

**UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE MESTRADO EM COMUNICAÇÃO**

SÉRGIO LUÍS DE MARTIN

COMUNICAÇÃO E ATEÍSMO: NOVAS CONTEXTURAS NO BRASIL.

**SÃO CAETANO DO SUL
2014**

SÉRGIO LUÍS DE MARTIN

**COMUNICAÇÃO E ATEÍSMO: NOVAS CONTEXTURAS NO
BRASIL.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Área de concentração: Comunicação, Inovação e Comunidades.

Linha de Pesquisa: Transformações Comunicacionais e Comunidades

Orientador: Professor Doutor Gino Giacomini Filho

**SÃO CAETANO DO SUL
2014**

Ficha Catalográfica

De Martin, Sérgio Luís

Comunicação e ateísmo: novas contexturas no Brasil. -- São Caetano do Sul: USCS / Universidade Municipal de São Caetano do Sul, 2014.
92 p.

Orientador: Prof. Dr. Gino Giacomini Filho

Dissertação (mestrado) - USCS, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Programa de Mestrado em Comunicação, 2014.

1. Comunicação 2. Teologia 3. Marketing 4. Publicidade e Propaganda I. Giacomini Filho, Gino. II. Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Programa de Mestrado em Comunicação. III. Título.

UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL

Reitor: Prof. Dr. Marcos Sidnei Bassi

Pró-Reitora de Pós-Graduação e Pesquisa: Prof^a. Dr^a. Maria do Carmo Romeiro

**Gestor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação: Prof. Dr. Herom Vargas
Silva**

Dissertação defendida e aprovada em 24 de fevereiro de 2014 pela Banca Examinadora constituída pelos professores:

Prof. Dr. Gino Giacomini Filho _____
Orientador
PPGCOM USCS

Prof. Dr. Daniel dos Santos Galindo _____
Convidado PPGCOM UMESP

Prof.^a. Dr.^a. Regina Rossetti _____
Convidado PPGCOM USCS

Dedico este trabalho ao meu filho Luigi que apenas com um olhar me emociona, ao meu avô Abílio que com simplicidade soube sempre nos ensinar, aos meus pais Benedicto e Maria José que sempre me deram todo o apoio necessário, a minha noiva Cibele que foi a grande incentivadora para a realização desse mestrado e aos grandes amigos entre tantos, Nilson, David, Robson, especialmente ao Prof. Fernando F. de Almeida (Fefeu) e ao Prof. Dr. José de Medeiros, sempre um exemplo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiro ao meu orientador Prof. Dr. Gino Giacomini que acreditou e lutou pela realização dessa dissertação. Também ao Daniel Sottomaior pela disposição em colaborar com informações relevantes sobre a ATEA, da qual é presidente, ao prof. Dr. Daniel Galindo pelas informações e leituras apresentadas e indicadas para o incremento desse trabalho, à Prof^a. Dr^a. Regina Rossetti com as suas correções impecáveis e que apresentou e me fez admirar Nietzsche.

Agradeço também a Deus por Ele ter feito parte como objeto de estudo neste trabalho e gerar todo esse conflito, e não menos importante, agradeço também as demais religiões e aos meios de comunicação que sem a intolerância sobre os ateus, esse trabalho não seria possível.

GÊNESIS

CAPÍTULO 1

01. No princípio criou Deus os céus e a terra.

26. E disse Deus: Façamos o homem à nossa imagem, conforme a nossa semelhança; e domine sobre os peixes do mar e sobre as aves dos céus, e sobre o gado, e sobre toda a terra, e sobre todo o réptil que se move sobre a terra.

27. E criou Deus o homem à sua imagem; à Imagem de Deus o criou; homem e mulher os criou.

(Bíblia Sagrada – Antigo Testamento)

“O homem evoluiu do macaco”
(Darwin)

RESUMO

Os últimos censos brasileiros mostraram expressivo crescimento do número de cidadãos definidos como “Sem Religião”, nos quais estão incluídos os ateus. No entanto, os céticos religiosos parecem não dispor de meios de comunicação proporcionalmente à sua relevância, ou que expressem sua ideologia e valores morais. São partes de novas contexturas que justificam e caracterizam o presente estudo. Trata-se de um estudo exploratório que faz uso de referencial teórico sobre religião e ateísmo, além de lidar com a comunicação nesse contexto. A fim de materializar o objeto pesquisado, elaborou-se um estudo de caso com a Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos dando ênfase aos seus aspectos institucionais e comunicacionais. Os resultados mostram que as posturas dos meios de comunicação transitam de uma expressão responsável à preconceituosa para com a comunidade ateia, e que esta sofre restrições para difundir conteúdos, posições e opiniões na mídia tradicional, tendo que atuar de forma reativa e usar formas alternativas de comunicação como eventos, encontros, websites e mídias sociais para se expressar.

Palavras-chave: 1.Comunicação 2.Ateísmo 3.Mídia e religião 4.Intolerância religiosa 5.ATEA (Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos)

ABSTRACT

According to the last Brazilian censuses, there has been a significant growth in the number of citizens defined as “with no religion”, a group in which Atheists are included. However, it seems that the media in which religious skeptics have access are not proportional to their relevance neither express their ideology and moral values. They are part of new contextures that justify and characterize this explanatory study, which makes uses of theoretical references about religion and Atheism, in addition to addressing communication aspects within this context. To materialize the purpose of this survey, a case study focused on institutional and communication aspects was prepared together with the Brazilian Association of Atheists and Agnostics. Results show that the position adopted by the media towards the atheist community goes from a responsible to a prejudiced posture. Accordingly, atheists are subject to restrictions to disseminate contents, positions and opinions in the traditional media and have to act on a reactive basis and make use of alternative communication means such as events, websites, and the social media to express themselves.

Keywords: 1.Communication 2.Atheism 3.Media and religion 4.Religious Intolerance 5.ATEA (Brazilian Association of Atheists and Agnostics)

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - O acervo do jornal O Estado de S.Paulo permite mostrar a incidência dos termos por décadas	48
Figura 2 - O acervo do jornal O Globo permite mostrar a incidência dos termos por décadas.	49
Figura 3 – Campanha ônibus ATEA	70

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - 20 nações com os mais elevados índices de ateísmo	30
Quadro 2 – Distribuição das Religiões no Brasil	31
Quadro 3 - Os maiores jornais do Brasil de circulação paga, por ano – 2012	45
Quadro 4 - As maiores revistas semanais de interesse geral do Brasil com circulação paga – 2012	45
Quadro 5: Número de páginas em que os veículos jornalísticos apresentam as palavras chaves ateu, católico e evangélico	46
Quadro 6: comparação dos dados da pesquisa com os veículos de comunicação (FSP, OESP, O Globo e Veja) com os dados do censo do IBGE.	47
Quadro 7: Número de páginas em que os veículos jornalísticos apresentam as palavras chaves ateu, católico e evangélico na Primeira Página (Capa do primeiro caderno)	49
Quadro 8 - Abordagem documental dos veículos jornalísticos	51
Quadro 9 – Síntese dos resultados da Abordagem documental dos veículos Jornalísticos.	54
Quadro 10 – Matérias jornalísticas publicadas no site da ATEA	64
Quadro 11 – Análise dos dados retirados do site da ATEA	68
Quadro 12 - Síntese das respostas de Sottomaior, Presidente da ATEA	76

LISTA DE APÊNDICES

Apêndice “A” – Exemplos de peças de comunicação com conteúdo ateu	89
Apêndice “B” – Questionário da entrevista com Daniel Sottomaior	90

LISTA DE ABREVIATURAS

ABNT Associação Brasileira de Normas Técnicas

ANCINE Agência Nacional do Cinema

ANER Associação Nacional de Editores de Revistas

ANJ Associação Nacional de Jornais

ATEA Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos do Brasil

CI *Center for Inquiry*

FSP Folha de São Paulo

GRL *Global Religious Landscapes*

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

INTERCOM Congresso de Ciências da Comunicação

LiHS Liga Humanista Secular do Brasil

MN *Media News*

NBR Normas Brasileiras Regulamentadoras

OCA Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual

OESP O Estado de São Paulo

OG O Globo

PR Project Reason

RDERS *Richard Dawkins Foundation for Reason and Science*

RVBVC *Religious Views and Beliefs Vary Greatly by Country*

WP *Washington Post*

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
1.1. Origem do estudo	15
1.2. Problematização	15
1.3. Objetivos	16
1.4. Justificativa do estudo	16
1.5. Metodologia	17
1.6. Delimitação do estudo	18
1.7. Vinculação à Linha de Pesquisa	19
1.8. Estrutura das partes	19
2. VISÃO HISTÓRICA E CONCEITUAL RELACIONADA AO ATEÍSMO	21
2.1. Visão histórica do ateísmo	21
2.2. Conceitos: Agnósticos, ateus, céticos, ímpios, sem religião e não crentes	25
2.3. Ateísmo 2.0 e 3.0 Novos Conceitos	27
3. ATEÍSMO: ALGUNS INDICADORES MUNDIAIS E BRASILEIROS	29
3.1. Ateísmo e sua representatividade mundial	29
3.2. Indicadores do ateísmo no Brasil	30
3.3. Estado Laico Brasileiro	33
4. A COMUNICAÇÃO E O ATEÍSMO	37
4.1. Vozes ateístas e as instituições ateias no Brasil	41
4.2. Presença do ateísmo em meios de comunicação de massa no Brasil	44
4.3. A responsabilidade social condicionando o tratamento da mídia ao ateísmo	55
4.4. Presença do ateísmo em espaços alternativos	57
5. ATEA – Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos – Estudo de Caso	61
5.1. Caracterização da ATEA – Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos	62
5.2. Conteúdo do Site da ATEA	63
5.3. Campanha publicitária idealizada pela ATEA	69
5.4. Entrevista com o presidente da ATEA	71
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	79
REFERÊNCIAS	83
Apêndice A	89
Apêndice B	90

1. INTRODUÇÃO

1.1 Origem do Estudo

Atuando no mercado publicitário há 30 anos e a 24 na academia ministrando aulas nos cursos de Comunicação Social e Administração, tenho notado que a indústria da comunicação tem privilegiado alguns grupos em detrimento de outros. Parece que tal procedimento também afeta o campo religioso.

Em contato com várias informações mercadológicas, dentre elas os Censos realizados pelo IBGE no decorrer dos anos, nota-se que no quesito “dados religiosos” aparecem algumas informações significativas no item “Sem Religião” chamando a atenção para o crescimento do número de pessoas nessa categoria. O censo de 2010 discriminou, pela primeira vez, a resposta “ateu” e “agnóstico” em categorias separadas, fornecendo os seguintes resultados: ateus 615.016. Desses, 411.397 são homens e 203.699 são mulheres e agnósticos perfazendo um total de 124.436 sendo 78.618 de homens e 45.818 mulheres, acumulando um total entre ateus e agnósticos de 739.452 pessoas.

Esses números chamam a atenção pelo fato do total dos denominados sem religião, somados aos ateus e agnósticos, representarem aproximadamente 15 milhões de brasileiros, ou seja, só perdendo em números para os católicos. O contingente de sem religião parece não dispor adequadamente de meios ou canais de comunicação para se expressar, diferentemente das demais religiões que utilizam meios de massa para divulgar seus ideais.

1.2 Problemática

O Censo divulgado pelo IBGE tem mostrado números expressivos para os que se declaram “Sem Religião”. Em 1970, correspondiam a 0,75 % da população, em 1980 eram 1,64%, em 1991 totalizavam 4,73% e na década seguinte (2000) somavam 7,35%, o que representaria em números absolutos 12,5 milhões de brasileiros e, em 2010, alcançavam 8% do total, ou perto de 15 milhões de brasileiros (IBGE, 2000). Trata-se dos “sem religião”, dos quais os ateístas e agnósticos fazem parte, mesmo representando uma pequena fatia (5%) dos pertencentes a esse segmento. De qualquer forma, os “sem religião” mostram ascensão, mas, no Brasil, parece que essa minoria populacional tem tido tratamento controverso pela sociedade em geral e pelos meios de comunicação de massa em particular.

Os ateus formam um contingente minoritário, mas possuem interesses legítimos no campo religioso e social, o que mostra a necessidade de se refletir sobre desdobramentos éticos, sociais e principalmente comunicacionais dada a uma possível discrepância entre os direitos dessa comunidade minoritária e o contexto oferecido pela sociedade brasileira, o governo e pela indústria da comunicação.

Em textos leigos e científicos consultados, parece que no Brasil os ateus são considerados seres fora da sociedade, carregando todo tipo de estigmas negativos pela sociedade em geral, mas que tentam obter espaços na mídia brasileira, tanto para expressar seus ideais, como para responder ou contra-atacar opositores; entidades ateístas disponibilizam conteúdos em diferentes plataformas e veículos de comunicação, mas parece ainda aquém do que desfrutam correntes religiosas como os católicos e evangélicos.

A entidade ATEA – Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos – é um alvo privilegiado neste estudo por contar com grande número de adeptos e por ser a maior entidade representativa no Brasil, além de oferecer conteúdos de comunicação sobre o objeto de estudo, caso do seu *website* em que divulga e propaga sua ideologia e ações, razão pela qual foi escolhida como estudo de caso.

A questão-problema apresentada é: Como o ateísmo tem seus valores e ações apresentados no espaço da comunicação brasileira?

1.3 Objetivos

Objetivo Primário:

- a) Caracterizar valores e ações do ateísmo e seus espaços na comunicação social.

Objetivos Secundários:

- a) Caracterizar o ateísmo no cenário mundial, brasileiro e suas interfaces com a comunicação social.
- b) Apresentar estudo de caso com a entidade ATEA tendo em vista seu trabalho em termos de comunicação.

1.4. Justificativa do estudo

O número de adeptos “sem religião” segundo Censos realizados pelo IBGE mostra incremento. No Brasil, enquanto a utilização dos meios de comunicação de massa pelos católicos e evangélicos é expressiva, para os “sem religião”, e particularmente com os ateus,

parece ser pouco representativa e até desproporcional, sendo poucos os espaços a eles dedicados levando em conta ser o segundo maior grupo em relação aos religiosos no país.

É nesse cenário que religiões expandem ou reduzem seus adeptos, inclusive por meio de uma série de ações de marketing e comunicação em que intentos espirituais e consumistas delineiam as religiões modernas (GALINDO, 2009).

Além disso, poucos estudos foram encontrados sobre a questão ateuísta conforme salientam Gervais (2011) e Smith (2011), algo que se observa quanto ao Brasil e que também justifica a realização deste trabalho.

A mídia brasileira possui ampla responsabilidade social diante dos valores e entidades religiosas, algo que integra as preocupações deste trabalho. A sociedade espera que os meios de comunicação atribuam espaços equilibrados como um todo para as opções de religiosidade, de forma que a oferta de conteúdos para os ateus precisa se inserir como parte da responsabilidade social dos meios de comunicação no Brasil.

De outro lado, o ateísmo, que possui espaços próprios em outros países, precisa ser respeitado quando quiser utilizar-se de espaços para a comunicação de seus valores, crenças e ações, algo que também este estudo buscará discutir criticamente, principalmente com o estudo de caso com a entidade ATEA.

1.5 Metodologia

Trata-se de uma pesquisa em nível exploratório em que são utilizados como fontes desde literatura científica até dados secundários e pesquisas não sistematizadas. Um estudo exploratório, segundo Lakatos & Marconi (2001), tem como objetivo proporcionar maior contato e familiaridade a assuntos sociais e emergentes. Esta opção torna-se necessária uma vez que o ateísmo em si se mostra um objeto volátil, em que conceitos e caracterizações são valorativas ou pouco sistematizadas. Dessa forma, o tratamento do ateísmo diante da comunicação social carrega tais características, fazendo com que este estudo busque mais questionamentos e familiarização com o fenômeno.

O estudo está baseado em revisão bibliográfica segundo os eixos temáticos: visão histórica e conceitual de ateísmo (GERVAIS *et al*, 2011; GERVAIS, 2011; SMITH, 2011), ateísmo no cenário mundial e brasileiro (LIMA JÚNIOR, 2012; SMITH, 2011; DAWKINS, 2006), a comunicação e o ateísmo (DAWKINS, 2006; LIMA PIVA, 2009) e Comunicação ateuísta (DAWKINS, 2006; NOELLE-NEUMANN, 1974).

Também está focado em pesquisa documental realizada em jornais e revistas brasileiros a fim de se obter indicadores quantitativos e qualitativos em que a presença ateaista foi simbolizada com citações da palavra “Ateu” nos veículos *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo*, *O Globo* e a revista *Veja*.

Com a finalidade de dar maior materialidade ao objeto de estudo, é conduzido estudo de caso com a entidade ATEA e suas ações de comunicação social. O estudo de caso pretende apresentar a entidade, sua inserção na área de comunicação, ações comunicacionais e questões que a associação enfrenta enquanto entidade ateaista. Pretende-se identificar manifestações variadas na sua comunicação, desde assuntos ligados a preconceitos e intolerâncias até posicionamentos perante pessoas, fenômenos sociais e religiosos.

Dentro do âmbito do estudo de caso, realizou-se entrevista com o presidente da ATEA, Daniel Sottomaior, e que por solicitação própria, foi enviado ao mesmo, o artigo apresentado por este autor na INTERCOM – XVIII – Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Bauru –SP – 03 a 05/07/2013 sob o tema: Contexto e ações comunicacionais para os cétricos religiosos.

1.6 Delimitação do estudo

Consultas aos textos mostraram que por vezes não há um tratamento específico para os ateus ou ateísmo. Muitas vezes, os trabalhos se referem a grupos maiores ou gerais como “sem religião”, ou “não religiosos”, ou “não crentes” associando-os ao ateísmo. A presente dissertação não fugirá dessa realidade por ser algo amalgamado em boa parte da literatura, inclusive científica. Há grande volatilidade em expressões que tentam caracterizar e identificar grupos como ateus face às extensões ideológicas que possuem. Há os que restringem o ateísmo à descrença absoluta e outros que admitem a crença cétrica ou desvinculada de uma divindade. Portanto, em muitas passagens deste trabalho, haverá referências ao ateísmo que não são consensuais, ou que poderiam ser próprias de contingentes maiores ditos “sem religião”. Neste estudo, o contingente “sem religião” é visto como um agrupamento no qual seus indivíduos declaram não aderir a uma corrente religiosa, condição esta que, assim, os caracteriza diante de uma opção de religiosidade. Considerando que alguns conceitos caracterizam o ateísmo como uma não adesão religiosa, e sim ideológica, não será objeto deste estudo ater-se em um tratamento excludente dos ateus em algumas passagens que abordam os sem religião, a não ser que essa condição esteja evidenciada, como no Censo do

IBGE de 2010. Aliás, a volatilidade do conceito e caracterização do ateísmo justifica, em parte, o caráter exploratório desta dissertação.

O estudo de caso com a ATEA não pretende se colocar como objeto de estudo em si, mas como estudo de caso ilustrativo de atuação de uma organização ateísta no Brasil, suas interfaces com *stakeholders*, meios e formas de comunicação.

1.7 Vinculação à Linha de Pesquisa

Vincula-se à linha de pesquisa “Transformações Comunicacionais e Comunidades” por estudar o fenômeno social e religioso contidos no processo comunicacional envolvendo o ateísmo. A comunidade ateísta é um foco privilegiado neste trabalho e sua aparente ascensão faz com que haja um vínculo direto com questionamentos acerca da atuação comunicacional.

Tal abordagem no âmbito da comunicação também possui aspectos inovadores, uma vez que a ideologia ateísta tem sido pouco apresentada no contexto comunicacional brasileiro conforme atestam trabalhos científicos mencionados nesta monografia, sinalizando também como uma nova experiência que o ateísmo se apresenta para muitos que lidam com os meios de comunicação de massa.

O uso que o ateísmo faz de instrumentos comunicacionais para expressar suas atividades e até defesa dos seus valores também pode ser visto como um objeto diretamente ligado à difusão de inovação, dado que as instituições ligadas às opções religiosas também buscam difundir seus valores morais e princípios a diferentes públicos.

1.8 Estrutura das partes

A Introdução apresenta a Origem do Estudo, Problematização, Objetivos, Justificativa do estudo, Metodologia, Delimitação do estudo e Vinculação à Linha de Pesquisa.

O Capítulo “Visão Histórica e conceitual relacionada ao ateísmo” apresenta uma visão histórica e conceitual do ateísmo e a definição dos termos usados mais frequentemente quando se referem aos ateus como: agnósticos, ateus, céticos, ímpios, sem religião e não crentes.

O capítulo seguinte, “Ateísmo: alguns indicadores mundiais e brasileiros” aborda alguns dados referentes aos números de ateus no mundo, sua distribuição e países com o

maior número de pessoas ateias, assim como números referentes ao Brasil e um levantamento sobre a laicidade do Estado brasileiro.

Já o próximo capítulo se ocupa da comunicação e como esta se apresenta no ateísmo e em outros segmentos ligados à religião. Relata a responsabilidade social das mídias e aborda o tratamento a eles dispensado por parte da mídia brasileira e a utilização do “ateísmo online” como o principal meio para a divulgação de suas ideias.

No capítulo final é desenvolvido o estudo de caso com a associação ATEA, principalmente com o propósito de evidenciar como a entidade pratica suas ações comunicacionais, que meios são considerados e como trabalha com seu *website*. No estudo de caso também cabe destaque à entrevista realizada com Daniel Sottomaior, presidente da ATEA, na qual ele expõe as suas ideias e as diretrizes para a utilização dos meios de comunicação, suas dificuldades em obter espaços nas mídias e a perspectiva do movimento ateu no Brasil.

2. VISÃO HISTÓRICA E CONCEITUAL RELACIONADA AO ATEÍSMO

2.1 Visão histórica do ateísmo

Ateu, do grego, *atheos*, significa “sem deus”, é a rejeição ou a negação na crença de divindades ou seres superiores. O termo "ateísmo" foi utilizado pela primeira vez para descrever uma crença autoconfessa na Europa do final do século XVIII. Mais recentemente, tem havido um movimento em certos círculos filosóficos para redefinir ateísmo como a "ausência de crença em divindades", e não como uma crença em si mesmo; esta definição tornou-se popular em comunidades ateístas, embora sua utilização tenha sido limitada.

Os primeiros indivíduos a se identificarem como ateus teriam surgido no século XVIII (ARMSTRONG, 1999). Na cultura ocidental, assume-se frequentemente que os ateus são irreligiosos embora outros ateus sejam espiritualistas (CLINE, 2005). Durante os séculos XVI e XVII, a palavra "ateu" era um insulto. Não ocorreria a alguém autodenominar-se ateu (ARMSTRONG, 1999).

Segundo Armstrong (1999), o ateísmo começa a ser construído na segunda metade do século XVII por Pierre Bayle (1647-1706), que publicou em 1683 os *Pensamentos diversos sobre o cometa*, uma análise sutil da superstição popular. Essa obra foi republicada em 1984 (BAYLE, 1984). Nesse mesmo sentido de construção do ateísmo, houve a publicação de *Critique générale de l'histoire du calvinisme*, de M. Maimbourg, uma forte defesa do protestantismo francês (ARMSTRONG, 1999). Para os ateus, a denominação de deus não passaria de uma fábula, crendice, assim como Papai Noel, unicórnios, fadas, elfos, gnomos entre outros. Gervais *et al* (2011) definem ateu como pessoa que não acredita em Deus.

Lima Júnior (2012) vale-se do conceito atribuído pela Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos (ATEA), em que a característica elementar do ateísmo é a “ausência de crença em qualquer divindade”. Dawkins (2006, p.50) prefere distinguir as posições teísta, agnóstica e ateia segundo a probabilidade que cada uma delas atribui à afirmação "Deus existe". Para Smith (2011), o ateu não possui uma identidade feita com um específico ou definido conjunto de regras ou comportamentos. Ele também tem uma identidade móvel na estrutura hierárquica social. Para o autor, tornar-se um ateu significa passar pelas fases de admitir que o teísmo seja onipresente, questioná-lo, rejeitá-lo e tornar-se um ateu. Portanto, o ateu tem como ponto de

partida, o teísmo. Epicuro de Samos (341-270 a.C.), filósofo grego, teceu considerações em relação a Deus:

Deus, ou quer impedir os males e não pode, ou pode e não quer, ou não quer nem pode, ou quer e pode. Se quiser e não pode, é impotente: o que é impossível em Deus. Se pode e não quer, é invejoso: o que, do mesmo modo, é contrário a Deus. Se nem quer nem pode, é invejoso e impotente: portanto, nem sequer é Deus. Se pode e quer, o que é a única coisa compatível com Deus, donde provém então a existência dos males? Por que razão é que não os impede?¹ (EPICURO, 1985, p.63).

A partir do século XIX, o ateísmo ganha mais força com a Revolução Industrial, pelas teorias da evolução de Darwin, pelo socialismo de Marx, e Nietzsche com suas obras *O Crepúsculo dos Ídolos* e *O Anticristo*, fazendo com que o século XX viesse carregado de informações e pensamentos científicos colocando em dúvida a real existência de um deus.

Filósofos como Ludwig Feuerbach (1841) e psicólogos como Sigmund Freud argumentaram que a divindade e outras crenças religiosas são invenções humanas, criadas para atender a várias necessidades psicológicas e emocionais.

Sartre argumenta "se Deus não existe, há pelo menos um ser no qual a existência precede a essência, um ser que existe antes que ele possa ser definido por qualquer conceito, e ... este ser é o homem" (2004,p.127). A consequência prática desse ateísmo foi descrita por Sartre no sentido de que não há regras *a priori* ou valores absolutos que podem ser invocados para governar a conduta humana e que os humanos estão "condenados" a inventar estes por si mesmos, tornando o "homem absolutamente responsável por tudo que ele faz" (2001, p.32). O ateu seria a pessoa que afirma não ter religião e/ou não ter crenças teístas; são os que rejeitam uma divindade e uma religião (SMITH, 2011). Lubac (1995) menciona que o verdadeiro ateu não é o que nega um deus, mas para quem os atributos divinos, como amor, esperança e justiça não existem. Já Comte-Sponville (2003) define o ateísmo como "crença numa ausência".

Pascal (2001, p.59) rebate as ideias dos ateus "Que o homem sem a fé não pode conhecer o verdadeiro bem, nem a justiça". Nessa perspectiva, o ateu passa a ser considerado um excluído da sociedade, uma ameaça, sendo o caos e a escuridão do ser humano.

¹Epicuro, 342 ou 1-271 ou 70A.C. E54a Antologia de textos / Epicuro. Da natureza / Tito Lucrécio Caro. 3.ed. Da república / Marco Túlio Cícero. Consolação a minha mãe Hélvia ; Da tranquilidade da alma ; Medéia ; Apocoloquintose do divino Cláudio / Lúcio Aneu Sêneca. Meditações / Marco Aurélio ; traduções e notas de Agostinho da Silva ... [et al.] ; estudos introdutórios de E. Joyau e G. Ribbeck. — 3. ed. — São Paulo : Abril Cultural, 1985. (Os pensadores). P. 63.

Para Henry Corbin (2007), a concepção de um deus vivente e pessoal típica do monoteísmo hebraico-cristão-islâmico está em estreita correlação com a ideia do eu pessoal, de modo que a morte de um deus não pode deixar de trazer no seu todo a paralização, a negação ou a mutilação do homem como pessoa.

O teísmo afirma que todas as coisas estão na existência de um único deus. Já os deístas defendem a existência de um deus ou ser superior que pode ser compreendido pela razão; pode-se conhecer a natureza de um deus, mas também acreditam que as pessoas devem ser responsáveis pelos seus atos, procuram a felicidade na vida terrena, não em um possível paraíso, e não tem qualquer relação denominacional quanto à religião. Lipovetsky e Charles (2004) mencionam que a fé foi substituída pela paixão; a intransigência do discurso sistemático pela frivolidade do sentido; o extremismo pela descontração.

Assim,

[...] embarcamos num processo interminável de dessacralização e dessubstanciação do sentido que define o reino consumado da moda. Assim morrem os deuses: não na desmoralização niilista do Ocidente, nem na angústia do vazio dos valores, mas nos solavancos do sentido. (LIPOVETSKY; CHARLES, 2004, p. 286).

Em contrapartida, Galindo (2013) argumenta que a sociedade está se moldando ao mercado religioso e social para atender as necessidades de uma sociedade contemporânea onde é preciso seguir essas novas transformações tanto em nível tecnológico como de comunicação e quebrar os concorrentes emergentes no mercado especificamente religioso.

”A religião como produtora de sentido encontra-se agora diante de ”novos concorrentes” que falam sobre o tempo presente, assumindo o fim da história, até porque a história acontece agora e deve ser intensa, prazerosa e vivida, ou melhor, experimentada com o máximo de êxtase. Isso é um novo habitar da contemporaneidade, onde a busca por experiências máximas foi deslocada da religião, para instituições não religiosas ou ainda por uma religião privatizada, pensada aos moldes do mercado e do consumo, atendendo ao fiel consumidor e na busca por torna-lo em um consumidor fiel”. (GALINDO, 2013,p.11)

Daniel Galindo argumenta: “Sem dúvida estamos diante de novos cenários, onde habitam novos fiéis e novas práticas de cultuar e novos perfis de deus” (2013 p. 20).

Conceitos como de Tomás de Aquino, Descartes entre outros, foram evoluindo para os conceitos com bases cristãs através dos séculos com base ontológica. Porém, hoje convivemos com concepções mais fracas de caráter empirista ou funcionalista.

[...] dissolve-se a identidade, a individualidade e a continuidade da pessoa num espectro processual e oscilante de indicadores de “personalidade” que tornam cada vez mais inconsistente a afirmação do “eu” humano até o ponto de “uma pessoa poder compreender várias outras”. (LACOSKI, 2009, p.114)

Lacoski (2009) define o “quarto homem” segundo Morra², como o homem que troca a tecnologia das necessidades pela tecnologia dos desejos.

O homem moderno confiava no progresso e na tecnologia, enquanto essa derrotava os mitos atávicos das eras anteriores: doença, morte imprevista e precoce, frio, fome, etc. O homem pós-moderno não tem mais necessidades a satisfazer, mas tem desejos a propor. É a mídia a forma tecnológica mais adequada para esse modo de ser. (LACOSKI, 2009, p. 115).

Morra em sua definição do quarto homem, comenta:

O quarto homem é filho da pós-modernidade: sem religião, sem história, vítima do desejo e não da necessidade, sem interesse pela verdade. Incapaz de ser ateu e capaz de realizar-se com seus instrumentos tecnológicos e midiáticos nos quais ciência e magia coincidem. Não vive na história, para ele existem muitas histórias e nenhuma história. É alguém sem tradição, mas também sem futuro. Na realidade o progresso não existe mais. (MORRA, 1996, p. 96)

É nesta direção que Galindo aponta que "esta é a sociedade do agora, do presente, da cotidianidade, do instantâneo, da velocidade dos fatos e dos acontecimentos, sem passado e sem futuro, apenas do aqui e agora" (2013, p.3) e é nesse contexto de pós-modernidade que Lacoski e Morra demonstram que ateus tem sua personalidade dissolvida, sem personalidade e pouco evolutivos na visão dos cristãos.

²Esta expressão é desenvolvida por Gianfranco Morra na obra “*Il quarto uomo. Postmodernità o crisi della modernità?*” Roma: Armando. 1996, p. 96. Segundo ele, o primeiro homem é produto da racionalidade grega, orientado à ordem do cosmo e seguro do eterno retorno do idêntico; o segundo é produto da fé, fruto da revelação hebraico-cristã em conjunto com a religião, guiado pela providência e orientado para uma meta escatológica. Ambos constituíram uma síntese harmônica de razão e fé, de história e metahistória. Será o terceiro homem, o burguês calculador e asceta, que romperá esta síntese, produzindo a modernidade com seu mito do progresso, a laicização da providência, e a pretensão de considerar o “novo” a “mutação” como positivos em si mesmos.

2.2 Conceitos: agnósticos, ateus, céticos, ímpios, sem religião e não crentes.

Algumas terminologias são atribuídas aos ateus, o que poderia causar certa confusão conceitual; para deixar explícitas as definições, buscamos em vários autores os conceitos empregados por eles. Termos correlatos à *ateu* tem sido utilizados como: agnósticos, ímpios, céticos, não crentes, “sem religião”.

Para Rowe (1998), o termo agnóstico deriva do grego “*agnostos*”, que significa desconhecido, ou não cognoscível. Huxley, biólogo inglês, usou o termo agnóstico em 1869 definindo que a divindade não é uma questão respondida ou não foi devidamente investigada para que houvesse uma resposta absoluta, ou seja, agnósticos não negam e nem acreditam em um deus e acham inútil discutir racionalmente temas metafísicos que a capacidade do conhecimento não alcança. Assim, não é possível provar racionalmente a existência de um deus, também é impossível provar a sua não existência.

Segundo Rowe (1998), no sentido popular, um agnóstico é alguém que não acredita nem descê em um deus, ao passo que um *ateu* não acredita em um deus. Segundo a ATEA, a definição que adota reflete a etimologia da palavra.

Assim, agnosticismo é a afirmação de desconhecimento a respeito da veracidade de uma proposição. Em outras palavras, o agnóstico afirma que a questão da existência de divindades ainda não foi decidida, ou não pode ser decidida. A rigor, o agnosticismo pode se referir a qualquer afirmação, mas em geral a palavra se refere às ideias metafísicas, particularmente à existência de deuses. (ATEA, s/d)

Para a ATEA segundo suas definições, todo agnóstico é *ateu*.

Todos os ateus, agnósticos ou não, rejeitam o teísmo: os agnósticos porque entendem que a questão não está decidida, e os demais porque entendem que ela já foi decidida contra o teísmo. No entanto, quem se identifica como *ateu* em geral adota uma forma não agnóstica de ateísmo. (ATEA, s/d)

O ceticismo, outra forma dos ateus serem denominados, foi fundado pelo filósofo grego Pirro (c.318 - c. 243 a.C.) e acredita que o homem não tem certeza de atingir uma verdade absoluta ou conhecimento específico.

Pirro de Élis não deixou nenhum escrito, mas seu discípulo Tímon diz que aquele que quer ser feliz deve considerar estes três pontos:

em primeiro lugar, o que as coisas são em si mesmas? depois, que disposições devemos ter em relação a elas? finalmente, o que nos resultará dessas disposições? As coisas não têm diferença entre si, e são igualmente incertas e indiscerníveis. Por isso, nossas sensações e nossos juízos não nos ensinam o verdadeiro nem o falso. Por conseguinte, não devemos nos fiar nem nos sentidos nem na razão, mas permanecer sem opinião, sem nos inclinarmos para um lado ou para o outro, impassíveis. Qualquer que seja a coisa de que se trata, diremos que não se deve mais afirmá-la do que negá-la, ou que se deve afirmá-la e negá-la ao mesmo tempo, ou que não se deve nem afirmá-la nem negá-la. [...] BROCHARD (2009, p. 68).

O cético duvida e questiona tudo que lhe é posto como verdade não admitindo a existência de fenômenos religiosos ou metafísicos, ou seja, “filosoficamente, é a doutrina da qual o espírito humano não pode atingir nenhuma certeza a respeito da verdade”, segundo o Dicionário UNESP do português contemporâneo (2004). O ceticismo religioso, por outro lado, seria a rejeição de premissas religiosas e teológicas. (GUIMARÃES, 2011).

A definição para a palavra ímpio, citada diversas vezes na Bíblia, tem significados, segundo o dicionário Michaelis, como: “1. Que não tem fé (povo ímpio), 2. Que demonstra impiedade (tendências ímpias); ímpio; malévolo; perverso, 3. Pessoa que não tem fé, 4. Inimigo da religião e das coisas dignas de respeito religioso”.

Segundo os Salmos 10:4 da Bíblia, o ímpio não busca a Deus; todas as suas cogitações são que não há Deus. As citações bíblicas mostram que a palavra ímpio vem com conotações negativas, tudo que é mau, sem alma, sem direito ao paraíso, à vida eterna, escarnecedor, malévolo, perverso entre outros significados.

Os termos “irreligião” e “ausência de religião” parecem assumir o mesmo significado, ou seja, o de não ter religião ou ser mesmo indiferente a ela (MAIA NETO, 2007) e, neste caso, inclui o “apateísmo” que caracteriza a total apatia ou indiferença em relação à existência de um deus.

A terminologia “não crente” designaria aqueles que tomaram distância da religião de origem do seu meio familiar e, por consequência, da crença (GIGLIO-NACQUEMOT, 2008), algo similar ao que remeteria o termo “descrente”.

Quanto ao termo “sem religião”, seria apropriado utilizar o conceito dado pelo IBGE, criador desse termo para os censos populacionais no Brasil:

[...] pesquisou-se a religião professada pela pessoa. Aquela que não professava qualquer religião foi classificada como sem religião. A criança que não tinha condição de prestar a informação foi considerada como tendo a religião da mãe. O IBGE e o Instituto de Estudos da Religião - ISER, em parceria, desenvolveram, para o Censo Demográfico 2000, a classificação de religiões, passando a fazer as atualizações necessárias a cada Censo Demográfico”. (IBGE,2010)

2.3 Ateísmo 2.0 e 3.0: novos conceitos.

Lima Piva (2009) afirma que se o ateísmo fosse “religião”, seria a quarta maior do mundo: segundo estimativa em 2012, 15% da população mundial não teria filiação religiosa, o que não significa serem todos ateus. Decepção com as religiões ou líderes religiosos, apego materialista da modernidade, independência de cada membro familiar para opções religiosas, são alguns motivos que podem explicar a falta de filiação religiosa.

Nesse sentido, o movimento ateísta parece caminhar e propor alternativas.

O filósofo e escritor suíço Alain de Botton, autor dos livros *A Arquitetura da Felicidade* (2007) e *Como Proust Pode mudar sua Vida* (2011), apresenta o que ele denomina de ateísmo 2.0, cuja característica é a criação de comunidades laicas baseadas em fundações religiosas para a solução da solidão. Considera que o ateísmo radical impede que pessoas admirem obras de Mantegna ou até mesmo textos evangélicos contributivos; essa denominação “Ateísmo 2.0” já seria um indicativo para uma situação mais tolerável para com os religiosos (BOTTON, 2011).

No contexto do século XXI, nasce outra vertente dentro do próprio ateísmo denominado “Ateísmo 3.0”. Fundado por Sheiman (2009), essa configuração ateísta vale-se das mídias sociais e dos movimentos civis antidiscriminatórios para pleitear situações igualitárias e voz nos meios de comunicação.

O “Ateísmo 3.0” também é um movimento dentro do próprio grupo ateu que não acredita em um deus, mas sustenta que a religião tem sido benéfica ao longo dos anos, levando em consideração outros fatores, como a oferta variada e acessível de informações religiosas encontradas na internet e até em alguns meios convencionais de comunicação de massa. O Ateísmo 3.0 é menos radical, ao julgar que a religião traz benefícios para as pessoas e para a sociedade e que seu combate ou eliminação é menos importante que outros problemas sociais para resolver.

Para Sheiman (2009) no Ateísmo 3.0, as religiões têm os seus valores sociais e merecem respeito por encorajar as pessoas a se importarem consigo, com os demais, com o mundo e com a humanidade. Em seu livro, Sheiman admite que o debate sobre a existência ou não de um deus não pode ser a favor de um ou outro lado; defende que a religião ainda tem um valor importante para a sociedade porque a humanidade está melhor com ela do que sem o respaldo religioso. Propõe também uma nova perspectiva de discussão para o assunto; ao contrário de outros ateus que defendem a rejeição a um deus, ele afirma que a religião traz uma combinação de benefícios existenciais, estéticos, a saúde física e psicológica, algo que nenhuma outra instituição tem a força e o poder de realizar.

A partir desse posicionamento, tem-se uma ruptura dentro do próprio pensamento ateu. O ateísmo 3.0 produziu obras da literatura como *Good without God: What a Billion Nonreligious People Do Believe*, de Greg M. Epstein (2009), o possível desenvolvimento do moral, da ética em que se baseia numa perspectiva humanista que inclui indivíduos sem religião formal e sem crença em qualquer tipo de deus, e o livro *An Atheist Defends Religion: Why Humanity is Better Off With Religion than Without It*, de Bruce Sheiman (2009), que mostra outra perspectiva para a competição entre religiosos e ateus. Para Richard Dawkins, a existência de um deus é apenas uma hipótese científica como outra qualquer (2006, p.50).

Para Sheiman (2009), a questão de um deus não pode ser vista como um conflito de ideias e leva em consideração o próprio valor da religião como instituição; não coloca em questão a existência ou não de um deus, mas defende que a religião tem efeitos diretos em valores emocionais, morais e físicos. Sheiman, apesar de não acreditar na existência de deus, acredita na instituição religiosa sem querer provar ou não a existência de um ser superior, mas sabe que a religião também traz retrocessos à sociedade e no final acredita que a religião trouxe mais benefícios que malefícios à humanidade. Para ele, a ciência explica como o universo funciona, mas não porque ele funciona.

O autor menciona que pessoas podem ter moral, respeito e dignidade sem ter religião. A atividade religiosa tem interação social, união e fraternidade, que ao utilizar os freios sociais e religiosos faz com que o mundo seja mais unido, complacente e menos destrutivo, sendo deus, nesse sentido, um ser unificador e pacificador. No dia 3 de setembro de 2009, em uma entrevista concedida na seção Religião do site “*Washington Post*” declarou: “O mais cínico vê na religião uma obediência cega à autoridade moral e um sistema de controle opressivo comportamental”, por outro lado ele comenta: Os ateus muitas vezes não compreendem a moral religiosa. (SHEIMAN, 2009).

3. ATEÍSMO: ALGUNS INDICADORES MUNDIAIS E BRASILEIROS

3.1 Ateísmo e sua representatividade mundial

De acordo com a *Religious Views and Beliefs Vary Greatly by Country* (2006), as taxas de adeptos do ateísmo auto-relatado são mais altas em países ocidentais, embora também variem bastante em grau — Estados Unidos (4%), Itália (7%), Espanha (11%), Reino Unido (17%), Alemanha (20%) e França (32%).³

Segundo dados do *Global Religious Landscapes*⁴, 31,5% da população mundial se consideram cristãos e 23,2% muçulmanos. Os que se declaram ateus, agnósticos ou não filiados à religião alguma somam 16,3% da população mundial, superior aos hindus (15%), budistas (7,1%), judeus (0,2%) e seguidores de outras religiões étnico-folclóricas (5,9%). Os que se declaram ateus constituíriam o terceiro maior grupo no mundo e, se fossem considerados como grupo religioso, estariam atrás apenas dos cristãos, muçulmanos e hindus.

Para Gervais (2011), não existe um significativo número de pesquisas científicas sobre o ateísmo e ateus. Gervais *et al* (2011) avaliam que existam mais de 500 milhões de ateus no mundo, mesmo assim existem poucos estudos qualitativos que examinam ateus (SMITH, 2011). Estudos mostram que a crença está declinante no mundo pós-industrial e a porcentagem de americanos sem religião dobrou desde 1990 (GERVAIS, 2011).

De acordo com uma pesquisa realizada pelo sociólogo norte-americano Phil Zuckerman (2007), os países menos religiosos do mundo seriam os mais justos, mais éticos, forte desenvolvimento na economia, baixa taxa de criminalidade, os mais altos índices de qualidade de vida, altos padrões de vida e igualdade social. Ao contrário, os países mais religiosos seriam aqueles com maior desigualdade, criminalidade, corrupção, injustiça e outros males sociais. Com essa pesquisa ele mostrou que é errada a crença dos norte-americanos e de outras pessoas (como os brasileiros) de que um país sem Deus inevitavelmente cairia na criminalidade, na imoralidade e na degeneração.

No Quadro 1, Zuckerman (2007) elenca as 20 nações com o maior índice de ateísmo. Vale lembrar que o estudo engloba ateus, agnósticos e não-crentes, e o ranking é baseado na porcentagem populacional de cada país.

³ *Religious Views and Beliefs Vary Greatly by Country, According to the Latest Financial Times/Harris Poll*. Financial Times/Harris Interactive. Acesso em 20 dez 2006.

⁴ *Global Religious Landscapes* (Panorama Global da Religião). Pew Researcher Center's Religion. Relatório. Washington, 2012

Quadro 1 - 20 nações com os mais elevados índices de ateísmo			
<i>Ranking</i>	<i>País</i>	<i>População</i>	<i>Ateus/Agnósticos/ Não Crentes</i>
1	Suécia	8.986.000	85%
2	Vietnam	82.690.000	81%
3	Dinamarca	5.413.000	80%
4	Noruega	4.575.000	72%
5	Japão	127.333.000	65%
6	República Tcheca	10.246.100	61%
7	Finlândia	5.215.000	60%
8	França	60.424.000	54%
9	Coréia do Sul	48.598.000	52%
10	Estônia	1.342.000	49%
11	Alemanha	82.425.000	49%
12	Rússia	143.782.000	48%
13	Hungria	10.032.000	46%
14	Holanda	16.318.000	44%
15	Grã-Bretanha	60.271.000	44%
16	Bélgica	10.348.000	43%
17	Bulgária	7.518.000	40%
18	Eslovênia	2.011.000	38%
19	Israel	6.199.000	37%
20	Canadá	32.508.000	30%
Fonte: Zuckerman, 2007. Os percentuais correspondem ao máximo de integrantes considerada a estimativa segundo um intervalo entre mínimo e máximo.			

O resultado da pesquisa publicada por Phil Zuckerman (2007) revela ainda que os suecos aprendem sobre cada uma das religiões na escola e são livres para escolher seguir ou não uma delas. E isso se repete na maioria dos países com alto índice de ateísmo.

3.2 Indicadores do ateísmo no Brasil

Os censos do IBGE (2007) mostram que a queda na proporção de católicos foi acompanhada pelo crescimento dos evangélicos, que em 1960 eram 4% da população e em 2010 alcançaram 22,2%. No entanto, os sem religião que 1960 eram 0,6% da população agora representam 8%, ou seja, 15.300 milhões de pessoas disseram não ter religião.

O Brasil ainda é a maior nação católica do mundo. Na última década, teve uma redução da ordem de 1,7 milhão de fieis, um encolhimento de 12,2%, dados da nova etapa de divulgação do Censo de 2010. O Censo brasileiro elaborado pelo IBGE a respeito dos grupos religiosos mostra um patamar expressivo do estrato dos que se declaram “Sem Religião”. Em

1970, correspondiam a 0,75 % da população, em 1980 somavam 1,64%, em 1991 totalizavam 4,73% e na década seguinte (2000) correspondia a 7,35%, o que representaria em números absolutos 12,5 milhões de brasileiros e em 2010, correspondem a 8% ou 15.300 milhões de brasileiros, dos quais 615.096 se declaram ateus e 124.436 dizem ser agnósticos. (IBGE, 2007)

Assim os dados dos censos do IBGE anteriores a 2010 mostram que as pessoas que se declararam “sem religião” poderiam não ter pertencimento religioso ou serem agnósticos, ateus ou se associar a quaisquer outras denominações. Os números assim obtidos foram questionados por setores religiosos que não concordaram com a metodologia aplicada pelo instituto. Porém, a partir do último censo (de 2010), houve uma contagem específica. O Quadro 2 apresenta o total da população brasileira segmentada em suas respectivas religiões.

Quadro 2 – Distribuição das Religiões no Brasil	
Religião	Total População
Católica Apostólica Romana	123.280.172
Sem Religião	14.595.979
Igreja Assembleia de Deus	12.314.410
Evangélica não determinada	9.218.129
Outras igrejas evangélicas de origem pentecostal	5.267.029
Espírita	3.848.876
Igreja evangélica Batista	3.723.853
Igreja Congregação Cristã do Brasil	2.289.634
Igreja Universal do Reino de Deus	1.873.243
Igreja do Evangelho Quadrangular	1.808.839
Igreja Evangélica Adventista	1.561.071
Outras Religiosidades Cristãs	1.461.495
Testemunhas de Jeová	1.393.208
Igreja Evangélica Luterana	999.498
Igreja Evangélica Presbiteriana	921.209
Igreja Deus é Amor	845.383
Não determinada e múltiplo pertencimento	643.598
Religiosidade não determinada/mal definida	628.219
Ateu	615.096
Católica Apostólica Brasileira	560.781
Umbanda	407.331
Igreja Maranata	356.021
Igreja Evangélica Metodista	340.938
Budismo	243.966
Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias	226.509
Igreja O Brasil para Cristo	196.665
Comunidade Evangélica	180.130
Candomblé	167.363
Novas Religiões Orientais	155.951
Católica Ortodoxa	131.571
Igreja Casa da Benção	125.550

Agnóstico	124.436
Igreja Evangélica Congregacional	109.591
Judaísmo	107.329
Igreja Messiânica Mundial	103.716
Igreja Nova Vida	90.568
Tradições Esotéricas	74.013
Tradições Indígenas	63.082
Espiritualista	61.739
Outras Novas Religiões Orientais	52.235
Islamismo	35.167
Outras Evangélicas de Missão	30.666
Evangélica Renovada não determinada	23.461
Declaração de Múltipla religiosidade	15.379
Outras declarações de religiosidades afro brasileira	14.103
Outras Religiões	11.306
Outras Religiões Orientais	9.675
Hinduísmo	5.675
Total	191.313.408
Fonte: IBGE, 2010. Disponível em: http://oglobo.globo.com/infograficos/censo-religiao/ . Acesso em 12 jan. 2014.	

Pelo quadro acima, nota-se que só o número de ateus é muito superior ao número de pessoas pretencentes a outras religiões como: umbanda, budismo, islamismo, entre outras denominações religiosas, e se forem somados aos números dos sem religião com ateus e agnósticos, esse número chega a exatos 15.335.511 milhões de brasileiros perdendo somente para os Católicos Apostólicos Romanos, com uma participação percentual de 12,43% sobre o total de católicos.

Assim, se de um lado não se tem com precisão o número de ateus, de outro a própria identificação de sem religião também é questionável. Uma das razões é que tal enquadramento ocorre em função da autodeclaração da pessoa, que por vários motivos pode ser induzida a dar uma resposta não condizente com sua real opção. Talvez uma dessas razões esteja ancorada na teoria da Espiral do Silêncio.

Noelle-Neumann (1974), quanto à teoria da Espiral do Silêncio, mostra que há uma idéia de espiral que explicita a dimensão cíclica e progressiva da tendência opinativa ao silêncio. Quanto mais minoritária for a opinião dentro de um universo social, maior será a tendência de que ela não seja manifestada.

A autora fala a respeito da sua hipótese pela primeira vez em 1972, por conta da apresentação do seu artigo *Return to the concept of powerfull mass media*, no 20º Congresso Internacional de Psicologia, em Tóquio. Nesse artigo, ela revisa as ideias de que a mídia afeta

de forma parcial o público, e “declara que a mídia tem uma força onipresente capaz de formar e modificar a opinião pública com relação à realidade”. (HOHLFELDT *et al*, 2008, p. 221).

O que entendemos por silêncio está ligado diretamente ao medo que todos os indivíduos têm de se encontrarem isolados quanto aos seus comportamentos e opiniões. A fim de evitarem serem isoladas socialmente, as pessoas tendem a não expressar uma opinião diferente daquela dita pela maioria das pessoas. Isso ocorre particularmente pelo trabalho que será gerado para que uma opinião minoritária seja recebida e compreendida, sem que seja uma opinião necessariamente contrária à opinião dominante. (Silva 2011.p.23)

Talvez o número de ateus, agnósticos e sem religião possam ser superiores aos números divulgados pelo IBGE uma vez que, por se considerarem minorias, não se manifestem com receio de serem discriminados ou apartados do convívio da sociedade, uma vez que a regra social é pertencer a algum tipo de religião ou ter algum tipo de credo. Hoje, dentro da sociedade contemporânea em que as minorias são mais respeitadas e até adquirem direitos de se manifestar, os ateístas parecem ganhar força para assumir suas posições ideológicas, assim como as outras minorias que vem ganhando espaço na sociedade, no governo e nos setores de comunicação de massa.

3.3 Estado laico brasileiro

Em 1824, a Constituição brasileira estabelecia em seu artigo 5 que,

A Religião Catholica Apostolica Romana continuará a ser a Religião do Império. Todas as outras Religiões serão permitidas com seu culto doméstico, ou particular em casas para isso destinadas, sem forma alguma exterior do Templo.

A herança religiosa portuguesa deixada no Brasil foi o catolicismo sendo a religião oficial do Estado até a Constituição Republicana de 1891, que instituiu o Estado laico, ou seja, foram 67 anos de domínio católico oficial. A atual Constituição não institui qualquer religião como sendo a oficial do Estado e estabeleceu em seu artigo 19, I:

É vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios: I – estabelecer cultos religiosos ou igrejas, subvencioná-los, embaraçar-lhes o funcionamento ou manter com eles ou seus representantes

relações de dependência ou aliança, ressalvada, na forma da lei, a colaboração de interesse público.

O Estado brasileiro é laico. Estado laico se difere de Estado religioso, no qual a religião faz parte da própria constituição do Estado. Alguns Estados são religiosos como o Vaticano, os Estados islâmicos e no caso da América do Sul, as vizinhas Argentina e Bolívia, em cujas constituições dispõem, respectivamente:

Art. 2. *“El Gobierno Federal sostiene el culto Católico Apostólico Romano”*

Art. 3. *“Religion Oficial – El Estado reconoce y sostiene la religion Católica Apostólica y Romana. Garantiza el ejercicio público de todo otro culto. Las relaciones con la Iglesia Católica se regirán mediante concordados y acuerdos entre el Estado Boliviano y la Santa Sede.”*

O conceito de Estado laico é diferente do Estado ateu, uma vez que o ateísmo e seus assemelhados também se incluem no direito à liberdade religiosa. É direito de não ter uma religião conforme disse Pontes de Miranda (1970) em seu comentário à Constituição: “liberdade de crença compreende a liberdade de ter uma crença e a de não ter uma crença”

Para Ives Gandra,

O Estado laico é aquele que as instituições religiosas e políticas estão separadas, mas não é um Estado em que só quem não tem religião tem o direito de se manifestar. Não é um Estado em que qualquer manifestação religiosa deva ser combatida para não ferir suscetibilidades de quem não acredita em Deus.⁵

As religiões podem ser tratadas por teólogos, sacerdotes e inclusive ateus. É um direito democrático assegurado pelo estado para qualquer cidadão conforme o artigo 5º, parágrafo VI da Constituição Brasileira. Assim, todos os grupos religiosos desfrutam ao mesmo tempo de outro princípio democrático: a tolerância.

A Constituição brasileira atual, em seu artigo 19, inciso I protege a liberdade de crença, o livre exercício dos cultos religiosos:

⁵ MARTINS, Ives Gandra da Silva. Estado laico não é Estado ateu. *Folha de S.Paulo*. Online. 26 nov. 2012. <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/80145-estado-laico-nao-e-estado-ateu.shtml>. Acesso em 20 jan. 2014.

Art. 5.

VI - é inviolável a liberdade de consciência e de crença, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e a suas liturgias;

VII - é assegurada, nos termos da lei, a prestação de assistência religiosa nas entidades civis e militares de internação coletiva;

VIII - ninguém será privado de direitos por motivo de crença religiosa ou de convicção filosófica ou política, salvo se as invocar para eximir-se de obrigação legal a todos imposta e recusar-se a cumprir prestação alternativa, fixada em lei.

Em 27 de dezembro de 2007, foi sancionada a Lei nº 11.635, que instituiu o Dia Nacional de Combate à Intolerância Religiosa, celebrada no dia 21 de janeiro. Tal medida visa contemplar todas as opções de religiosidade, mas também foi instituída pela constatação de que pessoas tem sofrido intolerância face às opções que adotam; nesse sentido, há também uma visão generalizada de que o ateísmo sofre restrições nas sociedades, inclusive nas modernas.

Para Johnson (2001), não se trata de um problema de proselitismo, mais sim de insultos e comportamento de “*bullying*” que geram atos agressivos e que preocupa a todos. Segundo a autora, se a pessoa não participa de atividades ou crenças religiosas, tende a ser identificada como alguém sem consciência e sujeita a certo isolamento.

De acordo com Johnson (2001), ateus sempre foram perseguidos desde a cristianização do Império Romano, onde ser ateu era crime. Até o século XIX, devido ao poder político-eclesiástico, o indivíduo que assumisse oposição aos ensinamentos da Igreja seria recriminado pela sociedade e pelo governo com acusações de desonestidade, rebeldia, incredulidade e libertinagem. O indivíduo que quisesse assumir publicamente oposição aos ensinamentos da igreja, de antemão sabia: seria recriminado pelo governo e pela sociedade. Para manter a boa imagem, era preferível não admitir tal posicionamento. Pessoas que assumem tal posição carregam um estigma social sendo discriminados e em alguns países condenados à pena de morte.

Segundo uma pesquisa da CNT Census, mostrada na reportagem *Os ateus tem medo de sair do armário*, publicada pela revista IstoÉ (2013), 84% dos brasileiros votariam em um negro para presidente da república, 57 % votariam em uma mulher, 32 % votariam em um homossexual e apenas 13 % votariam em um candidato ateu. Esse indicador é bem contundente quando se menciona atitudes preconceituosas no Brasil em relação aos ateus.

Lima Júnior menciona que nos meios de comunicação têm sido comuns os ataques preconceituosos e ofensivos contra esse contingente minoritário no Brasil.

“Tais ataques possuem consequências serias, pois se pautam em concepções correntes na sociedade, as quais tendem a estabelecer uma associação entre ateísmo e imoralidade e, por conseguinte, com a criminalidade”. Vários são os casos em que os ateus são retratados como niilistas éticos, “pessoas sem limites”, “capazes, por isso, de matar e cometerem as maiores atrocidades” (LIMA JÚNIOR, 2012, p.137).

Em pleno século XXI, temos um novo contexto que cerca o ateísmo no Brasil, ou seja, em tempos de respeito às minorias legitimadas, amparadas pelo Estado, há atitudes massivas de desrespeito e até discriminação religiosa, situação que a comunicação social tem lidado.

4. A COMUNICAÇÃO E O ATEÍSMO

Os livros podem ser encarados como um dos recursos comunicacionais que desdobram as ideologias e valores ateístas. Richard Dawkins em seu livro *Deus, um delírio* (2007) declara que: "Se este livro funcionar do modo como espero, os leitores religiosos que o abrirem serão ateus quando o terminarem".

Para reforçar sua posição ateísta, Dawkins apresentou uma série de programas na emissora BBC intitulados "A Raiz de Todo o Mal", além de outros livros como *O relojoeiro cego*, de 2001.

Obras como, *Deus não é grande: como a religião envenena tudo*, de Christopher Hitchens (2007), e *Tratado de ateologia*, de Michel Onfray (2007) tratam de forma ácida a religião. Há muitos outros livros que tratam a religião de forma cética, caso de *O livro negro do cristianismo: dois mil anos de crimes em nome de Deus*, de Jacopo Fo, Sergio Tornat e Laura Malucelli (2007).

Obras como essas inspiraram comentários de Lima Piva (2009, p.74):

As críticas implacáveis desses autores à religião como experiência histórica e psicológica da humanidade, suas argumentações radicais contrárias à existência de uma divindade criadora e de uma providência [...] iniciativas desse teor provocaram a fúria dos religiosos mais melindrosos acostumados à tranquilidade e à segurança da hegemonia ideológica das suas doutrinas, ou do rigor científico das refutações às "verdades da fé" contidas nas obras de Richard Dawkins.

A própria Bíblia, expressiva obra de comunicação cristã e talvez o livro mais difundido no mundo, pode também mostrar o embate religioso, como trechos que se opõem aos que não possuem religião. O Livro de Salmos em seu capítulo 1 vs.1:

Feliz o homem que não procede conforme o conselho dos ímpios, não trilha o caminho dos pecadores, nem se assenta entre os escarnecedores. Vs. 3: Ele é como a árvore plantada na margem das águas correntes: dá fruto na época própria, sua folhagem não murchará jamais. Tudo o que empreende, prospera. Vs. 4: Os ímpios não são assim! Mas são como a palha que o vento leva. Vs. 6: Porque o Senhor vela pelo caminho dos justos, ao passo que o dos ímpios leva à perdição. 53 vs 2: Diz o insensato no seu coração: "Deus não existe!" Corromperam-se, praticando abominações: não há um só que pratique o bem.

Em outras palavras, de acordo com essa “verdade”, advogada por muitos como “revelada”, a sensatez, o caráter e a virtude seriam exclusividades dos crentes em Deus. Já os ateus – pobres ateus! –, estes seriam loucos, doentes, seres degenerados, indivíduos *à-toa* duplamente, isto é, com hífen (moralmente desprezíveis) e sem hífen (*à toa*, isto é, sem rumo na vida) (LIMA PIVA, 2009, p.76).

Em novembro de 1985, Fernando Henrique Cardoso sofreu um sério abalo em sua candidatura a prefeito de São Paulo quando o apresentador de televisão Boris Casoy perguntou se ele acreditava ou não em Deus; desconcertado, Fernando Henrique balbuciou que, conforme o combinado, a pergunta não seria feita. Em seguida, gaguejou uma resposta suficientemente confusa para que Jânio o acusasse de ateu (NUNES, 2012).

Em matéria para a revista *Veja*, Diogo Mainardi (2003) escreve: “Menos deus, por favor,” uma crítica onde narra que o Brasil tem deus demais; no futebol, nas emissoras de televisão e rádios, em hospitais, na política enfim, em todos os segmentos sociais onde pessoas dão valores extraordinários à feitos como gols, ou saudações eletrônicas que terminam com “Deus te abençoe”, camisetas com Jesus estampado enfim, tudo é dedicado ou impulsionado por Deus.

Em 10 de julho de 2010, o apresentador José Luiz Datena e o repórter Márcio Campos do programa “Brasil Urgente” da rede de televisão Bandeirantes (São Paulo-SP), noticiavam um crime e insistiram em relacionar ateísmo com a barbárie dos criminosos. Durante o programa, foram ditas frases como “um sujeito que é ateu não tem limites e é por isso que a gente vê esses crimes aí”. O Ministério Público Federal em São Paulo entrou com uma ação em dezembro de 2010 contra a emissora e a União por não ter fiscalizado o programa.

Dentre os argumentos do juiz federal Paulo Cezar Neves Júnior, da 5.^a Vara Cível, está o fato de que as redes de televisão são concessões públicas e, portanto, devem “respeitar e divulgar os valores e os direitos previstos na Constituição, entre eles a laicidade do Estado”. O juiz também afirmou na sentença que Datena induziu a audiência ao erro, já que nada comprova que haja relação entre ser ateu e cometer crimes. Durante a exibição da reportagem, o apresentador e o repórter Márcio Campos relacionaram o fuzilamento de um garoto à “ausência de Deus”. Segundo a narrativa do apresentador Datena:

- Um sujeito que é ateu não tem limites e é por isso que a gente vê esses crimes aí” [...] Márcio Campos, é inadmissível. Você que também é muito católico, não é possível, isso é ausência de Deus, porque nada justifica um crime como esse, não? [...] É por isso que o

mundo está essa porcaria. Guerra, peste, fome e tudo mais, entendeu?
 São os caras do mal. Se bem que tem ateu que não é do mal, mas o
 sujeito que não respeita os limites de Deus não respeita limite
 nenhum. (JIMENEZ, 2013)

Na sentença assinada pelo juiz federal Paulo Cezar Neves Junior, processo nº 0023966-54.2010.403.6100, a Rede Bandeirantes foi condenada a exibir, durante o programa "Brasil Urgente", quadros para esclarecer a população sobre a diversidade religiosa e a liberdade de consciência e de crença no Brasil, com duração idêntica à das declarações tidas pela Justiça como impróprias, cerca de 50 minutos. A União, por meio da Secretaria de Comunicação Eletrônica do Ministério das Comunicações, foi condenada a fiscalizar a exibição dos esclarecimentos. (JIMENEZ, 2013).

O desembargador Piva Rodrigues, da 9ª Câmara de Direito Privado do TJ (Tribunal de Justiça) do Estado São Paulo, cassou em 21/6/2011 a liminar que concedia à ATEA (Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos) direito de resposta às ofensas do apresentador José Luiz Datena, no programa Brasil Urgente, da TV Bandeirantes. O juiz Régis Rodrigues Bonvicino, da 1ª Vara Cível de São Paulo, processo nº 0012204-08.2011.8.26.0011, condenou o apresentador José Luiz Datena, o repórter Márcio Campos e a Rede Bandeirantes a pagarem indenização de R\$ 135.600,00 à Atea por danos morais aos descrentes. A ação foi movida por Daniel Sottomaior (presidente da Atea), Alfredo Spinola de Mello Neto e Maurício dos Santos Palazzuoli.

Trata-se da segunda condenação envolvendo a mesma edição do “Brasil Urgente”. Bonvicino tomou como base, em sua sentença, o artigo 221 da Constituição que determina que as emissoras de TV tenham de respeitar os valores éticos e sociais das pessoas e da família. Sua decisão foi em caráter de urgência tendo em vista a possibilidade de o Brasil Urgente deixar de ser transmitido.

Em 26 de novembro de 2006, o pastor Silas Malafaia, da Assembleia de Deus “Vitória em Cristo”, chamou a jornalista e escritora Eliane Brum de “vagabunda” ao comentar o artigo que ela escreveu para a revista *Época* contando não ser fácil a vida de ateus em um Brasil cada vez mais marcado pela intolerância evangélica. A afirmação foi feita em uma entrevista relatada pelo *New York Times*, onde o pastor disse que “os ateus comunistas” da antiga União Soviética, do Camboja e Vietnã foram responsáveis por mais mortes do que todas as que ocorreram em consequência de “questões religiosas”.

No dia 28 do mesmo mês, Malafaia pede desculpas para a jornalista falando que foi um mal entendido e que “vagabunda” seria a reportagem e não o caráter da jornalista; em nota diz:

- Após o mal-entendido, enviei um e-mail para Eliane Brum, esclarecendo o fato e pedindo as devidas desculpas. Afinal, errar é totalmente humano, e nunca deixei de reconhecer meus erros por vaidade pessoal. Quando erro, costumo pedir desculpas. (*Silas Malafaia pede desculpas à Eliane Brum por ofensa em entrevista ao New York Times*, 2011)

A edição digital do *Observatório da Imprensa* do dia 06/08/2013, faz menção ao programa “Na Moral” veiculado pela Rede Globo de Televisão para discutir O Estado Laico, para o qual foram convidados o pastor evangélico Silas Malafaia, o padre Jorjão, o presidente da ATEA, Daniel Sottomaior e o babalorixá Ivanir dos Santos. Como a própria matéria relata, o princípio da isonomia não foi respeitado, uma vez que o programa dispensou mais tempo a um dos convidados, Silas Malafaia. O apresentador Pedro Bial questionou se a mídia, e em particular a televisão, deve abrir espaços para esse tipo de discussão de modo a colaborar com a formação de uma opinião pública mais consistente e garantir espaços igualitários a todos os segmentos.

Com o acompanhamento do programa pelas redes sociais foi possível perceber um real incômodo por parte do telespectador perante os posicionamentos do pastor Malafaia, já que este procurou defender suas opiniões na base do grito e das distorções das perguntas que lhe eram feitas, sem que o apresentador chamasse sua atenção. A primeira pergunta de Pedro Bial, por exemplo, questionava o que seria um Estado laico, enquanto o pastor falava sobre os assassinatos em massa promovidos pelos Estados ateus ao longo da história (NERY, 2013).

Por esses casos, vemos que ocorrem manifestações críticas e até de intolerância por parte de veículos de comunicação em relação aos não religiosos.

Pierre Bourdieu (1997) e Canclini (2002) analisam como os meios de comunicação reforçam as estruturas de dominação nas sociedades contemporâneas e indicam que a maioria das investigações sobre a mídia aponta que os meios de massa, entre outros, reproduzem valores dominantes; no caso do Brasil, os valores cristãos.

Galindo apresenta outra vertente para explicar embates religiosos no cenário da mídia, acrescentando assim indícios concorrenciais mercadológicos e de visibilidade:

Na sociedade rotulada de midiática, ou sociedade da informação, o chamar a atenção precede ao possível processo comunicacional, portador de conteúdos, tais como atributos e benefícios, que garantam

atender a uma demanda por soluções de carências das mais diversas ordens. Neste caso específico pela busca do sagrado, do místico, do sobrenatural, das soluções oferecidas em pacotes formatados para atender a determinados segmentos. (GALINDO, 2009,p.15).

Assim, o campo da comunicação parece estar contextualizado em práticas e políticas religiosas amplas que procuram atender a sociedade moderna.

O cenário religioso de bens simbólicos passa pela produção de novos pastores, igrejas, estratégias comunicacionais e marketing, levando os fiéis ao consumo da palavra cristã e divina, além de produtos, como DVDs, CDs, livros de autoajuda etc. (LIMA; TRASFERETTI, 2007, p 55).

É possível, portanto, evidenciar a secularização moderna na sociedade e na mídia massiva, que se volta para conquistas e oferta de bens materiais, e do qual o marketing e a comunicação fazem parte, como insumo importante para o ceticismo religioso (LIMA; TRASFERETTI, 2007).

Parece que expressões de intolerância na sociedade brasileira contemporânea não estão só relacionadas contra os ateus, mas contra outras minorias religiosas, seja por influência do governo, segmentos religiosos majoritários, meios de comunicação, e até mesmo proibições e restrições à outras religiões que não sejam as cristãs, como no caso em que traficantes do Rio de Janeiro proibiram cultos ao candomblé nos morros cariocas. Pelo menos 40 pais e mães de santo foram expulsos de favelas da Zona Norte da capital carioca. Tal fato não se restringe apenas ao Brasil. Em Angola, por exemplo, o próprio governo do país proibiu o culto à religião Islâmica. Prova de que a intolerância religiosa ainda atinge vários países do mundo.

4.1 Vozes ateístas e instituições atéias no Brasil

O ateísmo vem obtendo espaços na sociedade atual para manifestar sua ideologia e até refutar acusações que sofrem suas entidades e adeptos; nesse sentido, novas mídias acrescentam mais opções sobre as existentes, multiplicando as oportunidades para que uma organização ateísta se comunique com o seu público.

O *Center for Inquiry* nos Estados Unidos (*Amherst, New York*), por exemplo, possui várias ações de comunicação. Seu *website* traz conteúdos como notícias, educação, princípios, vídeos, além de possibilitar doações à entidade. Atribui como missão fomentar uma sociedade secular baseada na ciência, razão, liberdade de expressão, e os valores humanistas. Mantém

diversos fóruns, sendo um deles Religião e Secularismo, com cerca de 28 mil replicações nas mídias sociais; abriga assuntos como religião, antirreligião, secularismo e discussões correlatas.

A entidade exhibe uma série de veículos em que conseguiu exposição, caso das redes de TV abertas CBS, ABC, NBC, Fox, PBS, e TVs a cabo CNN, CNBC, MSNBC, C SPAN. Um dos vídeos da entidade possui o título “*What type of atheist are you?*”, cuja descrição sustenta que palavras como ateísta, secular e não crente se aplicam a “muitos de nós”, mas elas não dizem realmente muito sobre o que nós fazemos.

A matéria do *Midia News* reforça o poder das mídias sociais para a causa. O fundador da LiHS (Liga Humanista Secular do Brasil), Eli Vieira, tem usado a internet no geral e a mídia social *YouTube* em particular para expressar as opiniões da organização, embora ele atribua grande importância aos encontros presenciais, eventos e manifestações.

A mesma matéria cita o 2º Encontro Nacional de Ateus, que pode exemplificar a fórmula de eventos a que Eli Vieira se refere. Realizado em fevereiro de 2013 na cidade de São Paulo, reuniu ateus e agnósticos de 28 cidades de 25 estados brasileiros; contou com a participação de 750 pessoas, o que representou expressivo crescimento de participantes em relação à edição anterior; o encontro apresentou palestras com temas afins, como o ateísmo na filosofia francesa e a palestra sobre o estado laico. Segundo Washington Alan, diretor jurídico da Sociedade Racionalista e organizador do evento, cerca de 1.700 pessoas confirmaram presença no evento através da rede social *Facebook*. Diego Lakatos, presidente da Sociedade Racionalista, atribui ao *website* de sua entidade o número expressivo de adesões à organização.

Daniel Sottomaior, fundador da ATEA, menciona na matéria que a criação de uma página no *website* mais do que dobrou o número de adesões, perto de 200 novos membros por mês, contando em janeiro de 2014 com 10.939 mil membros filiados⁶ e 306 mil fãs no *Facebook*, cerca de metade do que corresponderia ao número de ateus calculado pelo IBGE. Já o fundador da LiHS, Eli Vieira afirma que tem 3148 membros (23/07/2013)⁷ e mais de 28.968 mil fãs no *Facebook*⁸; segundo o seu *website*, a LiHS está voltada para “céticos, agnósticos, ateus, livres pensadores e secularistas”.

⁶ ATEA. Disponível em: <https://atea.org.br/>. Acesso em 17 jan. 2014.

⁷ LiHS. Liga Humanista Secular do Brasil. Disponível em: <http://www.ligahumanista.org.br/>. Acesso em 21 jan. 2014.

⁸ LiHS. Liga Humanista Secular do Brasil. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/lihsbrasil>. Acesso em 23 jul. 2013.

Ao longo dos anos, algumas associações foram criadas para “reunir os não crentes em torno de questões como o combate ao preconceito e a defesa da laicidade do Estado brasileiro”. Na reportagem, coube destaque às ações de comunicação via redes sociais da Sociedade Racionalista, ATEA e LiHS, pois segundo a matéria, não encontram amparo e nem disponibilidade em mídias convencionais. Daniel Sottomaior, fundador da ATEA, declara na reportagem que o objetivo da organização é criar indignação em relação à discriminação de ateus e possibilitar que o Brasil, 120 anos depois da proclamação da República, se torne de fato em um Estado laico.

Levantamento realizado pelo OCA (Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual) pertencente à Ancine (Agência Nacional do Cinema), em 2012, contabilizou o número de horas exibidas com programas religiosos nas grades das emissoras. A CNT conta com 36,67% de sua programação dominada pelas atrações ligadas à fé, a RedeTV! com 38,08%, a Band com 17,0%, a Record com 15,7%, a TV Brasil com 1,69% da sua grade de programação, a TV Cultura com 0,73% da sua grade e a TV Gazeta com 15,71% de sua grade de programação. O SBT é o único canal com zero percentual de programação de religião na grade.

Segundo a grade de programação das emissoras nos canais UHF, a programação religiosa se configura da seguinte forma: a RedeTV! com 46 horas semanais (h/s), Rede Record com 32 h/s, a Bandeirantes com 31 h/s, a Gazeta com 26 h/s, a Cultura com 1 h/s, a Rede Globo com 50 minutos. Já nos canais VHF, o Canal 21 tem 154 h/s, a Rede Vida 133 h/s e a CNT com 61 h/s (Gde. São Paulo). O SBT não tem nenhum tipo de programação religiosa. Pela Lei em vigor, as emissoras só podem vender 25% do seu espaço para publicidade; como igrejas não são consideradas anunciantes, as emissoras não consideram aplicável esse dispositivo da Lei. (FELTRIN, 2011)

Tanto pelo levantamento do OCA como da ATV não se apurou espaço para a comunidade de não religiosos, não crentes, ateístas e agnósticos. Essa informação corrobora com a visão empírica de que os meios de comunicação massivos, caso da televisão, proporcionam pouco espaço para grupos minoritários, ações essas restritas a debates polêmicos pontuais.

Já a internet fornece uma série de dados, referências, artigos sobre minorias sociais, caso do ateísmo, que começa a ser mais divulgado tanto através das diversas redes sociais, como nos sites de busca. Os artigos passam a ter maior exposição, sendo assim uma das poucas formas de divulgação; são reverberações de artigos e textos sobre o ateísmo

compartilhados através das redes sociais como o *Facebook*, *Twitter*, *Reddit*, *Blogs*, *Vblogs* e *YouTube*.

Algumas associações brasileiras estão altamente inseridas no espaço digital (ATEA, LiHS etc), além de portais e espaços esparsos que contam com a mídia virtual: O Portal do Ateísmo⁹, Ateus do Brasil¹⁰, Dicionário Cético¹¹, Ceticismo Aberto¹², Sociedade Racionalista¹³ e Observatório da Laicidade do Estado¹⁴.

Presencia-se a evolução dos meios de comunicação e sua consolidação no uso em massa das novas tecnologias, mais precisamente com a utilização da internet onde os processos de comunicação se tornam mais rápidos, acessíveis e disponíveis para aqueles que queriam emitir opiniões e oferecer conteúdos sem as restrições midiáticas massivas tradicionais. As chamadas redes de informação estão democratizando os acessos a diversos assuntos e informações no mundo todo; por vezes em “tempo real”,

Os internautas participam, leem e escrevem mensagens, postam imagens e até constroem *websites* para se posicionar sobre temas de interesse geral ou específico, algo que também é oferecido para as pessoas e entidades ateias fazerem uso. Para trocar ideias sobre desapego às religiões e manifestar opiniões do porque não seguem nenhuma delas, ateus têm se reunido em grupos organizados em comunidades virtuais na internet; o anonimato e a facilidade de encontrar pessoas que pensam da mesma forma, fez da internet e das redes sociais o local ideal para que os que não creem em um deus se encontrem.

4. 2 Presença do ateísmo em meios de comunicação de massa no Brasil

Há uma sensação de que o ateísmo possui espaço diminuto nos meios de comunicação de massa brasileiros. Uma resposta fundamentada e cientificamente representativa demandaria um esforço de pesquisa específico. Para trazer uma referência a esta questão, apresenta-se aqui um levantamento documental que não possui caráter representativo ou generalizador para o assunto.

Primeiramente a pesquisa delimitou-se às mídias impressas jornais e revistas brasileiras em circulação em 2013, veículos estes de caráter jornalístico. Quanto aos veículos

⁹ Portal do Ateísmo. Disponível em: <http://ateus.net>. Acesso em 23 jan. 2014.

¹⁰ Ateus do Brasil. Disponível em: <http://ateusdobrasil.com.br>. Acesso em 23 jan. 2014.

¹¹ Dicionário Cético. Disponível em: <http://brazil.skeptdic.com>. Acesso em 23 jan. 2014.

¹² Ceticismo Aberto. Disponível em: <http://www.ceticismoaberto.com>. Acesso em 23 jan. 2014.

¹³ Sociedade Racionalista. Disponível em: <http://sociedaderacionalista.org>. Acesso em 23 jan. 2014.

¹⁴ Observatório da Laicidade do Estado. Disponível em: <http://www.edulaica.net.br>. Acesso em 23 jan. 2014.

jornalísticos consultados, os títulos de jornais deveriam estar entre os cinco maiores em circulação no Brasil e disponibilizar seu acervo totalmente digitalizado, de forma que se enquadraram nessa condição os jornais *Folha de S. Paulo* (FSP), *O Estado de S. Paulo* (OESP) e *O Globo* (OG) (Quadro 3); os títulos das revistas deveriam estar entre os três maiores em circulação no Brasil e disponibilizar seu acervo totalmente digitalizado, de forma que se enquadraram nessa condição a revista *Veja* (Quadro 4).

Quadro 3 - Os maiores jornais do Brasil de circulação paga, por ano - 2013			
Rank	Título	UF	Média da Circulação
01	<i>Folha de S. Paulo</i>	SP	297.650
02	<i>Super Notícia</i>	MG	296.799
03	<i>O Globo</i>	RJ	277.876
04	<i>O Estado de S. Paulo</i>	SP	235.217
05	<i>Extra</i>	RJ	209.556
ANJ – Associação Nacional de Jornais. Disponível em: http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil . Acesso em 20 out. 2013.			

Quadro 4 - As maiores revistas semanais de interesse geral do Brasil com circulação paga - 2013			
Rank	Título	UF	Média da Circulação
01	<i>Veja</i>	SP	1.071.871
02	<i>Época</i>	RJ	393.940
03	<i>Isto É</i>	SP	323.890
ANER – Assoc. Nac. de Ed. de Revistas. Disp.em: http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao/ . Acesso em 20 out. 2013.			

Conforme mencionado anteriormente, embora os acervos digitais possam trazer dados de várias fontes jornalísticas (produtos jornalísticos), a busca ocorreu apenas nos títulos dos veículos jornalísticos *Folha de S. Paulo* (FSP), *O Estado de S. Paulo* (OESP), *O Globo* (OG) e *Veja*, já que esses são os veículos os quais atendem aos requisitos pré-definidos para esta pesquisa. Considerando todo o conteúdo desde o início de circulação até o dia 27/9/2013, data em que foram feitas todas as buscas: FSP teve início de circulação em 1960; OESP teve

início de circulação em 1875 com a denominação de *Província de São Paulo*; o jornal *O Globo* inicia sua circulação em 1925; a revista *Veja* com circulação iniciada em 1968.

Procedeu-se à busca com as palavras: ateu, católico e evangélico. Essas expressões permitem que a busca mostre também as formas no plural, mas não permitem que mostrem outras derivações (adjetivação, feminino, grafia antiga do termo etc.). Alguns resultados podem ser imprecisos, caso da possível consideração da palavra “bateu” (ateu) ou desconsideração do termo “athea” (grafia antiga).

Foram contabilizados os números expressos pelo acervo em relação ao respectivo título do veículo jornalístico, mesmo sendo anúncios, cadernos, revistas encartadas. Estima-se que o número de evangélicos tenha sido depreciado em função da palavra de busca “evangélico” retratar uma parte do contingente protestante e correlatos (crentes, metodistas etc.). De outro lado, similar a ateu, ficaram ausentes termos como “sem religião”, descrentes, e correlatos, assim como o termo “católico” exclui carismáticos e outras vertentes do catolicismo. Os resultados estão no Quadro 5.

Quadro 5: Número de páginas em que os veículos jornalísticos apresentam as palavras chaves ateu, católico e evangélico.						
Palavras de busca	FSP	OESP	O Globo	Veja	Total	%
Ateu	5.464	4.837	7.871	260	18.432	11,45
Católico	10.671	27.697	71.835	1.510	111.713	69,35
Evangélico	4.023	7.071	19.425	405	30.924	19, 20
Data: 27/9/2013.						

Considerando a busca nos arquivos digitais das mídias analisadas com os filtros anteriormente citados, e apegando-se à comparação entre as menções com a palavra “ateu” e “católico”, o Quadro 5 mostra que o jornal *O Globo* traz por volta de 71.800 mil páginas utilizando a palavra “católico” e cerca de 7.800 com “ateu”, ou seja, a palavra “ateu” representa em relação a palavra católico por volta de 11% do espaço.

O Estado de S. Paulo, seguindo *O Globo* em menor proporção, cita a palavra “católica” em cerca de 27.600 páginas e “ateu” por volta de 4.800, de forma que em termos comparativos o número entre as duas palavras corresponde a apenas 17,46% da palavra “ateu” em relação à “católica”. Na revista *Veja* aparecem por volta de 1.500 páginas com a palavra

“católico” e apenas 260 com a palavra “ateu” o que corresponde a aproximadamente 17% das páginas com citação da palavra “católico”.

Já o jornal *Folha de S. Paulo* tem um volume de páginas com a citação de católicos de 10.671 e ateus 5.464, porém, se levarmos em consideração o número percentual entre as palavras “católicos” e “ateus”, notamos que a citação de ateu corresponde à 51% das páginas em relação a palavra “católico” o que aparenta ser o veículo pesquisado que concede espaço maior para os ateus, pelo menos em relação aos católicos.

Quadro 6: comparação dos dados da pesquisa com os veículos de comunicação (FSP, OESP, O Globo e Veja) com os dados do censo do IBGE.			
	<i>Dados do IBGE, censo 2010</i>	<i>Dados da pesquisa com os veículos jornalísticos</i>	<i>Diferença encontrada em pontos percentuais</i>
Ateu	8,0 % (*)	11,45 %	3,45
Católico	64,6 %	69,35 %	4,75
Evangélico	22, 2%	19, 20 %	3,00
Obs.: Os dados da pesquisa com veículos jornalísticos não apurou outros estratos de religiosidade, de forma que os 3 grupos pesquisados totalizaram 100%, ao passo que os dados do IBGE registram o percentual do respectivo grupo religioso em relação a um contingente maior de opções no campo da religiosidade. (*) O percentual corresponde ao grupo “sem religião” uma vez que o IBGE não isolou o grupo ateu nessa categoria. Portanto, deve-se observar que o percentual de ateus pode ser menor ou maior.			

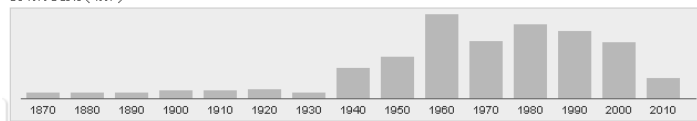
O Quadro 6 aponta pouco distanciamento entre os percentuais obtidos com o espaço das correntes religiosas nos meios de comunicação em relação aos números apontados pelo IBGE. Isso mostra que os meios atribuem espaço semelhante ao que cada grupo religioso possui no cenário brasileiro.

Embora não seja o propósito central deste estudo, os jornais OESP e OG possibilitam adicionalmente registrar a incidência dos termos de busca por décadas (Figuras 1 e 2). Constata-se que o OESP aponta um incremento do termo “Ateu” a partir dos anos 1940 e intensificação a partir dos anos 1960, considerando que a década de 2010 está subestimada porque a contagem ocorre até o ano de 2013. Tal perfil de incidência também ocorre no OG, porém com significativa diminuição na década de 2000.

Figura 1 - O acervo do jornal *O Estado de S. Paulo* permite mostrar a incidência dos termos por décadas.

FILTRE POR PERÍODO

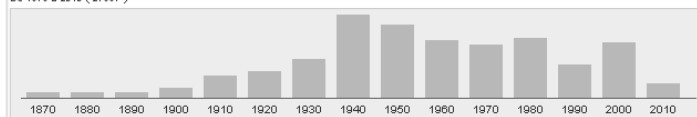
De 1875 a 2010 (4837)



Ateu

FILTRE POR PERÍODO

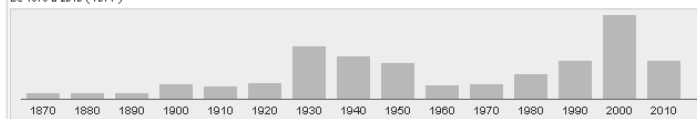
De 1875 a 2010 (27697)



Católico

FILTRE POR PERÍODO

De 1875 a 2010 (7071)



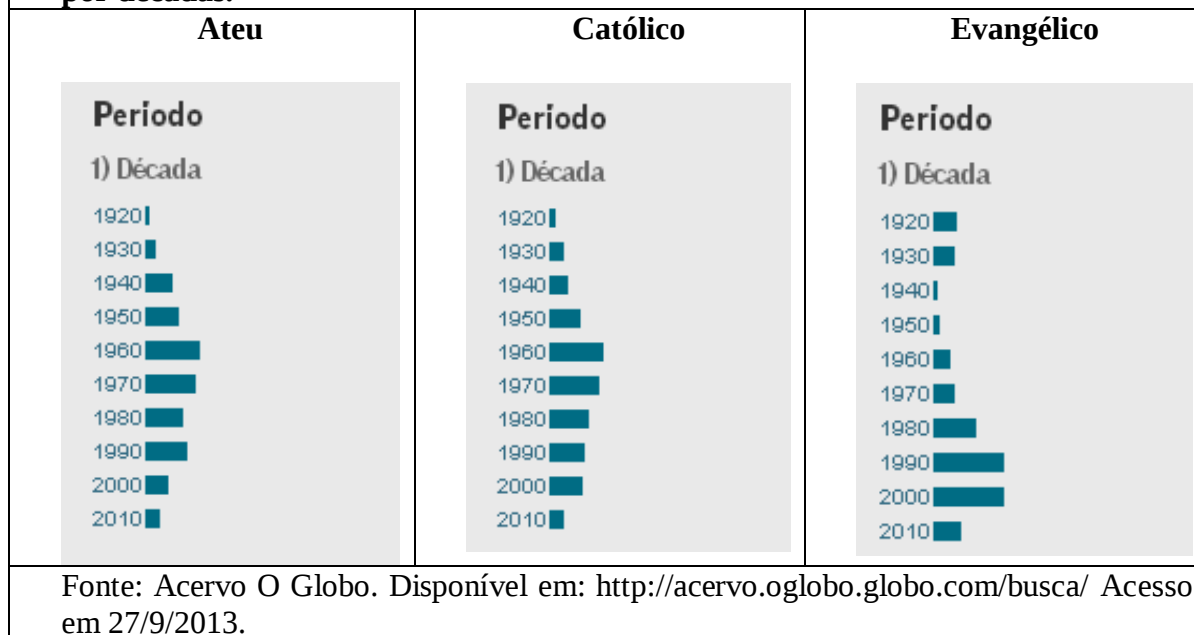
Evangélico

Fonte: Acervo Estado. Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br>. Acesso em 27/9/2013.

Pela leitura da Figura 1, que se refere ao jornal *O Estado de S. Paulo*, nota-se um expressivo crescimento no termo “católico” a partir da década de 1940 e um declínio constante até meados da década de 1970. Em 1980 houve uma pequena evolução, após o que retomou a queda. Em 1930, o termo “evangélico” tem um crescimento considerável, mas manteve seus índices em queda até 1960, a partir do que retoma o crescimento expressivo. Já a palavra “ateu” registra um incremento na década de 1940, ganha força nos anos 1960, recua um pouco na década seguinte, e nos anos 1980 registra novo crescimento, mantendo declínio posteriormente.

Na Figura 2, que mostra a evolução dos usos das palavras “ateu”, “católico” e “evangélico” no jornal *O Globo*, nota-se que o termo “ateu” registra acentuado aumento na década de 1960, a partir do que segue declinante. Movimento semelhante foi apurado com o termo “católico”. Porém, com o termo “evangélico” nesse mesmo período há clara ascendência.

Figura 2 - O acervo do jornal *O Globo* permite mostrar a incidência dos termos por décadas.



A primeira página de um veículo jornalístico (ou capa) é sabidamente um espaço privilegiado, quer seja a do caderno principal, ou de cadernos intermediários. O Quadro 7 revela a ocorrência dos temas nesses espaços, conferindo assim, um certo grau de relevância para o assunto. Salienta-se que esse perfil ou categorização de busca foi oferecido apenas por OESP e OG.

Quadro 7: Número de páginas em que os veículos jornalísticos apresentam as palavras chaves ateu, católico e evangélico na Primeira Página (Capa do primeiro caderno). Não houve ocorrência em Veja e o sistema da FSP não permite filtrar as informações por capas.

Palavras de busca	OESP	O Globo	Total	%
Ateu	7	33	40	4,15
Católico	47	595	642	66,60
Evangélico	22	260	282	29, 25
Acesso em 27/9/2013.				

Em relação ao número de páginas em que os veículos jornalísticos apresentam as palavras chaves “ateu”, “católico” e “evangélico”, na Primeira Página (Capa do primeiro caderno), a palavra “ateu” apareceu nessas páginas de destaque 7 vezes, contra 47 citações católicas e 22 evangélicas no Jornal *O Estado de S. Paulo*. Considera-se então pelos dados

apresentados que no jornal OESP, o aparecimento do termo “ateu” corresponde somente a 15% das citações se comparadas com os católicos e a 31 % se comparada ao termo “evangélico”.

No jornal *O Globo*, o termo “ateu” aparece 33 vezes contra 595 citações católicas e 260 citações evangélicas, ou seja, nessas mídias, ateus tem um percentual de aparecimento de 4,15%, o evangélico com a participação de 29,25%, e os católicos com a grande fatia de participação nesse veículo com 66,60% de citações. No jornal OG, essa diferença é ainda mais flagrante em termos comparativos, uma vez que a palavra “católico” aparece 1.805% a mais que a palavra “ateu” e ao mesmo tempo é 33% menos citado que o termo “evangélico”. Pela análise podemos perceber que o espaço dedicado aos assuntos sobre o ateísmo é bem menor e desproporcional aos demais.

A seguir é feita uma abordagem documental a fim de categorizar o tratamento dispensado ao termo “ateu”. Tal abordagem também não tem a pretensão de ser representativa ou generalizante, apenas oferecer um indicativo de tratamento ao tema ateísmo. Esta análise segue o modelo tradicional da tricotomia “positivo, negativo, neutro” (JAGERS; WALGRAVE, 2007), mas que para este trabalho foi adicionado um quarto elemento: “ambos”¹⁵.

Dessa forma, a análise pode enquadrar o teor do texto em positivo (o termo “ateu” está associado a aspectos benéficos, corretos, idôneos, proveitosos, aprazíveis), negativo (maléfico, incorreto, inidôneo, desprezível), neutro (sem carga valorativa positiva ou negativa) ou ambos (incidência de aspectos positivos e negativos).

A seleção (amostra) das matérias ou conteúdos levou em conta a busca onde houvesse a presença concomitante das palavras “ateu”, “católico” e “evangélico” na mesma página, de 1990 em diante. Embora em uma página deveriam constar os três termos, a análise focou as matérias que contivessem o termo ateu(s).

Foram encontradas 21 matérias nos veículos *Veja*, *O Estado de S.Paulo* e *Folha de S.Paulo*. Não foi possível obter acesso ao jornal *O Globo* (senha não disponível) para coletar matérias com legibilidade. Foram encontradas quatro matérias na revista *Veja*, sendo que três matérias tiveram tendências neutras e uma negativa. Os resultados estão no Quadro 8.

¹⁵Poderia também ser designado como positivo-negativo, como aparece na obra aqui citada. DWYER, Larry; GILL, Alison Gill; SEETARAM, Neelu. *Handbook of Research Methods in Tourism: Quantitative and Qualitative Approaches*. Cheltenham: Edward Elgar Pub, 2012.

Quadro 8 - Abordagem documental dos veículos jornalísticos.		
<i>Veículo</i>	<i>Tratamento</i>	<i>Descrição</i>
VEJA		
O enigma iluminado Veja, n. 1335, 13/4/1994 p. 98-99	Neutro	Apenas informa que Murilo Mendes era ateu na juventude, mas que depois se converteu ao catolicismo.
Como a fé resiste à descrença Veja, n. 2040, 26/12/2007 p. 70-77	Negativo	“... CNT Census, mostra que 84% dos brasileiros votariam em um negro para presidente da República, 57% dariam seu voto a uma mulher, 32% aceitariam votar em um homossexual e apenas 13% votariam em um candidato ateu. Pior que isso só o Capeta.”
Onde foram parar os ateus de Nova Ibiá? Veja, n. 2040, 26/12/2007p. 74-75	Neutro	O texto remete apenas aos comentários da pesquisa feita pelo IBGE.
O conflito entre fé e ciência Veja, n. 2040, 26/12/2007 p. 78-79	Neutro	Religião e ciência apenas colocam seus pontos de vista. Não há ataques diretos contra quaisquer grupos na reportagem
FOLHA DE S. PAULO		
Marina aponta preconceito no discurso de pastor 13/5/2013 – A 10	Neutro	“As críticas segundo ela, devem ser feitas pelas ações e atitudes, não porque se é ateu, católico, evangélico, espírita ou judeu.”
FHC se encontra com 300 pastores 10/9/1998 - Eleições	Neutro	Depois de ler o provérbio, FHC - que no passado declarou ser ateu – disse “aleluia”.
Disputa por votos na reta final eleva o tom de acusações 23/10/1998 - Eleições	Negativo	Cristovam é ateu e ligam o número do PT ao diabo, “O 13 é o símbolo da bruxaria. Vejam o segredo oculto do 13. Quando colocamos o 3 sobre o 1, ele vira o tridente do diabo”.

Conexões aproximam Caio Fábio de Collor 27/11/1998 - Brasil	Negativo	Sombra escreveu que quem manda no Brasil é ACM e não FHC, ACM pelo menos crê em algo, FHC é ateu de carteirinha.
Evangélico, músico não diz mais “sarava” 13/7/1999 – Ilustrada	Neutro	Diz que Vinícius de Moraes era ateu, e que o fato não tem nada a ver com o tipo de música. “tem sim é que estudar”.
Voto evangélico pode definir presidente 16/1/2000 - A1	Neutro	Valenzuela disse que compartilha com os evangélicos os mesmos “valores espirituais”, sobretudo o da tolerância e o respeito à diversidade de religiões.
Estado e Igreja 27/10/2003 - A2	Ambos	Secretaria estadual de educação divulgou edital dizendo que o professor que perder a fé tornar-se agnóstico ou ateu poderá ser punido com afastamento ou até demissão. A matéria é uma crítica ao tipo de tratamento dado pelo governo num estado laico e comenta: “é pouco provável que parlamentares queiram votar contra Deus”.
O mal das religiões 6/5/2007 Especial Religião	Positivo	Para explicar o mundo, Deus é desnecessário, mesmo que a ciência não explique o mundo é melhor ser humilde e reconhecer as limitações do que procurar uma explicação fácil e reconfortante: “Foi Deus”.
Deixem Jesus em paz 30/7/2009 - D5	Positivo	Juca Kfoury, ateu declarado, faz menção aos atos no futebol como se cada gol ou lance bem realizado fosse obra de Deus, ou fazendo merchandising em camisetas em nome de Deus. “Que cada um faça o que quiser com suas crenças nos locais apropriados para tal, mas não queiram impingi-las em nossas goelas abaixo porque fazê-lo é uma invasão inadmissível e irritante”.
Pesquisa realizada pela FSP cad. Poder 16/10/2011 A13	Neutro	Pesquisa realizada pela FSP para medir o potencial de poder das classes sociais, faixas etárias e a qual religião essas pessoas pertencem, sendo que ateus tem 3% de participação nesse universo.

Intolerância religiosa 21/4/2012 – E 16	Positivo	Artigo de Dráuzio Varella – “Sou ateu e mereço o mesmo respeito que tenho pelos religiosos”. “O fervor religioso é uma arma devastadora disposta a disparar contra os que pensam de modo diverso”. É uma defesa em favor da diversidade de pensamentos e consequentemente a favor dos ateus.
Ueba! Ai, minha santa chaminé!14/3/2013 – E 11	Positivo	Uma crítica de José Simão ao tipo da eleição papal onde pergunta: “se todos os cardeais estariam sobre o manto do espírito santo, porque todos não seriam unânimes? Ou os papáveis fazem a dança das cadeiras com música e quando para o último que sentar vira papa.” É uma sátira ao ritual da igreja católica.
“Deus é como a fada do dente”, diz jovem 24/3/2013 – A 1	Positivo	Jovem sai em defesa dos ateus. Foi contra uma professora que antes do início das aulas lia um Salmo, ele protestou e deu certo, a professora trocou por um minuto de silêncio. Afirma que não sofreu preconceito por onde trabalhou, mas na escola foi chamado de anticristo, idiota e o clássico herege.
O ESTADO DE S. PAULO		
Encontro ecumênico reúne protestantes e católicos no Rio 10/10/1994 - A16	Neutro	Entrevista com o alemão Konrad Raiser – secretário geral do conselho ecumênico da Rússia, diz que a afirmação da Rússia ser um país sem fé, sem Cristo e ateu é falsa.
Fidel afirma que Cristo era comunista 5/07/2000 - A14	Neutro	Fidel Castro, ateu convicto, disse que Cristo era comunista por querer transformar a sociedade a partir dos humildes, por isso escolheu pescadores para serem seus discípulos, o mesmo que ele, Fidel idealizava, e que “Che” nesse caso poderia ter sido um santo. Em 1993, o parlamento mudou a constituição para transformar o Estado ateu em Estado laico, proibindo a discriminação por motivos religiosos.

Amém, aleluia. Em Bagdá 26/6/2005 – J 6	Neutro	A matéria diz respeito que Delly não é contra os evangélicos irem a um país ateu pregar Cristo. Nenhuma menção a mais sobre ateu ou ateísmo
“Vamos ter paciência, a verdade vai aparecer” 27/8/2005 - A4	Neutro	No discurso de Ciro Gomes ele diz: “Seja do meu partido, seja dos outros partidos, seja do sindicato, ateu, católico ou evangélico...essa pessoa tem que ser punida”
Tratamento: positivo, negativo, neutro ou diversificado (mistura de positivo com negativo). Descrição: razão para o enquadramento como positivo, negativo, neutro ou diversificado.		

O Quadro 9 aponta uma síntese dos resultados.

Quadro 9 – Síntese dos resultados da Abordagem documental dos veículos jornalísticos				
Veículos	Neutro	Positivo	Negativo	Ambos
<i>Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e a revista Veja</i>	57,15%	23,8%	14,29%	4,76%

Foram analisadas 21 matérias nos veículos *Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo* e a revista *Veja*, sendo que 12 matérias tem seu conteúdo neutro o que representa 57,15%, ou seja, não exprimem opinião nem contra nem a favor do ateísmo, apenas informam ou relatam fatos sem tomar partido. Outras 5 matérias tem uma postura positiva em relação aos ateus o que representa 23,80% dos textos analisados, mas cabe lembrar que as matérias foram escritas por pessoas que se dizem ateias; em outros 3 artigos o caráter é negativo, depreciativo (14,29%) e uma matéria (4,76%) o conteúdo aparece com ambas posturas, com uma visão negativa e uma positiva, porém, não negativa em relação ao ateu, mas sim em relação a situação que o ateu vive, a discriminação e a intolerância.

Parece que os veículos tradicionais adotam posturas adequadas em relação à legislação ou princípios democráticos e de responsabilidade social para com minorias e grupos religiosos.

4.3 A responsabilidade social condicionando o tratamento da mídia ao ateísmo

A forma um tanto quanto adequada com que a grande mídia e seu jornalismo vem tratando o ateísmo talvez possa ser explicada pelo estágio atual de responsabilidade social com que as entidades midiáticas tem atuado ou procurado seguir tendo em vista pressões sociais e setoriais.

A mídia brasileira tem se alimentado do processo democrático que o país vivencia, além de um leitor ávido por informações plurais e com conteúdo balanceado (MORAES, ADGHIRNI, 2011).

Ou seja, embora uma corrente religiosa obtenha maior cobertura ou simpatia de determinados veículos de comunicação, as organizações mais representativas da indústria da comunicação tentam balancear tal atuação para não comprometer sua credibilidade e aceitação enquanto instituição democrática.

A democracia é um processo paralelo ao fortalecimento da cidadania em que a mídia ocupa um lugar relevante a fim de responder às demandas sociais, interesses e expectativas públicas, de forma que distintos públicos, inclusive minoritários, constroem as agendas jornalísticas (GARZÓN, 2011). A autora argumenta que nesse contexto ocorre o Sistema de Responsabilização da Mídia, caso dos “observatórios” e “ouvidorias” (ou *ombudsman*) em que entidades independentes e os próprios veículos de comunicação incumbem-se de acompanhar a conduta ética e de responsabilidade social dos conteúdos oferecidos.

Paulino (2010) caracteriza a “responsabilidade social da mídia” como aquela em que os comunicadores devem ser responsáveis com seu público, prestando contas de suas atividades. Nesse âmbito, a mídia assume não somente um papel institucional de informação, opinião, interpretação e entretenimento, mas também de uma instituição cívica e de prestação de serviços a todos os grupos sociais.

Tal direcionamento midiático caracteriza fortemente a mídia e o jornalismo atuais, caso dos conceitos de jornalismo cívico e cidadão (conteúdos voltados para os interesses da sociedade em que o leitor participa diretamente desses conteúdos), “*Media Literacy*” (papel educador dos meios) e outros procedimentos que dão visibilidade a diversos temas sociais (meio ambiente, educação, saúde, diversidade comportamental). São procedimentos que fazem a mídia conceder espaços a diferentes públicos e minorias para suas manifestações, algo muito claro no ambiente da internet na qual muitos jornais e revistas estão ambientados.

Portanto, ser politicamente correto não é apenas partilhar das responsabilidades sociais autoatribuídas, ou emanadas por códigos de ética/conduita corporativos, mas também conceder espaços às minorias e suas ideias, sob pena de perder competitividade e legitimidade.

Muitos estudos, no entanto, mostraram comportamentos de órgãos midiáticos avessos aos interesses sociais, caso de jornais e emissoras privilegiarem anunciantes, grupos políticos e até correntes religiosas. Na visão de Schwengber (2007), este comportamento se deve a compromissos que cada organização da indústria da comunicação assume, mas que em maior ou menor grau encampa negociações no âmbito da responsabilidade social dado o contexto democrático e político.

Outro aspecto emerge nesse cenário: as mudanças que cada veículo de comunicação pode assumir em relação às opções de religiosidade. Ao analisar edições da revista *Veja*, Coelho *et al* (2009) mostraram que se nos anos 1980 o veículo tratava os evangélicos de forma pejorativa, nos anos 2000 assumiu um discurso mais positivo em relação a esse grupo religioso motivado por razões de mercado.

As relações entre mídia e religião são muito complexas, de forma que diversos fatores devem ser considerados no que se refere a possíveis ações parciais/imparciais, justa/injustas, equilibradas/desequilibradas com que a indústria da comunicação lida com as religiões no Brasil. Razões de mercado seria uma delas. Porém, é possível considerar que tais relações estejam constantemente em interação, distensão e tensão, caso da cultura pós-moderna que atribuiria à mídia valores éticos e culturais peculiares, como a diversificação e crise das instituições sociais, a eliminação de determinados mitos, crise do racionalismo (e retorno ao sentimento), alteração de papéis sociais, a explosão religiosa e a um novo comportamento diante do mundo do outro, de si mesmo e de Deus (BARTH, 2007).

Fonseca afirma que o Brasil assiste a um fenômeno religioso pautado pelo incremento dos evangélicos, a secularização e a “religiosidade de uma sociedade de comunicação” (FONSECA, 2000.p.87), essa última pautada pelo pesado investimento na mídia e a transformação dos fiéis em consumidores que, quando não satisfeitos, saem em busca de novas opções no disputado mercado religioso, inclusive para o nicho “sem religião”.

O aumento dos sem-religião passa pela crise institucional, em que se acredita na transcendência, mas sem a mediação de instituições, inclusive religiosas. Paralelamente, na sociedade moderna, os indivíduos são mais livres para adoção religiosa ou ficar sem religião, de forma que não há tanto o fator hereditário para pressionar as escolhas, mas sim uma decisão em função da atratividade que é oferecida (VILLASENOR, 2011) .

Tais valores, que também são relativos e discutíveis, mostram que a responsabilidade social da indústria da comunicação deve ser vista apenas como um dos fatores que incide na forma como a mídia retrata as religiões.

4.4 Presença do ateísmo em espaços alternativos

Uma vez que os grandes meios de comunicação não apresentam conteúdos significativos para o ateísmo, os espaços alternativos são estratégicos para o movimento, como no caso de eventos, *websites* e mídias sociais. Em termos mundiais, a situação é diferenciada em relação ao Brasil, mas a mídia virtual parece ser o carro chefe em termos de comunicação.

A *Richard Dawkins Foundation for Reason and Science* (RDFRS), fundada por Dawkins, estipula como missão dar suporte à educação científica, pensamento crítico e compreensão baseada em evidências do mundo natural para superar o fundamentalismo religioso, superstição, intolerância e sofrimento humano.¹⁶

A fundação organizou um encontro em 30/9/2007 em que estiveram presentes Sam Harris, Daniel Dennett, Christopher Hitchens e o próprio Dawkins; de maneira geral abordaram a ideologia neoteísta. Tal encontro resultou num vídeo postado no *YouTube* tendo recebido cerca de 505 mil acessos e perto de 5,5 mil comentários positivos e negativos até 2013. A RDFRS possui um *website* com depoimentos, notícias, vídeos, eventos e até loja virtual em que são vendidos artigos como DVDs, livros, joias, camisas, bonés, canecas, sacolas e objetos com marcas ligadas à entidade. Estão estampados logomarcas da entidade, símbolos como a letra “A” estilizada na cor vermelha, ou frases como “Religião: juntos podemos encontrar a cura”.¹⁷

Sam Harris estabeleceu uma organização para sua causa (*Project Reason*) e também divulga seu ideário em seu *site*¹⁸ pessoal, usando também depoimentos da mídia convencional e, principalmente, a internet em geral e mídias sociais.

Sua página pessoal contém diversas seções, como seu *blog*, livros, debates e outros itens.¹⁹ Na parte de mídia, Harris apresenta uma série de artigos, entrevistas e publicações em

¹⁶ RDFRS. Disponível em: <http://richarddawkins.net/>. Acesso em: 01 mai. 2013.

¹⁷ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=MuyUz2XLp1E>. Acesso em 01 mai 2013.

¹⁸ <http://www.project-reason.org/about/>

¹⁹ Sam Harris. Disponível em: <http://www.samharris.org>. Acesso em 01 mai. 2013

jornais, revistas, programas em TV tais como *The New York Times*, CNN, *Newsweek*, entre outros, em que ele ou suas ideias são protagonistas. Mostra, por exemplo, um artigo de sua autoria publicado na *NewScientist* (20/10/2010) com o título “Moralidade: Nós podemos enviar a religião para a sucata”.

No site, Sam Harris diz que a ciência pode mostrar os melhores caminhos para os seres humanos prosperarem - e então podemos jogar fora a religião. Seu blog, com cerca de 110 mil seguidores, apresenta assuntos como ética, debates, religião, islã, autodefesa, terrorismo, entre outros. Sam Harris é co-fundador e diretor da *Project Reason*, fundação não lucrativa voltada para a expansão do conhecimento científico e dos valores seculares na sociedade; procura encorajar o pensamento crítico e diminuir a influência do dogmatismo, superstição e intolerância no mundo.²⁰

O *website* da *Project Reason* mostra concursos de vídeos que receberam prêmios da própria entidade, além de campos destinados a notícias elaboradas por colaboradores e os fóruns de debates, debruçados no tema Ateísmo, Secularismo, Humanismo etc, que recebeu mais de 12 mil réplicas. A entidade está presente nas mídias sociais *Facebook* e *Twitter*. E mostra, como um bom diferencial de comunicação, seus grupos de discussão (*Discussion Groups*), distribuídos ao longo de todos estados americanos (EUA) e de outros países: Alemanha, Inglaterra, Holanda e Brasil.

No Brasil existem várias ações comunicacionais ateístas, caso do 1º Encontro Nacional de Ateus realizado em várias capitais brasileiras, em 12 de fevereiro de 2012. Organizado pela Sociedade Racionalista, o evento teve como apoiadores as organizações: ATEA, Ateus do Brasil, Troll Divino, Ateísmo Pelo Mundo, LiHS e o blog de Paulo Lopes. Além dos apoiadores em nível nacional, houve organizadores locais responsáveis pelo planejamento, execução e divulgação do Encontro em páginas da internet.²¹

Em 2014, deve ocorrer a terceira edição do encontro, que acontece em cada unidade da federação. O *website* da Sociedade Racionalista, promotora do evento, justifica a realização:

Dizem que a única coisa em comum entre dois ateus é o fato de que ambos não acreditam em divindades. Isto não poderia ser mais coerente. Porém, com este encontro, unimos um grupo que parece estar isolado pelos mais diversos motivos e mostramos que os ateus são uma parcela significativa da sociedade, que tem voz e que quer ser ouvida.

²⁰ Project Reason. Disponível em: <http://www.project-reason.org/>. Acesso em 01 mai. 2013.

²¹ Aliança Estudantil Secular de Curitiba. 06/02/2012. Disponível em: <http://aesufpr.ligahumanista.org/2012/02/encontro-nacional-de-ateus.html>. Acesso em: 5/8/2013.

Para Diego Lakatos, presidente da Sociedade Racionalista, diz que o 1º Encontro Ateu foi como uma tentativa de união entre ateus de todo o país. "Num primeiro momento, não estávamos tão interessados em promover discussões mais profundas. Foi uma coisa bem mais informal, no Parque Ibirapuera.", disse em uma reportagem ao blog de Paulo Lopes. Alguns temas surgiram com mais força e se tornaram mais relevantes, como a defesa do Estado laico, e a bancada evangélica tentando barrar discussões importantes na nossa sociedade de um ponto de vista religioso. O primeiro encontro deu um impulso no número de adesões à Sociedade Racionalista pelo site de acordo com Lakatos. Diz ele: "Agora, cerca de 60 pessoas se filiam a cada mês". O Apêndice A traz exemplos de peças de promoção de eventos ateus.

Este mesmo número também era o máximo arrebanhado pela ATEA, a maior do país, até sua entrada no *Facebook*, em 2010. Todo esse movimento e divulgação foram realizados única e exclusivamente através do ambiente digital, sendo a internet o único meio utilizado para essa divulgação, utilizando os sites que divulgam o próprio ateísmo, bem como os *blogs*, *facebook* e *youtube*. Sem essa tecnologia disponível não seria possível esse tipo de mobilização, uma vez que as mídias tradicionais não se interessam em divulgar tal movimento, seja por indiferença, intolerância ou ideologia religiosa.

O engenheiro Daniel Sottomaior, fundador da ATEA, disse à reportagem que a criação de uma página no site da ATEA mais do que dobrou o número de adesões – que já chega a 200 novos membros por mês. A ATEA já tem cerca de 10.659 membros filiados e 302 mil fãs no *Facebook*, cerca de 50% do que corresponderia ao número de ateus calculado pelo IBGE. Sottomaior comenta que com a chegada do *Facebook*, as associações ganharam um instrumento importante de divulgação. Mas ele diz que também é contra, pois acha que a ATEA é uma entidade de ativismo no mundo real e que neste ambiente virtual as discussões entre ateus tendem a gerar mais polêmica que soluções.

Em setembro de 2013, o jornalista Gabriel Filipe lançou na internet a *Revista Ateísta*, autodenominada como primeira revista ateísta digital; para ele, a revista "tem como objetivo compartilhar conhecimentos, fazer pesquisas e abrir debates".

A primeira edição, de setembro/outubro 2013, traz matérias como: Estado Laico não é Estado Ateu; Intimidado por não acreditar em um deus; entrevista com o filósofo Daniel Dennett; uma seção sobre "bizarrices bíblicas"; dica de leitura de Richard Dawkins; anúncio: "Deus não ajuda pessoas. Pessoas ajudam", fazendo uma alusão à doação de sangue e, em sua página final, divulga o *Facebook* da revista para que pessoas acessem e discutam as

matérias.²² Na página da revista na rede social. 747 pessoas curtiram e 237 falam sobre a revista ou sobre o assunto.²³

²² Revista Ateísta. São Paulo. Disponível em: <http://pt.calameo.com/read/00036654277033efd5651>. Acesso em 28/11/13.

²³ Revista Ateísta. Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/revistaateista>. Acesso em 28 nov. 2013.

5. ATEA – Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos – Estudo de Caso

Segundo Yin (2005) o estudo de caso nas ciências sociais é um desafio, cabendo ao pesquisador apresentar e analisar os dados de forma imparcial a fim de contribuir com o conhecimento de fenômenos sociais, políticos ou de grupos. No caso desta dissertação, o estudo é sobre a comunicação e o ateísmo.

Optou-se por realizar um estudo de caso único (a entidade ATEA) por se tratar da única e expressiva entidade representativa dos ateus, estar orientada para esse grupo religioso e realizar atividades variadas e frequentes em termos de comunicação. Segundo a própria ATEA, a associação possuía em janeiro de 2014 cerca de 10.900 associados de todo o Brasil. A ATEA está representada na Comissão de Direito e Liberdade Religiosa da OAB/SP, no Centro de Promoção da Liberdade Religiosa e Direitos Humanos do governo do Estado do Rio de Janeiro e no Comitê de Diversidade Religiosa da Secretaria de Direitos Humanos ligada à presidência da República. Cerca de 306 mil pessoas curtiram a página da ATEA no *Facebook* (dados de janeiro/2014)²⁴, enquanto vídeo institucional da entidade obteve 118.482 visualizações no *website Youtube*²⁵.

Atendendo ao protocolo de estudo de caso único sugerido por Yin (2005), e para cumprir o segundo objetivo específico desta dissertação, há a apresentação da ATEA em termos organizacionais e comunicacionais, com ênfase ao trabalho que a entidade tem desenvolvido no âmbito da comunicação social. A coleta de dados e conteúdos realizou-se no período de agosto/2013 a janeiro/2014 e teve como fonte o *website* da ATEA, contando também com análise de seus espaços na *frontpage*, com destaque à campanha publicitária, notícias, e entrevista com seu presidente.

A análise do *website* da ATEA seguiu o modelo definido por Bardin (2004) estipulando as categorias de análise:

- Caracterização da ATEA
- Estrutura do *website* da ATEA, com as subcategorias (Espaços) da *frontpage*: “associe-se”, “contribua”, “vídeos”, “campanhas”, “perguntas e respostas”, “depoimentos”, “links”, “*Youtube*”, “imprensa”, “contatos”, “Estatuto da Associação”, “ativismo judiciário”, “denúncias”, “citações”, “ética” e “ritos de passagem”.
- Campanha publicitária idealizada pela ATEA.
- Material jornalístico noticiado no *website* da ATEA

²⁴ ATEA. Facebook. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/ATEA.ORG.BR>. Acesso em 14 jan. 2014.

²⁵ ATEA. Vídeo Institucional da ATEA. Youtube. Disponível em: <http://www.youtube.com/user/ATEAorgBR>. Acesso em 14 jan. 2014.

Já a entrevista foi realizada com Daniel Sottomaior, presidente da ATEA, no dia 3 de dezembro 2013, na cidade de São Paulo, de forma presencial. Trata-se de uma entrevista realizada com um formulário de questões semi-estruturadas enquadradas nas seguintes categorias (DUARTE, 2009):

- Ateísmo
- Comunicação e ateísmo (questões relativas apenas à comunicação de entidades ateístas com públicos externos)
- A ATEA
- Comunicação da ATEA

As respostas não foram literalmente transpostas tendo em vista as vicissitudes de uma linguagem no contexto oral, de forma que tal transposição para a forma escrita fez com que estas assumissem um aspecto mais sintético e ordenado, porém sem alterar o sentido de cada resposta do entrevistado (DUARTE, 2009).

5.1 Caracterização da ATEA – Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos

A ATEA é uma entidade sem fins lucrativos, sediada virtualmente no site <http://www.atea.org.br>, e registrada na Receita Federal - Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) sob o número 10.480.171/0001-19 e no 1º Oficial de Registro de São Paulo/SP. Foi criada em 31 de agosto de 2008 por Daniel Sottomaior, Alfredo Spínola e Mauricio Palazzuoli. Segundo seu estatuto, a ATEA tem como objetivos:

- Congregar ateus e agnósticos, defendendo seus interesses e direitos, em todo o território nacional, bem como nos países ou estados independentes onde o Estado Brasileiro possui representação diplomática;
- Combater o preconceito e a desinformação a respeito do ateísmo e do agnosticismo, dos ateus e dos agnósticos;
- Auxiliar a autoafirmação dos ateus e agnósticos frente ao preconceito e a rejeição social;
- Apontar o ateísmo e o agnosticismo como caminhos filosóficos viáveis, consistentes e morais;
- Promover sistemas éticos seculares;
- Promover a laicidade efetiva do Estado, combatendo em todas as esferas legais qualquer tipo de associação que seja contrária ao descrito na Constituição da República Federativa do Brasil;
- Promover o pensamento crítico e o método científico; e
- Defender os direitos legais de ateus e agnósticos podendo participar e contribuir com as instituições democráticas legalmente descritas e fundamentadas na Constituição da República Federativa do Brasil,

fazendo sugestões, participando de discussões sociais e representando ações públicas ou privadas sempre com base nos objetivos descritos e fundamentados no estatuto.

5.2 Conteúdos do site da ATEA.

A análise foi feita segundo um acesso ao *website* no dia 20/12/13. Em sua página inicial, há os seguintes espaços:

“**Associe-se**”, com acesso direto ao formulário de associação e seus deveres enquanto associados, “**Contribua**”, para os que desejam auxiliar a entidade em diversas atividades como ações judiciais, campanhas de mídia, participação em eventos, manifestações públicas, artigos em jornais e revistas, encontros com parlamentares, produção de material institucional e coletivas de imprensa; a área disponibiliza o número da conta corrente e do banco para realizar depósitos esporádicos, e as doações podem ser feitas através do “pagseguro”, “quero doar” ou “junte-se a nós” para ser um contribuinte regular, além das informações sobre o destino das verbas arrecadadas, “**Vídeos**”, que dá acesso ao vídeo institucional sobre a ATEA, vídeos de campanhas publicitárias e no *Youtube*, “**Campanhas**” (ver item 5.3), “**Perguntas e respostas**”, que trata de perguntas mais frequentes em relação ao ateísmo e agnosticismo, ateísmo e religião, sobre a associação e dados do IBGE, acompanhado de um link com o convite de “junte-se a nós”.

“**Depoimentos**” contendo 15 *tags* com frases e experiências de pessoas relatando o porque de se tornar ateu, “**Links**” para 13 *weblinks* voltados ao ateísmo em três idiomas: português, espanhol e inglês. “**Youtube**” contendo diversos vídeos sobre ateísmo e sobre conteúdos e entrevistas sobre a ATEA, “**Imprensa**”, espaço onde são feitas críticas às práticas jornalísticas de seguir um padrão dominante e se pautar por parcialidade no tratamento de temas religiosos, “**Contatos**”, onde é possível se comunicar com a presidência, diretoria executiva, suporte ao contribuinte, atendimento a jornalistas, denúncias para o setor jurídico, relações públicas, webmaster – setor de informática, enviar sugestões/críticas, além de outros assuntos.

Na *frontpage*, além dos espaços citados, há textos relacionados ao ateísmo, como formas de doação, loja virtual da ATEA, link para o *Facebook* e *Twitter*, além de links para Ativismo Judiciário, Depoimentos, Denúncias, Éticas e Ritos de Passagem. O espaço também conta com um *QR Code* que leva diretamente para o canal da associação do *Youtube* onde pode ser assistido um vídeo institucional da ATEA. No fim da página existem três links para a entrevista realizada por Oscar de Melo em 22/11/2013 na rádio Difusora de Alagoas com

participação do presidente da ATEA tirando várias dúvidas sobre ateísmo, uma entrevista realizada por Celso Loducca pela Rádio Eldorado FM (São Paulo-SP) em conjunto com a Casa do Saber em 18/11/2013, onde o presidente da ATEA fala sobre ateísmo, e uma palestra sobre "Ateísmo, Preconceito e Laicidade" realizada pelo presidente da ATEA em 14/04/2012.

Também inserido à primeira página do site existe uma *tag* com: **Estatuto da Associação** que contém o estatuto da ATEA na íntegra com seus 30 artigos, **“Ativismo judiciário”**, onde há interesse da ATEA em abrir 10 processos e 50 atos feitos pela entidade e divulgados pela mídia, **“Denúncias”**, que abre contato para quem queira denunciar atos de violência ou discriminação por ser ateu e ainda mostra denúncias de várias pessoas, **“Citações”** abarcando frases de celebridades afinadas com valores ateus caso de Mark Twain, Dráuzio Varella, Friedrich Nietzsche, Luís Fernando Verissimo, José Saramago, Galileu Galilei, Albert Einstein, entre outros, **“Ética”** em que são apresentados princípios éticos que seguem as opções religiosas, caso do dilema de Eutífron, apresentado por Platão, no qual Sócrates pergunta a Eutífron: "Então, a piedade é amada pelos deuses, porque é piedade, ou é piedade, porque é amada pelos deuses?"; e por fim, **“Ritos de passagem”** onde se sustenta que os ritos ligados a nascimentos, mortes e casamentos são praticamente monopolizados pelas religiões.

No site da ATEA, no *link* “Ativismo Judiciário”, foram escolhidas aleatoriamente 23 matérias jornalísticas veiculadas entre 2009 e 2012, que versavam tanto sobre o ateísmo quanto a repercussão da campanha publicitária realizada pela entidade. O Quadro 10 mostra tal ocorrência.

Quadro 10 – Matérias jornalísticas publicadas no site da ATEA		
<i>Título colocado no website da ATEA</i>	<i>Descrição</i>	<i>Meios</i>
ATEA no Saia Justa	Participação do Presidente da ATEA no programa Saia Justa exibido em 13 de maio de 2009 no canal GNT da NET, parte 1 de 2, com a presença de Mônica Waldvogel (Jornalista), Márcia Tiburi (Filósofa), Maitê Proença (Atriz) e Betty Lago (Atriz). Divulgação pela GNT com repercussão no Youtube	TV Mídia social digital
Depoimento do presidente da ATEA na matéria da revista Viver Brasil	Direito de não ter fé. Movimento ateu quer acabar com preconceito; chegam às universidades, ruas e promete cobrar compromissos dos candidatos a políticos. Divulgação na revista digital Viver Brasil, 2011, edição de n. 80.	Revista digital

Porto Alegre recebe a primeira campanha ateia do Brasil	A cidade de Porto Alegre passou, desde o dia 5 (5/7/11), a exibir outdoors com propagandas que têm mensagens sobre ateísmo, fé e moralidade, com frases do tipo “Religião não define caráter”, acompanhada de fotos de Charles Chaplin, que era ateu, e Adolf Hitler, “crente” em Deus. No final do ano passado, as peças polêmicas da Atea (Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos), tiveram como objetivo combater o preconceito contra ateus e buscar lutar pela igualdade em um estado laico. Matéria veiculada pela revista Exame.com, edição de 26/7/2011	Revista digital
Entrevista com presidente da ATEA	Título original: “Líder de associação de ateus: Somos cidadãos de segunda categoria”. Eles reclamam de discriminação, se veem subjugados, se sentem na pior casta social. E são os únicos que nem podem apelar para Deus. Trata-se dos ateus, que resolveram recorrer à publicidade para combater o preconceito. Obviamente, só remexeram a polêmica em relação às suas descrenças. Divulgação através do site TerraMagazine em 27/7/2011.	Mídia social digital
Jornal do SBT Noite sobre os outdoors da ATEA em Porto Alegre	Após a matéria pedindo o fim do preconceito, Carlos Nascimento diz que a moral depende da fé "que está ou não está" em cada um. Divulgação no telejornal Jornal do SBT Noite (edição de 27/7/2011) e sua repercussão via Youtube	TV Mídia social digital
Ateus espalham outdoors com mensagens polêmicas em Porto Alegre	Com a intenção de combater o preconceito contra quem não acredita em nenhum deus, uma associação de Porto Alegre (RS), que reúne ateus, tomou uma atitude inusitada. Seus membros espalharam outdoors pelas ruas da cidade com as mensagens "Religião não define caráter." "Somos todos ateus com os deuses dos outros." Publicado no jornal Estado de Minas e portal “Uai” do mesmo veículo, edição de 27/7/2011.	Mídia social digital Jornal impresso
Ateus fazem campanha para mostrar que são vítimas de preconceito	“Somos a encarnação do mal para grande parte da sociedade”, diz presidente da Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos (ATEA). Divulgação no portal IG, 29/7/2011.	Mídia social digital
Matéria da RBS/TV, afiliada da Globo em Santa Catarina, sobre a campanha da ATEA	Matéria de 5’30’’ veiculada no telejornal Estúdio SC em 14/8/2011, na emissora RBS sobre a campanha publicitária da ATEA combatendo o preconceito contra o ateísmo. A matéria tem diversas entrevistas com ateus, agnósticos e com o Presidente da ATEA. Divulgação também no Youtube.	TV Mídia social digital

MPF move ação contra TV e igreja por ofensas a ateus	O Ministério Público Federal de São Paulo (MPF-SP) moveu ação civil pública contra a emissora Rede TV! e a Igreja Internacional da Graça de Deus pela exibição de "mensagens ofensivas contra ateus". A veiculação do conteúdo aconteceu no último dia 10 de março, no programa "O Profeta da Nação". Divulgação através do site TerraMagazine em 19/8/2011.	Mídia social digital
Diretor da ATEA , Alfredo Espínola, conversa com Leda Nagle sobre a campanha para diminuir o preconceito contra ateus	O diretor da ATEA, Alfredo Espínola, conversa com Leda Nagle sobre a campanha para diminuir o preconceito contra ateus. Veiculação no programa Sem Censura, TV Brasil (Brasília) em 22/8/2011. Divulgação também no Youtube.	TV Mídia social digital
Ateus americanos usam em outdoor frase de campanha da ATEA	Uma associação de ateus de Orange Country, na Califórnia (EUA), está usando em outdoor uma mensagem de uma campanha criada pela Atea (Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos): "A fé não dá respostas. Só impede perguntas". Divulgação no blog Paulo Lopes em 26/9/2011.	Mídia social digital
Nota de apoio da ATEA a Liga Brasileira de Lésbicas – RS	A Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos, em sua busca por um Estado verdadeiramente laico, apoia todo tipo de iniciativa de retirada de símbolos religiosos de repartições públicas. No que diz respeito à religião, para o Estado brasileiro lamentavelmente ainda não somos todos iguais, mas alguns são bem mais iguais do que os outros. Divulgação no blog da LBL em 9/11/2011.	Mídia social digital
Blog de Luciano Ayan criticando o presidente da ATEA	O fundamentalismo doentio de Daniel Sottomaio. Na página inicial da ATEA (Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos), Daniel Sottomaio lança seu show de ilusionismo, quase hipnótico. Milton Eriksson, um dos promotores da ressignificação, iria adorar. Para mim, é apenas um passatempo de busca de trucagens. Divulgação no blog Ceticismo Político em 12/12/2011.	Mídia social digital
MP propõe Adin contra lei de Ilhéus que obriga os alunos a rezarem o "Pai Nosso"	Uma lei que viola de modo explícito normas das Constituições Federal e Estadual por afrontar diretamente a liberdade de religião e culto. Assim se posicionou o Ministério Público da Bahia na Ação Direta de Inconstitucionalidade (Adin) com pedido de liminar que promoveu hoje, dia 2, perante o Tribunal de Justiça do Estado da Bahia, em face da Lei nº 3.589/2011, do Município de Ilhéus, que instituiu a obrigação de orar o "Pai Nosso" nas escolas do município antes das aulas regulares. Divulgação através do site do Ministério Público da Bahia em 02/03/2012.	Mídia social digital

Artigo do presidente da ATEA sobre os crucifixos em repartições públicas.	Título original: “Crucifixos devem sair das repartições públicas”. Tem sido argumento recorrente dos defensores de crucifixos em repartições públicas a alegação de que eles constituem tradição centenária ligada ao cristianismo que sempre permeou a cultura brasileira. Afinal de contas, se é tradição, é bom e verdadeiro. Divulgação através do site Conjur em 21/3/2012.	Mídia social digital
Mais uma escola Pública cessa orações após intervenção da ATEA	A atitude de uma professora que repreendeu um aluno ateu após ele permanecer em silêncio durante uma oração feita por ela causou polêmica em uma escola estadual de Minas Gerais. O caso ocorreu há duas semanas na escola estadual Santo Antonio, em Miraí, cidade de 13,8 mil habitantes que fica na Zona da Mata, a 335 km de Belo Horizonte. Quem discutiu com a professora de geografia foi Ciel Vieira, 17, ateu há dois anos. "Eu disse que o que ela fazia era impraticável segundo a Constituição. E a professora disse que essa lei não existia". Divulgação através do site UOL em 3/4/2012	Mídia social digital
Bullying religioso cresce nas escolas do País, diz líder ateu.	O presidente da ATEA, Daniel Sottomaior, denuncia que os casos de bullying religiosos dentro de instituições de ensino estão cada vez mais comuns "e acontecem todos os dias nas escolas do País". "Na maioria das vezes somos procurados por jovens que sofrem preconceito em sala de aula e não sabem como agir. Passamos orientações e alguns embasamentos. Infelizmente, os próprios educadores não estão cientes das leis e acabam discriminando esses estudantes", disse. Divulgação através do site Terra em 6/4/2012.	Mídia social digital
Orgulho de ser ateu - Movimento cresce na internet e ganha mais adeptos.	Católico, espírita, presbiteriano e ateu. Em quatro décadas, Wagner Kirmse Caldas, 42 anos, manteve apenas uma única característica inalterada: a inquietação. E isso começou cedo, quando perguntou sobre os dinossauros à professora de catequese, passando pelos questionamentos aos livros de Chico Xavier e pelos estudos teológicos – no desejo de virar pastor. Em todos os momentos, ele sempre buscou respostas. Até que aos 33 anos a inquietude era tanta que superou sua fé, e, aos 38, mostrou que ele não acreditava mais em Deus. Matéria veiculada no jornal Gazeta Online, 14/4/2012.	Jornal digital
Pesquisa de Campo – Daniel Pereira - ATEA	Fizemos a primeira pesquisa de campo com Daniel Pereira, 40 anos, Engenheiro formado na Universidade de São Paulo, criador da ATEA (Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos) que existe há quatro anos. Daniel nós informou que não existem em lugar algum reuniões com os demais Ateus que fazem parte deste grupo social, lá eles realizam apenas assembleias anuais estatutárias (atos administrativos da entidade exigidos por lei). Divulgação no blog Fé Sem Deus em 17/4/2012.	Mídia social digital

Fim da Lei do Pai Nosso em Ilhéus (BA)	A Justiça da Bahia atendeu solicitação do Ministério Público Estadual e suspendeu os efeitos da Lei nº 3.589/2011, que ficou conhecida na cidade de Ilhéus, região sul do estado, como a "Lei do Pai Nosso". O texto obriga os estudantes da rede pública de ensino a rezarem todos os dias antes das aulas. Matéria veiculada no jornal Diário da Justiça, do estado da Bahia e no portal G1 (Rede Globo) em 17/4/2012.	Jornal digital Mídia social digital
Estudantes são retirados da sala por se recusarem a rezar em Roncador	Dois estudantes foram retirados da sala de aula de um colégio de Roncador (a 159 km de Maringá) por terem desobedecido a ordem de se levantar durante uma oração. O caso ocorreu na última quinta-feira (12), e um deles, de 16 anos, por meio de um tio, denunciou o caso à Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos (Atea) e à direção do colégio. Matéria veiculada no jornal Odiário.com, Maringá-PR, e no portal G1 (Rede Globo) em 19/4/2012.	Jornal digital Mídia social digital
ATEA pede audiência com o deputado para sobre a PLP65/2011	Apresentação: 08/06/2011 – Regula, com fundamento no art. 146, inciso II, da Constituição Federal, a limitação constitucional ao poder de tributar os templos de qualquer culto. Explicação: Estabelece os requisitos necessários para que uma organização religiosa possa usufruir da imunidade tributária. Divulgação no blog do deputado Audifax em 19/4/2012.	Mídia social digital
ATEA se manifesta contra lei do pai nosso em Apucarana-PR - BandNews - Curitiba	Vereadores de Apucarana, Norte do Paraná, querem obrigar alunos da rede municipal a rezarem o “pai-nosso” antes do início das aulas. O projeto foi aprovado em primeira votação nessa semana e tem causado muita polêmica. Para o autor da proposta, vereador José de Araújo Deco (PR), a intenção é inserir princípios religiosos na vida das crianças, e assim combater até mesmo a violência. Veiculado pela rádio BandNews e pelo website da mesma rádio em 28/6/2012.	Rádio Mídia social digital
ATEA. Website.		

O Quadro 11 aponta alguns resultados, observando que tais números não podem ser tomados como representativos para a organização dado o caráter limitado da amostra.

Quadro 11 – Análise dos dados retirados do site da ATEA		
Meios utilizados	Quantidade	%
TV	3*	13,04
Rádio	1	4,34
Mídia social digital	18*	78, 26
Revista digital	2*	8,69

Jornal impresso	1	4,34
Jornal digital	3*	13,04
*Dados onde há veiculação em mais de um meio de comunicação (ex: foi citada a matéria na televisão e repercutiu ou nas mídias sociais ou em algum outro veículo).		

Dos dados levantados pelas publicações de matérias no site da ATEA, nota-se que a grande maioria das veiculações ocorre em mídias sociais digitais (78,26%), seguido pela televisão e jornal digital com 13,04% cada, em revistas digitais com 8,69% e em rádios e jornais impressos com 4,34%. As mídias digitais sociais garantem visibilidade, liberdade de informação e boa repercussão.

5.3 Campanha publicitária idealizada pela ATEA.

A ATEA disponibiliza no seu *website*, no espaço “Campanhas”, sua campanha publicitária, relatando nesse mesmo espaço que foi impedida de veiculação. Esse relato é acompanhado por vários links que remetem a notícias abordando tanto a campanha como sua censura.

Trata-se de uma campanha prevista inicialmente para ser veiculada no final de 2010, com 4 anúncios de *busdoor*, nas cidades de São Paulo-SP, Porto Alegre-RS, Salvador-BA e Florianópolis-SC. Mesmo com os contratos efetivados, os exibidores não publicaram os anúncios sob alegações de que eram peças discriminatórias, ou que atentavam contra aspectos éticos, ou ainda infringiam normas relativas às companhias de transporte público.

O slogan da campanha era: "Diga não ao preconceito contra ateus", em quatro peças diferentes com imagens e frases polêmicas (Figura 3). Na primeira, aparecem Adolf Hitler e Charles Chaplin com o título "religião não define caráter". A segunda se baseia no título: "A fé não dá respostas. Ela só impede perguntas". A outra peça traz a foto do avião atingindo o World Trade Center com os dizeres "Se Deus existe, tudo é permitido" - em referência à famosa citação em contrário do romance "Irmãos Karamazov", de Dostoiévski. E por fim, a peça "Somos todos ateus com os deuses dos outros", mostrando imagens de uma deusa hindu, um deus egípcio e um deus cristão.

Figura 3 – Campanha dos ônibus (*busdoor*) idealizada pela ATEA



Fonte: Website da ATEA

Sottomaior, presidente da ATEA, em declaração expressa no espaço em que é mostrada a campanha, afirma que o intuito foi chamar a atenção da sociedade e alertar sobre o preconceito com que os ateus são tratados.

Ainda no espaço “Campanhas”, próximo aos anúncios, há um texto que relata campanhas favoráveis ao ateísmo no Reino Unido em 2009 e que, desde então, se espalharam por outros países, com resultados distintos. Nos EUA e na Espanha, a iniciativa deu certo, provocando a esperada polêmica. Na Itália, a veiculação foi proibida. Na Austrália, a companhia responsável pelos anúncios em ônibus também se recusou a exibi-los.

A ATEA colocou em seu *website* o link “Zero Hora” em que o jornal *Zero Hora*, de Porto Alegre-RS, na sua edição do dia 18/12/2010, mostrava que a polêmica envolvendo a campanha incrementou o número de associados para a ATEA. Na matéria, Maurício Palazzuoli, um biólogo de 40 anos, tesoureiro da ATEA, mencionou que:

O preconceito é tão grande que não conseguimos sequer lançar uma simples campanha. No Brasil, o ateu é associado a tudo de horrível. É visto como criminoso alguém que acredita em demônios, que quer a morte de todos. “Mas o ateu é apenas alguém que não acredita em mitos” – diz Palazzuoli, tesoureiro da Atea.

Segundo a matéria, no Brasil, assim como em outras partes do mundo, a minoria atea não quer mais ser calada, mas sim mostrar o que e como pensam. A ATEA segue outras

tendências mundiais como Europa e Estados Unidos, movimento este fortalecido com a existência da internet.

Ainda no espaço da Campanha (*website* da ATEA), há um link para um *blog* da Rádio Eldorado (dia 13/12/2010) que questionou ouvintes/internautas com as perguntas: Você acredita que a campanha dos Ateus ofende outras religiões? Questionar a existência de Deus seria contra a lei? O que você acha da crescente utilização da mídia por representantes de diferentes crenças? Das 44 opiniões, 19 manifestaram-se favoráveis à campanha, 5 contra e 20 apontaram atitudes diversificadas.

5. 4 Entrevista com o presidente da ATEA

A entrevista foi realizada com Daniel Sottomaior, presidente da ATEA, no dia 3 de dezembro de 2013. Foram estipuladas 19 questões sobre o ateísmo no Brasil, suas características e utilização da comunicação social no geral e especificamente pela ATEA (O questionário para a entrevista está no Apêndice B).

O primeiro grupo de perguntas envolve questões sobre o ateísmo.

Questão 1: *Percebe-se o crescimento de ateus ao longo das últimas décadas, segundo dados do IBGE. Esse crescimento deve-se a que?* Sottomaior não soube realmente se houve esse aumento ou não, porque o IBGE só começou a retratar especificamente os ateus no último censo e ainda assim com uma metodologia utilizada pelo instituto amparada em uma enorme super codificação, de forma que não daria para saber se houve crescimento baseando-se nos dados do IBGE em relação aos anos anteriores, mas os dados dos chamados sem religião aumentaram. Só a partir do censo 2010 que foram contemplados os itens ateus e agnósticos. A diferença entre ateus e agnósticos para ele é desimportante sendo apenas uma questão de semântica.

Questão 2: *O Brasil realmente é Estado laico? Por quê?* O Estado não é laico. No Brasil nunca foi, obviamente não foi quando colônia, não foi durante o império e continua não sendo na república. Há mensagens religiosas no dinheiro e na constituição, símbolos religiosos ostensivos e disseminados em repartições de todos os níveis dos três poderes, religiosidade inserida no cerimonial do legislativo, ensino religioso oferecido obrigatoriamente em escolas públicas, imunidade tributária para as religiões e ainda sanciona, por omissão, a discriminação e o preconceito que os ateus sofrem.

Questão 3 (Em relação à consulta feita nos acervos dos jornais *O Estado de S. Paulo* e de *O Globo* (Figuras 1 e 2): *Uma consulta nos acervos do jornal O Estado de S. Paulo e do jornal O Globo mostrou evidência do termo “ateu” nos anos 1960, o que se manteve até atualmente. Você teria uma explicação? Como saber se é muito ou pouco, três trilhões de palavras quantas vezes a gente deve esperar a palavra ateu? Um milhão é muito, um milhão é pouco? Não sei responder.*

Questão 4: *Há uma sensação que existe uma postura de discriminação e intolerância geral para com os ateus no Brasil? Se existe, de que setores é mais evidente? Até onde eu saiba isso nunca foi pesquisado; há essa existência sim e isso já foi determinado em mais de um tipo de levantamento. É uma coisa que está muito clara, agora de onde vem isso, precisamente, não conheço nenhuma pesquisa nesse sentido. Agora é claro que a fonte última, a motivação da discriminação é a motivação religiosa; então é de se esperar que os mais discriminadores sejam os mais religiosos. Os que me atormentam mais são os religiosos que mandam e-mails, as cartas de ódio lá pra ATEA. Já o Estado tem uma atuação diferente nisso aí, o Estado não vai chegar pra gente e dizer: Vocês são canalhas. O que acontece é uma abstração, agora o que vai acontecer, a ação do Estado nós vemos de outras maneiras, por exemplo: ignorando as situações de preconceito contra nós, ou o fato de que o Estado perdoa religioso burocrático, pois é uma maneira de discriminar e às vezes os servidores fazem, falam e fazem isso com todas as letras e em outras vezes fazem de forma mais suave. Não é apenas uma sensação, os dados e os depoimentos deixam isso claro. Creio que é clara em todos os segmentos apontados. Um dos problemas foi achar uma escola pra minha filha que não professasse nenhuma crença; mesmo as escolas que se dizem laicas, não são; se ela é confessional e se diz confessional é um direito do fundador da escola, pois na iniciativa privada se é livre, o cara faz o que ele quiser agora o problema é ele dizer para os pais, que são os clientes do serviço que ele presta que o serviço é de um tipo e não ser, isso eu considero grave, é uma das distorções que as pessoas tem a respeito de religião.*

O segundo grupo de perguntas arguiu sobre a comunicação e o ateísmo no geral, mais precisamente sobre a comunicação de entidades ateístas com públicos externos.

Questão 5: *Observamos que a participação de representantes ateus em programas de TV parece ocorrer para gerar sensacionalismo, geralmente num embate com outros representantes de grupos religiosos. Caso você concorde com essa observação, como você classifica essa situação? Não é sempre que a presença de ateus existe para aprofundar o sensacionalismo. Isso acontece em geral nos programas que já tem um tom sensacionalista. O*

que mais poderíamos esperar deles? Os meios de comunicação possuem sem dúvida nenhuma limitações. Dá para colecionar casos; até a Folha, por exemplo, que eu vejo como um meio de comunicação simpático - tem muitos ateus lá - o especial de religiões deles que ainda está no ar menciona uma meia dúzia de religiões de maneira elogiosa, no mínimo de neutra para elogiosa, e aí cita também o ateísmo, só que o ateísmo é citado em tom de crítica e todas as outras não. Citam textualmente que o ateísmo é um vício do coração; e não era nem um texto de um jornalista do jornal, era um texto já pré-escrito. Eu não peço respeito a minha opinião, mas a minha pessoa. Toda mídia vive de audiência; a TV precisa de audiência, as revistas precisam de vendagem. No começo, quando tínhamos muito pouca presença, quase todas as aparições nas mídias valiam a pena; mesmo sendo só sensacionalismo, a gente tinha muito pouco a perder; hoje em dia as coisas já estão um pouco diferentes, pois a ATEA tem mais de dez mil associados, nosso *Facebook* está por volta de 300 mil pessoas. Hoje a gente tem mais a perder, de forma que não é mais importante participar de um programa com o Toninho do Diabo, por exemplo; agora dá pra ser mais seletivo. A mídia rotula negativamente o ateísmo, ela reflete o preconceito institucionalizado na sociedade.

Questão 6: *É possível afirmar que os meios de comunicação exercem discriminação e intolerância para com os ateus ou não? Se existe, seria em que termos?* É difícil dizer se é um comportamento generalizado da mídia; as mídias são muito diferentes uma das outras; é difícil comparar a Folha com a Carta Capital ou Jornal Nacional, pois são visões muito diferentes das notícias. Eu acho que até chegamos em algum ponto de simpatia com alguns veículos como a Folha, outros acham que a gente não é notícia de jeito nenhum, nos ignoram e não importa o que a gente faça, não é notícia. O preconceito contra os ateus é uma das minhas mágoas. No começo deste ano, teve uns *Twits* contra os nordestinos, chegou a dar manchete no país inteiro, que nordestino não era gente e um caso assim virou manchete nacional na hora, o que eu não acho ruim, acho ótimo que a sociedade esteja cada vez mais intolerante contra o preconceito. O problema é que dezenas, centenas de casos acontecem quando as vítimas são ateus e aí não é notícia! Isso pra mim é uma mostra clara de como o preconceito está entranhado na sociedade e com o reflexo na mídia. Não somos contra as pessoas, mas sim ideias e comportamentos discriminatórios; venham de onde vier, nós somos contra isso, as relações da laicidade do Estado e, inclusive, de ateus se for o caso, tem que ser combatidas.

Em função do teor da resposta, outra questão foi adicionada à sexta pergunta no ato da entrevista: *Esse é um comportamento que reflete a ideologia de grupos religiosos que estão por trás desses meios de comunicação?* Não sei se os grupos religiosos estão por trás

dos meios de comunicação, mas as pessoas religiosas estão. Se o Brasil é o maior país católico, também deve ter mais católicos nas redações. Não precisa ter alguém lá por cima puxando os fiozinhos das marionetes; o próprio repórter, o pauteiro, o editor, grande parte dessas pessoas são religiosas e você deve esperar que elas tenham um viés religioso, não precisa ser o dono do jornal.

Questão 7: *As entidades ateístas desfrutam de algum espaço ou programa próprio (pago ou não) nos meios de comunicação? Se sim, quais?* A ATEA não tem verba para comprar espaços na televisão, mas se houvesse verba faria um programa ateu.

Essa resposta motivou uma questão complementar: *Se houvesse verba suficiente para realizar esse tipo de programa as emissoras de rádio ou televisão aceitariam esse tipo de programação em sua grade?* Já tivemos uma experiência nesse sentido quando tentamos fazer a campanha dos ônibus aqui e em três capitais; as companhias recusaram, ou seja, parece que para eles o ateu é [palavrão] suficiente para recusarem até o nosso dinheiro. Isso não aconteceu só em empresas, temos vários depoimentos no (*Facebook*) de pessoas que deram esmola pra um mendigo e o mendigo disse: - fique com deus, graças a deus ou coisa assim; no que a pessoa respondeu: - eu sou ateu! E o mendigo devolveu o dinheiro. Nós (ateus) somos considerados sujos o suficiente para que nem um mendigo aceite o nosso dinheiro. Então, é uma excelente pergunta se eles (as mídias) aceitariam o nosso dinheiro ou não.

O terceiro grupo de perguntas foi acerca da ATEA.

Questão 8: *Qual motivação levou à fundação da ATEA?* Não tinha ninguém fazendo isso, alguém precisava fazer, se houvesse mais dez danieis fazendo o que estou fazendo eu iria para casa. Não temos contato com o pessoal da LHis, nem com os outros movimentos ateístas.

Questão 9: *Como a ATEA atingiu o status de ser um dos mais relevantes representantes dos ateus do Brasil?* Com muito trabalho, determinação e a necessidade de organizar um movimento minoritário com a ajuda, ainda no tempo da fundação, de Maurício Palazzoli e o Alfredo Spinolla; o Alfredo continua na diretoria e o Maurício saiu, mas continua colaborando com a gente. A ATEA tem um grupo de colaboradores que, pela dimensão de hoje, seria impossível organizar e tocar a entidade. Digo com orgulho que hoje eu faço uma pequena parte do que a ATEA faz porque não dá para centrar em uma pessoa só.

Questão 10: *Quais estratégias e ações a ATEA planeja ou deseja implementar a fim de promover o ateísmo?* A gente costuma mais reagir do que agir, mas gostaria muito de repetir a campanha do ônibus, a dos outdoors, acho interessante a gente fazer com que isso

fosse periódico, por exemplo, anualmente, marcando uma posição periódica. Nos encontros dos ateus em sua 1ª e 2ª edição entramos apenas como apoiadores.

Questão 11: *A ATEA conta hoje, segundo informações retiradas do website, com mais de 10 mil membros. Qual o nível que esses membros apresentam em termos de participação na entidade, ou interação com os princípios ateístas? De que forma ajudam a divulgar a ATEA ou o ateísmo?* Como qualquer outra instituição - o Greenpeace deve ter um milhão de membros, mas deve ser 1 em mil que tem uma participação efetiva - com a ATEA não é diferente, é uma minoria que realmente se envolve e que se interessa.

O quarto e último grupo de perguntas foram sobre a ATEA em relação aos meios de comunicação.

Questão 12: *Qual avaliação a ATEA faz em relação aos meios de comunicação?* O silêncio deles é eloquente, eles não dão espaço pra gente. Excepcionalmente, alguns meses atrás fui até a Globo; esse tipo de coisa está mudando aos poucos. Mesmo assim o espaço para falar foi muito pouco sendo a maior parte da fala reservada ao pastor Silas Malafaia.

Questão 13: *Você ou algum representante da ATEA foi convidado exclusivo de algum programa de rádio ou TV aberta para falar sobre o ateísmo? Se sim, quais?* Em uma única ocasião fomos convidados junto com a Casa do Saber para fazer um programa que falasse exclusivamente sobre ateísmo na rádio Eldorado na série “quem somos nós”.

Questão 14: *A ATEA possui espaço próprio em algum meio de comunicação externo à entidade (programa/emissora, jornal, revista ou website)? Se sim, quais são? Se não, por quê?* Falta de verba e a restrição ideológica dos meios de comunicação; só saberemos tentando.

Questão 15: *Quanto às ações de comunicação de médio e longo prazo (um ano ou mais), a ATEA trabalha de que forma?* As ações não são planejadas, são realizadas de forma imediata, não contamos com um departamento de comunicação e nem de estratégia de Marketing.

Questão 16: *Quais ações de comunicação a ATEA planeja ou deseja implementar a fim de intensificar sua comunicação com os públicos externos?* Por enquanto, só a campanha dos ônibus.

Questão 17: *A ATEA possui assessoria profissional para as atividades de comunicação? Se sim, quais?* Não possuímos profissionais nestas áreas, tudo é realizado quando as coisas vão aparecendo pelos próprios integrantes da entidade e pela diretoria. A agência que fez as criações dos cartazes para a ATEA foi a Elefantte Comunicação de Minas Gerais.

Questão 18 (Proposições acerca do uso de meios de comunicação pela ATEA, seja em espaços próprios ou de terceiros, para as quais Sottomaior deveria fazer a indicação e atribuir um valor.): *Em uma escala de 0 a 10 (sendo dez a nota mais alta), quais meios e formas de comunicação a ATEA tem usado com mais intensidade para difundir seus intentos e ações.* Em relação aos **Espaços próprios da respectiva entidade**, houve a indicação do *website* da ATEA (10) e perfil ou conta da ATEA em mídias sociais (7). Quanto a **Espaços gratuitos de terceiros ou concedidos pelos meios de comunicação à ATEA**, foi indicado com valor 5 os vários meios disponibilizados em artigos, matérias e entrevistas (TV, rádio, jornal, revista, internet), além de eventos também com valor 5. Em **Espaços contratados e pagos pela ATEA**, foi apenas indicado com valor 3 os vários meios com anúncios em campanha publicitária (TV, rádio, jornal, revista, internet, outdoor, cartazes, etc).

A questão 19 foi aberta para que Sottomaior fizesse considerações adicionais sobre a ATEA e sua comunicação, o que não obteve do presidente da entidade qualquer acréscimo.

O Quadro 12 apresenta uma síntese das respostas de Sottomaior

Quadro 12 - Síntese das respostas de Sottomaior, Presidente da ATEA	
Questões sobre o ateísmo	
Crescimento dos ateus no Brasil	Não é possível avaliar em função dos dados do IBGE serem muito recentes
Laicidade do Estado brasileiro	Não é laico, na prática.
Por que do aumento de ateus nos anos 1960	Não conseguiu dar explicação
Discriminação e intolerância com ateus	Ocorre e esta vem mais de grupos religiosos, mas também é tolerada pelo próprio Estado.
Questões sobre a comunicação e o ateísmo no geral	
Participação de ateus somente em programas de sensacionalismo	No passado era assim, mas atualmente há uma seletividade dos programas para se participar porque o ateísmo tem maior poder.
Os meios de comunicação são discriminatórios ou intolerantes com ateísmo	São, mas não é um único padrão. O tom discriminador está na sociedade e a mídia não foge a isto. É algo que vem não só do dono do jornal, mas dos jornalistas também.
Ateus possuem espaços próprios na mídia	Não, por não ter verba. O ideal seria ter um programa, mas nem pagando a ATEA consegue divulgação.
Questões sobre a ATEA	
Motivação para a fundação da ATEA	Era necessário, mas a ATEA não possui contato com outras entidades afins.

Razão de a ATEA ter a expansão atual	Muito trabalho, determinação e a necessidade de organizar o movimento.
Estratégias para promover o ateísmo	Tem sido na forma de reação, mas precisa efetivar campanhas publicitárias periódicas e prosseguir com os Encontros de Ateus (2 realizados)
Participação dos membros da ATEA	Uma minoria se envolve e se interessa.
Questões sobre a ATEA em relação aos meios de comunicação	
Avaliação sobre os meios de comunicação	Praticamente não oferecem espaço aos ateus, e quando o fazem é diminuto e ocasional.
Condição de convidado exclusivo para um programa	Atuação apenas em um programa inteiro, mas com um membro da Casa do Saber.
Espaço próprio da ATEA em programa	Não, por falta de verba e restrição ideológica.
Ações de comunicação da ATEA	Ações não são planejadas, são reativas, não há departamento de comunicação ou de marketing.
Ações de comunicação para públicos externos	Somente a campanha de <i>busdoor</i> .
Assessoria profissional para comunicação	Não há profissionais, realização <i>on demand</i> pelos membros da ATEA. Os cartazes da ATEA foram feitos pela Elefante Comunicação de Minas Gerais.
Nível de relevância de espaços de comunicação para a ATEA	Espaços próprios: website (10) e mídias sociais (7) Espaços gratuitos de terceiros: artigos e entrevistas (5) e eventos (5) Espaços pagos: campanhas publicitárias (3)

Sottomaior diz que o preconceito contra os ateus sempre existiu, sendo mais diretas as ofensas feitas pelos religiosos, assim como contra ele e a ATEA são direcionadas ameaças, inclusive por e-mails.

Para ele, a laicidade do Estado não existe o que seria uma luta constante para que o Estado se torne de fato laico. Ilustra o preconceito e a intolerância contra os ateus com a dificuldade que teve em matricular sua filha em uma escola em que não fosse submetida a uma orientação religiosa.

Não soube falar sobre as razões do aumento do número dos sem religião, menos ainda se há elevação no número de ateus no Brasil uma vez que apenas em 2010 foi colocado no Censo o item Ateu e Agnóstico e que só se saberá, de fato, se houve uma evolução ou não nos dados do IBGE de 2010 .

A ATEA surgiu com a necessidade de organizar esse grupo minoritário e ordená-lo, dando um espaço para divulgação, indiscriminação, combate ao preconceito e assessoria jurídica, entre outros fatores. Apesar de ter um número razoável de associados, a grande maioria não é participativa; a entidade não dispõe de departamento de marketing, nem de comunicação, sendo que as estratégias são reativas, ou seja, em função de ataques sofridos.

No início da sua luta sobre o ateísmo Daniel participava de todos os programas por não ter nada a perder, mesmo sabendo que iria para ser achincalhado, porém hoje está sendo mais seletivo aos convites para participar de programas na mídia em geral.

Considera que campanhas publicitárias, como a realizada em Porto Alegre, poderiam ser implementadas, mas não dispõe de verba suficiente para tal, e se houvesse condição financeira gostaria de ter um espaço na grande mídia, porém não saberia dizer se mesmo com dinheiro disponível seria possível realizar esse programa devido a motivos ideológicos.

Para Sottomaior, barreiras ideológicas não veem apenas dos veículos, mas das pessoas e profissionais que trabalham neles e pelo fato desses indivíduos serem provavelmente em sua maioria cristãos de forma correlata com os números do IBGE para o Brasil. Ilustra com a sensação de que seria impossível que não houvesse um roteirista, um diretor de televisão ou profissional de programa na mídia que não tivesse nenhuma ligação religiosa.

Relata também que os encontros ateus são importantes para integração dessa minoria e a divulgação de projetos, ideias, grupos de discussão são realizados predominantemente em ambiente virtual, seja via *Facebook*, ou *youtube*, ou ainda em *websites*. Seu destaque é para com o site da ATEA, categorizando-o com a nota máxima. Atribui também nota alta para as mídias sociais digitais.

Finalizando, ele diz que o que espera com esse movimento não é apenas discutir religião, mas o respeito pelas minorias seja quais forem, a dignidade e a tolerância para com grupos majoritários.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação social e o ateísmo no Brasil apresentam novas contexturas que despertam muita inquietação, requerem aprendizado e tolerância, tanto da comunidade atea como da sociedade brasileira no geral. A polarização de posturas parece uma realidade, enquanto uma situação de consenso de ambos os lados ainda não está delineada. São situações que compõem uma nova contextura religiosa e comunicacional no Brasil, uma vez que expõe decisões e ações contraditórias de uma mídia “socialmente responsável”, mas que aspectos ideológicos dos profissionais e responsáveis pelos meios de comunicação ainda se apegam a uma defesa de certas correntes religiosas.

Tal situação é relevante, não somente com o aumento constante do contingente que se declara sem religião, como o significativo número de ateus declarados no Brasil. Ao considerar as possibilidades conceituais para o ateísmo, caso de considerar ateu aquele que não acredita em divindades, depara-se com um termo ou uma condição que não tem delimitações claras, confundindo-se com outros termos como “sem religião”, e vice-versa. Essa situação traz ampla volatilidade para o objeto de estudo, algo que se aprofunda com o vínculo à comunicação social, daí o caráter exploratório que este estudo assumiu.

Como todas as minorias sociais, ateus também são atacados por religiosos e tidos por diversos grupos e instituições, inclusive da indústria da comunicação, como pessoas sem caráter, sem escrúpulo, sem limites, quase que um marginal com atitudes maléficas. Embora haja indícios que esta situação tenha melhorado, parece que tal dinâmica está numa reversão lenta e silenciosa, quase velada, embora a legislação e a Constituição brasileira estipulem respeito a toda religião ou atitude pacífica em relação a grupos religiosos legítimos.

Foi citado neste trabalho pesquisa da CNT Census em que apenas 13% dos brasileiros votariam em um candidato ateu. Somada essa informação com as posturas reais observadas no estudo de caso com a ATEA e com textos evidenciados no referencial teórico, é possível considerar que no Brasil existe um *bullying* religioso, caracterizado por atitudes agressivas, verbais e até mesmo físicas, causando dor, angústia, num processo ambientado em desigualdade de forças. São ações que deixam clara a intenção de intimidar ou agredir esse grupo minoritário ateu.

Tal comunidade é atacada socialmente e também em conteúdos veiculados nos meios de comunicação, organizações essas que, na prática jornalística, deveriam zelar por uma postura equilibrada e esclarecedora para a população no geral. Essa ação de intolerância

lembra o regime da África do Sul que de 1948 a 1994 instituiu o *apartheid* onde se dividiam os grupos raciais entre brancos e negros segmentando inclusive áreas residenciais; aqui se tem a sensação que existe um *apartheid* religioso também, ou seja, além de violentados em seus direitos morais, também são segregados da sociedade e, em muitos casos, nem podendo professar naquilo em que acreditam, adotando o silêncio como estratégia de convívio social, algo que poderia ser explicado pela teoria da Espiral do Silêncio.

A mídia tem deixado claro o embate entre grupos católicos e evangélicos, evidenciando a diminuição dos primeiros e o aumento dos últimos. Mas, parece que um outro embate existe, tratado de forma velada pelos meios de comunicação: religiosos e sem religião. Esse também é um novo contexto para se estudar a relação da religião com a comunicação e até aquilatar a postura com que as organizações ligadas à comunicação social representam realmente os valores sociais brasileiros, a democracia, a ética e o respeito às minorias legítimas.

A laicidade do Estado brasileiro está sendo colocada à prova e a mídia também ao replicar sistematicamente conteúdos que contrariam os interesses coletivos.

Tais evidências foram encontradas nesse trabalho não somente com o referencial teórico abordado, mas também com a entrevista ao presidente da ATEA e com a observação de conteúdo de veículos jornalísticos no Brasil. Os resultados mostraram que o ateísmo é contemplado pelos meios de comunicação, mas há diversas posturas destes que dificultam a expressão de seus valores, mesmo em termos de informação ou ingrediente para a escolha religiosa.

Esse resultado é preocupante uma vez que as emissoras brasileiras ostentam em sua grade de programação extensos horários para as correntes religiosas, de forma que as opções ateístas ficam ofuscadas com tanta visibilidade, principalmente para os grupos católicos e evangélicos, aqueles que são considerados contundentes contra os ateus em face à grande proporção de fiéis no Brasil.

Esses dois grupos, ao deter importante espaço nos meios de comunicação, geram um grande volume monetário, de forma que representam grandes âncoras financeiras das emissoras, o que as induzem a defender, de certa forma, seus interesses e, assim, atacar ou restringir os que as ameaçam.

Essa situação corrobora com a ideia de que os meios de comunicação massivos no Brasil, como no caso da televisão, proporcionam pouco espaço para grupos minoritários e até mesmo de outras denominações religiosas, ações essas, restritas a debates polêmicos e pontuais.

Percebe-se que nos continentes americano e europeu, onde o ateísmo é mais desenvolvido, as minorias, no caso ateus, tem uma participação mais consistente nos meios de comunicação com programas específicos para ateus em televisão, rádios, exposição em campanhas publicitárias, divulgação de artigos em jornais, colunas em revistas, visibilidade em encontros internacionais, lançamento de livros, constantes debates em mídias sociais digitais, ou seja, uma gama de atividades e espaços muito significativa, ao contrário do Brasil em que a participação tem sido pequena ou pouco visível. Parece que os espaços são concedidos mais para gerar polêmicas e sensacionalismo do que servir como oportunidade de esclarecimento, informação, crítica construtiva para opções no campo religioso.

Ao estudar a comunicação e suas relações com o ateísmo, é possível considerar que no Brasil esta minoria ainda não tem voz, o que mostra um caminho longo de para que a mídia seja impelida a repensar seu papel perante a sociedade brasileira, pois pode ser um indício de que situação semelhante ocorra com outras minorias legítimas.

O fato da ATEA não conseguir veicular sua campanha publicitária traz aspectos também que devem ser ponderados. De um lado, é possível que as peças realmente tenham contrariado dispositivos da ética publicitária, mas pelas razões apresentados pelos exibidores ou responsáveis pela mídia, o fator ideológico pareceu dominar a decisão de veto à campanha em quatro importantes capitais brasileiras.

Essa situação, dentre outras, motivou o presidente da ATEA a dizer que conta com poucos recursos financeiros para ter acesso aos meios de comunicação, mas que mesmo que tivesse esses recursos disponíveis, provavelmente não teria espaço para manifestar as ideias ateias devido a uma cultura de discriminação e intolerância não somente dos meios de comunicação de massa em si, mas também das pessoas que trabalham neles.

A alternativa tem sido o uso de *websites* e redes sociais digitais tais como *Blogs*, *Twitter*, *Facebook*, *Youtube*, que oferecem possibilidades massivas menores, mas proporcionam espaço extenso para debate e interatividade.

Portanto, a responsabilidade social da mídia que seria o de conceder espaços a diferentes públicos e minorias para suas manifestações, não está ocorrendo no caso dos ateus no que diz respeito a utilização dos meios de comunicação de massa, mas esse refúgio comunicacional é encontrado no ambiente da internet, considerado um ambiente *free* no qual muitos jornais e revistas estão ambientados.

Algumas questões emergem desse trabalho: Qual o real escopo da responsabilidade social da mídia brasileira? Como a mídia cumpre o preceito constitucional da laicidade do Estado brasileiro? Como os integrantes da indústria da comunicação lidam com uma cultura

religiosa implantada no Brasil? Como a sociedade brasileira vislumbra a democracia e o tratamento social justo, tendo em vista o trabalho oferecido pelos veículos de comunicação? Que aperfeiçoamentos a sociedade brasileira espera ver na mídia para que as opções de religioisidade pautem pela liberdade e ética? São questões que podem inspirar novos estudos tendo como um dos pontos de partida a presente dissertação.

Talvez como consideração última caiba ressaltar que é preciso que a sociedade brasileira rompa com os interesses não legítimos das mídias e de grandes corporações comunicacionais; quebrar paradigmas culturais e sociais ultrapassados e aprender a conviver com o diferente, com o fora de padrão. Ao que se pode perceber, a luta ateuista transcente o campo religioso e se aporta no campo dos direitos, da justiça, da lógica, do respeito humano, ou seja, é uma luta contra a irracionalidade, o desprezo, a intolerância e a imposição forçada das ideias da maioria e é nesse contexto de sociedade, que parece que os vivos são controlados pelos mortos.

REFERÊNCIAS

Alain de Botton propõe "ateísmo 2.0" em SP. *Folha de S.Paulo*. Online. 23 nov. 2011. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1010760-alain-de-botton-propoe-ateismo-20-em-sp.shtml>. Acesso em: 23/01/2014.

ARMSTRONG, Karen. *A history of God*. London: Vintage, 1999.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ATEUS E AGNÓSTICOS DO BRASIL. (ATEA) Disponível em: <https://atea.org.br/index.php/aea#3>. Acesso em 09/09/2013.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE EDITORAS DE REVISTAS (ANER). Disponível em: <http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao/>. Acesso em 20 out. 2013.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. (ANJ). Disponível em: <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>. Acesso em 20 out. 2013.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. 3. ed. Lisboa: Edições 70. 2004.

BARTH, Wilmar Luiz. O homem pós-moderno, religião e ética. *Teocomunicação*. Porto Alegre: PUC-RS, v. 37, n. 155, mar. 2007, p. 89-108.

BAYLE, Pierre. *Pensées Diverses sur la Comète*. Paris: Prat, 1984, T.II, p.152-153,160

BÍBLIA. Português. Bíblia sagrada. Disponível em: <http://www.bibliacatolica.com.br/es/biblia-ave-maria-vs-biblia-da-cnbb/salmos/1/>. Acesso em: 12/12/13

BORBA, Francisco da Silva (org.). *Dicionário UNESP do português contemporâneo*. São Paulo: UNESP, 2004, p. 267.

BOTTON, Alain de. *A arquitetura da felicidade*. Ed. Rocco, 2007.

BOTTON, Alain de. *Como Proust pode mudar sua vida*. Editora Intrínseca, 2011.

BOURDIEU, Pierre. A representação política: elementos para uma teoria do campo. In: *O Poder Simbólico*. Lisboa: Difel, 1997, p. 163-207.

BROCHARD, Victor. *Os cétricos gregos*. Tradução Jaimir Conte. São Paulo: Odysseus, 2009.

CANCLINI, Nestor García. Cidades e cidadãos imaginados pelos meios de comunicação. *Opinião Pública*, V. 8, nº1, 2002, pp.40-53.

Center for Inquiry. Website. Disponível em: <http://www.centerforinquiry.net/>. Acesso em 12 ago 2013.

CLINE, Austin. *What Is the Definition of Atheism?* 2005. Disponível em: <http://atheism.about.com/od/definitionofatheism/a/definition.htm>. Acesso em 28/05/2013.

COELHO, Lilian Reichert et al. Fé e mídia: breve análise do discurso da revista Veja sobre o crescimento evangélico no Brasil. *Anais do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*. Teresina: Intercom, 2009. 14p.

COSTA, Camilla. In: Blog do Paulo Lopes. *Cresce mobilização de ateus contra religião na política*. Disponível em: <http://www.paulopes.com.br/2013/02/cresce-mobilizacao-de-ateus-contra-religiao-na-politica.html#.UuVdyNJTssZ>. Acesso em 23 jan. 2014.

BRASIL. Constituição (1824). **Constituição do Império do Brasil**: outorgada em 25 de março de 1824.

COMTE-SPONVILLE, André. *Dicionário filosófico*. Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

CORBIN, Henry. *Creative imagination in the sufism of ibn 'arabi*. Paris: Lavoisier, 2007.

DAWKINS, Richard. *O relojoeiro cego. A teoria da evolução contra o desígnio divino*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

DAWKINS, Richard. *The God Delusion*. Boston: Houghton Mifflin Co., 2006.

DAWKINS, Richard. *Deus, um delírio*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

DUARTE, Rosália. Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo. Cad. Pesqui., São Paulo, n. 115, Mar. 2002. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-15742002000100005&lng=en&nrm=iso>. access on 29 Jan. 2014. <http://dx.doi.org/10.1590/S0100-15742002000100005>.

EPICURO. *Antologia de textos*; São Paulo: Abril Cultural, 1985. (Coleção Os Pensadores)

EPSTEIN, Greg M. *Good without God: What a Billion Nonreligious People Do Believe*. Harper, 2009.

Estado de S. Paulo, O. São Paulo: OESP. Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br>. Acesso em 27 set. 2013

FILLIPO, Silvia. *Informe de acompanhamento de mercado*; TV aberta; Monitoramento da programação 2012. Brasília: Ancine. 45 p. Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/2012/MonitoramentoProgramacao/informetvaberta2012.pdf>. Acesso em 5 mai 2013.

FELTRIN, Ricardo.A religião na TV aberta. 2011. *ATV+Celebrity*. Disponível em: <http://audienciaetv.com/tag/programas-religiosos/>. Acesso em 5 mai 2013.

FEUERBACH, Ludwig. *The Essence of Christianiy*. 1841

FO, Jacopo; TOMAT, Sergio; MALUCELLI, Laura. *O Livro Negro do Cristianismo - Dois Mil Anos de Crimes em Nome de Deus*. São Paulo: Ediouro-Singular, 2007.

Folha de S.Paulo. São Paulo: Folha da Manhã. Disponível em: <http://acervo.folha.com.br/fsp>. Acesso em 27 set. 2013.

FONSECA, Alexandre Brasil. Nova era evangélica, confissão positiva e o crescimento dos sem-religião. *Numen: revista de estudos e pesquisa da religião*. Juiz de Fora, v. 3, n. 2, 2000, p. 63-90.

GALINDO, Daniel. O consumo da religião como entretenimento: quem abriu a caixa de Pandora? *Anais do VIII Eclesiocom*. Volume 2, Número 1. São Bernardo: UESP, 2013.

GALINDO, Daniel. O marketing da fé e a fé no marketing. *Estudos de Religião*, v. 23, n. 36, jan./jun. 2009, p. 14-34.

GARZÓN, Maria P. Téllez. *Observatórios e ouvidorias: experiências de crítica midiáticas e cidadania na América Latina*. Tese de doutorado. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação. Porto Alegre: UFRGS, 2011.

GERVAIS, Will. Finding the faithless: perceived atheist prevalence reduces anti-atheist prejudice. *Personality and Social Psychology Bulletin*. Society for Personality and Social Psychology. V. 37, n. 4, 2011, p. 543–556.

GERVAIS, Will M; SHARIFF, Azim; NORENZAYAN, Ara. Do You Believe in Atheists? Distrust Is Central to Anti-Atheist Prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 101, N. 6, 2011, P. 1189–1206.

GIGLIO-NACQUEMOT, Armelle. A produção antropológica sobre a articulação saúde, religião e corpo. *Ilha*, revista de antropologia. UFSC, v.10, n.2, 2008, p. 113-124.

Globo, O. Rio de Janeiro: Ed. Globo. Disponível em: <http://acervo.oglobo.globo.com>. Acesso em 27 set. 2013.

Global Religious Landcaspe (Panorama Global da Religião). Pew Researcher Center's Religion. Relatório. Washington, 2012.

GUIMARÃES, Livia. Ceticismo e crença religiosa no *Tratado da natureza humana*. *Kriterion*, v. 52, n.124, dez. 2011, p. 509-528.

HITCHENS, Christopher. *Deus Não é Grande – Como a religião envenena tudo*. Ediouro, 2007.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. 8. ed. Rio de Janeiro, 2008

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Recenseamento do Brasil, 1872/1920. Directoria Geral de Estatística, [187?]/1930. In: *Estatísticas do Século XX*, IBGE: Rio de Janeiro, 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Censo Demográfico 2010 – Características gerais da população, religião e pessoas com deficiência*. Rio de Janeiro, p.1-215, 2010 .

JAGERS, J.; WALGRAVE, S. Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium. *European Journal of Political Research* 46 (3), 2007 - 319-345

JIMENEZ, Keila. Datena insulta ateus e Band é condenada. *Observatório da Imprensa*. São Paulo-SP. 5 fev. 2013. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed732_datena_insulta_ateus_e_band_e_condenada acesso dia 13/07/2013

JOHNSON, Ellen. Transcript of speech on american atheists' position on religion in the public. *William & Mary bill of rights journal*, v. 9, n. 2, 2001.

LACOSKI, Márcio Augusto. *A fragmentação pós-moderna e o conceito de pessoa à luz do pensamento de Christian Duquoc*. Porto Alegre, 2009 - Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Teologia, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas, 2001.

LIGA HUMANISTA SECULAR DO BRASIL (LiHS). Disponível em: <http://www.ligahumanista.org.br/>. Acesso em 21 jan. 2014.

LIMA PIVA, Paulo Jonas. A não-aposta do ateu: Diderot e a aposta pascaliana. *Princípios Natal*, v.16,n. 26, jul/dez.2009, p.71-85. Disponível em: www.dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3599380.pdf .Aesso 12/07/2013

LIMA, Maria Érica de Oliveira; TRASFERETTI, José. *O cenário religioso de bens simbólicos: da produção ao consumo*. Comunicação & Inovação. São Caetano do Sul: USCS, v. 8, n. 15, jul-dez 2007, p. 48-56.

LIMA-JÚNIOR, Francisco Chagas Vieira. O sagrado intolerante: uma abordagem sobre as origens da discriminação aos ateístas na sociedade contemporânea. *Revista Espaço Acadêmico*. Maringá: Universidade Estadual de Maringá V. 11, n. 128, jan. 2012, p. 136-147.

LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sébastien. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla, 2004.

LUBAC, Henri de. *The drama of atheist humanism*. San Francisco: Ignatius Press, 1995.

MAIA NETO, José Raimundo. Panorama historiográfico do cetismo renascentista: 1997-2007. *Sképsis*, v. 1, n. 1, 2007.

MAINARDI, Diogo. Menos deus, por favor. *Veja*. 11 jun. 2003. São Paulo: Abril. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/110603/mainardi.html>. Acesso em 28 nov. 2013.

MAINBOURG, M. *Critique générale de l'histoire du Calvinisme*, 1682

MICHAELIS, *Moderno Dicionário da Língua Portuguesa*. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=impio>. Acesso em 08/01/2014.

Com ajuda da web, ateus ganham força no Brasil. 25.02.2013. In: MidiaNews. Disponível em: <http://www.midianews.com.br/conteudo.php?sid=6&cid=151108>. Acesso em: 10/4/2013.

MIRANDA, Pontes. *Comentários à Constituição de 1967*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1970.

MORAES, Francilaine Munhoz; ADGHIRNI, Zélia Leal. Journalism and democracy: the role of the mediator. *E-Compós*. Brasília: Compós, v.14, n.2, maio-ago. 2011, p. 1-15.

MORRA, Gianfranco. *Il quarto uomo. Postmodernità o crisi della modernità?* Roma: Armando. 1996.

NERY, Ana Flávia Silva. Mídia e Estado laico: contradição e espetáculo. *Observatório da Imprensa*. São Paulo. 6 ago. 2013. Edição 758. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed758_midia_e_estado_laico__contradicao_e_espetaculo. Acesso em 18 jul. 2013

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. The Spiral of Silence: a theory of public opinion. *Journal of Communication*, v. 24, p. 43-51, 1974.

NUNES, Branca. Fernando Henrique Cardoso caiu da cadeira. *Veja*. Online, Blog. São Paulo, 2 out. 2012. <http://veja.abril.com.br/blog/caca-ao-voto/uncategorized/fernando-henrique-cardoso-caiu-da-cadeira/>. Acesso em 12/01/2014.

NUNES, Gabriela. Forum do Dia. Blogs Território Eldorado. São Paulo-SP, 13 dez. 2010. Disponível em: <http://blogs.estadao.com.br/radio-blog/radio-blog-13-12/>. Acesso em 19 ago. 2013.

ONFRAY, Michel. *Tratado de ateologia*. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

Os ateus têm medo de sair do armário no Brasil. IstoÉ. Online. São Paulo, 6 jun. 2013. Disponível em: <http://www.istoe.com.br/reportagens/detalhePrint.htm?idReportagem=304705&txPrint=comp leto>. Acesso em 21/01/2014.

PASCAL, Blaise. *Pensamentos*. Trad. Mário Laranjeira. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

PAULINO, Fernando de Oliveira. Responsabilidade social da mídia. In: *Vitrine e vidraça: crítica de mídia e qualidade no jornalismo*. CHRISTOFOLETTI, Rogério. Covilhã: Livros LabCom, 2010, p. 35-52. Disponível em: http://www.esec.pt/cdi/ebooks/docs/christofoletti_vitrine_2010.pdf#page=41. Acesso 20/01/14

Religious Views and Beliefs Vary Greatly by Country, According to the Latest Financial Times/Harris Poll. Financial Times/Harris Interactive. Disponível em: <http://www.harrisinteractive.com/news/allnewsbydate.asp?NewsID=1131>. Acesso em 20 dez 2013.

ROWE, G. The use of structured groups to improve judgmental forecasting. In: *Forecasting with judgment*. Chichester, UK: Wiley, 1998, p. 201-35.

SARTRE, Jean-Paul. An existentialist ethics. In: Gensler, Harry J.; Spurgin, Earl W.; Swindal, James C., *Ethics: Contemporary Readings*, London: Routledge, 2004.

SARTRE, Jean-Paul. Existentialism and Humanism. In: PRIEST, Stephen, *Jean-Paul Sartre: Basic Writings*, London: Routledge, 2001.

SCHWENGBER, Isabela de Fátima. A (im)parcialidade da imprensa sob o olhar do historiador. *Anais do XXIV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA*. São Leopoldo: Associação Nacional de História – ANPUH, 2007, p. 1-8.

SHEIMAN, Bruce. *An Atheist Defends Religion: Why Humanity is Better Off with Religion Than Without It*. Penguin Group US, 2009.

Silas Malafaia pede desculpas à Eliane Brum por ofensa em entrevista ao New York Times. *FNDC*. 29 nov. 2011. Disponível em: <http://fndc.org.br/clipping/silas-malafaia-pede-desculpas-a-eliane-brum-por-ofensa-em-entrevista-ao-new-york-times-747442/>. Acesso em 21 jan. 2014.

SILVA, Sandro Takeshi Munakata. *Teorias da comunicação nos estudos de relações públicas*. E-book. Porto Alegre : EDIPUCRS, 2011.

SMITH, Jesse M. Becoming an Atheist in America: constructing identity and meaning from the rejection of Theism. *Sociology of Religion*. V. 72, n. 2, 2011, p. 215-237.

SOCIEDADE RACIONALISTA. Disponível em: <http://sociedaderacionalista.org/encontro-nacional-de-ateus/>. Acesso em 23 jan. 2014.

Veja. São Paulo: Ed. Abril. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>. Acesso em 27 set. 2013.

VILLASENOR, Rafael Lopez. Crise institucional: os sem religião de religiosidade própria. *Nures*, PUC-SP, Núcleo de Estudos Religião e Sociedade, n. 17, jan.- abr., 2011, p. 1-13.

YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Trad. Daniel Grassi. Porto Alegre: Bookman, 2005

ZUCKERMAN, Phil. Atheism: Contemporary numbers and patterns. In: *Cambridge Companion to Atheism*. MARTIN, Michael (ed.), University of Cambridge Press, 2007, p.47-66.

Apêndice “A” – Exemplos de peças de comunicação com conteúdo ateu

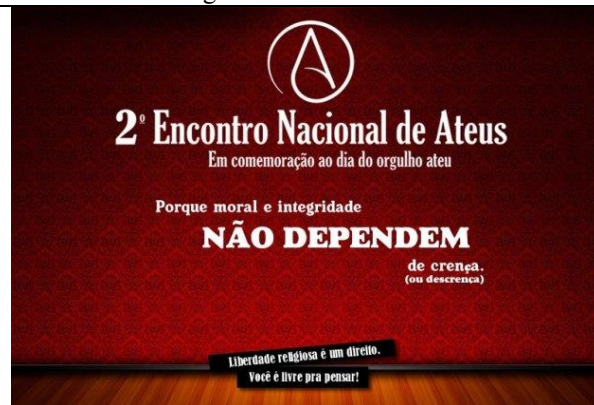
1º Encontro Nacional de Ateus, 12/2/2012, em várias capitais brasileiras. Organizado pela Sociedade Racionalista, o evento tem como apoiadores as seguintes organizações: ATEA, Ateus do Brasil, Troll Divino, Ateísmo Pelo Mundo, Liga Humanista Secular do Brasil e o blog Paulopes.



Fonte: Aliança Estudantil Secular de Curitiba. Disponível em: <http://aescuritiba.ligahumanista.org.br/2012/02/encontro-nacional-de-ateus.html>. Acesso em 3 out. 2013.

2º Encontro Nacional de Ateus, 17/2/2013, em várias cidades brasileiras. Organizado pela Sociedade Racionalista, o evento tem como apoiadores as seguintes organizações: ATEA, Ateus do Brasil, Tropa Lanterna Verde, Ateus.net, blog Paulopes. O vídeo institucional do evento reproduz áudio de uma entrevista onde Drauzio Varella diz que os ateus hoje estão tendo a coragem de “sair do armário”.

2º Encontro Nacional de Ateus. Camisetas do evento.



Fonte: Blog de Paulopes. Disponível em: <http://www.paulopes.com.br/2012/11/25-cidades-ja-confirmaram-participacao-em-encontro-de-ateus.html#ixzz2pMFjN8Pp> – acesso – 13/11/13

Fonte: Sociedade Racionalista. <http://sociedaderacionalista.org/2012/12/29/ii-ena-encontro-nacional-de-ateus/>

Apêndice “B” – Questionário da entrevista com Daniel Sottomaio

Universidade Municipal de São Caetano do Sul – Mestrado em Comunicação – Novembro/2013

Pesquisador: Sérgio Luis de Martin

Título da pesquisa: Comunicação e ateísmo: uma visão exploratória.

Questionário para entrevista com Daniel Sottomaio, presidente da ATEA (Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos). Todas as questões se referem ao contexto brasileiro.

I - Questões sobre o ateísmo

1. Percebe-se o crescimento de ateus ao longo das últimas décadas, segundo dados do IBGE. Esse crescimento deve-se a que?
2. O Brasil realmente é Estado laico? Por quê?
3. Uma consulta no acervo do jornal *O Estado de S. Paulo* e do jornal *O Globo* mostrou evidência do termo “ateu” nos anos 1960, o que se manteve até atualmente. Você teria uma explicação?
4. Há uma sensação que existe uma postura de discriminação e intolerância geral para com os ateus no Brasil? Se existe, de que setores é mais evidente? (as alternativas a seguir são apenas sugestivas)

Grupos religiosos
Meios de comunicação
Autoridades do governo
Sociedade em geral
Outra ou alguns setores
aqui citados

II – Questões sobre a comunicação e o ateísmo (as questões se referem apenas à comunicação de entidades ateístas com públicos externos)

6. Observamos que a participação de representantes ateus em programas de TV parece ocorrer para gerar sensacionalismo, geralmente num embate com outros representantes de grupos religiosos. Caso você concorde com essa observação, como você classifica essa situação? (as alternativas a seguir são apenas sugestivas)

- Não é a ideal, mas vale a pena por dar visibilidade à questão ateísta
- Revela uma predisposição da mídia em rotular negativamente o ateísmo
- Mostra que a mídia não se preocupa em informar e esclarecer devidamente a população sobre as opções religiosas
- Esta situação é comum e preocupante por acentuar uma visão estereotipada dos ateus
- Outra, ou algumas dessas situações.

7. É possível afirmar que os meios de comunicação exercem discriminação e intolerância para com os ateus ou não? Se existe, seria em que termos? (as alternativas a seguir são apenas sugestivas)

- Este é um comportamento generalizado da mídia brasileira
- Este é um comportamento de uma minoria
- Este é um comportamento natural que reflete o que pensa a sociedade brasileira
- Este é um comportamento que reflete a ideologia de grupos religiosos que estão por trás desses meios de comunicação
- Outra, ou algumas dessas respostas.

8. As entidades ateístas desfrutam de algum espaço ou programa próprio (pago ou não) nos meios de comunicação? Se sim, quais?

III - Questões sobre a ATEA

9. Qual motivação levou à fundação da ATEA?

10. Como a ATEA atingiu o status de ser um dos mais relevantes representantes dos ateus do Brasil?

11. Quais estratégias e ações a ATEA planeja ou deseja implementar a fim de promover o ateísmo?

12. A ATEA conta hoje, segundo informações retiradas do website, com mais de 10 mil membros. Qual o nível que esses membros apresentam em termos de participação na entidade, ou interação com os princípios ateístas? De que forma ajudam a divulgar a ATEA ou o ateísmo?

IV - Questões sobre a comunicação da ATEA

13. Qual avaliação a ATEA faz em relação aos meios de comunicação?

14. Você ou algum representante da ATEA foi convidado exclusivo de algum programa de rádio ou TV aberta para falar sobre o ateísmo? Se sim, quais?

15. A ATEA possui espaço próprio em algum meio de comunicação externo à entidade (programa/emissora, jornal, revista ou website)? Se sim, quais são? Se não, por quê? (falta de verba, restrição ideológica dos meios de comunicação, etc)

16. Quanto às ações de comunicação de médio e longo prazo (um ano ou mais), a ATEA trabalha de que forma? (as alternativas a seguir são apenas sugestivas)

- Intuitiva, ou seja, realizada ações de acordo com o momento, a situação ou a verba
- Planejada, ou seja, elabora formalmente (por escrito) plano de marketing/comunicação para a maioria das atividades e realiza determinadas pesquisas
- Para algumas ações há um plano formal, para outras não (exemplificar ambas)
- Outra.

17. Quais ações de comunicação a ATEA planeja ou deseja implementar a fim de intensificar sua comunicação com os públicos externos? (as alternativas a seguir são apenas sugestivas)

- Fazer campanhas externas que possam dar grande visibilidade pública ao movimento ateísta
- Fazer ações mais dirigidas para não confrontar com a opinião pública
- Promover eventos a fim de priorizar a informação, conscientização e filiação à entidade
- Outras.

18. A ATEA possui assessoria profissional para as atividades de comunicação? Se sim, quais?

- Comunicação em geral (própria ou terceirizada)
- Propaganda (própria ou terceirizada)
- Marketing direto (própria ou terceirizada)
- Relações Públicas (própria ou terceirizada)
- Relações com a mídia (própria ou terceirizada)

- Eventos (própria ou terceirizada)
- Publicações empresariais (própria ou terceirizada)
- Outras (própria ou terceirizada)
- Outra resposta

19. Em uma escala de 0 a 10 (sendo dez a nota mais alta), quais meios e formas de comunicação a ATEA tem usado com mais intensidade para difundir seus intentos e ações:

Espaços próprios da respectiva entidade

- a) Website da ATEA
- b) Veículos de comunicação da ATEA (jornal, revista, rádio, televisão)
- c) Perfil ou conta da ATEA em mídias sociais (*facebook, twitter, blogs, etc*)
- d) Propaganda boca-a-boca promovida pela ATEA (contatos pessoais presenciais)
- e) Expedição de e-mails, telefonemas, cartas
- f) Reuniões presenciais promovidas pela ATEA
- g) Eventos da ATEA (congressos, fóruns, seminários, manifestações públicas, etc)
- h) Livros, artigos e publicações editoriais (relatórios, manifestos etc) produzidos pela ATEA
- i) Outros meios e formas (especificar e atribuir uma nota)

Espaços gratuitos de terceiros ou concedidos pelos meios de comunicação à ATEA

- a) Website
- b) Vários meios disponibilizados em artigos, matérias e entrevistas (TV, rádio, jornal, revista, internet)
- c) Mídias sociais (*Youtube, Facebook, Twitter, blogs, etc*)
- d) Eventos (congressos, fóruns, seminários etc)
- e) Livros, artigos e publicações editoriais
- f) Outros meios e formas (especificar e atribuir uma nota)

Espaços contratados e pagos pela ATEA

- a) Vários meios com anúncios em campanha publicitária (TV, rádio, jornal, revista, internet, outdoor, cartazes, etc)
- b) Vários meios com conteúdos em publicidade editorial (matérias, textos, entrevista em TV, rádio, jornal, revista, internet, etc)
- c) Vários meios com ações de marketing direto (e-mail, carta, telefone, etc)
- d) Vários meios com ações de Relações Públicas (feiras, eventos, manifestações públicas, ações localizadas, etc)

20. Você teria outras considerações a fazer sobre a ATEA e sua comunicação? Quais?

Autorizo a divulgação das respostas em publicações com finalidade exclusivamente acadêmica e científica.