



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE - FURG  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E  
CONTÁBEIS - ICEAC  
CURSO DE COMÉRCIO EXTERIOR**

**AHMAD HUSSEIN MUSA ABDEL HAMID**

**RELAÇÕES COMERCIAIS BRASIL – ORIENTE MÉDIO:  
DA APROXIMAÇÃO A CONSOLIDAÇÃO NO MERCADO DE FRANGO HALAL  
PARA O MUNDO MUÇULMANO**

**Santa Vitória do Palmar**

**2021**

Ahmad Hussein Musa Abdel Hamid

**RELAÇÕES COMERCIAIS BRASIL – ORIENTE MÉDIO:  
DA APROXIMAÇÃO A CONSOLIDAÇÃO NO MERCADO DE FRANGO HALAL  
PARA O MUNDO MUÇULMANO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel, pelo Curso de Comércio Exterior da Universidade Federal do Rio Grande - FURG.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Comiran

**Santa Vitória do Palmar**

**2021**

Ahmad Hussein Musa Abdel Hamid

**RELAÇÕES COMERCIAIS BRASIL – ORIENTE MÉDIO: DA APROXIMAÇÃO A  
CONSOLIDAÇÃO NO MERCADO DE FRANGO HALAL PARA O MUNDO  
MUÇULMANO**

Trabalho de conclusão de curso  
apresentado como requisito parcial para a  
obtenção do título de Bacharel, pelo Curso  
de Comércio Exterior da Universidade  
Federal do Rio Grande - FURG.

Aprovado em 14/05/2021.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Fernando Comiran - Orientador

---

Prof. Dr. José Carlos da Silva Cardozo - Membro

---

Prof. Dr. Rafael Mesquita Pereira - Membro

**“Juro que não me venderei  
E até a última pulsação de minhas veias  
Resistirei” (Samih Al-Qassim)**

## **AGRADECIMENTOS**

### **Agradeço...**

Gostaria de agradecer antes de tudo a Deus por ter me dado a força necessária de continuar em todas as vezes que pensei em desistir é à minha família, que sempre foram muito solícitos e prezaram a minha educação e me apoiaram na minha vida acadêmica.

Agradeço em especial ao meu orientador Prof. Dr. Fernando Comiran por toda dedicação, ensinamentos, conselhos, paciência e incentivos ao longo desta jornada do TCC. Gostaria de agradecer também a professora Aline Caroline Rodrigues pela disponibilidade e compreensão em me apoiar nessa reta final de trabalho, sem deixar de mencionar, minha irmã, Muna Hussein, peça fundamental por me incentivar e acreditar em mim lá no início de tudo. Também, ao corpo docente no qual induziu a despertar em mim a chama do conhecimento dentro de uma universidade pública, sem deixar de mencionar às pessoas com quem convivi ao longo desses anos, que me incentivaram e que certamente tiveram impacto na minha formação acadêmica.

Agradeço a todos meus colegas de classe pelas horas de estudo compartilhadas, risadas e momentos árduos que passamos juntos, principalmente a velha guarda por todo apoio, seres que se destacam pela qualidade humana de ajudar o próximo sem esperar algo em troca. A vocês, meus caros colegas, meu mais eterno “obrigado”.

Agradeço à FURG, pelo acesso à aprendizagem necessária para concluir este trabalho; a todos funcionários dessa instituição, os quais sempre nos receberam de braços abertos.

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar as relações comerciais Brasil – Oriente Médio, abordando desde a aproximação diplomática do Brasil com o mundo árabe até a consolidação das trocas comerciais, especificamente, do mercado de frango Halal. Esta pesquisa também discute a importância em manter as relações diplomáticas do Brasil com os estados do Oriente Médio, tanto à fim de favorecer nossa balança comercial e ampliar a capacidade política do Brasil no sistema internacional. Para isso, o trabalho indica dados capazes de apontar a relevância do mercado consumidor árabe e muçulmano nas exportações brasileiras. De forma específica, o trabalho aborda as especificidades culturais e religiosas dos estados do Oriente Médio e a necessidade de o setor exportador brasileiro criar mecanismos de negociação e produção capazes de dialogar com os mercados desta região.

**Palavras-chave:** Relações Brasil – Oriente Médio; Política Externa Brasileira; Comércio Exterior; Frango Halal

## **ABSTRACT**

### **COMMERCIAL RELATIONS BRAZIL-MIDDLE EAST: FROM THE APPROXIMATION TO CONSOLIDATION IN THE HALAL CHICKEN MARKET TO THE MUSLIM WORLD**

The present work aims to analyze the Brazil - Middle East commercial relations, approaching since the diplomatic rapprochement between Brazil and the Arab World to the consolidation of the commercial exchanges, specifically, of the Halal chicken market. This research also discusses the importance of maintaining diplomatic relations between Brazil and Middle East States, both in order to favor our trade balance and expand Brazil's political capacity in the international system. For this, the work indicates data capable of pointing out the relevance of the Arab and Muslim consumer market in Brazilian exports. Specifically, the work addresses the cultural and religious specificities of the states in the Middle East and the need from Brazilian export sector to create negotiation mechanisms and production able to dialoguing with the markets from this region.

Keywords: Brazil – Middle East relations; Brazilian foreign policy; Foreign trade; Halal Chicken

## SUMÁRIO

<b>RESUMO</b> .....	<b>5</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>6</b>
<b>LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS</b> .....	<b>9</b>
<b>LISTA DE GRAFICOS</b> .....	<b>10</b>
<b>LISTA DE FIGURAS</b> .....	<b>11</b>
<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
<b>2 AS RELAÇÕES COMERCIAIS DO BRASIL COM O MUNDO ÁRABE</b> .....	<b>15</b>
2.1 Da Necessidade a Aproximação: Os governos Militares e as Relações Comerciais com os Países Árabes .....	15
2.2 Da Manutenção ao Esfriamento: as Relações do Brasil com o Mundo Árabe de Sarney a Fernando Henrique Cardoso .....	18
2.3 Da Reaproximação ao Protagonismo: Relações Políticas e Comerciais dos Governos Lula e Dilma com os Países Árabes.....	22
2.4 Da Ideologização aos Atritos: As Preliminares Relações do Brasil com o Mundo Árabe na Agenda Externa do Governo Bolsonaro .....	25
<b>3 PANORAMA GERAL DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS</b> .....	<b>28</b>
3.1 O Mercado Internacional Brasileiro .....	28
3.2 O comércio brasileiro com o mundo árabe - .....	29
3.3 O Comércio Internacional Brasileiro de Frango .....	33
3.4 Mercado Brasileiro de Frango na Liga Árabe .....	34
<b>4 AS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE FRANGO HALAL PARA O “ORIENTE MÉDIO”</b> .....	<b>35</b>
4.1 As dinâmicas culturais e religiosas no comércio com o mundo árabe .....	36
4.2 Aspectos gerais do mercado e do método Halal nas exportações brasileiras .	38
4.3 Estrutura da Rede <i>Halal</i> de frango.....	41
4.4 Perfil das exportações brasileiras de Frango <i>Halal</i> para o mundo muçulmano .....	44



**5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....49**  
**REFÊRENCIAS.....51**

## LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS

ABIEC	Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes
APEX	Agência Nacional de Promoção de Exportações e Investimentos
ABPA	Associação Brasileira de Proteína Animal
ANBA	Agencia de Notícias Brasil Árabe
ASA	Cúpula América do Sul
ANP	Autoridade Nacional Palestina
CCAB	Câmara de Comércio Árabe-Brasileira
COARABE	Grupo de Coordenação do Comércio com os Países Árabes
GATT	Acordo Geral sobre Tarifas Aduaneiras e Comércio
ESMA	Autoridade de padrões e Metrologia dos Emirados Árabes
FMI	Fundo Monetário Internacional
G7	Grupo dos sete dos países mais industrializados do mundo
IPC	Iraq Petroleum Company
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
MRE	Ministério das Relações Exteriores
OCI	Organização para a Cooperação Islâmica
OLP	Organização para a Libertação da Palestina
OMC	Organização Mundial do Comércio
ONU	Organização das Nações Unidas
OPEP	Organização dos Países Exportadores de Petróleo
PIB	Produto Interno Bruto
UBABEF	União Brasileira de Avicultura
URSS	União das Repúblicas Socialistas Soviéticas
USDA	Departamento de Agricultura dos Estados Unidos

**LISTA DE GRAFICOS**

Gráfico 1 - Os 10 principais importadores de carne de frango de origem brasileira..	44
Gráfico 2 - Exportações do Brasil ao Oriente Médio relativo aos itens de carnes e miudezas comestíveis, frescas, refrigeradas ou congeladas de aves.....	46
Gráfico 3 - Exportações do Brasil para Arábia Saudita e Emirados Árabes – carnes e miudezas comestíveis, frescas, refrigeradas ou congeladas de aves.....	47

**LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 – Muçulmanos em relação à população mundial, 1990-2030. ....	45
---	----

## 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como propósito estudar as relações diplomáticas e comerciais entre o Brasil e a comunidade de países do Oriente Médio com atenção para os fluxos comerciais no âmbito do mercado de frango Halal. Para isso, é fundamental refletir a importância de construir e manter bons vínculos políticos com os países daquela comunidade à fim de favorecer as trocas comerciais e, por conseguinte, nossa balança comercial. Também, a manutenção de boas relações diplomáticas – e comerciais – com essa significativa e estratégica região do globo o Brasil consegue ampliar sua relevância no cenário global – política e economicamente.

Para a efetivação desse esforço de pesquisa foi relevante transitar por três grandes eixos analíticos: as relações diplomáticas do Brasil com os países da região do Oriente Médio, com especial atenção para a evolução histórica delas, com avanços e recuos nesta aproximação; as características específicas do mercado consumidor do Oriente Médio – e aqui uma especial atenção para as dinâmicas culturais deste mercado consumidor e; por fim, o terceiro grande eixo, as características do mercado de proteína animal de origem Halal – no caso específico, de origem avícola.

Este tema de pesquisa tem sua relevância, primeiramente, pelo olhar interno, da importância do setor agroexportador para os fluxos comerciais e a economia brasileira. E, depois, pelo dinamismo e especificidades dessa rede produtiva – do frango de origem Halal – e da envergadura do mercado consumidor da comunidade muçulmana. Segundo dados da Pew Research Center a proximidade de 1,8 bilhão de muçulmanos difundidos pelos cinco continentes ao redor do mundo, com expectativa que esse número pode alcançar a marca de 2,2 bilhões em 2030.

A comunidade muçulmana corresponde hoje a aproximadamente 1/4 da população mundial, sendo os principais compradores de mercadorias de origem Halal, ressaltando sua significativa qualidade e segurança alimentar. Esse fator reflete nos dados apresentados pela Cdial Halal, que indicam no ano de 2017, que o mercado Halal mobilizou em torno de US\$ 4,54 trilhões no mundo, com expectativas que indicam, já para o ano de 2025, a possibilidade de atingir a marca de US\$ 9,71 trilhões.

No entanto, para fazer parte desse segmento comercial há que ser desenvolvido duas importantes características no setor produtivo: a versatilidade negocial por partes dos agentes comerciais, levando em consideração a dinâmica da

cultura de negócios dos compradores muçulmanos e, também, a modelação do parque e da logística industrial para tal fim, oferecendo os meios para que as práticas de abate, armazenamento e transporte atendam os preceitos culturais da comunidade muçulmana.

Para um frigorífico produzir e comercializar produtos com certificação Halal há que se inserir em uma rede de atores que garantem a rastreabilidade e origem do produto seguindo os preceitos religiosos e culturais. A indústria frigorífica brasileira, por sua vez, tem desenvolvido importante esforço de negociação e de produção para atender tais exigências e receber a certificação Halal. O Brasil é o considerado o melhor produtor e exportador de proteína Halal da terra. É o predominante provedor de alimentos para os países da OCI (Organização para a Cooperação Islâmica) . Em recente manifestação da atual ministra da Agricultura, Tereza Cristina, a atuação brasileira no comércio Halal de algumas nações da Organização chega a cerca de 75% do mercado.

Esta pesquisa foi construída por meio da análise de literatura e pela enumeração e tratamento estatístico dos dados referentes aos acordos bilaterais e transações comerciais e outras iniciativas de políticas externas entre o governo brasileiro e as nações do Oriente Médio. Portanto, é coerente afirmar que esta investigação é, em termos de metodologia, uma pesquisa, primordialmente, qualitativa, no entanto, também fazendo o uso de exercícios quantitativos. (Lakatos e Marconi, 2003, p.234)

No segundo capítulo desse Trabalho de Conclusão de Curso, apresentou-se um debate sobre a evolução das relações diplomáticas – políticas e comerciais – do Brasil com os países do Oriente Médio. Esta abordagem é fundamental para compreendermos que as boas relações diplomáticas com aquela região e, uma política externa brasileira dedicada a diversificação os parceiros comerciais, sem limitações ideológicas ou culturais, é fundamental para a qualificação da inserção internacional do país seu desenvolvimento.

Por sua vez, o terceiro capítulo, apresenta um panorama geral das exportações brasileiras e do mercado internacional. Em um segundo momento, aprofunda-se o cenário comercial entre Brasil e os países do Oriente Médio, com ênfase para o comércio internacional brasileiro de frango e a importância dele para a balança comercial brasileira.

Por fim, no quarto e último capítulo dessa monografia, são debatidas as especificidades culturais e religiosas preponderantes na efetivação do comércio externo com o mundo árabe e muçulmano. Também, apresenta-se as dinâmicas próprias do “mundo Halal”, ou seja, as exigências técnicas para a obtenção desta certificação. Enfim, o terceiro capítulo sinaliza para a presença da produção brasileira de frango Halal no mercado árabe e seu tamanho na pauta de exportações brasileiras.

## **2 AS RELAÇÕES COMERCIAIS DO BRASIL COM O MUNDO ÁRABE**

As relações diplomáticas e comerciais entre Brasil e os países do Oriente Médio tiveram diversas facetas durante ao longo da história. Desde a visita de Dom Pedro II até a cooperação ao longo dos choques do petróleo da década de 1970, o Brasil e a comunidade de países do Oriente Médio estreitaram seus laços diplomáticos e comerciais. Para isso, neste segundo capítulo, construiremos um panorama histórico das relações diplomáticas e comerciais do Brasil com os países do Oriente Médio, tendo como ponto de partida o regime militar brasileiro até o contexto atual de tais relações. O que se pretende aqui é fazer uma síntese explicativa das relações entre o Brasil e o Mundo Árabe refletindo como essas relações se desenvolveram, seus interesses e principais características, tanto objetivas como conjunturais.

Analisaremos os reflexos da aproximação com países não-ocidentais e muitas vezes aliados da então URSS (União das Repúblicas Socialistas Soviéticas), isto é, inimigos declarados de Israel, principal parceiro dos Estados Unidos da América no Oriente Médio. Pretendemos avaliar também se essa aproximação com o mundo árabe foi positiva para o Brasil do ponto de vista econômico e diplomático. Como ponto de partida escolhemos as relações diplomáticas nos tempos do regime militar brasileiro, pois, com a eclosão da Crise do Petróleo, em 1973, percebeu-se o início de uma aproximação efetiva entre Brasil e esta região do Oriente.

### **2.1 Da Necessidade a Aproximação: Os governos Militares e as Relações Comerciais com os Países Árabes**

Em 6 de outubro de 1973, ao despontar a guerra de *Yom Kippur*, seguiu-se de um aumento elevadíssimo no preço de barril de petróleo, transformando a importação dessa matéria prima em uma temática estratégica para a diplomacia brasileira, a qual buscou com empenho adentrar as relações com o Oriente Médio. (SANTANA, 2006, p.04).

O início dos estudos para a inserção brasileira em mercados do Oriente Médio foi a criação, em 1969, do COARABE (Grupo de Coordenação do Comércio com os Países Árabes) (PREISS, 2013, p.20)



A intensificação do envolvimento com o Oriente Médio, a qual preenche certas lacunas diplomáticas do desempenho brasileiro, está relacionado à crise energética da primeira metade da década de 1970 e ao projeto nacional de desenvolvimento econômico. Perante os conflitos que se encontravam na região, o preço do petróleo sofreu uma forte escalada. No contexto destes conflitos vários países do Oriente Médio se uniram, através da OPEP (Organização dos Países Exportadores de Petróleo), para aumentar os preços do petróleo em escala mundial, como forma de ganhar poder de negociação com o ocidente, levando os americanos a propor acordos de paz na região.

O efeito do aumento fez com que o Brasil, maior importador de petróleo entre as nações em desenvolvimento e o sétimo em escala internacional, em 1974, fosse obrigado a desembolsar perto de 40% da receita obtida em exportações com a importação desse material – dois anos antes, em 1972, essa porcentagem era de apenas 15%. O impacto da enorme ascensão do preço médio do barril de petróleo significou forte adversidade para o projeto desenvolvimentista planejado pelo regime militar, o qual necessitava, de maneira suficientemente forte, de insumos energéticos importados.

Em meio ao caos que se estendia durante os longos 20 dias de guerra do Yom Kippur, o chanceler Gibson Barbosa partiu para o Oriente Médio com o intuito de fomentar as exportações brasileiras e certificar o fornecimento de petróleo. O acréscimo do preço desse produto destacava a importância dos países da região ao mesmo tempo que prováveis negociações compradoras de produtos brasileiros. O impacto do chamado “choque do petróleo” no comércio exterior brasileiro levou o país a assumir uma posição, categoricamente, pró-árabe nos foros multilaterais. A novidade causada pelo choque do petróleo concedeu nova orientação internacional da política externa. Nesse contexto o Brasil optou em se aproximar do Império da Arábia Saudita em busca de bons vínculos, porém, a sinergia não foi tão extraordinária quanto se imaginava.

Com o Iraque, ao contrário da Arábia Saudita, foi acertado o maior contrato, até então, por uma empresa brasileira no exterior. Relativamente aos iraquianos, o governo militar brasileiro mostrou-se favorável à nacionalização da IPC (*Iraq Petroleum Company*), em 1971, com a aproximação da Petrobras na época, e o Brasil

se pôs contra ao boicote aos iraquianos no cenário. Essa relação estreita, acabou sendo mais propícia no segundo choque do Petróleo, já que o país árabe se predispôs a complementar a insuficiência de oferta por parte do Irã que se abrigava em diversos conflitos internos. O gesto fortaleceu as relações com o país, no qual passou a beneficiar o Iraque como parceiro comercial, alcançando a ser o melhor manifesto no exterior, para automóveis, serviços, carne, frango e armamento brasileiros. (SANTANA, 2006, p.7)

Ainda sobre o Iraque, durante a década de 1980, o país árabe se tornou o principal destino da exportação de armamentos da indústria bélica brasileira. Essa exportação era vista com bons olhos pelo Brasil, pois a fabricação em larga escala ao Iraque era adequada para o desenvolvimento da indústria no país. Do lado iraquiano, o governo de Hussein valorizava essa importação para diversificar os fornecedores de equipamentos bélicos do país. De acordo com algumas estimativas, as vendas de equipamentos de guerra brasileiros ao Iraque foram de cerca de US\$ 3 bilhões ao todo. (FARES, 2007, pag.12). Na metade da década de 1980, não apenas autoridades do governo brasileiro, assim como setores significativos da sociedade brasileira consideravam as relações brasileiro-iraquianas uma das mais bem-sucedidas realizações diplomáticas e comerciais já efetuadas pelo Brasil. (FARES, 2007, pag.4)

A crise do petróleo exigiu medidas pragmáticas da governança brasileira. Uma das respostas foi a determinação de tarefas diplomáticas e a permuta de embaixadores plenipotenciários entre Brasil e Arábia Saudita. Nesse caso, em maio de 1973, o chanceler saudita Omar Sakkaf, visitou o país com o intuito de estabelecer as relações diplomáticas absolutas entre Brasil e Arábia Saudita. O embaixador Murilo Gurgel Valente foi o primeiro a representar a diplomacia brasileira no Reino da Arábia Saudita. Por sua vez, em 1974, a Arábia Saudita enviou seu representante Mamoun K. Kabbani junto ao governo brasileiro. Foi em setembro de 1974 que o chanceler saudita retornou ao Brasil para a fundação da Comissão Mista Brasil-Arábia Saudita, designada a produzir um sistema para o desenvolvimento da cooperação bilateral. Na circunstância, o chanceler conservou a relação com numerosas autoridades brasileiras, entre esses os ministros das Relações Exteriores, da Indústria e Comércio. (SANTANA, 2006, pag.6)

Uma postura pragmática frente ao comércio exterior, é pautada primordialmente por uma ação pensada e a fim de maximizar os proveitos de um negócio entre as nações participantes, sem levar em conta a organização interna dos países, ou seja, sem julgamentos ao espectro político nem religioso, apenas os benefícios eram observados ao se concretizar alguma negociação. Ao se aprofundar na conduta brasileira frente aos países do Oriente Médio na década de 1970, a palavra pragmatismo aparece fortemente.

De acordo com o chanceler Azeredo da Silveira, a política externa era “pragmática” porque se contestava “ao apriorismo e ao idealismo verbal”. Constituíam-se na “apuração realista dos fatos e na avaliação ponderada das circunstâncias”, pretendendo, desse modo, “a eficiência material e não a coerência formal, na consecução dos objetivos nacionais”. O termo “responsável” procurava dificultar que o pragmatismo fosse qualificado de oportunista, tornando a ideia mais agradável às diretorias militares e aos setores mais conservadores da sociedade. (SANTANA, 2006, p.9)

Este pragmatismo ficou mais evidente em votação na ONU (Organização das Nações Unidas) onde a representação brasileira votou a favor do projeto que determinava o sionismo como discriminação racial. Outro exemplo foi em 1979, quando o governo brasileiro, atendendo o desejo da chancelaria iraquiana, reconheceu a OLP (Organização para a Libertação da Palestina) e autorizou a abertura de um escritório, em Brasília, desta organização. (SANTANA, 2006, pag. 20)

## **2.2 Da Manutenção ao Esfriamento: as Relações do Brasil com o Mundo Árabe de Sarney a Fernando Henrique Cardoso**

Já nos anos 80, com o final do regime militar, se vivenciou um período de modificações relevantes no sistema internacional. A política externa do governo José Sarney (1985-1990), apesar de continuar baseada no pragmatismo, tinha como objetivo a busca pela diversificação de parceiros econômicos e políticos. (SILVA; PILLA, 2012)

Com associação ao Oriente Médio, especialmente o governo de José Sarney preservou o mesmo modelo pelo qual o País andava defendendo nos últimos dez anos

que era, o assentamento de um Estado Palestino, o afastamento israelense das regiões árabes ocupadas e a execução das relações das Nações Unidas sobre o assunto. (CASARÕES, VIGEVANI, 2014, pag.13)

Entre os problemas a serem solucionados na política Sarney, destacavam-se como principais obstáculos ao seu governo o endurecimento do processo democrático, as ações para a determinação da economia e a aplicação do propósito internacional. (DO PRADO, 2010, pag.67).

Nesse sentido, entendeu-se que uma política externa de maior proximidade com as nações do Terceiro mundo seria pouco efetiva e traria menores resultados. Deste modo, contemplou-se uma ação efetiva e atenta na rodada do Acordo Geral sobre Tarifas Aduaneiras e Comércio (GATT), ocorrida em Montevideu e a aproximação diplomática com a Argentina. Firmou-se uma política voltada para a integração regional e procurou-se enfrentar as intensas críticas associadas com a política ambiental vindoura do período militar. Há que se considerar neste contexto a derrocada da União Soviética e o impacto causado no sistema internacional. O fim da Guerra Fria apresentou os Estados Unidos como hegemônicos política, militar e economicamente. Após a eleição de Fernando Collor de Mello, em dezembro de 1989, ele expressou a necessidade de renovar os raciocínios de direção da política externa brasileira. Adequando-se a novas etapas. Segundo Collor o País precisaria, em primeira instancia compor-se aos imperiosos da ordem mundial que se levantava dos destroços da Guerra Fria, apoiando as forças da globalização, do liberalismo econômico e da democracia. Em segunda instancia, devido as novas regras do poder mundial com o retrocesso do bloco socialista e o colapso econômico do Terceiro Mundo, o Brasil precisaria reexaminar seu relacionamento com os EUA, aderindo um compromisso positivo com o País. Por último, a diplomacia brasileira teria de deixar a expressividade e os posicionamentos terceiro-mundistas que tinham simbolizado a introdução brasileira nas duas décadas passadas. (CASARÕES; VIGEVANI, 2014, pag.14).

Apesar do posicionamento revivido com o mundo ocidental industrializado, o governo Collor não se sentia preparado a cortar vínculos duradouros no Oriente Médio, como a vigente com o governo Iraque de Saddam Hussein.

No começo da crise do Golfo, em 1990, Collor negou-se em responder o requerimento do presidente dos EUA, George Bush, de enviar tropas para tirar os soldados iraquianos do Kuwait, como parte de uma coligação multinacional aprovada pelas Nações Unidas. Entre os motivos para não assumir posição com os EUA, naquela situação, localizavam-se a habitual rejeição brasileira em utilizar a força nas relações internacionais e, mais categoricamente, os relevantes fluxos comerciais entre Brasil e Iraque. (CASARÕES; VIGEVANI, 2014, pag.14).

O fim da guerra do Golfo, que terminou por desviar o Iraque da comunidade mundial, bem como o progresso das negociações de paz árabe-israelenses no decorrer daquela década, levou o Brasil para o distanciamento de qualquer tema nos assuntos do Oriente Médio nos primeiros anos da década. A pequena descrição no interesse recíproco foi dificultada pelas crises políticas e econômicas nas quais viveu o País ao extenso daqueles anos. Quando os preços estouraram a mais de 2.000% ao ano, da ação de impeachment do presidente Collor nos últimos meses de 1992 ao surto hiperinflacionário de 1992 e 1993. Apenas em um assunto o Brasil fortificou meios de diálogo com Israel nos anos de Collor que originou; tecnologia, um leque de oportunidades esmiuçado por Celso Lafer em seu curto mandato como chanceler. Meramente em 1994, com o aumento excessivo controlado e a regularidade política reparada pelo governo do presidente Itamar Franco, estaria Brasil mais uma vez a envolver-se das decisões multilaterais para harmonizar a discussão entre árabes e israelenses. (CASARÕES; VIGEVANI, 2014, pag.16). Neste sentido, em novembro de 1993, autorizou o estabelecimento de uma Delegação Especial Palestina em Brasília.

A conjuntura renovada da participação com a questão árabe-israelense continuou com a vinda de Fernando Henrique Cardoso ao poder, em 1995. O novo mandato do presidente FHC, passou a ser enxergado como o maior cumpridor pela criação e projeção do Plano Real, que concedeu exceder a inflação no País, de modo seguro. Uma das mais importantes decisões de FHC em relação a política externa foi encaminhar seu chanceler, Luiz Felipe Lampreia em agosto de 1995, para uma ida a Israel, depois de 22 anos da última viagem oficial de alto grau, nas palavras do próprio ministro de Estado, “havia uma janela aberta para a paz” na localidade, que ocasionou a decisão de aproximar-se do governo israelense. (LAMPEIA, 2010, p.174).

Na mesma ida o chanceler, Luiz Felipe Lampreia, também visitou a Faixa de Gaza, onde se encontrou com Yasser Arafat, presidente da Autoridade Nacional Palestina (ANP), e semeou as sementes que levariam 15 anos depois, foi em dezembro de 2010 no governo Lula da Silva, ao reconhecimento do Estado Palestino nas fronteiras de 1967. Após a viagem de 1995, reiniciam-se as posturas que aumentam o reconhecimento do status daquela instituição, de parte do Estado brasileiro. (MESSARI, 2006, p.299-320).

E preciso levar em consideração no cenário desta história da política brasileira para o Oriente Médio, que o governo, independente se optasse o chanceler ou se fosse o presidente Fernando Henrique Cardoso, não imaginava o envolvimento brasileiro essencial, nem sequer importante para a solução do conflito árabe-israelense.

Esse entendimento encaminhou a política de Fernando Henrique Cardoso com união ao Oriente Médio durante seus oito anos de governo. Apesar de deve-se levar em conta a visita de Yasser Arafat em 1998, a Brasília, um símbolo das relações entre o Brasil e a Autoridade Palestina, o comprometimento brasileiro com os temas regionais restringiu-se, primeiramente, a notícias diplomáticas (como a nota congratulatória emitida logo depois a conclusão de um acordo entre Israel e a Autoridade Nacional Palestina (ANP) sobre Hebron, em janeiro de 1997), ou a menções curtas e ocasionais. No topo da segunda Intifada, em 2002, o chanceler Celso Lafer declarou que “Israel não merece um primeiro-ministro como esse”. Em referência a Ariel Sharon. Ele completou que combater o terrorismo com força militar arruinaria cidades e povos, mas preservaria o terror “intocado”. Em nota publicada no mesmo dia, o Secretário-geral do Itamaraty, Osmar Chohfi, expressou que o processo de paz necessitaria ser salva imediatamente, revelando que o Brasil estava preparado a participar de uma iniciativa organizada pela ONU. (CNN, 2002).

Após um tempo, no começo de 2002, Fernando Henrique Cardoso comportou-se de modo ardente à invasão do quartel-general da Autoridade Palestina, em Ramallah, pelas forças de Defesas Israelenses. Apesar de emitir uma nota oficial, na qual o presidente brasileiro aconselhava os elementos combatentes a chegar numa solução nos teores dos tratados prévios de Oslo, além do mais o presidente informou publicamente que Brasil enviaria tropas para a Cisjordânia se ambos lados

requisitassem a atuação do País brasileiro numa intervenção militar multilateral na região, como observamos o Brasil teve enorme responsabilidade na região.

O regresso das negociações de paz, no transcurso para os anos 2000, prejudicou os diálogos multilaterais e comprometeu, na compreensão do governo Fernando Henrique Cardoso, qualquer posicionamento dinâmico da diplomacia brasileira com relação ao Oriente Médio. A crise envolvendo Israel, a Autoridade Palestina e o Líbano por fracassar os planos do presidente Fernando Henrique Cardoso de visitar a localidade. (LAMPREIA, 2010, p.210). O esfriamento do relacionamento bilateral com os EUA, especialmente após a violação da Guerra ao Terror que ocorreu aos ataques do 11 de setembro de 2001 (Barbosa, 2002, p.5), ademais diminuiu os incentivos brasileiros em se comprometer-se com os temas médio-orientais. O empenho brasileiro no território apenas iria acontecer de novo após 2003, no ambiente de uma nova direção diplomática na presidência Lula da Silva.

Segundo (Cervo 2003, pag.11), o governo de Fernando Henrique Cardoso concentrou sua ação no Primeiro Mundo, com destaque para a relação bilateral com os Estados Unidos. Sendo exageradamente idealista, confiando na existência de uma governança global regulada pelas instituições multilaterais, FHC fantasiou com um comércio internacional sem empecilhos, modificado pelo GATT e a OMC (Organização Mundial do Comércio), com o controle dos fluxos financeiros por instituições como o G-7, o FMI e o Banco Mundial, com um regime de segurança global mundial dirigido pela ONU. Além disso, acrescenta Cervo, Fernando Henrique afastou-se da África e do Oriente Médio, depreciou a parceria com a China, não percebeu oportunidades na Rússia e no Leste Europeu e aumentou a vulnerabilidade externa ao dar continuidade ao processo de abertura iniciado por Collor de Melo.

### **2.3 Da Reaproximação ao Protagonismo: Relações Políticas e Comerciais dos Governos Lula e Dilma com os Países Árabes**

A ascendência de Luiz Inácio Lula da Silva à presidência da República em janeiro de 2003 apresentou um inovador ciclo na política externa brasileira, demarcada pela busca da autonomia nas relações internacionais do país através da diversificação dos parceiros internacionais. (FERREIRA, 2009, pag.5). De forma geral, as relações entre o Brasil e o Oriente Médio mantiveram-se constantes e fundamentadas no apoio à Palestina Livre e independente, com reconhecimento, por

parte do governo brasileiro, das fronteiras anteriores a ocupação israelense de 1967 e, ao respeito às resoluções fundadas pela ONU.

A conjuntura internacional e o contexto político e econômico interno do Brasil, ao longo do primeiro mandato de Lula eram positivos e propícios para uma relação externa de tipo Sul-Sul, ou seja, dando ênfase na aproximação com países emergentes e regiões não hegemônicas das relações internacionais. A África e o Oriente Médio, por exemplo, foram privilegiadas no olhar da diplomacia brasileira neste período. É importante destacar que esta estratégia não foi inédita na história diplomática brasileira, haja visto os tempos de Jânio Quadros (1960-1961) e João Goulart (1961-1964), na chamada Política Externa Independente, quando se deu relevo às relações com potências médias e com os países mais desprovidos, especialmente os recém-independentes na África. (LEITE *apud* SANTOS, 2015, p.56)

A partir disso, o Brasil desempenhou uma política exterior mais dinâmica nas regiões da África e Oriente Médio, áreas preferenciais e estratégicas dentro da perspectiva das conexões Sul-Sul. Essa aproximação com o mundo árabe-muçulmano, tal como se deu, entre outros elementos, pode ser compreendida, primeiramente, pelo fato de o Oriente Médio ser uma região estratégica no quadro político mundial e, assim, tornava-se importante na estratégia da política externa brasileira de aumentar seu protagonismo no panorama internacional. (TIBILE 2013 *apud* SANTOS, 2015, p.56).

A política externa brasileira para a o Oriente Médio durante os governos do Partidos dos Trabalhadores não se deteve apenas em relações bilaterais. Também, obrou pelo estreitamento das relações com aquela localidade por meio de formação como a Cúpula América do Sul (ASA) - Países Árabes. Da mesma forma, através daquilo que se chama na prática diplomática de “diplomacia direta”, o chefe do estado brasileiro visitou diversos países do Oriente Médio, buscando compreender a região e a suas desavenças, em uma aberta demonstração dos traços teóricos projetados pelo Itamaraty, “elevada e dinâmica”. Basta ver a relevância do presidente em exibir o Brasil como significativo aliado da região, inclusive, através da cooperação nas zonas de comércio e economia (ambiente onde a interação entre o Brasil e Oriente Médio foi mais potente). Além disso, foi destacado o comprometimento diplomático



brasileiro em questões de natureza política, como o árabe-israelense. (SILVA e KUNRATH, 2010 *apud* SANTOS, 2015, p.57)

Um dos indicativos para a aproximação entre países é a colaboração mútua através da assinatura de compromissos. Enquanto nos dois mandatos de Lula da Silva (2003-2010) foram assinados 135 tratados com os países do Oriente Médio, uma quantidade única no contexto das relações entre ambas partes, durante os oito anos do governo Fernando Henrique de Cardoso firmaram-se apenas 10 acordos. O segundo governo brasileiro que mais firmou acordos com países do Oriente Médio foi João Figueiredo com apenas 17 assinaturas e, em terceiro, o período de Ernesto Geisel com 13 acordos. (SANTOS, 2015, p.57).

Cabe destacar que a simples assinatura de acordos ou compromissos não significa, necessariamente, o sucesso objetivo das relações entre regiões ou nações. Para além dos protocolos diplomáticos é necessário a concretização e efetividade de tais acordos.

Observa-se que o Brasil, com sua transparência declaração e historicamente presenciada vontade para solucionar conflitos pela comunicação, pode retratar um componente novo para a pacificação da Terra Santa. De verdade, apropriando um relacionamento amistoso e independente com as nações envolvidas, o Brasil é capaz de possuir uma performance ilustre como mediador em uma localidade carregada pela violência e pelas tentativas de recurso militar. Deste modo, o trabalho brasileiro no Oriente Médio está planejado com as orientações que o governo Lula desenhou em 2003. Amplificar as relações diplomáticas pelo mundo, colhendo novos métodos de cooperação, de modo a diminuir as instabilidades externas e empenhando-se pelo aumento do poder de atuação brasileiro na política exterior. (DA SILVA, 2009, p.2).

Após o mandato de Lula da Silva, Rousseff nunca havia disputado a nenhum cargo político anteriormente. A presidenta, em seu discurso de posse, afirmou que daria continuidade ao governo de Lula da Silva, tanto na política doméstica quanto na política externa. Em pronunciamento na Câmara dos Deputados a presidenta disse que:

[...] Nossa Política Externa estará baseada nos valores clássicos na tradição diplomática brasileira: promoção da paz, respeito ao princípio de não intervenção, defesa dos direitos humanos, fortalecimento do multilateralismo.

[Seguiremos aprofundando no relacionamento com nossos vizinhos sul-americanos, com nossos irmãos da América Latina e Caribe, com nossos irmãos africanos e com os povos do Oriente Médio, e dos países asiáticos. Preservaremos e aprofundaremos o relacionamento com os Estados Unidos e com a União Europeia. Vamos dar grande atenção aos países emergentes (ROUSSEFF, 2011).

## **2.4 Da Ideologização aos Atritos: As Preliminares Relações do Brasil com o Mundo Árabe na Agenda Externa do Governo Bolsonaro**

A chegada de Jair Bolsonaro e seu disruptivo discurso político à presidência da República fez emergir atenção, interna e externa, nos reflexos e possíveis novas condutas na política externa brasileira. Planeja-se especialmente, distinguir-se das gestões antecedentes de Lula da Silva e Dilma Rousseff, junto a ideia de um novo modelo.

Para que os objetivos da política externa possam ser alcançados, torna-se indispensável que as ações a serem estimuladas pelos agentes competentes pelo Estado a determinar relações com os demais atores encontrem-se em harmonia com a realidade internacional. É primordial, desse modo que os encarregados de preparar a política externa executem certa avaliação dos interesses que influenciam os demais agentes, assim como das regras que possuem o funcionamento das instituições, com as quais o Estado se encontra compromissado. O triunfo da política externa depende de tal maneira da evidente definição de quais são os interesses nacionais quanto da capacidade de suposição de sua influência junto aos agentes internacionais, com os quais o Estado se correlaciona. (GONÇALVES, 2020, p.3)

A veracidade de a construção de política externa depender de interpretações e de preferências não quer dizer, contudo, que ela seja capaz de ser problemática. Simboliza que há muito espaço para alterações, mas que também há limites a serem respeitados.

Uma das manifestações exemplar desta nova modalidade de política externa assustou os exportadores brasileiros de carne de frango e bovina, tensos com a previsível atitude negativa dos importadores árabes dos produtos brasileiros, já que estes claramente esclareceriam essa escolha como uma tomada de posicionamento

brasileiro em pró de Israel na complicada relação que este país tem com palestinos e com árabes, de modo geral. Caso esse critério possuísse sucedido de fato a consequência teria posto o Brasil em um desconforto isolamento internacional, auxiliado meramente de Estados Unidos e Guatemala, uma vez que ela vai de encontro com a resolução 478 (1980) do Conselho de Segurança da ONU, que não caracteriza a resolução do Estado de Israel de declarar Jerusalém capital do país. (GONÇALVES, 2020, p.7)

O argumento apresentado pelo presidente Jair Bolsonaro para transferir a embaixada brasileira de Telavive para Jerusalém teria sido o juramento feito aos líderes religiosos evangélicos na campanha eleitoral. Esses representantes religiosos instigaram o presidente, alegando que a decisão da mudança da embaixada de uma cidade para outra, colocaria o Brasil em concordância com os preceitos bíblicos. A sentença foi interrompida, entretanto, de tal maneira em virtude da aflição dos árabes, que consecutivamente expressaram sinais de insatisfação com a medida manifestada pelo Governo, quanto do setor exportador brasileiro, que se enxergaria limitado de um mercado importante para seus produtos.

Números da Câmara de Comércio Árabe-Brasileira (ANBA, 2020, s/p) indicam que, em seu grupo, estas nações reunidas na Liga Árabe se converteram o terceiro maior destino das exportações brasileiras em 2019, com US\$ 12,1 bilhões, tendo açúcar, minério de ferro, grãos, carne bovina e frango, como os principais produtos da pauta de importação. Sendo assim, apesar de mudar o histórico posicionamento diplomático brasileiro de manter boas conexões coincidentemente com árabes e israelenses, a transferência da Embaixada danificaria economicamente um setor que seguiu e apoiou, de maneira entusiasta, a candidatura de Jair Bolsonaro à Presidência. (GONÇALVES, 2020, p.8).

A governança de Jair Bolsonaro indicou várias modificações em políticas públicas e, também, na política externa. O relacionamento Brasil-Venezuela e promessa de aproximação com os Estados Unidos e Israel eram nítidas ao longo da campanha eleitoral. Bolsonaro, deslocou uma visita a Taiwan no decorrer da campanha eleitoral gerando desconfiança na China. Depois de sua nomeação, contudo, algumas das medidas sugeridas como a transferência da embaixada

brasileira em Israel, de Telavive para Jerusalém, não se realizaram. (SARAIVA E SILVA, 2019, p.8).

Com relação à embaixada brasileira em Israel, o Presidente Bolsonaro expressou a disposição em transferir a embaixada de Telavive para Jerusalém, avançando as vontades de grupos neopentecostais. Tal posição, se concretizada, refletiria de forma negativa no comércio de carne de frango aos países de maioria islâmico e que sustentam a causa Palestina.

### 3 PANORAMA GERAL DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS

#### 3.1 O Mercado Internacional Brasileiro

Em uma sociedade globalizada a capacidade de exportação de uma nação é determinante para que esta atinja níveis elevados de desenvolvimento. No Brasil, a atenção com o comportamento das exportações também atual é central, havendo a compreensão em relação às suas capacidades e, especialmente, a competitividade das companhias brasileiras no mercado exterior. Esse paradigma tornou norteador na ação daqueles que formatam as políticas públicas. (DE NEGRI; ARAUJO 2006, p.10).

O Brasil é reconhecido como um país competitivo nas exportações de *commodities* fortemente, mão-de-obra e recursos naturais, no entanto, também participa dinamicamente de negócios em que a equivalência de criação e a novidade tecnológica são os padrões de concorrência internacional. A execução das exportações brasileiras tem espantado os mais calejados pesquisadores de economia no Brasil. Se deve ao às renovações que aconteceram na economia brasileira, no decorrer dos anos de 1990, as quais, aparentemente não foram apropriadamente assimiladas e, portanto, exigem um esforço de compreensão com o propósito de aperfeiçoar as oportunidades e atenuar as limitações da inserção do Brasil no comércio internacional. (DE NEGRI; ARAUJO 2006, p.13).

Esta inserção internacional das organizações brasileiras, em especial do setor terciário, constituiu-se, em geral, através da permutação de importações, favorecendo-se de múltiplos meios de segurança tarifária, financiamentos, vantagens fiscais e acesso privilegiado a matérias primas produzidos pelas empresas governamentais. Pelo contrário dos países do leste asiático, que industrializaram havendo como propósito o poder em mercados exteriores, o procedimento de industrialização brasileiro, não só desprezou a performance das exportações, contudo, elaborou um viés avesso à exportação. (DE NEGRI, 2003, p.23)

Sem embargo de negligenciar o mercado internacional, na época de 1980, perante a crise no balanço de pagamentos, o governo instituiu assistência de vários estímulos às exportações. Até que a cooperação das exportações no Produto Interno Bruto (PIB) tenha desenrolado moderadamente estreita em metade da década de 1980. É entendimento entre os economistas que as exportações obtiveram uma

função considerável na melhoria econômica da época. (DE NEGRI; ARAUJO 2006, p.20).

### **3.2 O comércio brasileiro com o mundo árabe -**

Uma rápida análise dos vínculos do Brasil com os países árabes auxiliará de fundamento para validar o argumento de qual se faz essencial identificar o parceiro comercial e sua cultura para se obter sucesso nas alianças comerciais e nas relações diplomáticas. No caso das relações Brasil e Mundo Árabe, salienta-se o notável projeto da Cúpula América do Sul - Países Árabes, feita em Brasília, em 2005, que serviu para aperfeiçoar as relações com os árabes e ampliar o acesso desse gigantesco mercado em ascensão. (MELO, 2006, p.10)

No comércio exterior a cultura atua tanto de forma positiva, como negativa, mas sempre de maneira significativa, porém não determinante. Uma boa tarefa de Inteligência Comercial, simplifica as relações mutuas e minimiza as ameaças de frustração nas negociações. (MELO, 2006, p.11)

O relacionamento do Brasil com o Mundo Árabe é altamente relevante para ambos. Em pleno século XIX, D. Pedro II foi o primeiro chefe de Estado brasileiro a realizar visita aos países árabes, como citado no primeiro capítulo, aguçado por um grande interesse pessoal de conhecer a “Terra das Mil e Uma Noites”, dos xeiques soberanos, seus palácios magníficos, solo dos avantajados desertos e com belos seres vivos. A visita foi de caráter pessoal e não-governamental, mas significou uma grande divisa nas relações entre os árabes e os brasileiros. Desde a visita daquele soberano, milhões de árabes (libaneses, egípcios, sírios, sauditas dentre outros) emigraram para o Brasil nos últimos tempos e aqui consolidaram moradia, colaborando a cultura e seu trabalho para a criação da população brasileira e para o progresso econômico e social desse povo. A importante migração sírio-libanesa no Brasil, e de tamanha relevância pela sua antiguidade de seus ancestrais, concedeu profundas raízes da cultura árabe no cotidiano do país. O Brasil, além disso acolhe os maiores cidadãos de origem árabe afastado do Oriente Médio e do Norte da África. (MELO, 2006, p.40)

Os países árabes se tornam parceiros com economias em avanço, assim como o Brasil. Ainda que as barreiras do idioma e da distância geográfica, se enuncia que,

em várias ocasiões, eles “se pronunciam com a mesma língua” que os brasileiros. Há uma afinidade sobre o país em virtude do futebol, dos milhões de cidadãos brasileiros de origem sírio-libanesa e, até agora, por causa da pronta defesa que o Brasil exerce, nos fóruns internacionais, das Causas Árabes, em especial da causa palestina. Entretanto, o comércio entre o Brasil e os países árabes nunca atingiu níveis expressivos, não se aproximando dos níveis de permuta do país com Estados Unidos e Europa, por exemplo. No entanto, esse contexto começou a se modificar nos últimos dez anos, quando as exportações brasileiras para os árabes apresentaram um crescimento de em torno de 96%.

Segundo a Câmara de Comércio Árabe Brasileira (CCAB), os empenhos para o aumento da pauta e da quantidade comercializadas com os Países árabes conseguem facilmente ser examinados, por exemplo, na mudança das exportações brasileiras para esses países percebidas em 2004. Neste ano, para a comunidade árabe, verificou-se um aumento de 46%, enquanto para o resto do mundo o acréscimo ficou em 32%.

Considerando o comércio exterior uma via de mão dupla, as importações brasileiras dos Países Árabes (Arábia Saudita, Emirados Árabes Unidos, Egito, Marrocos, Argélia, Síria, Kuwait, Iêmen, Líbia, Tunísia, Bahrein, Líbano, Jordânia, Iraque, Sudão, Somália, Omã, Catar, Mauritânia, Djibuti e Ilhas Comores), também apontaram para um importante crescimento no mesmo período: acréscimo de 53%, alcançando a soma US\$ 4,1 bilhões, efeito influenciado pelos elevados preços do barril de petróleo. Arábia Saudita consolidou-se como o maior destino das exportações brasileiras de proteína animal, seguido pelos Emirados Árabes Unidos. Da pauta de exportações brasileiras para o mundo árabe, há que se destacar a proteína animal - frangos e carne bovina - o minério de ferro e o açúcar. (MELO, 2006, p.41)

Há que se destacar que, nos últimos anos, pôde-se notar uma diversificação da pauta de exportações brasileiras para a comunidade árabe. O Brasil, que é habitual exportador de carne de frango, minérios de ferro, açúcar, café em grão verde, papéis, fumos, madeiras, autopeças e soja para aquela localidade, movimentou-se também para comercializar carne bovina, frutas, tratores ônibus, petróleo, carros populares, bombas para combustíveis, leite em pó, *bulldozers* (é um poderoso trator equipado

com trilhas de lagarta e uma lâmina na frente, usada para mover terra, rochas), entre outros produtos.

Há que se pensar quais foram os fatores que colaboraram para o resultado conseguido nas exportações aos Países Árabes em 2004 – ano destacado como exemplo na discussão acima. Podemos destacar, entre eles, a aproximação comercial com os mercados não tradicionais – fruto da política externa do período, de incentivo as relações do Brasil com as regiões em desenvolvimento (relações Sul-Sul), a diversificação de novos produtos na pauta de exportação, a ascensão do preço das commodities no mercado exterior, a taxa de câmbio brasileira favorável no período e o aumento da demanda Árabe.

Dentre essas ações de promoção comercial voltadas prioritariamente para os Países Árabes, pode-se destacar a viagem do Presidente Lula a cinco países árabes em dezembro de 2003, ainda no início de seu mandato. Nesse mercado, até então caracterizado por importação concentrada em poucos itens, houve grande diversificação. As exportações cresceram mais de 308% para a Síria, 68,1% para a Líbia e 51,1% e para o Líbano, comparando os números de 2004 em relação a 2003. (MELO, 2006, p.45)

Vale recordar que as exportações brasileiras em 2004 se expandiram em diversos rumos, como para a União Europeia, Estados Unidos, países da América do Sul e Ásia. Todavia, esses destinos eram mercados já consolidados e este aumento das exportações era fruto da expansão ou recuperação econômica de tais países e ao aumento da competitividade brasileira, substituindo outros concorrentes. No caso do acréscimo, das exportações para o mundo árabe o significado foi outro: a conquista de um novo mercado. (MELO, 2006.p.46).

Segundo relatos da Câmara de Comércio Árabe Brasileira, a relação entre o Brasil e a Liga Árabe concebeu um excedente de US\$ 6,1 bilhões para a parte brasileira em 2020. A Balança comercial e a diferença entre as exportações e importações. O efeito condiz a 12,2% do excedente total recorde de US\$ 50 bilhões logrado pelo Brasil ao decorrer do ano. Retrata alta de 16,2% sobre o saldo positivo da balança Brasil-Liga Árabe de 2019.



A corporação diz que as exportações do Brasil para o bloco de 22 países no Oriente Médio e no Norte da África tiveram receita de US\$ 11,4 bilhões, 6,3% abaixo da de 2019. A queda é mais baixa comparando outras entidades comerciais significativas, como os Estados Unidos (-23,7%) e o Mercosul (-17,7%).

A performance das exportações conserva a Liga Árabe entre as três maiores parcerias comerciais do Brasil no exterior, atrás da China e dos Estados Unidos. Além do mais, afirma a localidade como o segundo destino das exportações do agronegócio. O açúcar brasileiro foi a mercadoria mais procurada gerando uma receita de US\$ 2,8 bilhões, alta de 32,5% sobre 2019), continuado pela carne de frango (US\$ 1,9 bilhão, -11,7%), minério de ferro (US\$ 1,4 bilhão, -22,3%), milho (US\$ 1,1 bilhão, +3,1%) e carne bovina (US\$ 968 milhões, -18,2%), designados em especial aos Emirados Árabes (levou US\$ 2 bilhões em 2020, redução de 8,7% sobre 2019), Arábia Saudita (US\$ 1,8 bilhão, -6,7%) e Egito (US\$ 1,7 bilhão, -4,0%). (ANBA, 2021)

Na direção do presidente da Câmara Árabe, Rubens Hannun, o avançamento no excedente juntamente aos países árabes e o comportamento expressivo das movimentações a esses países em 2020 fortificam o mérito estratégico da Liga Árabe para o departamento produtivo brasileiro. Salaria Hannun que a despeito da queda de 6,3% na receita total, a procura no bloco permaneceu sólido no decorrer do ano. (ANBA, 2021).

Afirma ainda o presidente da Câmara Árabe que o caimento precisa ser observado num ambiente em que a demanda mundial por comidas, especialmente o brasileiro, foi agravado pela pandemia. Esse contexto de disputa levou, além disso, com que os árabes arcassem pelas mercadorias brasileiras o frete “livre a bordo” (FOB) com custo médio por tonelada moderadamente maior em comparação a 2019. (ANBA, 2021)

De acordo com a Associação Brasileira de Proteína Animal (ANBA). As exportações do Brasil de frango continuam em crescimento, no primeiro semestre de 2020 foram exportadas cerca de 1 milhão de toneladas de frango *Halal* para os países árabes. Ressalta Ali Saifi, CEO da Cdial Halal que:

“O mundo árabe tem uma grande importância para a economia brasileira. É um mercado extremamente promissor e precisamos estreitar cada vez mais as relações bilaterais, para que este mercado se desenvolva com todo o potencial disponível. O Brasil é um parceiro comercial respeitado, principalmente, quando o assunto é proteína animal. Estamos preparados para atender as demandas de mercado, mas precisamos traçar novas estratégias de cooperação. Não podemos perder nosso foco. É importante manter nossa resiliência e continuar com controles sanitários rígidos, buscar e ampliar as oportunidades de negócio”. (AVISITE, 2020)

### **3.3 O Comércio Internacional Brasileiro de Frango**

O Brasil é considerado, desde o ano de 2004, o maior exportador mundial de carne de frango, fruto de sua eficiência em produção e sanidade animal ao longo dos anos. Dentre os principais destinos da carne produzida no país estão à Arábia Saudita, Japão, Holanda, China e Emirados Árabes. (AVISITE, 2015)

Segundo Garcia (2004) o impecável funcionamento da cadeia produtiva do frango de corte no país vem do amparo de tecnologias avançadas aliada a produção de grãos do país, base da alimentação de frangos de corte, justificando o destaque do setor do país, tanto a nível nacional quanto internacional. (GARCIA, 2004, *apud*, COSTA; GARCIA; BRENE, 2015, p.3)

A carne de frango dispõe ênfase nas exportações do país, posicionada em segundo lugar no consumo mundial e com um período proveitoso que beneficia a elaboração. Segunda a proteína de origem animal mais consumida no mundo. Sua cadeia é favorecida pelo reduzido ciclo produtivo. Com somente 45 dias de vida o bicho está preparado para o abate, o que comprova alto rotativismo e eficiência da cadeia. Por pertencer um produto de pequeno preço, e com elevação competitiva em referência aos demais setores cárneos, o serviço detém grande capacidade em aguentar as novas exigências internacionais (BELUSSO E HESPANHOL, 2010; BRADESCO, 2015, *apud*, ARANDA, 2017, p.2).

O comércio exterior surgiu da necessidade entre países de fazerem trocas comerciais de bens ou serviços entre eles, devido ao impedimento de qualquer um fabricar tudo o que precisa. A elaboração de proteína animal se insere neste ambiente,

adequado a realidade de nações superpovoados que não logram preencher totalmente suas necessidades essenciais de alimentos. A carne de frango veste-se como uma dessas mercadorias, diante disso, significando uma das carnes mais consumidas no planeta, apropriando-se de um dever indispensável para a prosperidade do país (LUZ, 2001; BELUSSO; HESPANHOL, 2010, *apud*, ARANDA, 2017, p. 1)

### **3.4 Mercado Brasileiro de Frango na Liga Árabe**

Ao debatermos a exportação de proteína animal para a comunidade árabe, em especial, da proteína avícola, é fundamental considerarmos uma especificidade desse mercado: o abate “Halal”. Considerar esse fator cultural é, é necessário para melhorar a eficiência e possibilidades de crescimento do agronegócio brasileiro frente ao mercado islâmico mundial, que está em constante expansão no mundo, dado ao crescente aumento da população islâmica mundial como, também, o interesse de populações não muçulmanas em consumo de alimentos “Halal” como opção de alimentação mais saudável.

Conforme a apresentação do Departamento de Inteligência de Mercado da Câmara de Comércio Árabe Brasileira (CCAB), no ano de 2018, as embarcações de algumas mercadorias exibiram os mais bons ganhos para julho nos últimos dez anos no acumulado de janeiro a julho. Os lucros de carne do País à localidade do Oriente Médio, proporcionaram US\$ 7,1 bilhões, um acréscimo de 16,9% em comparação aos sete primeiros meses do ano anterior, o valor que as exportações brasileiras como por inteiro voltaram 4,7% na mesma paridade.

Agregando os países árabes, sucederam o terceiro principal destino dos produtos nacionais na época, atrás somente da China e dos Estados Unidos. A carne bovina, carne de frango, açúcar, milho e o minério de ferro arcaram por mais de 70% das embarcações do Brasil ao Oriente Médio e Norte da África na época.

Em números, contabilizou-se que a economia “Halal” mundial obteve a nota de US\$ 6,4 trilhões em 2018, o dobro dos US\$ 3,2 trilhões avaliados em 2012, de acordo com informações abordadas pela Autoridade de Padrões e Metrologia dos Emirados Árabes (Esma). (CAMPOS, AL SHEIKH, 2019, p.45).

#### **4 AS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE FRANGO HALAL PARA O “ORIENTE MÉDIO”**

O disposto capítulo tem por objetivo analisar alguns dos aspectos culturais que interferem nas negociações internacionais das agroindústrias brasileiras com o Oriente Médio, compreendendo que este mercado possui fortes traços culturais perante o mundo ocidental.

Um pequeno número de conceitos e valores são o fundamento para compreender parcialmente da cultura árabe, questões como família, religião lealdade e hospitalidade são de extrema importância para esses países. A religião foi uma das centrais chaves que formaram a sociedade e a cultura do Oriente Médio, sendo o Islamismo a religião oficial e mais praticada, influenciando em quase todos os aspectos da vida como leis, educação, roupas, comidas, rotinas diárias e, até mesmo, os diálogos são vigorosamente influenciados pelo Islã. Compreender sua atuação na cultura de negócios, é o primeiro passo para conduzir negociações de sucesso na região (BARRBIZ, 2011, *apud* MENDES, 2015, p.25).

Também, será abordado nesse capítulo, a rede de produção de carne de frango brasileira, que tem enorme atuação no comércio exterior. Os fabricantes brasileiros têm apostado na atualização da fabricação, somando, desse jeito, a capacitação produtiva. Com tal intensidade, o país já é o segundo colocado no ranking de produção de carne de frango, atrás apenas dos Estados Unidos. Além do mais, Brasil assume o posto no ranking de exportação desta commodity, percebido que a produtividade dos Estados Unidos é mais direcionada para o comércio interno, de acordo com a Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA 2018).

Neste caso, situa-se a rede de produção de frango de corte, que, no ano de 2017, chegou no rastro de 13,1 milhões de toneladas fabricadas, convertendo o Brasil no segundo fornecedor mundial de frango. Quão grande às exportações, no ano de 2017, estas totalizaram 4,32 milhões de toneladas exportadas, alcançando a primeira posição mundial. O Brasil, contou em 2016 com 50.524.652 fontes de abate, marcando no próprio ano uma consumação de 44,8 quilogramas/ano *per capita* (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROTEÍNA ANIMAL, 2018).

De acordo com dados da ABPA (2018), o Oriente Médio é um dos grandes importadores do frango brasileiro. Em 2018, importou do Brasil uma quantidade de

frango equivalente a mais de 2 bilhões de dólares, valor que representa 21% de toda a exportação brasileira para essa região, segundo dados do Ministério da Economia (2018). Tendo em vista o papel de destaque brasileiro na exportação de carne de frango e a grande capacidade de ganhos nesse setor, constata-se a relevância da presente pesquisa para avaliar o quanto o país é competitivo neste setor, tendo como objetivo central a análise das exportações brasileiras de frango para o Oriente Médio. Além disso, os resultados desta pesquisa poderão servir de subsídios para políticas diplomáticas, comerciais, culturais, e de comércio exterior.

#### **4.1 As dinâmicas culturais e religiosas no comércio com o mundo árabe**

Ex-diretor da CCAB, comentou na época que anualmente os países árabes importam por volta de US\$ 550 bilhões em produtos e o Brasil simboliza 2,5% desse montante. Alaby reforça que as exportações aos países árabes são capazes de triplicar até 2050. (MICHEL ALABY 2012, *apud*, FERREIRA, 2018, p.2).

De acordo com dados no site do Itamaraty, de 2005 a 2016, o comércio do Brasil com a Liga Árabe teve um aumento em cerca de US\$ 6,2 bilhões, passando de US\$ 10,5 bilhões para US\$ 16,7 bilhões. Cabe mencionar os países participantes da Liga Árabe: Egito, Argélia, Líbia, Sudão, Mauritânia, Marrocos, Tunísia, Djibuti, Iêmen, Omã, Arábia Saudita, Somália, Jordânia, Palestina, Líbano, Síria, Iraque, Kuwait, Bahrein, Catar, Emirados Árabes e a Autoridade Nacional Palestina. (FERREIRA, 2018, p.2)

A criação da Liga árabe ocorreu em 1945, na cidade do Cairo, no Egito, com o objetivo de articular e organizar as questões políticas e econômicas de seus países-membros em âmbito internacional. Os países fundadores foram Egito, Síria, Líbano, Jordânia, Iraque, Arábia Saudita e Iêmen. A Inglaterra foi a principal motivadora na sua criação, no decorrer da Segunda Guerra Mundial, para organizar uma frente local de combate à expansão imperialista alemã. Em seguida do término da Guerra, a Liga Árabe se converteu em um órgão de defesa dos países árabes. (PREPARAENEM, 2021)

Retomando os aspectos das potencialidades e especificidades comerciais com os países membros da Liga Árabe cabe destacar que o Islã será a religião com o maior crescimento mundial até 2050, sendo capaz de acercar do número de fiéis que o

cristianismo detém, o que representará cerca de 2,8 bilhões de fiéis, por volta 30% da população mundial. (PEWRESEARCH, 2017).

A forte influência social do Islã que estabelece regras de conduta aos seus fiéis, acaba por refletir na formatação dos negócios na região. O Alcorão, por sua vez, pode ser visto, inclusive, como um guia completo sobre conduta comercial, comportamento nas negociações, justiça, sistemas econômicos, nesse sentido, Helble afirma que:

Para muitos aspectos da vida diária, o Alcorão fornece de orientação muito específica e prática. Promulgada na Sharia, a Lei religiosa islâmica, essas regras são aplicadas em todos os países onde a Sharia é a autoridade legal final. (HELBLE, 2006, p.8)

No Alcorão sagrado, existe versículos, como o 3:130-131, que diz respeito a proibição dos juros, considerados como ambição. Particularidades deste modo não são muito exploradas na conduta de abrimento ou evolução de negócios nas nações árabes pelos donos de empresa brasileira. Nota-se, bastante, que há restrito compreensão a respeito do Ramadã e suas influências no comércio local ao longo dos dias de jejum, por exemplo.

Essas dinâmicas culturais com forte apelo social exigem uma preparação, do negociador internacional. É necessário aprofundar o conhecimento a respeito das regras e dos costumes da sociedade e, principalmente, de seu interlocutor, haja vista, que nem todo muçulmano é árabe e nem todo árabe é muçulmano.

(CORREIA 2015, *apud*, FERREIRA, 2018, p.6) enuncia que é significativo que se compreenda que os costumes partilhados pelos componentes de definidos grupos sociais demonstram hábitos que são capazes de suggestionar o resultado do método comercial. Estes costumes envolvem, de modo que, os princípios, as crenças, as normas e os comportamentos. Inteiros componentes abordados formam a cultura. Para (Helble, 2006, p.2), ao lado das diferenças individuais entre as pessoas, a cultura é a principal força motriz que destaca os seres humanos em grupos e, a linguagem e a religião são dois elementos que a determinam.

A religião, para (VAN DEN BERG *et al* 2008, *apud*, FERREIRA, 2015, p.6) conduz em direção ao comportamento humano e sua repercussão no mercado externo tem resultados positivos e negativos que se divergem de uma etnia religiosa

para outra. No Islã, o conjunto econômico é ligado e solidário aos demais problemas da vida, como o educacional, o social, e o moral. A ética e a moral são princípios essenciais no sistema econômico islâmico. (ISBELLE, 2008, *apud*, FERREIRA, 2018, p.6).

Ainda sobre a forte relevância cultural e religiosa no mundo muçulmano, (HASHIM, 2007, *apud*, FERREIRA, 2018, p.6), o termo Islã é um termo árabe que quer dizer, obediência, subordinação, submissão, darivar ou ceder-se sozinho. E, existindo o livro sagrado do Islã, o Alcorão, os muçulmanos têm de seguir as suas ordens.

Segundo (HASHIM, 2012, *apud*, FERREIRA, 2018, p.8) forma uma compreensível citação quanto aos não muçulmanos. Na opinião dele, tanto quanto os muçulmanos quanto os não muçulmanos precisam sobrepor-se as normas do Islã, isto é, nos exercícios religiosos, nas atividades sociais seja nas negociações. Todas as pessoas apresentam-se no dever de seguir a religião.

Conforme (SAEED, 2001, *apud*, FERREIRA, 2018, p.9), o ponto de vista islâmico é fundamentado nos conceitos da igualdade e da justiça, desenvolvendo recursos para formação de princípios e colaborando para soerguer o modelo de existência das pessoas através de atuações comerciais.

Nota-se pelos caminhos que a religião Islâmica dispõe um consentimento ético e honesto na linha dos negócios. É correto que há razão moralmente admissível por todo individuo humano e que seria capaz ser utilizado por todo intermediário, independente da religião.

Porém, é imprescindível que se possua entendimento de tantas questões culturais como maneira de encaminhamento das transações com os agentes muçulmanos. Deduz-se que o Islã dirige e induz a sociedade pensando nos negócios. (FERREIRA, 2018, p.9).

#### **4.2 Aspectos gerais do mercado e do método Halal nas exportações brasileiras**

O impacto das características culturais, apontadas no tópico anterior, no comércio internacional em si é visto, por exemplo, quando tratamos de transações com o setor alimentício. As carnes exportadas para consumo dos muçulmanos devem

ter Certificação *Halal*. Trata-se de um processo na qual uma sucursal controlada pelo governo ou uma organização islâmica reconhecida certifica o aval para a indústria praticar os procedimentos *Halal*, produzir, armazenar e comercializar produtos destinados aos consumidores muçulmanos (MDIC, 2017). É visível a necessidade de imposições de barreiras técnicas às transações comerciais e que condicionam os países exportadores à adaptação e flexibilização produtiva industrial em respeito à religião.

Nesta ocasião, vemos potencialidade de avanço no comércio com os países árabes e há carências a serem respondidas, como a Certificação *Halal*, fica relevante estimulador que se conviva o ponto de vista do mundo islâmico no comércio internacional.

Destaca-se que o entendimento islâmico nas negociações internacionais tem sido rejeitado pelos exploradores, apesar de compreendamos da florescente relevância das transações árabes no comércio exterior. (SAEED 2001, *apud*, FERREIRA, 2018, p.10).

Esse contexto concentra-se com certeza ao Brasil, progressiva quantidade de negociação com os mercados árabes e insuficiente aproveitamento por parte do conhecimento e do empresariado brasileiro sobre os pontos delicados como princípios morais e influência do Islã nas negociações e qualificação sobre as especificidades da religião.

A perspectiva religiosa islâmica garante uma importância considerável no campo da ética empresarial global por cinco razões: Primeiro, o Islã fornece um quadro que molda o comportamento moral e ético de um número crescente de consumidores muçulmanos em todo o mundo. Esses consumidores constituem cerca de um quarto da população mundial total e representam uma maioria em mais de 50 países. Segundo um número crescente de países muçulmanos representa alguns dos consumidores mais afluentes do mundo. Terceiro, tem havido um aumento do nível de investimento estrangeiro nos países árabes em anos recentes. Quarto, existe um impulso crescente para a formação de um bloco comercial muçulmano. Quinto, o atual humor político indica que parece haver um impulso definitivo para uma maior islamização de países onde os muçulmanos são maioria sob a forma de aplicação da lei islâmica a todas as facetas da vida e do pensamento. (SAEED, 2001, p.1, *apud* FERREIRA, 2018, p.10).

E entendida a relevância da avicultura para a balança comercial do país, percebido que somos o maior exportador de carne de frango do mundo (ABPA, 2017).



Hoje em dia, o comércio de produtos de nascença de carne avícola é mundial. Acontecimentos como a expansão da procura internacional por origens proteicas de origem animal e o crescimento em tecnologias de preservação desenvolveu os obstáculos geográficos do comércio em questão. Modificações tecnológicas em proteção e transporte estendem a vivência proveitosa da mercadoria e formam regiões geograficamente afastados. (FARINA, 1999, *apud*, DA SILVA, 2019, p.2).

Esse procedimento foi crucial para a agroindústria avícola brasileira, possibilitando que mercadorias das quais o serviço principal é a ave, feita em locais rurais do país que se tornem capacitados de ser vendidos nos mais distantes varejos. Junto dessas nações importadores de carne de frango brasileira se salientam aqueles do Oriente Médio, simbolizando, 35,1% das exportações dessas mercadorias (ABPA, 2017). Esses países são de maioria parte muçulmana, e desse modo, necessitam alimentos feitos conforme com os preceitos de fabricação *Halal*, que quer dizer aquilo que é permitido, lícito, posteriormente explicaremos de forma mais detalhado o conceito *Halal*.

Compreende-se que produtos *Halal* são aqueles permitidos ou lícitos para a religião Islã, e os preceitos Halal expressam um sentido básico, estabelecendo a norma de aceitação conforme com os requisitos de conduta islâmica *Shariah*, que, tem de ser seguida e colocada em total e qualquer prática, incluindo alimentar-se (KAMARUDIN *et al.*, 2012, *apud*, DA SILVA, 2019, p.3). Tendo como exemplo, para a carne de frango, tais exigências envolvem o procedimento de criação das aves, o abatimento e o manuseamento da carne.

Em observação dos dados proporcionados pela Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carne – ABIEC (2012) e pelo Centro de Divulgação do Islam para a América Latina – CDIAL (2013), infere-se que ao construir pontes comerciais com as nações do Oriente Médio exige-se dos exportadores brasileiros importante esforço logístico para conectar as práticas industriais e comerciais do Ocidente com os aspectos culturais do mundo muçulmano.

Para exportar aos países de majoritária influência islâmica a indústria brasileira de frangos necessita abater o animal sob os preceitos daquela religião. A prática é chamada de Abate *Halal*, que no idioma árabe significa Abate Legal, lícito. Para os muçulmanos, apenas os alimentos *Halal* podem ser ingeridos. Tendo isto em vista,

para ser um frango com tal certificação é imprescindível que a ave seja abatida sob as regras do método de abate de frangos de corte que recebe tal designação.

O procedimento tem de ser acompanhado por inspetores muçulmanos que certificam e garantem o cumprimento das normas ditadas no Alcorão Sagrado: os bichos a serem abatidos tem de estar saudáveis e estarem aceito pelas competências sanitárias; precisam ser abatidos por um muçulmano que já possua chegado a puberdade, que irá expressar o nome de *Alá* ou proferir orações que abranjam seu nome. No decurso do abate, o animal tem que estar voltado para a Meca (cidade na Arábia Saudita vista como a mais sagrada da terra para a nação muçulmana) e não pode encontrar-se com sede no instante do abate (CDIAL, 2013).

A faca utilizada no abate precisa estar bem afiada e, em eventualidade alguma pode ser afiada em frente do animal. O abate tem de ser realizado no pescoço em movimento de meia-lua, cortando as três principais artérias (jugular, traqueia e esôfago), promovendo assim uma morte mais rápida possibilitando um menor sofrimento executável. Após, o sangue tem que ser completamente retirado da carcaça (CDIAL, 2013). Outra questão considerável é referente ao transporte, armazenagem, preparação e condicionamento que necessitam ser apenas para produtos *Halal* (ABIEC, 2012).

Conforme a questão da fidelidade de muçulmanos na certificação *Halal* para produtos que seguem esse ritual exigem outros cuidados específicos na produção do frango: se não há uso de elementos proibidos; se os revestimentos de embutidos não se derivam de entranhas do intestino de porco; e se o parâmetro de abatimento foi efetuado dentro das normas *Halal*. Atualmente, existem testes minuciosos fundamentados em identificação de proteína e DNA, para averiguação de prováveis infectantes de origem animal não *Halal*, como matéria suína, por exemplo. (Nakyinsige *et al.* 2012, p.207-214).

### **4.3 Estrutura da Rede *Halal* de frango**

A rede Inter organizacional dos exportadores de frango *Halal* do Brasil é de natureza íntimo e estendido, visto que não existe uma instituição que disponha o comando absoluto. As entidades associadas optam colaborar até certo comando, visto que esse tipo de acordo possibilita o acúmulo de interesses, sem impedir a liberdade

de ação estratégica dos seus componentes (BALESTRIN & VARGAS, 2004, *apud*, ALSSABAK, 2014, p.8).

A rede dos exportadores de frango *Halal* brasileiro é formada pelos Exportadores e Produtores, Centros Islâmicos, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Ministério das Relações Exteriores (MRE), Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), Agência Nacional de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX), Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA) e Câmaras de Comércio.

Na rede dos exportadores do frango *Halal* brasileiro a divisão das funções vitais da rede foi identificada na pesquisa de campo do autor ALSSABAK, NAWFAL ASSA MOSSA (2014). Esta rede, responsável pela gestão do processo de certificação Halal estrutura-se da seguinte maneira:

- a) Os Centros Islâmicos são responsáveis por examinar, capacitar e acompanhar o processo de produção e condução do abate *Halal* nos frigoríficos. A carne somente é exportada através da documentação de certificação emitida. Os centros têm ainda o objetivo de difundir os ensinamentos islâmicos e oferecer ajuda social à comunidade, em especial à islâmica, como exposto nas entrevistas com suas máximas autoridades religiosas locais (Sheiks) e no material institucional (impresso e internet).
- b) O Governo, composto pelos Ministérios (MAPA, MRE e MDIC) e pela APEX, é um regulador que está próximo aos exportadores como intermediário oficial nas relações do comércio internacional do país. O governo ainda incentiva a promoção de feiras internacionais por meio de suas agências e ministérios, tal como relatado pelo embaixador do Brasil no Iraque.
- c) A Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA) é responsável por congrega as associações de produtores e exportadores, promovendo o Halal Brasil no mundo, por exemplo, divulgando documentos institucionais elaborados exclusivamente para tal finalidade. Ela recebe ajuda do governo para realizar eventos e ações que promovam o produto nacional, além de apoiar diretamente as ações conjuntas dos frigoríficos (i.e., participação em feiras, fóruns, simpósios, organização de informações do setor).
- d) As Câmaras de Comércio são responsáveis por estabelecer relações comerciais entre o Brasil e os países do Oriente Médio. Possuem como principal atribuição a legalização de documentos dos produtos brasileiros exportados para países muçulmanos, chancelando o trabalho dos centros islâmicos. As Câmaras auxiliam também em atividades de divulgação do produto brasileiro no mercado internacional (i.e., estudos das tendências do mercado islâmico, promoção de feiras, convite e acompanhamento de autoridades dos países envolvidos em exportação de frango).
- e) Os frigoríficos são responsáveis pela produção do frango, seguindo os requisitos do Islamismo. Isso foi não somente verificado no discurso dos entrevistados, como também em visitas *in loco* em unidades produtivas de São Paulo e Rio Grande do Sul. Eles realizam a atividade *core* da rede, que é o abate do frango *Halal*, recebendo incentivos e suporte dos demais atores da rede. (ALSSABAK, NAWFAL ASSA MOSSA, 2014, p.10).

O compromisso é um componente essencial para as redes, pois, em uma empresa os interesses coletivos devem ser priorizados no propósito de garantir a conservação das relações de longo prazo. O compromisso é a confiança devem ser articuladas, no sentido do importador e o produtor do frango *Halal* agirem de acordo com as regras explícitas ou tácitas que determinam respeitavelmente ou não o funcionamento da rede.

Apesar da responsabilidade entre companhias como elo fundamental para as redes, na rede exportadora de frangos *Halal* há também a necessidade de um forte comprometimento com os formalismos sagrados de todos os muçulmanos que consomem alimentos lícitos. Como o produto *Halal* necessita de normas religiosas para ser fornecido, o compromisso com essas condutas é algo crucial à rede. É imprescindível acomodar o lugar e a maneira de trabalho para atestar fidelidade a mercadoria, motivo que induz a competência da rede em competir internacionalmente.

A crença entre os agentes da rede exportadora de frango *Halal* fundamenta-se em certos atributos compartilhadas, como personalidade religiosa, aprendizados familiares, e cultura em comum. Ou seja, a credibilidade e a confiança aparece e se ampara a partir da identidade entre seus parceiros, resultante de causas culturais e sociais. O frango *Halal* é validado pela certificação concedida às entidades comprometidas na elaboração da produção, havendo uma responsabilização entre a corporação que proporciona a certificação e a corporação fornecedora, compromisso esse, que é rigorosamente interligado aos princípios da religião.

Ao lado de Estados Unidos e China, o Brasil consolida-se entre os soberanos exportadores mundiais de frango. Em sequência decrescente de 98% do produto exportado de carne de frango brasileiro continuam na direção de Arabia Saudita, Emirados Árabes, Kuwait, Iraque, Iêmen, Omã, Catar, Jordânia, Irã e Barein (ABPA, 2014).

Em relação a carne de frango produzida no Brasil, conforme a União Brasileira de Avicultura (UBABEF, 2013, 2014), nos anos de 2012 e 2013 cerca de 12% e 13%, na devida ordem, dos produtos vendidos possuíram como rumo a Arábia Saudita (principal importador de produtos avícolas com certificação *Halal*). Nesses mesmos anos, foram encaminhados ao Oriente Médio mais de 1 milhão de toneladas (principal território importador de carne de frango *Halal* de origem brasileira), caracterizando 25,6% (2012) e 26,4% (2013) do montante exportado. As grandes companhias da

indústria hoje em dia possuem certificação Halal, conforme apontam informações do Centro de Divulgação do Islam para a América Latina (CDIAL,2013).

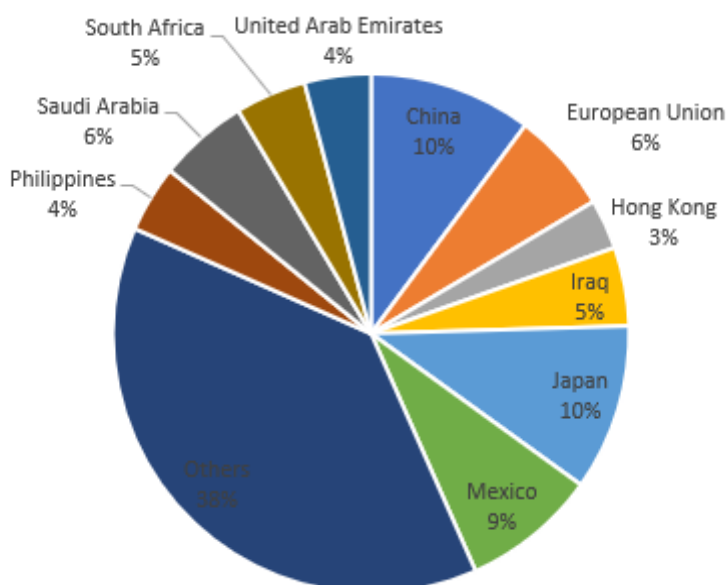
Utilizando como indicador do mercado do frango Halal produzido no Brasil os países do Oriente Médio, mostra-se transparente a relevância e o mérito da região como consumidor da manufatura avícola brasileira. Só no ano de 2013 esta região foi consumidora de mais de 33% do total de carne de frango exportada. Conforme nos mostra a última publicação da principal associação do setor (ABPA, 2017), no ano de 2016 o Brasil se manteve como maior exportador global de carne de frango (segundo maior produtor, atrás dos Estados Unidos) e 35,1% (1.539.170 toneladas) desse total tiveram como destino o Oriente Médio.

#### 4.4 Perfil das exportações brasileiras de Frango *Halal* para o mundo muçulmano

Como já apontado, o Brasil é protagonista no cenário mundial de produção de proteína animal, especificamente de frango. Este fator, associado as boas relações diplomáticas construídas ao longo do tempo, em especial, na primeira década dos anos 2000, com os países do Oriente Médio, fizeram do Brasil um importante *player* na produção de produtos com certificação Halal.

Para isso, podemos aferir, segundo o gráfico abaixo, o importante papel dos países do Oriente Médio na constituição do setor produtivo brasileiro do agronegócio, neste caso, especialmente, da indústria frigorífica.

Gráfico 1 - Os 10 principais importadores de carne de frango de origem brasileira (2021)

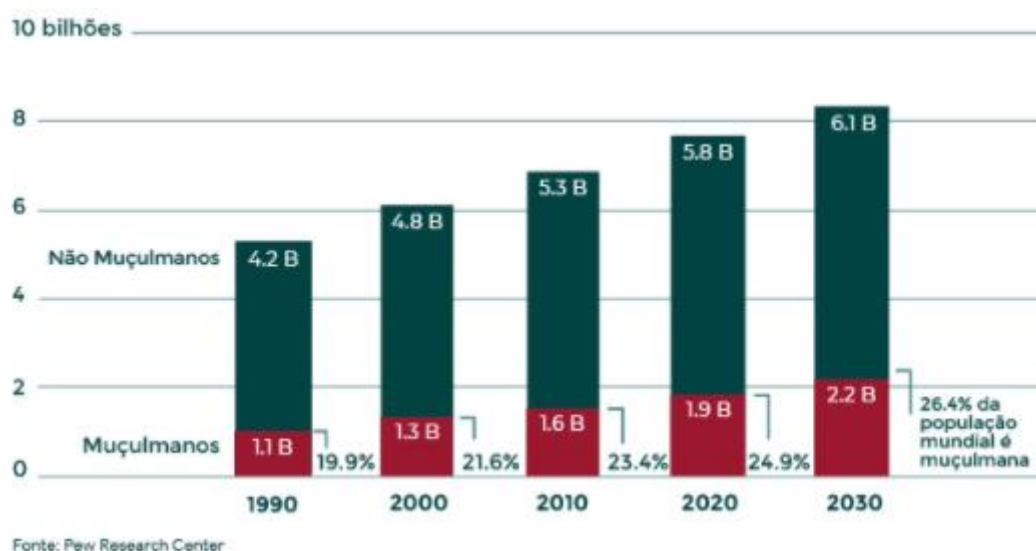


Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados obtidos na USDA.

O gráfico ilustra as exportações mundiais de frango, entre os top 10 maiores dos importadores de frango, existem 3 representantes que tem população muçulmana, neste gráfico é possível perceber como são relevantes esses países, sem deixar de mencionar a África do Sul que tem em torno de 59 milhões de habitantes segundo fontes do Banco Mundial, Eurostat, com uma grande quantidade de muçulmanos e impacta de forma direta na balança comercial brasileira,

A ideia é apresentar, em sentido mais amplo, a importante presença de países árabes, de maioria muçulmana, ou seja, consumidora de produtos Halal, nos fluxos comerciais do frango brasileiro. Pode-se perceber, por exemplo, o caso da Arábia Saudita, com uma população em torno de 35 milhões de habitantes, sendo 90% de muçulmanos. Trata-se, assim, de um mercado consumir importante na atual pauta de exportações do frango brasileiro e com gigantesca capacidade de crescimento.

Também é importante ressaltar que a população muçulmana, segundo dados da Pew Research, demonstrados na figura abaixo, apresenta alta taxa de crescimento demográfico, com possibilidades de um crescimento vertiginoso na próxima década.



**Figura 1 – Muçulmanos em relação à população mundial, 1990-2030.**

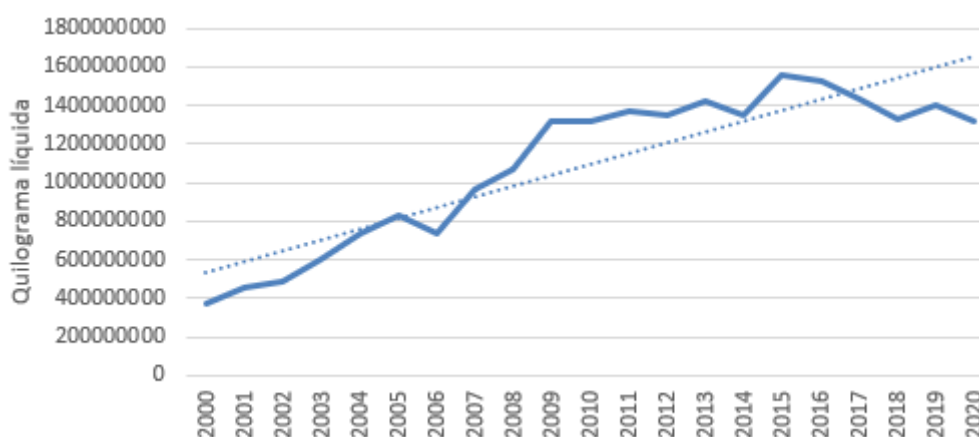
Fonte: Pew Ressearch Center, retirada do site da Cdial Halal.

A projeção para 2030, tanto as famílias estão aumentando, quanto pessoas se convertendo ao islã, se isso continuar, esses países vão demandar mais produtos de categoria Halal, sem mencionar o período de Ramadã, Nele, podemos inferir que o

aumento da população mundial muçulmana tende a crescer, se analisarmos o gráfico vemos o tamanho de impacto da religião muçulmana ao longo dos anos, conseqüentemente isso irá gerar maior demanda de alimentos Halal, o que mostra a importância do Brasil nesse segmento de mercado aos países árabes.

Neste sentido pode-se perceber, segundo dados obtidos junto ao ComexStat – no gráfico a seguir – o crescimento contínuo das exportações de frango brasileiro para o mercado do Oriente Médio.

**Gráfico 2 - Exportações do Brasil ao Oriente Médio relativo aos itens de carnes e miudezas comestíveis, frescas, refrigeradas ou congeladas de aves. (Nomenclatura Internacional, SH4).**

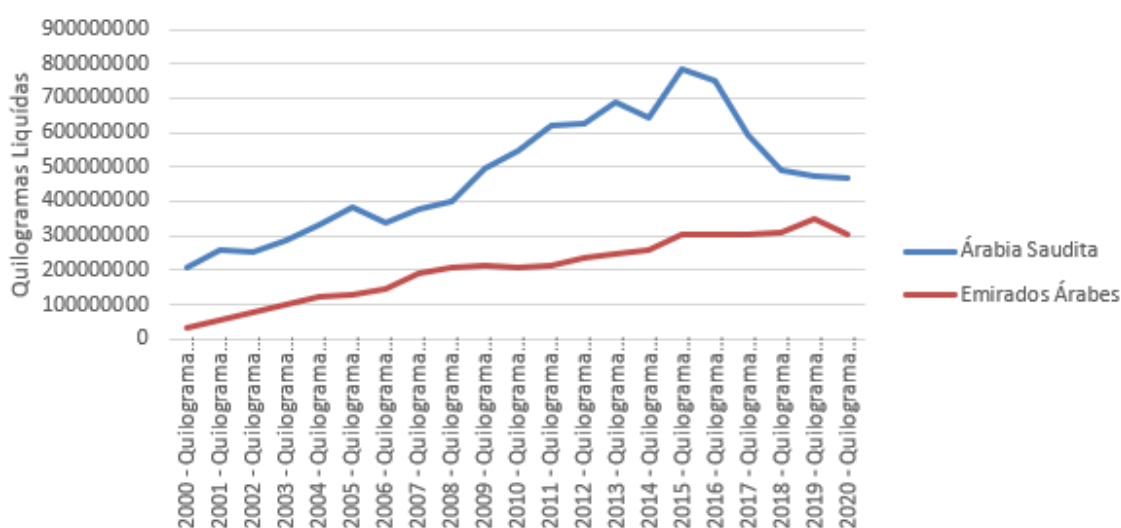


Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados obtidos no ComexStat.

Esse gráfico mostra ao longo dos 20 anos, que as exportações brasileiras ao Oriente médio tiveram uma tendência crescente, possivelmente, em decorrências das boas relações diplomáticas estabelecidas pelo governo brasileiro durante o mandato presidencial de Lula da Silva (TIBLE 2013 *apud* SANTOS, 2015, p.56). Este assunto, trabalhado no primeiro capítulo dessa monografia, sinaliza as estratégias do referido período da diplomacia brasileira, priorizando as relações políticas e comerciais de tendência Sul-Sul, como estratégia do Itamaraty na consolidação da projeção internacional do Brasil. na época, com a crescente de pessoas se convertendo ao Islã. Como o frango é um produto mais barato relativo, a demanda por esse alimento se tornou maior, no ano de 2018, 2019, percebemos um fato interessante, começou a se discutir a mudança da embaixada do Brasil de Telavive para Jerusalém e

relativamente o que pode ser explicado e que as exportações mostraram uma queda, pode estar relacionado com a mudança de que o governo Bolsonaro, de transferir a representação diplomática do Brasil em Israel para Jerusalém. Atualmente, a embaixada do Brasil no país fica em Telavive. De certa forma essa atitude ameaçou os países de grande maioria muçulmana do Oriente Médio.

**Gráfico 3 - Exportações do Brasil para Arábia Saudita e Emirados Árabes – carnes e miudezas comestíveis, frescas, refrigeradas ou congeladas de aves.**



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados obtidos no ComexStat.

Esse gráfico está mostrando as exportações do Brasil para Emirados Árabes e Arabia Saudita, por que esses países? foram selecionados através do 1º gráfico dos top 10. No entanto a escala para o país Iraque, comprometeu a análise dos resultados, por que nas quantidades o Iraque tem uma compra menor, quando projetei o gráfico, ficou uma linha reta e a escala dele foi comprometida, uma vez que esse país tem uma compra menor comparada aos outros dos países, a escala não trouxe informações relevantes para a análise que eu queria fazer, optou-se por deixar esses 2 para essa análise, portanto foi retirado o Iraque.

E possível perceber uma queda nos períodos de 2018 e 2019, principalmente para Arábia Saudita, que é que tem mais importância nas relevâncias das importações. A Arabia Saudita importa mais carne, possivelmente, por que é um país onde tem em torno de uma população de 35 milhões, cuja 90% do expressivo número seja muçulmanos, segundo site TodaMatéria eles consomem alimentos Halal, durante



todo o ano, pelo fato de seguir os preceitos da religião, e provavelmente pela certificação do selo da qualidade do produto, além do mais todos os anos tem o mês sagrado do Ramadã no qual os muçulmanos importam e consomem mais alimentos Halal nesse período, provavelmente por isso a expressividade das exportações, pelo fato de ter muçulmanos no país.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a construção dessa pesquisa, conclui-se a importância das aproximações e aprimoramento, das relações diplomáticas do Brasil com Oriente Médio.

Ao longo dos tempos as relações tiveram suas altas e baixas, como qualquer relacionamento, porém foi no período que antecede o governo Lula, que tivemos um esfriamento por parte das autoridades brasileiras, ao decorrer dos anos vimos a importância que essa região tem para o Brasil e para a fomentação de exportações brasileiras na localidade.

Após Lula se eleger obtivemos um crescimento tanto diplomático como comercial na região do Oriente Médio. Dando mais ênfase a assuntos de interesses a região, sendo mediador algumas vezes de alguns conflitos perante Israel e Palestina, isso fez com que o Brasil ganhasse uma nova posição é uma confiança frente aos países do Oriente Médio, resultando com que as exportações de carne de frango para o Oriente Médio batessem recorde em 2004.

É relevante destacar, como visto no trabalho, que é uma comunidade grande e avassaladora consumidora de produtos Halal. No entanto, para que a inserção comercial brasileira possa gerar resultados positivos para a balança comercial, deve-se antes de mais nada, como parte fundamental do acordo entre ambas nações compreender e desenvolver respeitar os costumes e princípios muçulmanos e levar em conta a cultura de negócios daquela sociedade.

Torna-se necessário, também, apontar que fatores culturais influenciam as práticas do Comércio Internacional. Os números e os dados estatísticos também colaboram para esta demonstração na percepção de que indicam para um aumento importante do comércio do Brasil com os países árabes justamente desde o instante em que passou a aplicar melhor concentração às particularidades culturais desses mercados.

Em relação a proteína animal Halal, o Brasil assumiu liderança nisso e a margem de crescimento, e de melhorar, como visto nos gráficos e nas figuras do trabalho. Portanto como relatado, para que as relações diplomáticas e comerciais se mantenham solidas entre ambas nações, o Brasil tem de levar em consideração a melhoria nas relações diplomáticas na região com os países Árabes, evitando ações que não favorecem o comércio com a região. Visto que esse mercado só tende a crescer, é importante manter um bom diálogo com as autoridades e os bons modos

com a região, caso o Brasil queira seguir exportando e lucrando com os países do Oriente Médio.

## REFERÊNCIAS

Agência de Notícias Brasil-Árabe. **ANBA**, Comércio do Brasil com Liga Árabe tem superávit de US\$ 6 bi. 26/01/2021. Disponível em: <<https://anba.com.br/comercio-do-brasil-com-liga-arabe-tem-superavit-de-us-6-bi/>>. Acesso em: 15 de out.2020.

Agência de Notícias Brasil-Árabe. **ANBA**, Exportações do Brasil aos árabes cresceram 27% em julho. 26/08/2019. Disponível em: <<https://anba.com.br/exportacoes-do-brasil-aos-arabes-cresceram-27-em-julho/>>. Acesso em: 12 de out.2020.

ALSSABAK, NAWFAL ASSA MOSSA. **A INFLUÊNCIA DOS ASPECTOS SOCIAIS NA COMPETITIVIDADE DAS REDES INTERORGANIZACIONAIS: A Experiência da Rede dos Exportadores de Frango Halal Brasileiro**. 2014. Tese de Doutorado. Universidade Nove de Julho. Acesso em 16 de jun.2020.

ARANDA, Marli Aguirre et al. Panorama da avicultura: Balanço do comércio brasileiro e internacional. **Revista Espacios**, v. 38, n. 21, p. 1-8, 2017. Acesso em 17 de abr.2020.

Avisite O Portal Da Avicultura. **AVISITE**, Frango Halal exportado: quase 1 milhão de toneladas no 1º semestre. 22/07/2020. Disponível em: <<https://www.avisite.com.br/index.php?page=noticiasclippings&id=38785>>. Acesso em 15 de abr.2020.

BARBOSA, Rubens Antônio. Os Estados Unidos pós 11 de setembro de 2001: implicações para a ordem mundial e para o Brasil. **Revista Brasileira de Política Internacional**, v. 45, n. 1, p. 72-91, 2002. Acesso em 05 mar.2021.

BONELLI, Regis. O desempenho exportador das firmas industriais brasileiras e o contexto macroeconômico. **As empresas brasileiras e o comércio internacional. Brasília: IPEA**, p. 271-315, 2006. Acesso em 14 de fev.2021.

Câmara de Comércio Árabe-Brasileira. **CCAB**, Disponível em: <<https://www.ccab.org.br/>>. Acesso em: 14 de maio.2020.

CAMPOS, James Eduard; AL SHEIKH, Sant Anna–Yunus Mustafa. VARIÁVEIS SOCIO RELIGIOSAS DO MERCADO HALAL E O CRESCIMENTO DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO. **REVISTA CONEXÃO UNIVERSITÁRIA DA FDB**, v. 1, n. 1, p. 44-46, novembro 2019. Acesso em 12 de fev.2021.

CASARÕES, Guilherme; VIGEVANI, Tullo. **O lugar de Israel e da Palestina na política externa brasileira: antissemitismo, voto majoritário ou promotor de paz?** São Paulo. 2014. Acesso em 05 de out.2020.

CDIAL, Centro de Divulgação do Islã para América Latina. Mercado Halal. Brasil, 2013. Disponível em: <<https://www.cdialhalal.com.br/>>. Acesso em 12 de abr.2021.

CERVO, Amado Luiz. Política exterior e relações internacionais do Brasil: enfoque paradigmático. **Revista brasileira de política internacional**, v. 46, n. 2, p. 5-25, 2003. Acesso em 07 de out.2020.

CHALLITA, Mansour. **O Alcorão**: Livro Sagrado do Islã. 8. ed. Rio de Janeiro: Edições BestBolso, 2015. Acesso em 17 de set. 2020.

CNN, Para chanceler brasileiro, Israel não merece um líder como Sharon, 5 de abril de 2002. Disponível em: <http://www.pazagora.org/2002/04/posicao-do-brasil-no-conflito-israel-nao-mereceprimeiro-ministro-que-tem/>. Acesso em 24 jan.2020.

**COMEX STAT**. Portal de estatísticas do comércio exterior do Brasil. Disponível em: <<http://comexstat.mdic.gov.br/pt/home>>. Acesso em: 26 de mar.2021

COSTA, Luciano de Souza; GARCIA, Luis Alberto Ferreira; BRENE, Paulo RA. Panorama do setor de frango de corte no Brasil e a participação da indústria avícola paranaense no complexo dado seu alto grau de competitividade. **Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade, São Paulo**, 2015. Acesso em 15 de nov.2020.

DA SILVA, ANDRÉ LUIZ REIS; KUNRATH, BRUNA. O Brasil como mediador da paz no Oriente Médio Brazil intermediates peace in Middle East. 2009. Acesso em 11 set.2020.

DA SILVA, Pedro Xavier; ARTUZO, Felipe Dalzotto; CANOZZI, Maria Eugênia. MERCADO BRASILEIRO DE FRANGO HALAL: INFLUÊNCIAS DO AMBIENTE INSTITUCIONAL E BARREIRAS À ENTRADA. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, v. 12, n. 3, p. 935-956, 2019. Acesso em 25 de nov.2020.

DE NEGRI, Fernanda et al. **Desempenho comercial das empresas estrangeiras no Brasil na década de 90**. 2003. Acesso em 20 de out 2020.

DE NEGRI, João Alberto Organizador; ARAÚJO, Bruno César Pino Oliveira de Organizador. As empresas brasileiras e o comércio internacional. 2006. Acesso em 23 de out.2020.

DESILVER Drew; MASCI David. WORLD'S MUSLIM POPULATION MORE WIDESPREAD THAN YOU MIGHT THINK. **Pewresearch.org**, Washington DC, 31 de jan. de 2017. Disponível em: < <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/01/31/worlds-muslim-population-more-widespread-than-you-might-think/>>. Acesso em: 16 de nov.2020.

DO PRADO, Débora Figueiredo Barros; MIYAMOTO, Shiguenoli. **A política externa do governo José Sarney (1985-1990)**. Volume 8/número 16/janeiro 2010 ISSN 1677-4973, p. 67. 2010. Acesso em 09 de ago.2020.

EMIRATES AUTHORITY FOR STANDARDIZATION AND METROLOGY. **Annual Report. Emirates Authority for Standardization and Metrology**. 2019. Disponível em: <https://www.esma.gov.ae/en-us/Open-Data/Pages/Annual-Reports.aspx>. Acesso em 15 de jul.2020.

FARES, Seme Taleb. **O Pragmatismo do Petróleo: as relações entre o Brasil e o Iraque**. 2007. Acesso em 03 de nov.2020.

FERREIRA JUNIOR, Roberto. O perfil negocial e a religião islâmica a serem considerados por negociadores brasileiros nos países árabes. **Gestão e desenvolvimento de negócios internacionais-Unisul Virtual**, 2018. Acesso em 24 de ago.2020.

FERREIRA, Wallace. Política Externa do Governo Lula: Coalizões ao Sul como Alternativa Multilateral. **Revista Debates**, Porto Alegre. 2009. Disponível em:<<http://seer.ufrgs.br/debates/article/viewFile/8351/5452>>. Acesso em 16 set.2020.

GONÇALVES, Williams; TEIXEIRA, Tatiana. Considerações sobre a política externa brasileira no governo Bolsonaro e as relações EUA-Brasil. **Sul Global**, v. 1, n. 1, p. 192-211, 2020. Acesso em 12 mar.2021.

HELBLE, Mathias et al. On the influence of world religions on international trade. **Journal of Public and International Affairs**, v. 17, n. 11, p. 279-88, 2006. Acesso em 05 de abr.2021.

LAMPREIA, Luiz Felipe. **O Brasil e os ventos do mundo: memórias de cinco décadas na cena internacional**. Objetiva, 2010. Acesso em 11 fev.2021.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos da metodologia científica. In: **Fundamentos da metodologia científica**. 2010. p. 320-320. Acesso em 25 de ago.2020.

MELO, Vinícius Xavier de. A barreira da cultura no comércio exterior: influência da cultura nas relações comerciais Brasil–Mundo Árabe e estratégias de promoção comercial. 2006. Acesso em: 13 de jun.2020.

MENDES, Gustavo Miranda. A influência dos aspectos culturais nas negociações internacionais das agroindústrias brasileiras com o oriente médio. 2015. Acesso em 16 de abr.2020.

MESSARI, Nizar. O Brasil e o Mundo árabe. **Relações internacionais do Brasil: temas e agendas. São Paulo: Saraiva**, v. 1, p. 299-320, 2006. Acesso em 11 fev.2021.

MINISTÉRIO das relações exteriores. **Nota à Imprensa nº 225, 21/10/1993**. Acesso em 11 fev.2020.

NAKYINSIGE, Khadijah; MAN, Yaakob Bin Che; SAZILI, Awis Qurni. Halal authenticity issues in meat and meat products. **Meat science**, v. 91, n. 3, p. 207-214, 2012. Acesso em 14 de mar.2020.

ORIENTE médio. Toda Matéria, 2020, Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/oriente-medio/>>. Acesso em: 25 de mar.2021.

PENA, Rodolfo LIGA ÁRABE. **Prepara Enem**, c2021. Disponível em: <<https://www.preparaenem.com/geografia/liga-arabe.htm#:~:text=Sua%20cria%C3%A7%C3%A3o%20aconteceu%20em%201945,lraque%2C%20Ar%C3%A1bia%20Saudita%20e%20I%C3%AAmen.>>. Acesso em 06 de abr.2021.

PREISS, José Luiz Silva. As Relações Brasil Oriente Médio (1964-1991): face à rivalidade argentina e sob a égide estadunidense. **PPG História – PUCRS**. 2013. Acesso em 01 de out.2020.

POBLACIÓN total. Banco Mundial, 2019, Disponível em: <<https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>>. Acesso em: 26 de mar.2021.

QUEIROZ, Rodrigo A IMPORTÂNCIA DO ALIMENTO HALAL DO BRASIL PARA O MUNDO. **SCOTCONSULTORIA**, c2020. Disponível em: <<https://www.scotconsultoria.com.br/imprimir/noticias/52733#:~:text=O%20Brasil%20%C3%A9%20o%20maior,com%20a%20Ministra%20da%20Agricultura.>> Acesso em 11 de abr.2021.

ROUSSEFF, Dilma. Discurso da Presidenta da República, Dilma Vana Rousseff, durante a cerimônia de posse no Congresso Nacional. In: BRASIL. (MRE). **Diplomacia pública: discursos e entrevistas**. Brasília, 01 jan.2011. Disponível em: < <http://www.itamaraty.gov.br/>> Acesso em: 03 out.2020.

SANTANA, Carlos Ribeiro. O aprofundamento das relações do Brasil com os países do Oriente Médio durante os dois choques do petróleo da década de 1970: um exemplo de ação pragmática. **Revista Brasileira de Política Internacional**, v. 49, n. 2, p. 157-177, 2006. Acesso em 10 de mar.2020.

SANTOS, Deijenane Gomes dos. **O Oriente médio na política externa do Governo Lula (2003-2010)**. 2015. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pernambuco. Pag – 60. acesso em 02 de out.2020.

SARAIVA, Miriam Gomes; SILVA, Álvaro Vicente Costa. **Ideologia e pragmatismo na política externa de Jair Bolsonaro**. 2019. Acesso em 02 out.2020.

SILVA, André Luiz Reis da; PILLA, Bruno. O Oriente Médio na política externa brasileira (1947-2011): aproximação, distanciamento e engajamento. **Ciências & Letras**, Porto Alegre. 2012. Acesso em 04 de out 2020.

SISTEMA CONSULAR INTEGRADO. 20 ago. 2014. Disponível em: [http://daimre.serpro.gov.br/atos-internacionais/bilaterais/1993/b\\_81\\_2011-10-04-15-03-24/](http://daimre.serpro.gov.br/atos-internacionais/bilaterais/1993/b_81_2011-10-04-15-03-24/). Acesso em: 09 de abr.2020.

UNIÃO BRASILEIRA DE AVICULTURA (UBABEF). **Relatório Anual 2013**. São Paulo, 2013. p. 57. Acesso em 11 de abr.2020.

UNIÃO BRASILEIRA DE AVICULTURA (UBABEF). **Relatório Anual 2014**. São Paulo, 2013. p. 55. Acesso em 12 de abr.2020.