



Contexto e ações comunicacionais para os céticos religiosos¹

Sérgio Luis DE MARTIN²

Gino GIACOMINI-FILHO³

Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul-SP

RESUMO

Números do censo brasileiro de 2000 mostraram um expressivo crescimento do número de cidadãos definidos como “Sem Religião”, algo confirmado também pelo censo de 2010. No entanto, os céticos religiosos ou não crentes parecem sofrer restrições na mídia tradicional, tendo que recorrer a formas alternativas como eventos, encontros, websites e mídias sociais. Utilizando referencial teórico sobre os céticos da religião e apresentando casos de ações comunicacionais envolvendo algumas entidades desse grupo heterogêneo, o objetivo é discutir o contexto da comunicação que se apresenta aos céticos religiosos e não crentes.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; religião; ateísmo.

1. Introdução

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) correspondiam a 7,35%, o que representaria em números absolutos 12,5 milhões de brasileiros conforme dados do IBGE⁴.

Esses números também apontados por Senna (2011) mostram resultados do Censo brasileiro das últimas cinco décadas consolidados pela Fundação Getúlio Vargas em 2009, que categorizou os grupos em Católicos, Evangélicos, Outros e os Sem Religião.

¹ Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

² Mestrando do Programa de Pós-graduação em Comunicação pela USCS- Universidade Municipal de São Caetano do Sul. Professor da graduação em Comunicação da UNIMEP (Piracicaba-SP).

³ Doutor e Livre-docente em Comunicação pela ECA/USP. Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação pela USCS- Universidade Municipal de São Caetano do Sul.

⁴ Fonte: Directoria Geral de Estatística, [187?] / 1930, Recenseamento do Brasil 1872/1920; IBGE, Censo demográfico 1940/2000. Até 1960, dados extraídos de: Estatísticas do século XX. Rio de Janeiro: IBGE, 2007. Diversas tabelas.



Dados recentes do Censo 2010 do IBGE mostram que a participação dos chamados “Sem Religião”, passou de 7,35%, ou seja, 12,5 milhões de pessoas, para 8% da população chegando ao patamar de 15 milhões em 2010, dos quais 615.096 declaram-se ateus⁵. Esses números colocam tal contingente como terceiro maior grupo religioso no Brasil, vindo atrás somente dos católicos e evangélicos.

Este fenômeno no Brasil justifica em parte a realização deste artigo. Outra razão que levou ao presente estudo é a comunicação relacionada ao grupo “sem religião”, pois parece haver uma postura social de estranhamento a esta opção religiosa (LIMA-JÚNIOR, 2012), algo retratado na comunicação das instituições que se alinham a tal opção.

Há indícios também que os céticos ou não crentes desfrutam de pouco espaço na mídia convencional, fazendo uso da internet e mídias sociais para conseguir difundir suas ideias e atividades no Brasil.

O objetivo é discutir o contexto da comunicação que lida com os céticos religiosos ou não crentes. Para tanto, além do referencial teórico conceitual sobre o tema, apegam-se a casos de entidades afins a esse grupo heterogêneo tendo em vista suas ações comunicacionais.

2. “Sem religião”, ateísmo: contexto, conceitos e indicadores

O IBGE tem considerado os céticos religiosos e não crentes nos grupos “sem religião”, agnósticos e ateus.

Gervais e Shariff (2011) definem ateu como pessoa que não acredita em Deus. Lima Júnior (2012) vale-se do conceito atribuído à Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos (ATEA), segundo a qual a característica elementar do ateísmo é a “ausência de crença em qualquer divindade”. Segundo Rowe (1998), no sentido popular, um agnóstico é alguém que não acredita nem descrê em Deus, ao passo que um ateu não acredita em Deus.

O ateu seria a pessoa que afirma não ter religião e/ou não tem crenças teístas; são os que rejeitam Deus e religião (SMITH, 2011). Reportando a Feuerbach, Lubac (1995) menciona que o verdadeiro ateu não é o que nega Deus, mas para quem os

⁵ Somente a partir do Censo de 2010 o IBGE discrimina a opção “sem religião” em “sem religião”, “ateu” e “agnóstico”. Acesso em: 20/4/2013. Disponível em: ftp://ftp.ibge.gov.br/Censos/Censo_Demografico_2010/Caracteristicas_Gerais_Religio_Deficiencia/tab1_4.pdf.



atributos divinos, como amor, esperança e justiça não existem. 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 é onipresente, questioná-lo, rejeitá-lo e tornar-se um ateu. Para Queiruga (2005), “o ateísmo propriamente dito é algo que começa com o Iluminismo. Somente a partir daí é que começa a haver pessoas que, raciocinando por princípio, apóiam suas vidas sobre a negação de Deus”. Portanto, o ateu tem como ponto de partida o teísmo. Lima Júnior (2012) retrata as pessoas seguidoras do ateísmo como segmento de pensamento ateu e não propriamente como um grupo religioso.

Edgell et al (2006) mencionam que, em 2000, cerca de 3% dos americanos afirmavam: “Eu não acredito em Deus”, enquanto 4,1% concordavam com a frase “Eu não sei se existe um deus e eu não acredito que haja uma maneira de encontrá-lo”, o que totalizaria perto de 7% de não-credores ou céticos na existência de Deus dentre a população dos EUA. Nesse contexto, cerca de 1% dos americanos se autodefinem como ateus ou agnósticos.

Ao entrevistar setenta pessoas residentes na Região Metropolitana do Estado do Rio de Janeiro que se identificaram como “sem religião”, Rodrigues (2009) apurou que se trata de um grupo heterogêneo, que tem em comum certa ausência de pertencimento religioso. Assim, 45,7% identificaram-se como ateus ou agnósticos, ou seja, tendiam a eliminar a religião junto com a imagem de Deus ou qualquer outra força superior das suas explicações para os eventos da vida, enquanto os demais (54,3%) manifestavam algum tipo de relação com o transcendente, descartando somente vínculos com instituições religiosas.

Novaes (2004) apresentou pesquisa envolvendo jovens brasileiros com afinidades religiosas diversas⁶. Indagados sobre os valores que seriam mais importantes em uma sociedade ideal, a maioria (56%) dos jovens que afirmaram “ter fé, mas não ter religião” se dispersou entre muitos valores propostos destacando “igualdade de oportunidades” (17%). O “temor a Deus” (13%) e a “religiosidade” (4%) também foram incluídos em suas respostas. As escolhas dos ateus e agnósticos concentraram-se sobretudo no “respeito ao meio ambiente” (48%), mas quase 25% deles incorporaram a dimensão espiritual.

⁶ Total de 3.501 entrevistas, distribuídas em 198 municípios; 2003. Pesquisa “Perfil da juventude brasileira”. São Paulo: Instituto de Hospitalidade, Instituto Cidadania e Sebrae, 2004.



Segundo o DataFolha⁷, um terço (30%) dos brasileiros que declaram não ter religião ou que se declaram ateus dizem ir à igreja, a cultos, ou serviços religiosos. Entre os que declaram não ter religião, um quarto (25%) admite a hipótese de passar a ter uma, para casar com alguém.

Há uma visão generalizada 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 preocupa a todos. Se você não participa de atividades religiosas, você é automaticamente identificado como alguém sem consciência e fica isolado. Edgell et al (2006) sustentam que, mesmo que a sociedade americana tenha aceitado votar em um candidato presidencial pertencente a grupos minoritários étnicos ou de gênero, há uma rejeição majoritária a um candidato ateu ou simpático ao ateísmo. Segundo eles, uma pesquisa conduzida pelo “American Mosaic Project Survey” em 2003 apontou que 39,6% dos respondentes não concordaram que os ateus façam parte de uma visão de sociedade americana, maior rejeição dentre todos os grupos considerados: muçulmanos, homossexuais, cristão conservadores, imigrantes recentes, hispânicos, judeus, americanos asiáticos, americanos africanos e por último, brancos americanos. Na mesma pesquisa, 47,6 desaprovaram se seu filho quisesse casar com um ateu, caracterizando menor rejeição os grupos mencionados na questão anterior.

Em setembro de 2006, uma pesquisa do instituto Gallup dos EUA apontou que 84% dos americanos disseram que o país não estava pronto para um presidente ateu. Embora os ateus constituam o quarto maior grupo religioso no mundo, atrás apenas dos cristãos, muçulmanos e hindus, segundo o autor, não existe significativo número de pesquisas científicas sobre o ateísmo e ateus (GERVAIS, 2011). Gervais e Shariff (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 deste 1990 (GERVAIS, 2011).

Gordon (2011) assinala a existência de um movimento atual neoateísta, que teria sido motivado pela percepção após o onze de setembro (ataque às torres gêmeas em Nova York em 2001) de que a religião podia se tornar força política perigosa e

⁷ Fonte: DataFolha Opinião. “90% dos brasileiros vão à igreja, a cultos ou serviços religiosos 17% frequentam mais de uma religião”. 5/5/2007. Disponível em: http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=445. Acesso em: 02/06/2012.



destrutiva. Segundo ao autor, os neo-atéistas teriam basicamente três propósitos: acelerar o enfraquecimento da fé religiosa; fazer proselitismo em nome de uma racionalidade atéista e de uma ciência estritamente materialista; elevar o moral e a autoestima dos atéistas. Gordon indica como fundadores e principais expoentes do movimento neoateísta Richard Dawkins, Daniel Dennett, Christopher Hitchens (falecido), Sam Harris e Victor Stenger, respaldados, segundo o autor, por um clima de opinião amplo, partilhado por um grande número de outros pesquisadores, notadamente cientistas e materialistas.

3. Céuticos religiosos e a comunicação social

Gordon menciona como um dos marcos do movimento ateu o primeiro Dia Internacional da Blasfêmia, em 30 de setembro de 2009, em que milhares de ateus, agnósticos e simpatizantes reuniram-se em vários locais do mundo com o objetivo de celebrar o direito de criticar e menosprezar as religiões.

A iniciativa fazia parte de uma ampla - Campanha pela Liberdade de Expressão encabeçada pelo *Center for Inquiry* (CFI) - organização não governamental fundada em 1991 pelo filósofo Paul Kurtz, conhecido nos EUA como o pai do humanismo secular para popularizar a ciência e esclarecer cientificamente (*desencantar*, poder-se-ia dizer) fenômenos ditos paranormais ou espirituais. A meta política mais imediata da Campanha era a revogação das leis anti-blasfêmia, que criminalizam o ultraje a cultos religiosos ao redor do mundo (GORDON, 2011, p. 345).

O *Center for Inquiry* possui várias ações de comunicação. Seu website⁸ 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*, o mais comentado com cerca de 28 mil replicações; abriga assuntos como religião, anti-religião, secularismo e discussões correlatas.

A entidade exibe 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.

Em que pese a discussão sobre a representatividade quantitativa do segmento “sem religião”, ou seu crescimento no mundo e no Brasil, parece haver concordância

⁸ Center for Inquiry. Disponível em: <http://www.centerforinquiry.net>. Acesso em 04 jun 2012.



sobre sua marginalização na sociedade moderna. Lima Júnior (2012) 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 nihilistas éticos, “pessoas sem limites”, “capazes, por isso, de matar e cometerem as maiores atrocidades” (p.137).

Segundo reportagem da Globo⁹, nos últimos 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, Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos (Atea), Liga Humanista Secular do Brasil (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.

Matéria do Midia News¹⁰ reforça o poder das mídias sociais para a causa. O fundador da LiHS, Eli Vieira, tem usado o YouTube para expressar as opiniões da organização e a internet de forma ampla, 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

⁹ Fonte: Portal G1: Globo. “Com ajuda de mídias sociais, cresce mobilização de ateus no Brasil”. 25/02/2013. Disponível em: <http://m.g1.globo.com/brasil/noticia/2013/02/com-ajuda-de-midias-sociais-cresce-mobilizacao-de-ateus-no-brasil.html>. Acesso em: 21/4/2013.

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



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 que a criação de uma página no website mais do que dobrou o número de adesões, perto de 200 novos membros por mês, contando com cerca de 8,5 mil membros filiados e 230 mil fãs no Facebook, cerca de um terço do que corresponderia ao número de ateus calculado pelo IBGE. Já o fundador da LiHS, Liga Humanista Secular do Brasil, Eli Vieira afirma que tem cerca de 2.800 membros e mais de 17 mil fãs no Facebook; segundo o seu website, a LiHS está voltada para "céticos, agnósticos, ateus, livres pensadores e secularistas".¹¹

3.1 Religiões e veículos de Comunicação

Muitos meios podem servir aos grupos religiosos para a difusão de suas ideias e ações, fazendo-se aqui uma pequena abordagem sobre a TV e internet.

Levantamento realizado pelo OCA¹² (Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual), contabilizou o número de horas exibidas com programas religiosos nas grades das emissoras. A CNT, com 3,5 mil horas/ano de conteúdo religioso, ou 30,8% de sua programação dominada pelas atrações ligadas à fé, a RedeTV, com 23,7% de conteúdo religioso e mais de 2,7 mil horas/ano, a Band, com 15,9% (1,85 mil horas/ano), em quarto lugar aparece a Record com 15,7% (1,82 mil horas/ano). O SBT é o único canal com zero percentual de programação de religião na grade.

Segundo a Grade de Programação das Emissoras¹³, nos Canais UHF, a programação religiosa se configura: a rede TV com 46 horas semanais, 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

¹¹ Idem.

¹² Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. Disponível em: <http://ucho.info/cnt-tem-o-maior-numero-de-programas-religiosos-e-tv-gazeta-lidera-com-televentas>. Acesso em 5 mai 2013.

¹³ ATV+Celebrity. Disponível em: <http://audienciaetv.com/tag/programas-religiosos/>. Acesso em 5 mai 2013.



publicidade, como igrejas não são consideradas anunciantes, as emissoras anulam esse dispositivo da Lei.

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

Já a internet fornece uma série de dados, referências, artigos sobre minorias religiosas, 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..

4. A opção comunicativa de Richard Dawkins e Sam Harris

Conforme destacado no item 2 deste artigo, é possível destacar dois representantes do movimento neoateísta mundial: Richard Dawkins e Sam Harris. A partir desses dois expoentes do movimento neoateísta, pode-se apontar alguns procedimentos de comunicação envolvendo os céticos religiosos e não crentes.

4.1 Richard Dawkins Foundation for Reason and Science (RDFRS)

A *Richard Dawkins Foundation for Reason and Science* (RDFRS) 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 humano¹⁴.

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 neoateísta. Tal encontro resultou num vídeo postado no website YouTube¹⁵

¹⁴ RDFRS. Disponível em: <http://richarddawkins.net/>. Acesso em: 01 mai. 2013. Tradução aproximada.

¹⁵ The Four Horsemen. YouTube. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=MuyUz2XLp1E>. Acesso em 01 mai 2013.



tendo recebido cerca de 505 mil acessos e cerca de 5,5 mil comentários positivos e negativos até hoje.

A RDFRS possui website¹⁶ 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”.

A entidade denomina “The Out Campaign” um conjunto de ações e peças promocionais sobre sua causa¹⁷. Os fundamentos são:

Come Out (Saia)– Os ateístas são bem mais numerosos do que as pessoas imaginam. Saia do armário. Você se sentirá libertado e seu exemplo encorajará outros a sair também.

Reach Out (Transmita) – A campanha Out permite que pessoas deixem outras saberem que não estão sozinhas. Pode ser uma boa maneira de abrir diálogo e ajudar a demolir os estereótipos negativos dos ateus. Deixe o mundo saber que não vamos ir embora e que não vamos permitir que aqueles que nos condenam empurrem-nos para as sombras.

Speak Out (Expresse)– Quanto mais pessoas juntarem-se à campanha Out, menos se sentirão intimidadas pela religião. Nós podemos ajudar outros a entender que os ateus podem ter diferentes aspectos, tamanhos, cores e personalidades. Nós somos trabalhadores e profissionais. Nós somos mães, pais, filhos, sobrinhas, irmãos e avós. Nós somos humanos (somos primatas) e somos bons amigos e bons cidadãos. Somos boas pessoas que não precisam se ater ao sobrenatural.

Keep Out (isole) – É hora de deixar nossas vozes serem ouvidas tendo em vista a invasão da religião em nossas escolas e política. Ateus, juntamente com milhões de outros estão cansados de ser intimidados por aqueles que querem impor a sua própria agenda religiosa para nossas crianças e governos. Precisamos manter fora o sobrenatural de nossos princípios morais e políticas públicas.

Stand Out (Alerte-se) – Temos muitas atividades e planos interessantes para a Campanha OUT, por isso fique atento-se em observar os recentes desdobramentos.

4.2 Sam Harris e Project Reason

Sam Harris estabeleceu uma organização para sua causa (Project Reason) e também divulga seu ideário de forma pessoal (página na internet), usando também depoimentos da mídia convencional e, principalmente, a internet e mídias sociais. Sua

¹⁶ RDFRS. Disponível em: <http://richarddawkins.net/>. Acesso em: 02 mai. 2013.

¹⁷ The Out Campaign. Disponível em: <http://outcampaign.org>. Acesso em 01 mai. 2013. Tradução aproximada.



página na internet¹⁸ contém diversas seções, como seu blog, livros, debates e outros itens. Na parte de mídia, apresenta uma série de artigos, entrevistas e publicações em jornais, revistas, programas em TV tais como *The New York Times*, CNN, Newsweek, em que ele ou suas ideias são protagonistas.

Mostra, por exemplo, artigo de sua autoria publicado na NewScientist (20/10/2010) com o título “Moralidade: Nós podemos enviar a religião para a sucata”. Na página, Sam Harris diz que a ciência pode mostrar os melhores caminhos para os seres humanos prosperarem - e então podemos jogar fora a religião sempre.

Seu blog, com perto de 110 mil seguidores, apresenta assuntos como ética, debates, religião, islã, autodefesa, terrorismo.

Sam Harris é co-fundador e director 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.¹⁹

O website da Project Reason mostra os concursos de vídeos que receberam prêmios da própria entidade, além de campos destinados a notícias elaboradas por colaboradores e os fóruns de debates, caso do que se debruçou no tema Ateísmo, Secularismo, Humanismo Etc, que recebeu mais de 12 mil réplicas.

A entidade está presente nas mídias sociais Facebook e Twitter.

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.

O grupo brasileiro está em Recife-PE e, segundo o website da entidade, este grupo é para aqueles com ideias construtivas sobre como viver pacificamente num mundo com razão e religião, ou seja, necessita-se procurar meios para uma convivência pacífica entre os não religiosos e religiosos.²⁰

5. Considerações finais

O objetivo deste trabalho foi discutir o contexto da comunicação que lida com os céticos religiosos e não crentes.

¹⁸ Sam Harris. Disponível em: <http://www.samharris.org>. Acesso em 01 mai. 2013.

¹⁹ Project Reason. Disponível em: <http://www.project-reason.org/>. Acesso em 01 mai. 2013.

²⁰ Disponível em: [http://www.project-reason.org/discussion/Outside the U.S. .](http://www.project-reason.org/discussion/Outside%20the%20U.S.%20) Acesso em 01 mai. 2013.



Este intento foi atingido num plano exploratório e limitado, principalmente pela amplitude e heterogeneidade do objeto de estudo.

A amplitude e heterogeneidade do objeto podem ser sintetizadas pela complexidade em se delimitar os termos e grupos afins, caso de céticos religiosos, não crentes, sem religião, agnósticos e ateus.

Porém, mesmo não havendo critérios absolutos para tal identidade, os números no Brasil mostram ascensão quantitativa de pessoas que declaram não assumir uma corrente religiosa tradicional.

Foi possível notar que tais grupos e suas ideias encontram pouco suporte nos meios tradicionais de comunicação, uma vez que entidades importantes de ateus, agnósticos e correlatos sustentam sofrer ataques e represálias de grupos religiosos estabelecidos e setores comunicacionais a eles ligados, tratamento este que se apresenta pouco esclarecido e estereotipado.

Entidades céticas quanto a religiosidade procuram se mostrar para a sociedade usando meios alternativos, como reuniões, eventos e encontros. Nessa direção também se apresentam na internet e pelas mídias sociais, pois os ambientes virtuais possibilitam a difusão de diferentes conteúdos noticiosos, associativos, interativos e até comerciais, adequando-se às limitações que tais entidades possuem e que a sociedade em geral parece também desejar.

Em um momento que tanto se discute a abertura social brasileira para os grupos minoritários e ideias não convencionais, urge estimular a indústria da comunicação e a sociedade como um todo refletir de forma mais aberta a religiosidade, sem rótulos e sem preconceitos.

Referências

EDGELL, Penny; GERTEIS, Joseph; HARTMANN, Douglas. Atheists as “Other”: moral boundaries and cultural membership in American society. *American Sociological Review*. V. 71, abr. 2006, p. 211-234.

GERVAIS, Will M. 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. 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.



JOHNSON, Ellen. Transcript of speech on american atheists' position on religion in the public schools. *William & Mary Bill of Rights Journal*. V. 9, n. 2, 2001, p. 455-460.

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.

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

NOVAES, Regina. Os jovens "sem religião": ventos secularizantes, "espírito de época" e novos sincretismos. Notas preliminares. *Estudos Avançados*. São Paulo, v. 18, n. 52, dez. 2004.

QUEIRUGA, A.T. *Creio em Deus Pai, O Deus de Jesus como afirmação plena do humano*. São Paulo: Paulus, 2005.

RODRIGUES, Denise dos Santos. Os sem religião no Censo nacional: investigações e ponderações acerca da ausência de pertencimento religioso no Brasil. *Revista Espaço Acadêmico*. Maringá: Universidade Estadual de Maringá. nº 94, março de 2009, p. 1-8. Disponível em: <http://www.espacoacademico.com.br/094/94rodrigues.htm>. Acesso em 28 mai 2012.

SENNA, Carlos Henrique Corrêa. *Midiatização do campo religioso: a recepção da celebridade Padre Fábio de Melo por seus fãs/devotos*. Belo Horizonte: Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Dissertação de mestrado. 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.

ROWE, William L. Agnosticism. *Routledge Encyclopedia of Philosophy*. Ed. Edward Craig. Taylor & Francis, 1988.