

Diana Abdalla

HALAL-HARAM

De la religie la brand

Cuprins

Introducere	7
1. Halal, Haram, Shari'a	26
2. Brandul <i>halal</i>	34
2.1. Condiții de sacrificare a animalelor conform Legii islamice	43
2.2. Certificarea alimentelor <i>halal</i> în țări arabe și țări europene.....	47
2.3. Halal din perspectivă politică și legală	58
2.4. Turismul <i>halal</i>	60
3. Alcoolul sau <i>khamr</i>	64

4. Alte perspective ale conceptului <i>halal</i>	72
4.1. Căsătoria	77
4.2. Divorțul	86
4.3. Economia islamică	92
5. Culorile recomandate și cele nerecomandate în islam	111
6. Aniconismul în islam	116
Concluzii	120
Glosar	123
Bibliografie	138
Webografie	140
Anexa 1	141

Introducere

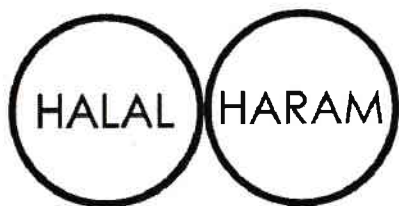
Scopul prezentei cărți este să prezinte cititorului într-un mod cuprinzător două dintre cele mai importante concepte din viața unui credincios musulman – unul este indispensabil (*halal*), iar celălalt este interzis (*haram*); dar și pentru o aprofundare a culturii, obiceiurilor, religiei și principiilor pe care un musulman le are și care trebuie respectate.

Conținutul lucrării își propune să ofere răspunsuri la cele mai comune întrebări, „*Ce este halal/haram?*”, „*Care este stilul de viață musulman?*”, „*Cum trebuie sacrificat animalul pentru a îndeplini condiția de a fi halal, apoi consumat?*”, dar și explicații privind importanța centrelor de **certificare halal** și care sunt ele, despre **marketingul și brandingul islamic, aniconismul în islam sau economia islamică** și care sunt criteriile de desfășurare a activităților pentru a funcționa sub criteriul *halal*.

Toate principiile dezvoltate de credincioșii musulmani sunt în acord cu învățăturile coranice, textul coranic, Shari'a, *hadith*-urile și *sunna* Profetului Muhammad, principii care

1

Halal, Haram, Shari'a



Halal este un concept islamic unic. El nu se referă doar la normele impuse cu privire la tipul de mâncare consumat, ci mai degrabă la stilul de viață islamic.

Etimologic, cuvântul *halal* provine din limba arabă și semnifică tot ceea ce este permis, salubru, pur și care se află sub Legea islamică Shari'a. Opusul acestui concept este *haram*, care desemnează tot ceea ce este nepermis, interzis. Stilul de viață *halal* este dictat musulmanilor de Allah prin sursele Coranului, precum Surah Al Baqarah (Sura Vaca) 2:172, 2:173, unde explică foarte clar ce este permis și ce nepermis¹:

¹ Mehmet Emin Özařsar, *Coranul* (Ankara: Departamentul pentru Servicii Confesionale, 2015), p. 25.

„O, voi credincioși! Mâncați bunătățile pe care noi vi le-am dăruit și aduceți mulțumirile voastre lui Allah, dacă îl adorați pe El!”.

„El v-a interzis mortăciunea, sângele și carnea de porc (HINZIR) și ceea ce asupra căruia s-a invocat altcineva decât Allah. Dar dacă cineva este silit să mănânce din ele, fără poftă și fără a întrece măsura, nu este păcat pentru el. Căci Allah este iertător, milostiv!”.

Surah al-Mai'ide (Sura Masa), de altfel, îi explică musulmanului ce anume are voie să consume în materie de alimente²:

„Vă sunt oprite: mortăciunea, sângele și carnea de porc și animalele jertfite în numele altcuiva decât Allah, animalele strangulate și cele omorâte prin lovire sau prin cădere (rostogolire), de sus în jos, sau prin împunsătură de coarne și animalele sfâșiate de fiare – cu excepția celor la care ajungeți și le tăiați –, și animalele înjunghiate pe pietrele ridicate, precum și ceea ce împărțiți prin tragere la sorți cu săgețile. Toate acestea sunt ieșiri în afară din cale. Astăzi, necredincioșii sunt deznădăjduiți față de religia voastră. Ca atare, nu vă mai temeți de ei! Și temeți-vă de mine! Astăzi, Eu am desăvârșit religia voastră, v-am copleșit cu harul Meu și am preferat Islamul ca religie pentru voi. Și dacă cineva se află în strâmtoare și în stare de foame, fără pomenire voită spre păcat, Allah este iertător și milostiv!” [5:3]

² Ibidem, p. 106.

Respectiv, Viața musulmanilor este extrem de meticuloasă și operaționalizată de conceptele *halal* și *haram*, iar islamul stabilește anumite principii legale în care toate deciziile sunt bazate pe aceste două concepte. În Coran există două versete din Surah Al-Anaam (Sura Vitele) și Surah Al-A'raf care îndeamnă oamenii să deguste cea mai bună mâncare³:

„Mâncați, deci, numai în cele asupra cărora s-a rostit numele lui Allah, dacă rămâneți crezători în versetele Sale!“ [6:118]

„De ce să nu mâncați din cele asupra cărora s-a pomenit numele lui Allah? El v-a dezvăluit cele oprite, în afară de cele pe care le mâncați de nevoie. Mulți se amăgesc pe ei înșiși cu poftele lor fără știință. Dar domnul Tău îi cunoaște pe cei care păcătuiesc!“ [6:119]

„Iar noi i-am împărțit în douăsprezece triburi (seminții), comunități și i-am revelat lui Moise, când poporul său i-a cerut ca să-și potolească setea, zicându-i: «Lovește cu toiagul tău în piatră!». Atunci au țâșnit din ea 12 izvoare. Fiecare seminție a aflat izvorul de la care să bea. Apoi, le-am pregătit umbra unor nori și am făcut să le coboare mană și prepelițe, zicându-le: «Mâncați tot ce este curat din bunătațile pe care vi le-am oferit!». Dar nelegiuirea lor nu ne atinge pe noi, ci ei se tiranizează pe ei înșiși“⁴ [7: 160]

³ Mehmet Emin Özafşar , *op. cit.*, pp. 141-142, 170.

⁴ Mehmet Emin Özafşar , *op. cit.*, p. 170.

Shari'a este un termen care din punct de vedere etimologic semnifică „un drum bine bătătorit“ și care are un domeniu de activitate mult mai larg: infracțiuni, politică, economie, afaceri, știință, relații interfamiliale, igienă, alimentație, conduită morală, etichetă și cult. O altă interpretare a termenului este cea de „cale dreaptă“. Pornind de la sensul din Coran, cuvântul denumește poruncile lui Allah privind faptele oamenilor. Termenul utilizat uneori drept sinonim este *fiqh*, care face referire la știința legislației religioase. Shari'a cuprinde două tipuri principale de reguli: prescripții privitoare la cult (obligații rituale și alte prescripții) și reguli de natură politică și juridică. Pe lângă acestea, legea Shari'a cuprinde prescripții referitoare la relațiile dintre sexe, la îmbrăcăminte, la alimentație, politețe etc, căci ea se ambiționează să îmbrățișeze întreaga viață a credincioșilor și a comunității musulmane. În conformitate cu Shari'a, toate actele sunt calificate drept obligatorii (*wajib*), „meritorii și recomandate“ (*mandub*), interzise (*haram*), condamnabile (*makruh*) și indiferente (*mubah*).⁵

Shari'a este tradusă ca o „cale străbătută către apă“ și simbolizează ghidul lui Allah cu privire la comportamentul uman – viața este o călătorie care prezintă tuturor multe drumuri, dar doar un singur drum este drept și limpede, iar drumul acesta nu poate fi altul decât Shari'a. Legea islamică

⁵ Nadia Anghelescu, *Introducere în Islam* (București: Polirom, 2014), pp. 65-66.

cuprinde Coranul, ca *Hadith*-ul (cf. ar. *conversație*), care semnifică spusele, învățăturile și comportamentul Profetului Muhammad, și *Fatwa*, care reprezintă guvernarea erudiților islamici.⁶

Halal este într-o creștere rapidă, iar certificarea și etichetarea produselor *halal* se extind din ce în ce mai mult. În urma raportului *State of the Islamic Economy* (2013), Thomson Reuters și Dinar Standard au estimat că industria globală de tip *halal* este evaluată la 2,3 trilioane de dolari.⁷ Logourile *halal* pot fi definite ca un semn al încrederii în produsele considerate permise de a fi consumate de către musulmani. Sunt un simbol al calității și al conformității religioase. Certificările și logourile *halal* reprezintă o manieră importantă de a informa și asigura consumatorii că produsele sunt *halal* și se află în conformitate cu legea Shari'a. Aceste logouri sunt percepute ca fiind importante de către consumatori, indiferent de instituția sau țara care le emite.

Malaezia este țara care se află în topul celor care respectă certificarea *halal*. Mai mult decât atât, se află printre cele mai dezvoltate destinații turistice din sud-estul Asiei, cu un număr semnificativ de vizitatori musulmani și nonmusulmani.

⁶ Paul Temporal, *Islamic Branding and Marketing. Creating a global islamic business* (Singapore: John Wiley & Sons, 2011), p. 27

⁷ Jonathan A. J. Wilson, „The halal phenomenon: An extension or a new paradigm?“, *SOCIAL BUSINESS - an interdisciplinary journal* 4 (2014): 261, disponibil la https://www.academia.edu/9863817/The_Halal_phenomenon_an_extension_or_a_new_paradigm.

Acest lucru contribuie la o cerere mare pentru restaurante de tip *halal*.

Începând cu anul 1970, *Departamentul de Dezvoltare Islamică din Malaezia* și-a întărit mecanismul de eliberare a certificatelor *halal*, care le asigură musulmanilor calitatea produselor și serviciilor. Certificarea este considerată ca fiind „un întreg sistem sanitar care implică adoptarea procedurilor de sacrificare și alte operațiuni ce se află sub regulile islamice și care certifică materia primă, ingredientele și produsele bazate pe calitate, igienă și siguranță”⁸.

Potrivit regulilor islamice cu privire la alimentație, după cum au fost menționate anterior, există două categorii de alimente pentru musulmani: cele de tip *halal* și cele *haram*. În schimb, există și o a treia categorie, numită *syubha* (ori *mashbooh*, *mushbuhm mustahabahat*, *shubhah*), care se referă la zona gri dintre cele două categorii, unde intră alimente contestabile. Un exemplu ar putea fi lecitina. Ea este derivată fie din plante, fie din animale. Este considerată *halal* dacă provine din plante și *haram* dacă provine din carne de porc sau din animale care nu sunt sacrificate conform legii islamice.⁹

Turiștii străini musulmani, în special cei din Orientul Mijlociu, China, Rusia și Kazahstan, sunt atrași de Malaezia

⁸ Abdul Talib, et. al., *Quality assurance in halal food manufacturing in Malaysia: A preliminary study* (Malaysia: f.e., 2008), p. 4.

⁹ „Basic Principles“, Majlis Ugama Islam Singapura, disponibil la <http://www.muis.gov.sg/halal/Consumer/basic-principles.html>,

datorită ofertelor culinare de tip *halal*. Eforturile Malaeziei în promovarea turismului întărește angajamentul pe care și-l ia în a face țara recunoscută la nivel global ca fiind centrul mâncării de tip *halal*. Deși acest tip de certificare este adresat musulmanilor, managerii de restaurante spun că numărul de clienți non- musulmani crește datorită faptului că această certificare oferă încredere în calitatea procesării mâncării. Etichetarea oferă cea mai înaltă calitate, așa cum statusul *halal* o cere din perspectivă religioasă.

Pentru a înțelege influența identității islamice pe care o are asupra comportamentului consumatorului, trebuie avut în vedere din ce este constituită această identitate. Comunitatea globală de musulmani, sau *ummah* (cf. ar. „națiune”, „umanitate”), este o identificare dincolo de etnie, națiune sau limbaj care unește toți musulmanii. Acest concept apare în Coran, la Surah Al-’Imran („Sura Neamului lui Imran”) [3:110]¹⁰:

„Voi (musulmanii) sunteți comunitatea cea mai bună care a apărut pentru oameni. Căci voi cereți ceea ce este bun și voi opriți ceea ce este rău și credeți în Allah. Dacă și oamenii Scripturii ar fi crezut (în Coran și Profetul Muhammad), desigur, ar fi fost foarte bine pentru ei. Unii dintre ei cred, dar cei mai mulți sunt farisei”.

¹⁰ Mehmet Emin Özafşar, *op. cit.*, p. 63.

Ummah este descrisă ca având o mai mare importanță decât alte forme de identificare pentru musulmani, iar comunitatea globală islamică este un punct de referință pentru aceasta. Comunitatea are o importanță mare pentru minoritățile musulmane care au fost nevoite să reinventeze ceea ce le făcea musulmani. Acest fenomen de concentrare pe identitatea islamică globală, mai degrabă decât pe cea etnică sau națională, poate fi văzut ca un mecanism care pune accent pe globalizare și viață ca o minoritate religioasă. Dacă islamul și identitatea islamică sunt atât de importante pentru musulmani, se poate concluziona că de la un punct va avea un impact asupra comportamentului de consumatori.

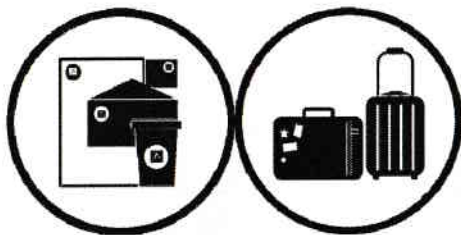
Vicepreședintele *Ogilvy Noor*, Janmohamed, declară că 90% dintre musulmani spun că această credință le afectează comportamentul.¹¹

¹¹ Hannah Wright, „YBMS: religious identity and consumption among young British Muslims”, *International Journal of Market Research*, 57 (2015): 1-3.

2

Brandul *halal*

- **Condiții de sacrificare a animalelor conform Legii islamice**
- **Certificarea alimentelor *halal* în țări arabe și țări europene**
- ***Halal* din perspectivă politică și legală**
- **Turismul *halal***



Brandul *halal*

„Idea fundamentală a brandului este aceea că, prin tot ceea ce face, ce deține și ce produce, organizația trebuie să proiecteze o imagine clară despre sine și despre scopurile sale. Cel mai bine o poate face prin instituirea, în interiorul și în jurul organizației – prin elemente precum produse, mediu, comunicare și comportament –, a unei consecvențe în scop, performanță și, acolo unde e cazul, în imagine”.¹

Astăzi, *halal* semnifică certificarea produselor, serviciilor și practicilor într-o manieră formală, care sunt etichetate, dețin logouri și sunt puse sub brandul *halal*, iar toate acestea pot fi văzute ca un fenomen cultural. Ce este interesant e faptul că nicio altă religie sau comunitate nonmusulmană ori ideologie nu a încercat sau nu a statuat această particularitate cultural-religioasă pe care islamul o impune atât de pronunțat și pe o scală largă de tipul relației *halal-haram*, respectiv permis-interzis. O altă latură care s-a dezvoltat și continuă să fie în dezvoltare este noul val de antreprenori și blogeri musulmani, în mare parte cu reprezentanți de gen feminin, care și-au pus amprenta în zona de modă, cosmetice și sector alimentar. O evoluție fundamentală este ideea de a *marketa* religia sau credința în bunuri de consum.

Islamul, ca religie, dar și ca stil de viață, filosofie și sistem de credințe, înrădăcinat în cultură, este evolutiv și

¹ Wally Olins, *Manual de branding* (Londra: Vellant, 2008), p. 28.