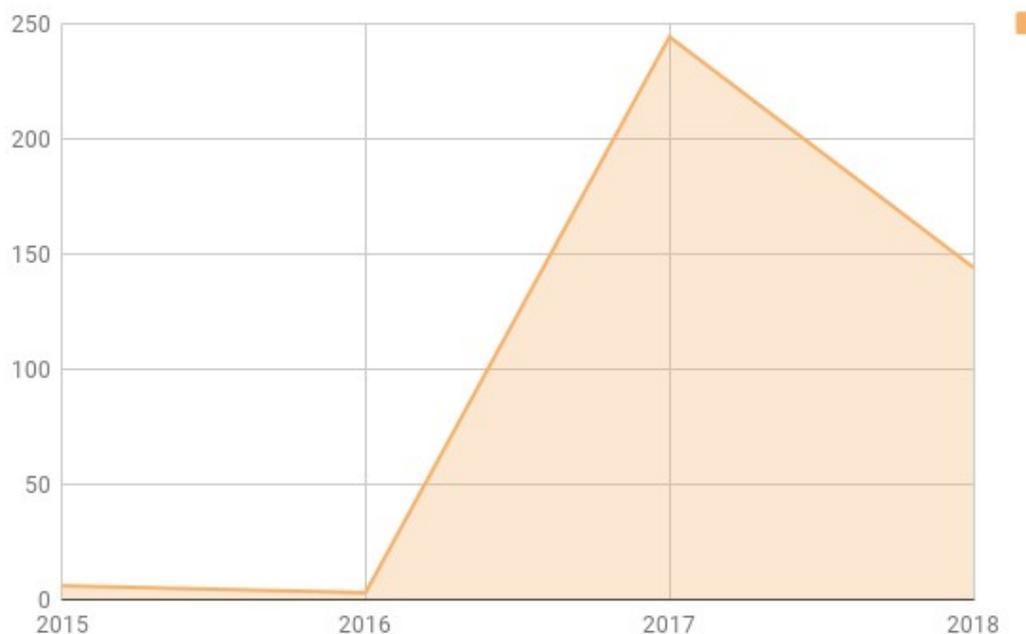
Sabendo da importância histórica da língua, um vídeo que ensina técnicas para o aprendizado da mesma se torna ainda mais importante e o número de curtidas que ele recebeu torna-se explicável – fiéis e demais interessados no Islam também nutrem interesse por aprender a língua árabe que, dentre outras dificuldades por conta da enorme diferença da língua portuguesa, conta com a existência de um alfabeto próprio.

Neste vídeo há comentários, pelo menos, em português, inglês e árabe. De pessoas que agradecem o esforço e paciência do Sheikh em ensinar o Islam, de pessoas que querem que ele retorne à São Paulo, pessoas tirando dúvidas sobre onde conseguir dicionários e outros livros que auxiliem no aprendizado da língua e de muitas pessoas expressando dificuldade em aprender de forma autodidata.

OS CANAIS DO CENTRO ISLÂMICO BENEFICENTE DO PARANÁ

O Centro Islâmico Beneficente do Paraná publica vídeos no Youtube e página no Facebook desde 2015, entretanto, o auge das publicações ocorreu em 2017 – ano em que o sheikh Rodrigo tornou-se líder religioso do CIBP. O **Gráfico 2** mostra o aumento das publicações na fanpage entre os anos de 2015 e 2018, mostrando uma média de noventa e nove vídeos por ano.

GRÁFICO 2 – Publicações na fanpage do CIBP através dos anos



FONTE: a autora, 2018.

O alto número de publicações em 2017 (duzentas e quarenta e quatro no total) deve-se ao fato de haver vários vídeos picotados. Ou seja, em eventos grandes da comunidade, em vez de haver apenas uma publicação, há várias, pequenas. Assim é possível encontrar cerca de dez vídeos ou mais publicados no mesmo dia. Isso ocorre porque a página não é utilizada apenas para publicar vídeos de divulgação e explicação sobre a religião. Ela também é o local em que são compartilhadas as confraternizações da comunidade, como os bazares, almoços, jantares e até alguns rituais de conversão.

Além disso, a página abriga semanalmente o sermão realizado nas sextas-feiras. O Sheikh Rodrigo faz questão de iniciar o sermão em árabe e depois traduzi-lo para o português, assim não apenas os fiéis que podem comparecer fisicamente ao templo religioso, mas todos aqueles que têm acesso à internet podem cumprir o rito semanal da

religião. A transmissão ao vivo do sermão de sexta-feira tem vários fatores importantes de análise, sendo um deles bastante simbólico: o recorte de gênero. Enquanto nas Mesquitas há uma separação espacial entre homens e mulheres, de forma que as mulheres acompanham o sermão e a oração apenas oralmente, na internet é possível que as mesmas mulheres acompanhem o mesmo sermão e oração com a mesma experiência audiovisual vivenciada pelos homens. Isto, é claro, se considerarmos o desaparecimento da mídia nestas situações, já explorado por Meyer (2011).

Essa transmissão muda o status do sermão, tornando-o de livre acesso não só para os diferentes gêneros, mas também para indivíduos em tempos e espaços distintos daquele em que o sermão está sendo proferido, trazendo novas percepções para estes conceitos – é possível compartilhar da sacralidade dos sermões de sexta-feira mesmo sem nunca ter pisado em uma Mesquita. Nas palavras de Miklos (2016, p. 63–64): “o alastramento social do ciberespaço dissemina a reconfiguração das práticas religiosas. Atualmente, são inúmeros sites e perfis em redes sociais digitais de diferentes tradições espirituais que tornam disponíveis dispositivos digitais online para usuários/fiéis realizarem práticas religiosas virtuais, antes só possíveis na experiência concreta.”

Echchaibi (2016, p. 364) complementa, afirmando que o vídeo “não substitui a importância do componente oral/auditivo dos sermões, mas ele traz uma nova narrativa e uma nova lógica visual, a qual deixa menos espaço para o domínio da imaginação para traçar um caminho de devoção claro para o ouvinte/espectador em modos muito vivos e nunca experimentados antes” e isso é ainda mais perceptível quando pensamos nas fiéis muçulmanas.

Sheikh Rodrigo explicou também que os vídeos publicados nos canais da Mesquita costumam ser gravados em série e ter uma pauta específica, além de terem a característica de serem gravados no próprio ambiente religioso. As aulas que são gravadas e aparecem nos canais também passam por um preparo em relação ao conteúdo. Isso pode significar que os vídeos publicados nos canais oficiais da Mesquita passam por um crivo de formalidades maior do que aqueles publicados nos canais pessoais do Sheikh, que têm como característica principal a informalidade.

Confluindo com a publicação ao vivo e semanal dos sermões, é característica da página da Mesquita a publicação imediata e ao vivo dos acontecimentos, de forma que 83% dos vídeos publicados (trezentos e quarenta e três) são ao vivo. Isso significa que

não há processo de edição ou preparo dos roteiros, sendo a maioria dos vídeos realizados de forma espontânea. Vale destacar que não há vídeos com o Sheikh que antecedeu Rodrigo. Quando não é ele quem faz os sermões, o vice-líder do CIBP, irmão Yasser, é quem os faz. Yasser também é o muazim da Mesquita e há vídeos exclusivos para enaltecer sua habilidade oral. Novamente, vale aqui ressaltar a expressiva importância que a oralidade e capacidade de recitar o Alcorão em árabe têm para a comunidade muçulmana. Mais do que isso, Echchaibi (2016, p. 358) ressalta que “a amplificação do áudio do *adhan*¹⁰ também não encontrou o mesmo tipo de resistência enfrentada por outras tecnologias de mídia, pois amplificar e embelezar o chamado ajudam a diminuir quaisquer outros sons concorrentes vindos do barulho das ruas e das conversas das pessoas”.

Neste canal há vídeos diários no mês do Ramadan, com reflexões sobre o momento. Também são publicados vídeos da série criada pelos canais pessoais do sheikh, “você pergunta e nós respondemos”, além de alguns vídeos de “estudos alcorânicos”. Entretanto, por a maior parte dos vídeos serem ao vivo, vários deles não têm título. Ocorre que é possível, no Facebook, iniciar uma transmissão ao vivo sem dar um título a ela. Assim, quando o vídeo fica armazenado para visualizações futuras, é possível que seus metadados sejam editados, de forma que um título seja inserido. Porém, não é o que costuma ocorrer na fanpage da Mesquita.

O maior diferencial da fanpage da Mesquita para seu canal no Youtube é justamente a característica da transmissão ao vivo. Uma vez que os vídeos são transmitidos ao vivo no Facebook, eles são editados e inseridos no canal do Youtube dias depois, de forma que não foram realizadas transmissões ao vivo no canal até o momento. O conteúdo do Youtube é basicamente uma réplica daquele do Facebook, porém não são todos os vídeos que são colocados. Geralmente são replicados os sermões, palestras e aulas, mas os vídeos de confraternização e demais eventos da comunidade tendem a ficar restritos ao Facebook.

O vídeo mais visualizado na fanpage não é uma publicação original da comunidade, mas uma repostagem de um vídeo intitulado “Por que um policial brasileiro se converteu ao islam”¹¹, realizada em cinco de junho de dois mil e dezessete.

10 Palavra em árabe para o chamado para a oração, que é entoado pelo muazim antes de cada uma das cinco orações diárias.

11 Disponível em: <<https://www.facebook.com/centro.islamico.parana/videos/2292119811013111/>>. Acesso em 31/10/2018.

Obteve um total de dezesseis mil visualizações, trezentas e onze reações, cinquenta e dois comentários e quinhentos e quarenta e quatro compartilhamentos – sendo a publicação mais compartilhada até o momento.

O vídeo mostra Johnny Muga de Chiara contando sua história enquanto muçulmano. Sua trajetória pessoal é de quem trabalhou primeiro na Força Aérea Brasileira e depois na Polícia Militar de São Paulo e foi criado como católico, por uma família de origem portuguesa. Ele viu na televisão sobre os muçulmanos, por conta das guerras e foi através da internet que conheceu mais sobre o Islam, sendo o profeta Muhammad e seus ensinamentos nos mais diversos âmbitos aquilo que mais o chama atenção na religião, fazendo com que ele tente praticá-los. Ele explica que ouvir as suratas o tranquiliza e o ajuda a decorá-las e conta que o Alcorão é a coisa mais importante para o muçulmano.

Sobre sua conversão, Johnny conta que foi um tanto imediata e que em sua shahada ele sentiu como se tivesse nascido de novo, de forma que ele não consegue descrever este momento. Contou que no início as pessoas o olharam estranho, por associarem o Islam com o terror, mas que com os passar do tempo acabam entendendo, entretanto, afirmou que ainda passa diversas brincadeiras. Ele contou ainda que não tem dificuldade ou vergonha de ser muçulmano e que tenta mostrar a religião a partir de suas atitudes. O vídeo continua com Johnny relatando outras experiências enquanto muçulmano, como quando fez o Hajj.

Os testemunhos costumam ter papel importante nos cultos das religiões neopentecostais no Brasil. Talvez este vídeo expresse a versão muçulmana destes testemunhos, que não são relacionados a milagres ou exorcismos, mas à decisão de brasileiros a seguirem o Islam. Esta hipótese é verificada pela existência de outros vídeos com a mesma temática neste canal. Tais vídeos são a forma mais próxima de proselitismo encontrada no material selecionado.

Os comentários o parabenizam pelo testemunho e falam palavras de agradecimento e bênçãos, como “mashallah” e “Allahu akbar” expressões que resumem a maior parte dos comentários. Como é comum no Facebook, há comentários apenas de pessoas citando o nome de outras pessoas, como forma de compartilhar o conteúdo. Diferente de grande parte dos comentários nos canais pessoais do Sheikh, neste vídeo a maior parte dos comentários é escrita com alfabeto romano, havendo poucos

comentários escritos com alfabeto árabe, mostrando que mesmo as expressões árabes utilizadas, o são por fiéis brasileiros ou falantes nativos de línguas não arábicas.

O vídeo que obteve mais reações é recente, publicado em vinte e um de agosto de dois mil e dezoito¹². Já atingiu quatrocentas e vinte e seis reações, mesmo tendo pouco mais de quarenta e sete minutos de duração. Apesar de não ter título, por ter sido uma transmissão ao vivo, o vídeo mostra os festejos da comunidade na comemoração do Eid Al-Adha, uma das principais festividades muçulmanas. A comemoração foi realizada no lado externo da Mesquita e contou com a presença de vários membros da comunidade. Além do alto número de reações, a publicação foi vista por sete mil e quinhentas pessoas, comentada por cento e setenta e oito – sendo também o vídeo mais comentado até o momento – e compartilhada por cento e cinquenta e nove. A maior parte dos comentários era de pessoas desejando “Eid Mubarak” para colegas, mas havia também comentários perguntando o que estava sendo comemorado.

No Youtube, o vídeo mais visualizado foi um Sermão de Sexta-Feira, realizado pelo Sheikh Rodrigo em três de março de dois mil e dezessete e publicado no canal um dia depois¹³. Obteve um total de mil cento e trinta e cinco visualizações, trinta e sete curtidas e quatro comentários. Neste sermão o Sheikh aborda a principal lição ensinada pelo Profeta em seus treze anos iniciais de ensinamentos em Meca: adorar somente a Allah.

Os primeiros cinco minutos de vídeo mostram um pouco dessa explicação realizada na língua árabe e os demais minutos do vídeo mostram o sermão, mais detalhado, em português. O Sheikh conta a anedota sobre um rabino judeu de Medina que aguardava conhecer o Profeta para saber se ele era tudo o que lhe falavam. A lição que fica é que as pessoas acham que o Islam é uma coisa, mas quando conhecem muçulmanos, veem que é outra. Mais ou menos a mesma ideia transmitida por Johnny em seu vídeo testemunho. O Sheikh mescla a fala em português com expressões em árabe e enfatiza que os ensinamentos do Islam são para todos, embora haja algumas regras apenas para os fiéis. Com os comentários é possível descobrir que esse foi o primeiro sermão de sexta-feira realizado pelo Sheikh no CIBP.

12 Disponível em: <<https://www.facebook.com/centro.islamico.parana/videos/2155340978047658/>>. Acesso em: 31/10/2018.

13 Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=6PPHn7mjRSA>>. Acesso em: 31/10/2018.

O vídeo com mais curtidas é de dezenove de julho de dois mil e dezessete. Intitulado “Estudos Alcorânicos: Como entender o Alcorão”, é mais um dos vídeos básicos em que o sheikh explica a organização do livro sagrado do Islã, em pouco mais de quarenta e dois minutos. No Youtube, o vídeo teve oitocentas e oitenta e cinco visualizações e cinco comentários. Já o vídeo mais comentado, com sete comentários, é um episódio da série “você pergunta e nós respondemos”, publicado em dezenove de outubro de dois mil e dezessete.

CONCLUSÃO

Percebemos com os dados coletados que os vídeos feitos para os canais oficiais da Mesquita geralmente têm sua pauta pensada antes de sua realização e costumam ser transmitidos ao vivo, reiterando a noção de *immediacy*, pensada por Birgit Meyer (2011). Além disso, os vídeos começaram a ser produzidos a partir da chegada do Sheikh Rodrigo ao CIBP, em 2017. Esses canais são demarcados pela presença de vídeos de divulgação e explicação de pontos específicos da religião, mas também por mostrarem a vida da comunidade, com vídeos das festividades, viagens e demais eventos cotidianos. Já os canais pessoais do Sheikh Rodrigo não têm pautas definidas e são demarcados por desabafos, mostrando informalidade na produção, sem roteiro prévio ou edição – fatores confirmados pelo próprio Sheikh.

Percebemos também que o uso das redes sociais YouTube e Facebook ocorreu de forma invertida entre os dois segmentos selecionados. Enquanto os vídeos pessoais do Sheikh Rodrigo começaram no YouTube para anos depois chegarem ao Facebook, o CIBP realiza mais publicações e transmissões no Facebook, compartilhando-as posteriormente no YouTube, sendo que este último recebe menos atenção por parte dos moderadores, estando menos atualizado. Por outro lado, a fanpage do CIBP é bastante movimentada e constantemente atualizada com novos conteúdos.

Aproximando-nos dos entendimentos de Jungblut (2010), podemos concluir que o CIBP utiliza destes canais nas redes sociais para o âmbito institucional, de divulgação da religião, sem um caráter proselitista, mas com o intuito de promover o conhecimento por sobre o Islam. Entretanto é impossível observar na prática uma separação restrita entre os âmbitos institucional e social. Isto porque, apesar de os vídeos serem

institucionais, há interação entre os fiéis e os líderes religiosos através dos comentários, reações e compartilhamentos que as redes sociais proporcionam.

Apesar da presença do Islam na internet, sua importância *offline* não foi diminuída. Não é porque há transmissões ao vivo dos sermões que a Mesquita fica vazia nas sextas-feiras, por exemplo. Pelo contrário: assim como o Islam demonstrou resistência para imprimir as palavras do Alcorão e atualmente lida tanto com o livro impresso, quanto com a obrigatoriedade implícita de os fiéis saberem recitá-lo de cor, a religião também é capaz de lidar de forma híbrida com o ambiente midiático e aquele não midiático. Entretanto, é impossível observar o Islam em 2018 sem considerar esse viés digital que demonstra, principalmente no que diz respeito à transmissão de conhecimento por sobre a religião. E, de acordo com os dados coletados, isso se torna ainda mais importante no contexto brasileiro, em que a religião é minoritária e por vezes atinge fiéis que residem em locais onde não há outra forma de aprofundar seus conhecimentos sobre a religião, exceto pela internet. (ECHCHAIBI, 2016)

Dessa forma, é possível dizer que as redes sociais tanto do CIBP quanto as pessoais do Sheikh Rodrigo têm um papel fundamental para a divulgação da religião islâmica no Brasil.

REFERÊNCIAS

AL-RAWI, A. **Islam on Youtube - Online Debates, PRotests, and Extremism**. New York: Palgrave Macmillan, 2017.

BARKIN, G. Commercial Islam in Indonesia: How Television Producers Mediate Religiosity Among National Audiences. **International Journal of Asian Studies**, v. 11, n. 1, p. 1–24, 2014.

DURKHEIM, E. **Les Formes Élémentaires de la Vie Religieuse. Le Système Totémique en Australie. Livre I. Questions préliminaires**. 5. ed. Paris: Les Presses universitaires de France, 1968.

DURKHEIM, E. **As Regras do Método Sociológico**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

ECHCHAIBI, N. Islã, Mediação e Tecnologia. In: CUNHA, M. DO N.; BELLOTTI, K. K. (Eds.). . **Mídia, religião e cultura: percepções e tendências em perspectiva global**. 1. ed. Curitiba: Editora Prismas, 2016. p. 345–369.

HOOVER, S. Mídia e religião: premissas e implicações para o campo acadêmico e midiático. In: CUNHA, M. DO N.; BELLOTTI, K. K. (Eds.). . **Mídia, religião e cultura: percepções e tendências em perspectiva global**. 1. ed. Curitiba: Editora Prismas, 2016. p. 23–42.

IZHARUDDIN, A. **Gender and Islam in Indonesian Cinema**. New York: Palgrave Macmillan, 2017.

JUNGBLUT, A. O uso religioso da Internet no Brasil. **PLURA, Revista de Estudos de Religião**, v. 1, n. 1, p. 202–212, 2010.

MAUSS, M. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

MEYER, B. Mediation and immediacy: sensational forms, semiotic ideologies and the question of the medium. **Soc. Anthropol.**, v. 19, n. 1, p. 23–39, fev. 2011.

MIKLOS, J. O sagrado nas redes virtuais: a experiência religiosa na era das conexões - entre o midiático e o religioso. In: CUNHA, M. DO N.; BELLOTTI, K. K. (Eds.). .

Mídia, religião e cultura: percepções e tendências em perspectiva global. 1. ed. Curitiba: Editora Prismas, 2016. p. 63–78.

PETERS, R. **Imigrantes palestinos, famílias árabes: um estudo antropológico sobre a recriação das tradições através das festas e rituais de casamento.** PhD Thesis— [s.l.] Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2006.

RESENDE, M. S. **TERROR E MÍDIA NO BRASIL: ANÁLISE DE CONTEÚDO DO PORTAL DE NOTÍCIAS G1 APÓS O ATENTADO A MANCHESTER (2017).** Trabalho de Conclusão de Curso—Curitiba: Universidade Positivo, 2017a.

RESENDE, M. S. **Muçulmanas em rede: o ethos religioso construído online.** Actas XII RAM 2017 - Tomo I. **Anais...** In: REUNIÓN DE ANTROPOLOGIA DEL MERCOSUR. Posadas: 2017bDisponível em: <<https://ram2017.com.ar/?p=2144>>

RICHARDSON, J. E. **(Mis)Representing Islam - The Racism and rhetoric of British broadsheet newspapers.** Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2004.

THOMASSEN, L. (Not) Just a Piece of Cloth: “Begum”, Recognition and the Politics of Representation. **Political Theory**, v. 39, n. 3, p. 325–351, jun. 2011.

VARISCO, D. M. **Islam Obscured: The Rhetoric of Anthropological Representation.** Hampshire: Palgrave Macmillan, 2005.