

Universidade do Estado do Amazonas
Centro de Estudos Superiores de Parintins
Colegiado de História

**ATEÍSMO E REDES SOCIAIS:
HISTÓRIA E NOVAS FRONTEIRAS PARA O DEBATE HISTÓRIOGRÁFICO**

Gabriel Silva Gomes
Diego Omar da Silveira (orientador)

Resumo: Derivado de uma pesquisa de iniciação científica desenvolvida entre 2016 e 2017, este trabalho analisa a presença de ateus e agnósticos nas redes sociais. Abordamos os discursos produzidos por estes sujeitos que, propositalmente, se apresentam como não ligados a uma crença religiosa. Tendo em vista que vivemos num país bastante religioso, de maioria cristã, mas no qual tem crescido a diversidade religiosa, buscamos aqui apontar importantes aspectos da construção de novas identidades, desta vez não relacionadas a uma fé, mas à possibilidade e ao direito de não crer. Considerando também as dinâmicas de comunicação no espaço virtual, este trabalho visa compreender como as redes sociais intensificaram as possibilidades de identificar-se como não-religioso, ampliando assim a visibilidade e o número dos ateus, além de apresentar a difusão dos seus ideais, por meio de uma espécie de proselitismo ateu/agnóstico. Também buscamos destacar como a internet se apresenta como uma nova fronteira de debates em relação à própria historiografia.

Palavras-chave: Ateísmo, Redes Sociais, Internet.

Introdução

O campo historiográfico e os historiadores estão lidando, cada vez mais, com o fluxo constante de informações oriundas da internet. Mas como os historiadores, cujo ofício por si só suscita a combinação entre o presente e as questões sobre o passado se relacionam com as novas tecnologias após o *boom* da internet e das novas mídias? Este artigo discute assuntos que estão cada vez mais presentes no nosso cotidiano e aparecem como novas possibilidades de pesquisa, principalmente a partir da última década do século XX, marcada pelo avanço tecnológico e pelo advento dos novos meios de comunicação, que nos colocam em um mundo onde as fontes de pesquisa e produção de conhecimento estão, literalmente, “a todo vapor”.

A internet tem sido, nos últimos anos, uma das melhores maneiras de se socializar, pertencer a grupos, criar vínculos de proximidade e de debater temas diversos, sendo ainda difícil entender, em sua complexidade, as suas implicações políticas, econômicas e sociais” desse processo (BURKE, 2006, p. 312). Como destaca Fernanda Lima Lopes (2014, p. 02) “a internet não é somente uma ferramenta, mas um ambiente onde vivemos” e, hoje em dia, é incomum que não façamos parte deste ambiente. Mesmo os considerados “excluídos” da vida digital acabam tendo algum contato com os temas da internet, que invadem as casas por meio dos *smartphones*. Assim, não podemos deixar de compreender como a cultura digital interfere no ambiente social em que nos inserimos e questionar o *boom* desta nova forma de comunicação como fonte quase que inesgotável para pesquisas.

Na nossa perspectiva, a cultura digital vivida recria e amplia as possibilidades de pesquisa. Por tratar-se de um tema relativamente recente no campo historiográfico, fez-se necessário uma análise mais detalhada dessa questão, pouco debatida ainda nos currículos oficiais dos cursos de graduação. Por isso decidimos encarar esse desafio, abordando-o de maneira conjugada a outro assunto polêmico e pouco estudado – os que se autodenominam ateus e agnósticos. Nosso objetivo consiste, portanto, em identificar a utilização das redes sociais e do espaço virtual como meio de difusão dos discursos produzidos por estes sujeitos, além de apresentar as redes sociais como um espaço de debates acerca da religião, que mobiliza um sem número de argumentos e discursos produzidos pelos usuários – no nosso caso, para sustentar seus posicionamentos em relação à negação de Deus.

Outra questão que nos instigou foi investigar a origem dos preconceitos em relação ao ateísmo e aos ateus. Nesse sentido, não é difícil identificar o esforço por parte de alguns teístas na tentativa de descaracterizar os reais significados da descrença. Em vez de buscar compreender o ateísmo como um elemento humano natural e as religiões como resultado de produções sociais e históricas, invertem-se os fatos e

constituem fantasias sobre a história e sobre o ateísmo. Tendo em vista esta realidade, elaborarmos este trabalho na perspectiva de apresentar algumas definições sobre o tema, problematizando suas concepções, visando romper com estereótipos e elucidando algumas experiências e opiniões sobre o ateísmo e sua relação com as redes sociais.

Contudo, apreender a história do ateísmo através das redes sociais seria uma tarefa demasiado grande, tendo em vista que o universo virtual e as próprias presentes nas redes sociais se expandem e se modifica a cada dia. Por isso, decidimos delimitar a discussão no modo como às pessoas, no Brasil, discutem o ateísmo no Facebook, bem como as questões culturais, políticas e sociais presentes nesses debates.

Vale ressaltar que tanto o ateísmo quando questões relacionadas à internet ainda são pouco tratadas entre historiadores, mais ainda nos campos de pesquisa disponíveis no Amazonas e em Parintins. Se somente a partir do século XX as concepções e a defesa do ateísmo têm se tornado legítimas na academia, entre nós, esse é um assunto incômodo e silenciado, ainda estigmatizado – com os ateus sendo vistos como pessoas sem caráter e/ou moralidade. Sobre a internet, ela acaba sendo vista como objeto mais adequado aos sociólogos, cientistas políticos ou comunicadores, sendo vista com desconfiança até mesmo por vários historiadores do tempo presente. O que apresentamos a seguir permite uma análise, ainda preliminar e incompleta, de como os ateus convivem com o que está presente nas redes sociais, sobre como “ser ateu” corresponde num ato de liberdade frente ao enorme preconceito vivido há século na história das religiões e do ateísmo.

As redes sociais como fonte de pesquisa histórica

Segundo Gonçalo Ferreira (2011) para definirmos o que é uma rede social, temos que entendê-la como uma construção social de uma nação ou povo, disposta por membros que em geral estão relacionadas por um ou diversos tipos de laços identitários, sendo os mais frequentes: a amizade, os posicionamentos políticos, o sexo e/ou gênero, a etnia. Com o avanço da modernidade e a mediação dos aparelhos eletrônicos, a formação desses laços sobre alterações mais ou menos drásticas, com as formas tradicionais e presenciais de sociabilidade cedendo lugar às relações sociais virtuais. Nesse percurso, torna-se “possível considerar que o perfil digital é uma extensão do próprio sujeito” (LOPES, 2015, p. 10), que altera sua representação de si e dos outros, bem como as formas de se relacionar com os que estão no seu entorno. O espaço virtual passa a ser público e nele vários indivíduos interagem entre si, estabelecendo redes de amizades e/ou de contatos.

Pode não parecer, mas ainda é difícil elencar as produções historiográficas no Brasil que possuem como tema central a correlação entre os historiadores, as novas tecnologias e as redes sociais. Dentre as referências encontradas, destacamos aqui o trabalho de Bruno Leal Pastor de Carvalho (2014), com “Faça aqui o seu *login*: os historiadores, os computadores e as redes sociais *online*”, em que ele nos apresenta uma “linha do tempo” da relação entre a historiografia brasileira e as novas tecnologias de informação. De acordo com esse autor, em meados do fim da década 1990 é possível identificar uma grande transformação de rumos na história da humanidade e, posteriormente, na produção histórica, que àquela altura ainda sentia pouco os efeitos da *internet*.

Anteriormente, tínhamos no computador apenas como uma ferramenta para a pesquisa em história, um moderador capaz de registrar dados e facilitar cálculos, como havia provado, por exemplo, àqueles que se dedicaram à história demográfica, serial ou econômica. Um instrumento fantástico, sem dúvidas, porém apenas uma máquina. Com a chegada do novo milênio, no entanto, o computador e seu *patchwork* de novas funções (como os telefones móveis e os *hand drives*, essencialmente a *internet*) demonstraram que as possibilidades de interação social ainda não haviam se esgotado. Tão grande foi o impacto desse novo instrumento que os campos de pesquisa e metodologia do ensino, que as ciências humanas e sociais logo perceberam que ali estava uma “mina de ouro” para estudos em diferentes perspectivas.

Já no início dos anos 2000, temos, assim, um crescimento significativo de produções acerca desse tema na forma de “artigos, comunicações, teses, dissertações e monografias que trabalham principalmente com ensino de história e a pesquisa historiográfica à luz das mídias digitais” (CARVALHO, 2014, p. 174). Mais, as

redes sociais na internet funcionam como importantes plataformas de divulgação de história. Muitos historiadores, já atentos a esse uso das redes, se utilizam de seus perfis para divulgar seminários, conferências, artigos e projetos em história [...] Muitos programas de pós-graduação, arquivos, museus, bibliotecas, faculdades, memoriais e institutos já perceberam a importância de manterem perfis em redes sociais na internet. É através desses canais que essas instituições vão travar o contato com o grosso de seu público, principalmente os mais jovens (CARVALHO, 2014, p. 174).

Do ponto de vista dos historiadores mais contemporâneos, as redes sociais virtuais são fecundas de muitas maneiras, seja para a pesquisa (como fonte ou instrumento) ou no ensino (como mediação ou objeto de estudos). Uma das características mais expressivas são os “documentos virtuais” disponíveis na rede, através de imagens, vídeos, charges, dentre outros meios. Essa é, por exemplo, uma perspectiva

muito presente, na História Digital, que segundo Anita Lucchesi e Bruno Carvalho (2016) preocupa-se em analisar e retratar os objetos através das TICs sendo as principais: o computador, a *net* e as suas aplicações¹. Para esses autores, a sua relação com os historiadores pode ser dividida em três estágios de compreensão:

O primeiro consistiria em ferramentas de comunicações básicas na gestão de cursos, tais como *e-mail*, programas *online*, *sites* com documentos, entre outros. O segundo envolveria projetos cujos problemas permitiriam aos estudantes “fazer história”, enquanto que o terceiro e atual estágio corresponderia à ênfase da aprendizagem ativa, na colaboração e na interação, no caso dos *blogs*, dos *podcasts*, e redes sociais (LUCCHESI; CARVALHO, 2016, p. 152).

Ao se falar de História Digital devemos compreender que a partir do surgimento desse domínio na década de 1990, as maneiras de pensar e “tratar” o passado sofreram alterações importantes. O computador, a internet e o universo de informações disponíveis no século XXI, transformaram o mundo dos historiadores e, mais recentemente, o aparecimento da tecnologia móvel (*smartphones*, *tablets*, *ultrabooks*, dentre outros) abrem possibilidades ainda maiores para pesquisa. Como considera Carvalho (2014) basta utilizar um *smartphone* para evitar o trabalho que seria alocar uma equipe com câmera, som e imagem nos casos de entrevistas, para se “produzir” a história de um indivíduo. No mesmo sentido,

os historiadores podem hoje fazer conferências transmitidas *online*, em tempo real ou gravadas, participar de redes sociais com um perfil acadêmico (*Academia.edu* e *Research Gate*), publicar artigos em periódicos exclusivamente *online*, disponibilizar teses e dissertações, editar livros sem editoras, entre outras possibilidades, alcançando um público bastante amplo e diversificado (LUCCHESI; CARVALHO, 2016, p. 153).

Tendo em vista, que esta é uma realidade presente e que precisa ser notada, vale nos perguntar como os historiadores estão lidando e explorando as possibilidades abertas na relação entre história e as redes sociais (?) e se existem projetos que tem por objetivos discutir a emergência dessas iniciativas (?). Certamente não temos aqui a ambição de apresentar tudo que já foi produzido na *internet* acerca do tema, mas trazemos algumas das imbricações da relação entre história e tecnologia.

¹ As Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) dizem respeito às tecnologias que tem ganhado espaço nos processos informativos e de comunicação humana. Podem ser categorizadas pelo complexo de tecnologias integradas entre si, (hardwares e softwares) que possibilitam o avanço nos processos econômicos, da pesquisa científica e de ensino e aprendizagem.

Para termos noção da força que as redes sociais possuem sobre seus usuários, (independente de qual rede social você analisar), vários analistas têm sugerido que elas têm reinventado as formas de manifestação, sendo decisivas nas questões políticas e sociais emergentes. Nesse sentido, é possível citar os casos, por exemplo, da Primavera Árabe e das Manifestações de 2013 no Brasil, que ganharam repercussão nacional e internacional devido ao fato de antes mesmo de estarem nas ruas, as redes sociais terem sido usadas para protesto e “recrutamento”, com muitas postagens veiculadas nas no *Facebook* e no *Twitter*. Mais contemporaneamente, o mesmo vale para o *WhatsApp*, em que estão presentes inúmeras concepções sobre a política e a sociedade, e, conseqüentemente, sobre a história. Segundo Carvalho (2014) os espaços virtuais são considerados como um lugar para crítica irrestrita, veiculam uma grande pluralidade de ideias, de forma que mais fluida do que um jornal impresso ou a circulação de notícias nas redes nacionais de televisão. Podemos perceber esta realidade cada vez mais recorrente entre as gerações y e z.²

Para Fernanda Lima Lopes (2015) atualmente se tornaram mais comuns estudos acadêmicos cujas linhas pesquisas estão relacionadas à *internet*, ampliando a compreensão de diferentes fenômenos sociais e históricos relacionados aos modos de vida contemporâneos. Incluindo o tema apresentado nesta análise: o ateísmo. As redes sociais por diversas vezes foram e ainda são entendidas somente como um novo modelo de entretenimento, porém, elas não devem ser abordadas exclusivamente através dessa perspectiva, representando possibilidades novas de atividades profissionais, especialmente para os historiadores, como já apontado. Pensar as redes sociais numa visão mais ampla abre também possibilidades para se colocar em contato direto com as fontes produzidas por essas novas mídias, bem como para pensar como tudo aquilo que nelas circula relaciona-se com a produção historiográfica.

De acordo com Carvalho (2014) temas como o EAD (Ensino à Distância), a digitalização de acervos históricos, novos mecanismos de análise de informações e tabulação de fontes e o universo do *mundo virtual* e das aplicações ainda fazem parte de uma “dimensão” que merece maior atenção dos historiadores, inclusive nos processos de formação desse profissional. “É preciso estar atento às novas competências e habilidades que podem ser úteis no fazer história” (CARVALHO, 2014, p. 184). Segundo Márcia Ramos de Oliveira e Patrícia Carla Mucelin (2017),

se tomarmos as redes sociais e blogs como ferramenta histórica, podemos considerar estes como um instrumento essencial para a construção de memória e identidade no que diz respeito à contempora-

² A geração “Y” é uma definição sociológica que compreende os nascidos entre os anos de 1970 e início dos anos de 1990. Aqueles nascidos entre 1995 e 2010 são conhecidos como a geração “Z”, de acordo com o sociólogo Afonso Borges em seu livro “Social Target” de 2012.

neidade e sobre a conjuntura histórica do século XXI. Sob uma perspectiva historiográfica, as postagens e publicações apresentam-se como um rico mecanismo de captura de fontes, seja iconográfica ou documental, reunindo textos escritos ou narrados, seleção de músicas e referências de autores (OLIVEIRA; MUCELIN, 2017, p. 228).

Embora não se possa argumentar que o “ofício do historiador” tenha sofrido uma ruptura com o aparecimento dessas novas tecnologias, é inegável que elas têm implicado novas maneiras de fazer, fazer e ensinar história. Podemos perceber que a operação historiográfica está se reformulando e passando por questionamentos importantes, cujas respostas podem ser encontradas em campos relativamente novos como o da História Pública e suas interfaces com a História Oral e o audiovisual. Parece obvio, mas vale lembrar que muitas outras possibilidades foram abertas desde que a última geração dos *Annales* levantou suas discussões em torno de novas fontes, novos objetos e novas metodologias.

O ateísmo: difusão e pensamento

O ateísmo baseia-se na compreensão de mundo que nega a existência de Deus. De acordo com o *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*, a origem desta palavra é composta pelo prefixo “a” – que significa ausência de – pela expressão grega “*theós*” – Deus, deuses ou divindade. Ou seja, temos uma definição da palavra ateu num sentido meramente dualista podendo significar sem deus ou sem teísmo. Podemos perceber uma explicação vaga neste significado, tornando-o inapto para retratar a noção de descrença atea.

Para compreender o ateísmo temos que entendê-lo como um fenômeno social ainda muito recente, que emerge apenas a partir da época moderna, pautado principalmente pelo direito constitucional de livre consciência e de objeção à crença dos governantes – o que assegura também a possibilidade da descrença em um Deus ou deuses. Professar o ateísmo, no entanto, continuou sendo, ao longo de todo esse período, algo incômodo – não raro representado como uma excentricidade. Foi só após os anos 1960, quando o Velho Mundo sofreu uma secularização sem precedentes que ser “ateu” deixou de ser um insulto.

Antes de definir o ateísmo, precisamos ter uma definição mais clara do que é ser ateu, historicamente conhecido por ser aquele que não acredita na existência de qualquer deus ou deuses. Segundo Cancian (2002) temos a representação numa perspectiva mais ampla, onde normalmente usa-se o termo ateu relacionado ao sufixo ismo, que, na norma padrão da língua portuguesa, sempre é aplicado como o significado para doutrinas, escolas, teorias ou princípio artísticos, filosóficos, políticos ou

religiosos. A definição mais nítida do que é ateísmo pode ser apresentada como o estado de ausência de crença na existência de qualquer deus ou deuses.

Apenas afirmar que “Deus não existe” ou “Eu não acredito em Deus” abre uma possibilidade para interpretações equivocadas acerca do ateísmo. Este é um erro ainda muito comum. Tendo em vista, que a pessoa compreende o sentido do sufixo *ismo* e da etimologia da palavra *ateu*, a interpretação equivocada parte inicialmente destas afirmações, podendo ser confundida como argumento contra Deus, contra seus ensinamentos, ou simplesmente não atribuir créditos a sua imagem. Conforme a definição do Dicionário de Política de Norberto Bobbio nos apresenta:

Essa negação pode manifestar-se explícita e, às vezes, polemicamente, e se expressa com mais frequência na elaboração de ideias e doutrinas, na constituição de tendências e movimentos, na produção de um costume e de uma mentalidade que não dão nenhuma importância à divindade e não revelam a influência determinante de elementos religiosos (BOBBIO, 2011, p. 68).

Dentre as várias modalidades de ateísmo, algumas se diferem fundamentalmente quanto à atitude individual em relação à ideia de Deus. Elaboramos uma tipologia baseada na classificação apresentada por Richard Dawkins no seu *best-seller Deus um delírio* (2007) e de André Cancian, na obra *Ateísmo & Liberdade* (2002). Ela serve apenas para identificar os elementos e aspectos mais comuns no qual o ateísmo pode ser encontrado e é uma entre outras possibilidades de esboçar um quadro mais didático sobre o tema.³ Começamos com uma distinção simples entre o ateísmo implícito e o ateísmo explícito.

O *ateísmo implícito* é a categoria que se constitui silenciosamente. Podemos perceber através da sua posição que este não se respalda na objeção clara acerca da ideia de deus, simplesmente são baseados no estilo de vida que não tem em vista a hipótese da existência de algum deus ou crença transcendental para se guiar. Esta categoria também possui duas divisões, sendo elas: ateísmo prático e natural.

O *ateísmo prático* ou *agnosticismo* compreende sujeitos que conhecem as teorias sobre a ideia de deus ou das divindades, mas se não posicionam frente a atitudes públicas ou pessoais, no sentido de contradizê-la, refutá-la ou aceitá-la, ou seja, permanecendo assim, neutros. Para Dawkins (2007), os membros dessa categoria geralmente se identificam como agnósticos. Em outras palavras, indivíduos que consideram improvável afirmar com toda certeza absoluta se há ou não um ou mais deuses. Mas

³ Outra tipologia é apresentada, por exemplo, em *Posições do Ateísmo Contemporâneo*, de Jean Lacroix (1965). Nela o autor fala em ateísmo moral e ateísmo político como duas grandes categorias.

erroneamente tornou-se comum pensar que a posição dos agnósticos está no prelúdio da escolha entre o teísmo e o ateísmo; porém, o agnosticismo é autônomo do tema da crença/descrença em um deus ou mais deuses. Tal perspectiva diz respeito somente à inexequibilidade da mente humana idealizar, entender ou pressupor algumas questões, afirmando que estas, estão para além dos desígnios da razão humana, sendo impossível manifestar-se sobre as mesmas.

Para clarear a compreensão, é preciso considerar que a palavra “*agnóstico*” tem sentido único – sem gnose, ou seja, sem conhecimento. Trata-se de um termo geral, tendo relação somente à certeza da impossibilidade de se alcançar conhecimento acerca de algum assunto qualquer. Portanto, qualquer indivíduo que possui conhecimento da existência de múltiplas crenças e religiões, porém, vive sem se importar, ou julga não ter certeza se há um deus, é classificada como pertencente ao *ateísmo prático* ou agnóstico.

O *ateísmo natural* é o estado de inexistência de crenças religiosas devido à ausência de posição diante a concepção de existência de uma divindade. Nessa categoria, se enquadram todos os sujeitos que nunca tiveram contato algum com a ideia de um deus, temos como exemplo, a tribo indígena amazônica dos *Pirarrãs ou Pirahã*⁴ que consideram o mundo sempre como foi e não há para eles nenhum Deus, sem a presença de quaisquer mitos da criação, ou súplicas em sua cultura, além disso, não demonstram qualquer necessidade de Deus, religião ou autoridade político-religiosa para viverem suas vidas. Para Cancian (2002) se adequam nessa categoria também, os indivíduos inaptos à criação de uma concepção à ideia de deus, através de incapacidades mentais, como, por exemplo, crianças de pouca idade e pessoas mentalmente enfermas.

Na segunda modalidade-base para construção da concepção de ateísmo contemporânea e plural temos o ateísmo explícito que se constitui através da negação consciente da ideia de deus. Esta rejeição constantemente é resultado de uma reflexão filosófica e histórica. Todavia, é impossível traçar qualquer generalização no que diz respeito às causas que levaram a descrença, sendo individuais os motivos que os levam a verificar ou contestar a ideia da existência divina. Esta modalidade também pode ser dividida em outras duas categorias, sendo que não há um consenso entre os estudiosos do ateísmo em relação a estas nomenclaturas, porém são importantíssimas para compreensão do tema, a saber:

⁴ Os pirahã habitam um trecho de terras cortadas pelo rio Marmelos e quase toda extensão do rio Maici, no município de Humaitá-AM. Eles se autodenominam hiaitsiíhi, categoria de seres humanos ou corpos (ibiisi) que se diferencia dos brancos e dos índios. De acordo com as informações do site Povos Indígenas do Brasil. Disponível em: «<http://pib.socioambiental.org/pt/povo/piraha>»

Temos o *ateísmo negativo* ou *cético* sendo caracterizado pela dúvida na existência de deus, em virtude da falta de provas em seu favor. Segundo Dawkins (2007) este posicionamento pode ser localizado nas denominações de céticos padrões, isto reflete um dos princípios fundamentais do ceticismo, baseado na ideia de que não se deve aceitar uma afirmação como verdadeira sem ao menos ter mecanismos para prova-la; ou, em sua versão resumida: sem evidência, não há nenhuma crença. “Os ateus presentes nesta categoria geralmente limitam-se em apresentar motivos para fundamentar sua negação da ideia de deus, buscando em alguns casos, demonstrar por que as supostas provas da existência divina são inválidas” (CANCIAN, 2002, p. 16).

O *ateísmo positivo* ou *crítico* é o tipo mais difícil de ser legitimado, pois se trata de uma negação que compreende a recusa da possibilidade de existência de divindades. O ateu deste grupo tipicamente se intitula como racionalista e concorda com a convicção de que “ataque é a melhor defesa”; sendo assim, é comum que estes ataquem a ideia de deus, mostrando as incoerências presentes nessa noção, almejando afirmar por meio de argumentos racionais que a existência de um deus(es) — a partir do que foi definido pelas religiões — é conseqüentemente improvável.

Podemos citar alguns autores presente nesta perspectiva mais radical de ateísmo como o já citado Richard Dawkins e o filósofo francês Michel Onfray com seu livro *Tratado de Ateologia* (2007), onde o autor considera as religiões uma violação à inteligência humana, um indício de prematuridade psicológica e uma privação de determinação para viver a realidade, atribuindo às religiões um papel de empecilho para a liberdade humana.

Em vista disso, a definição de ateísmo apresentada nesta análise não pressupõe nenhum relato prático dos indivíduos. Contrariamente de outros *ismos* — como cristianismo, judaísmo, espiritismo, islamismo, dentre outros —, o ateísmo não configura nenhum padrão para a vida, nem uma ideologia baseada em princípios morais ou éticos, representa somente o posicionamento individual em relação à ideia de deus. Desse modo, o ateísmo não apresenta analogia às religiões teístas.

A “linhagem histórica” do ateísmo manifesta-se com Epicuro na Antiguidade, através dos livres-pensadores do século XVIII e ganha destaque no XIX com os autores Ludwig Feuerbach, Karl Marx e Sigmund Freud. Para Onfray (2007) subsiste uma evidente má vontade dentro do meio acadêmico para as discussões acerca do ateísmo. “Uma má vontade com ares de conspiração, principalmente por parte dos defensores do cristianismo” (ONFRAY, 2007, p. 128).

Podemos perceber esta discussão entre ateísmo e a religião não se trata apenas de debates entre ideias, mas demonstra uma disputa prática contra o domínio das

religiões, principalmente do catolicismo. São algumas das bandeiras difundidas entre os ateus e suas organizações: a emancipação de pensamento, a laicidade, a liberdade de expressão que sempre encontraram como seus maiores oponentes a Igreja.

Não obstante, as religiões mantêm em seus discursos e ações uma pretensão clara de salvaguardar o homem para a vida eterna. Neste discurso, notamos um evidenciado interesse pela vida futura. Temos claramente uma ação interesseira: usufruir-se até o fim dos seus dias em prol de um bem maior - a eternidade. Por outro lado, ateus reconhecem que os aprimoramentos humanos deviam aplicar-se exclusivamente no tempo presente, sem depender diretamente de uma vida futura pós-morte.

A falta de uma crença religiosa revela uma desigualdade social extremamente presente em nossa sociedade e obviamente, menos aceita. Isto acaba produzindo certos estereótipos acerca do “ser ateu”, geralmente, exposto como um estado de ausência do íntimo humano, desprovido de valores e sem senso de moral. A intolerância contra os indivíduos ateus, nada mais é, que um fruto de um costume historicamente produzido, que representa o pensamento de que ser ateu é ser amoral, pois “acreditar em Deus estabelece ao indivíduo as noções de moral”.

De acordo com a Fundação Perseu Abramo, o brasileiro tem mais aversão aos ateus do que usuários de drogas. Conforme podemos identificar em:

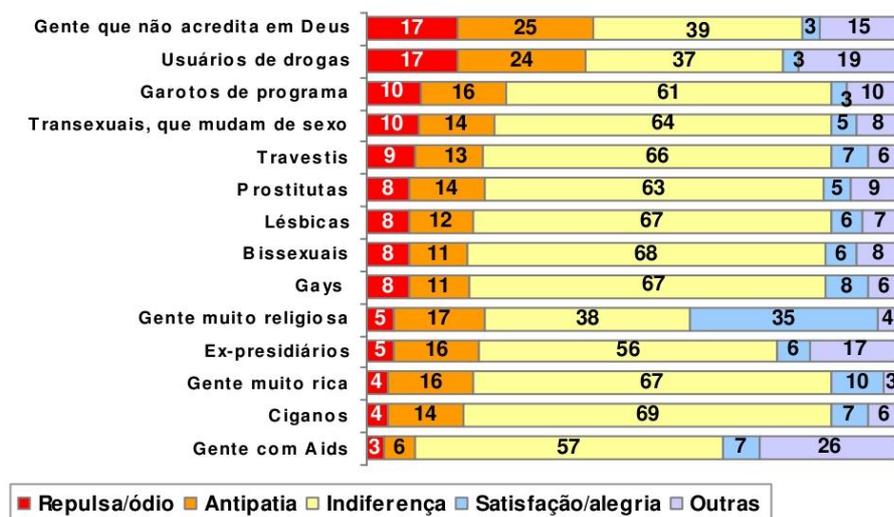


Figura 1: Grau de aversão ou intolerância a grupos de pessoas. Fonte: Jornal *O Tempo*, 2010.

De acordo com o jornal *O Tempo* (2010) a pesquisa elaborada pela Fundação Perseu Abramo em colaboração com a ONG Rosa Luxemburg Stiftung tinha por objetivo inicial o levantamento de dados acerca da intolerância sexual no Brasil. Foram ouvidas 2.014 pessoas acima de 16 anos de 150 municípios. O levantamento aponta que o brasileiro opta, por exemplo, conviver com um usuário de drogas do que com

uma pessoa declarada atea. Dentre as prováveis justificativas para esta rejeição está o fato dos ateus permanecerem sendo considerados pessoas não confiáveis, ainda que nos últimos anos inúmeras campanhas tenham sido criadas para combater a intolerância, seja religiosa ou não, a realidade apresentada pela pesquisa demonstra o inverso.

Mesmo atualmente, não vemos nenhum tipo de amparo legal/jurídico em relação ao preconceito e discriminação contra ateus no país, entretanto, o contrário acontece rotineiramente ao analisarmos concessões nos campos da isenção de impostos, do acesso à educação, etc. Há um longo caminho de luta política e social para o reconhecimento do ateísmo.

O ateísmo continua crescendo em todos os cantos do país nas estatísticas dos censos demográficos e nas pesquisas de opinião, além de estar sendo tratado, através de uma ampla revisão de literatura, como um dos componentes fundamentais para compreensão dos dilemas na vida do homem contemporâneo, por exemplo, o humanismo e a espiritualidade são marcos de discussão entre os teóricos do ateísmo.

De acordo com Montero e Dullo (2014), independentemente do aumento significativo no número de brasileiros que se declaram sem religião, segundo o Censo Demográfico do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística de 2010, o ateísmo como doutrina política permanece praticamente invisível como fenômeno social e como objeto de pesquisa acadêmica no Brasil.

Ao retomarmos nossa atenção para a maneira como os dados censitários apresentados pelo Estado vão consolidando a mentalidade acerca da sociedade brasileira ser cristã. Podemos constatar que “ser cristão” e/ou religioso, fazia parte de uma conjuntura política presente desde as origens do Império, como por exemplo, em 1872, onde o *censo* classificou os brasileiros apenas como católicos e não católicos.

Para compreender melhor a difusão do ateísmo pelo Brasil traremos alguns dados coletados através das informações disponibilizadas no site do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) comparando os *censos demográficos* e a relação com o tema proposto. Alguns resultados encontram-se na tabela a seguir:

<i>Dados sobre os “sem-religião” (Ateus, Agnósticos e Céticos)</i>	
Subdivisão	
Sem-Religião: 14.595.978 (~ 14 milhões)	
Ateus: 615.095 (~ 600 mil)	
Agnósticos: 124.435 (~ 124 mil)	
Escolaridade	
91,2% (~ 14 milhões): são alfabetizados	

5,7% : (~ 800 mil): Ensino Superior Completo.
12,9% (~ 2 milhões): Ensino Médio Completo e Superior Incompleto
Gênero
Homem : 9.082.507 (9 milhões)
Mulher : 6.253.004 (6 milhões)
Situação Trabalhista
46,3% (~ 8 milhões): estão trabalhando
34,4% (~ 6 milhões): são empregados
21,9% (~ 4 milhões): trabalham com carteira assinada

Tabela 1: Estatísticas sobre os “sem-religião” no Brasil. Fonte: IBGE/Censo Demográfico, 2010.

De acordo com Paula Montero e Eduardo Dullo (2014) mesmo em 2010 ainda que os recenseadores apresentassem aos entrevistados uma alçada de possibilidades, a pergunta “qual é a sua religião ou culto?” induz a uma mera opção dualista: ter uma religião ou não declarar nenhuma. Vemos também um aumento no número de ateus comparando com os censos anteriores, conforme o gráfico:

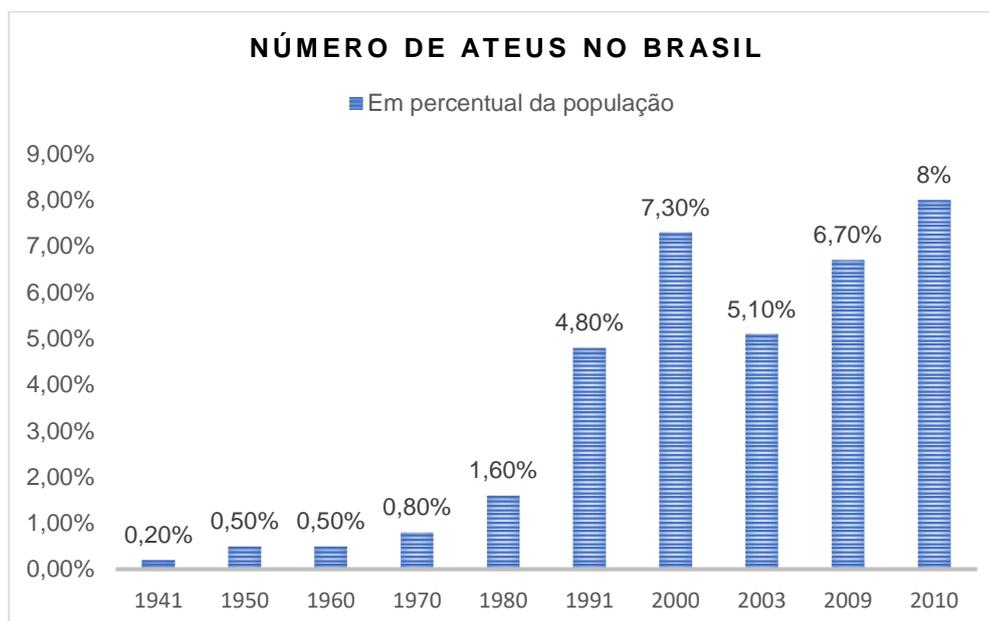


Gráfico 1: Número de ateus no Brasil. Fonte: IBGE, 2010.

A segunda metade do século XX foi essencial para que o ateísmo ganhasse o status de opinião acadêmica, tal qual as religiões vêm fazendo no Brasil. Contudo, os ateus brasileiros constituem uma das minorias menos visibilizadas em âmbito geral no país, traçando um paralelo com outras ditas minorias pela historiografia tradicional, vemos que ainda é um “problema” ser ateu no Brasil, principalmente pelos estigmas que foram impostos a imagem atea. Como afirma o presidente da Associação Brasilei-

ra de Ateus e Agnósticos – Atea, o engenheiro Daniel Sottomayor, em entrevista a BBC Brasil. “Enquanto as notas de Real louvarem a Deus, as escolas públicas tiverem ensino religioso e as repartições do governo ostentarem crucifixos, os ateus continuarão ser tratados como cidadãos de segunda classe” (BERNARDO, 2016).

Tendo em vista esta realidade histórica, o presente trabalho busca apresentar uma nova ferramenta de análise ainda pouco utilizada no campo historiográfico, porém, com fontes tão propícias para compreensão da construção histórica e desse novo ambiente social que são as redes sociais.

Uma nova fronteira de debate: *links*, fontes e proselitismo

Esta pesquisa se restringe à realidade brasileira e tem base dados coletados entre usuários de redes sociais. Para seleção dos dados e pesquisa tomamos como sujeitos pessoas que se consideram ateus e agnósticos. Como o tem como foco as análises oriundas das redes sociais, a escolha do *Facebook* como a rede social a ser investigada se deu principalmente, pelo crescimento constante nos últimos anos no país, sendo que a mesma abriu uma ampla vantagem em relação às plataformas sociais semelhantes como *Twitter*, *Tumblr*, dentre outras.⁵

Realizada entre fevereiro e julho de 2017, percebemos que nos espaços presentes dentro do *Facebook* há uma ampla difusão de conteúdos sobre o ateísmo, independente do meio utilizado, sendo eles: Pessoas, Páginas, Grupos, Aplicativos e Eventos. Podemos perceber esta diversidade também nos nomes atribuídos, por exemplo: perfis e páginas de instituições e ONG’s (*ATEA – Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos*, *Ateu Militante*); páginas com teor humorístico (*Ateu humor*, *Ateu Atento*, *Ateu Nível Hard*); páginas e grupos críticos (*Penso - Logo Sou Ateu*, *Mundo Ateu*, *Ateu Inteligente*); páginas e grupos radicais e/ou anti-teístas (*Ateu Porque o Inferno é uma piada*, *Pronto, Falei – Ateu*, *Bar do Ateu*, *DiaboReal*), dentro outros diversos tipos.

Foram selecionadas duas páginas relacionadas ao ateísmo (uma página institucional e uma humorística) e mais dois grupos. Com o intuito de pensar e analisar a construção histórica e difusão do ateísmo ou do pensamento ateuista através do *Facebook*. Foram escolhidas uma página de instituição (*ATEA – Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos*) com 645 mil seguidores e uma humorística (*Ateu Nível Hard*) cujo número de seguidores alcançou 108 mil seguidores ao decorrer da pesquisa inicial. O

⁵ Em abril de 2016 o *Facebook* alcançou a marca de 102 milhões de brasileiros conectados na rede social. O *Facebook* se tornou um espaço de descoberta, informações, encontros e reencontros. Segundo os dados do próprio Facebook. Disponível em: «https://mobile.facebook.com/business/news/102-milhoes-de-brasileiros-compartilham-seus-momentos-no-facebook-todos-os-meses?_e_pi_=7%2CPAGE_ID10%2C6454738913».

critério quantitativo também foi um dos fatores de escolha dos grupos: (*Mundo Ateu e Ateus e meus agnósticos*) possuem 81 mil e 40 mil membros, respectivamente.

O processo de coleta de dados baseou-se no acompanhamento das quatro (4) páginas e grupos supracitados, simultaneamente com uma distinção de conteúdo específicas para esta análise, porém, todas as publicações e compartilhamentos foram contabilizados. A coleta ocorreu entre os dias 5 e 15 de fevereiro, abril e julho de 2017, devido às dificuldades de acesso e por motivos técnicos, foram adicionados dois dias extras na coleta – quando se fez necessário – pois a pesquisa teve como base a sede da universidade e durante alguns dias a sede da UEA esteve sem funcionamento ou sem acesso à internet. Ao fim da pesquisa, o total de 6173 publicações foram computadas para análise. Após a coleta, a maioria das postagens eram oriundas pela página ATEA e pelo grupo *Ateus e meus amigos agnósticos*, conforme podemos verificar na tabela abaixo:

Quantidades total de publicações	Fevereiro	Abril	Julho	Total
ATEA	528	597	540	1665
Ateu Nível Hard	395	420	384	1199
Mundo Ateu	488	596	512	1596
Ateus e meus amigos agnósticos	529	581	603	1713
TOTAL	1940	2194	2039	6173

Tabela 2: Número total de publicação das páginas e grupos. Fonte: Arquivo Pessoal, 2017.

Os conteúdos exibidos nas páginas e grupos eram de origens próprias e originais. Após a disponibilização da função de *compartilhamento* a reprodução dos conteúdos tornou-se mais simples e mais eficazes, independentemente do caráter ou objetivo da página ou grupo. Entre a maioria dos conteúdos replicados tivemos: reportagens sobre avanços científicos; entrevistas; curiosidades sobre religiões e ateísmo; propaganda contra religião. Acerca da tipologia do conteúdo publicado podemos destacar as imagens, fotografias, memes,⁶ charges, vídeos, textos transformados em imagem e sátiras contra as religiões.

Contudo, as fontes e os dados por si só não relevam muitas informações sobre os objetivos desta pesquisa, então precisamos problematiza-los. Com os dados em mãos, temos um retrospecto geral que nos apresenta uma prévia do desempenho de cada página ou grupo durante os dez dias analisados de cada mês. O próprio *Facebook* nos permite fazer uma análise da seção de *curtidas* de cada uma, onde podemos identificar: o total de curtidas num período de vinte e oito dias; números de novos

⁶ Termo criado pelo biólogo e escritor Richard Dawkins em seu livro “O Gene Egoísta” de 1976. Este termo tornou-se referência no ambiente virtual por caracterizar um conceito que se difundiu rapidamente através da internet, sendo comumente encontrado em redes sociais online.

adeptos e a origem de cada curtida detalhadamente, partindo do local onde elas foram realizadas podendo ser diretamente da página ou de grupos com nichos⁷ semelhante.

Outro aspecto importante para observar nesta pesquisa é o *alcance* das publicações oriundas destas páginas e grupos. Temos a possibilidade de elencar o número de pessoas que tiveram contato a publicação que fora exibida, além do envolvimento através das curtidas, comentários e compartilhamentos entre o público alcançado. Isto se mostrou muito eficiente durante a pesquisa, pois ampliou a possibilidade de elaborar um conteúdo específico e de melhor qualidade.

Uma das principais características que podemos ter nas redes sociais é sua perspectiva plural e dinâmica, principalmente em relação à construção de identidades e de relação de proximidade e pertencimento entre membros do mesmo grupo. Segundo Lopes (2014) as páginas que se dirigem a ateus e agnósticos se sobressaem com uma identidade ateuísta, já que as principais postagens se prestam à negação de divindades e das religiões. Entretanto, não há possibilidade de enquadrar ou generalizar todos os sujeitos da pesquisa através de uma única definição ou atitude em relação à ideia da negação de Deus ou deuses, temos que ir além de uma análise dualista entre acreditar ou não.

Contudo, não há unanimidade entre os membros de grupos e páginas ateuístas em relação às maneiras de evidenciar tal divergência. Especialmente nos comentários, aqueles que se consideram agnósticos contestam a forma mais agressiva com que determinados pressupostos ateuístas são apresentados. Mesmo entre os próprios ateus esta questão se intensifica diante da divergência sobre a agressividade de certas postagens e comentários. Nas oportunidades de debate, pudemos identificar dois extremos: o primeiro com sujeitos que somente não possuem crença na existência de Deus (ateus céticos ou agnósticos) e aqueles que expressam o objetivo de firmar sua posição de negação para todos àqueles que têm uma crença (ateus críticos e radicais).

Os grupos e as páginas de teor ateu estão adquirindo cada vez mais adeptos e, ao invés de consolidar a identidade do ateísmo em combate à discriminação, transformam seu conteúdo numa característica de humor agressivo, principalmente sobre as religiões nas redes sociais. Estas características se atribuem a um novo grupo de ateus, que não mencionamos no capítulo anterior, os chamados *neoateus*.⁸

⁷ Expressão utilizada principalmente no Marketing Digital que tem por definição classificar um grupo de pessoas com interesses e necessidades baseadas num princípio comum a estes. O que recentemente ficou conhecido como mecanismo de interesse, utilizados por empresas como o Google e o próprio *Facebook*, que usam dados de navegação de seus usuários para otimizar buscas e conteúdos.

⁸ O “neo-ateísmo” também denominado de ateísmo militante, é um fenômeno muito contemporâneo. Ao mesmo tempo em que os “antigos ateus” possuem crença na inexistência de Deus e não se permitiam ir muito além disso, os novos ateus são vigorosamente envolvidas pelas suas

De maneira geral, os conhecidos como neoateus no Facebook investem na sua campanha com imagens e textos contra as religiões, um aspecto comum é a forma com eles exercem sua crítica, sendo comum encontramos propagandas que invertem a posição religiosa como forma de legitimação ateia, “quase como um fundamentalismo ateu” principalmente por páginas com maior alcance nas publicações. De acordo com Montero e Dullo (2014):

Esse contexto particular nos permite compreender por que “não ter religião” torna-se a formulação convencional mais verossímil e aceitável para expressar a inespecificidade das práticas “religiosas”. Ao mesmo tempo, nos permite compreender por que, no intuito de especificar e dar visibilidade a sua posição, os ateístas desenvolvem suas campanhas no próprio campo das lutas religiosas (MONTEIRO; DULLO, 2014, p. 61).

O humor e a agressividade são dois elementos primordiais nas mensagens da página *Atea* e do grupo *Mundo Ateu*. Em relação aos discursos apresentados, analisamos as peculiaridades que se revelaram mais significativas nas postagens: a posição contraditória marcada por sarcasmo, ironia e o diálogo através de um vasto repertório de palavras, em contraposição as simbologias e práticas das religiões. Comumente, publicações e imagens compartilhadas buscam relacionar os objetos da religião (particularmente a bíblia recebe uma atenção especial) e a identidade dos “representantes” da fé com práticas criminosas e estelionatárias.



Figura 2 e 3: Exemplos de publicações em grupos de ateus. Fonte: Grupo “Mundo Ateu”, 2017.

Podemos identificar que além de amparar a imagem alicerçada na negação da fé religiosa e algumas práticas dos chamados crentes, os conteúdos divulgados pelas páginas e grupos de teor ateísta demonstram um interesse claro de “conversão” para

causas. Os neoateus não se contêm apenas em não acreditar em Deus, desejam e lutam para que todos também não creiam. Dentre os principais influenciadores deste movimento estão o jornalista Christopher Hitchens, o neurocientista Sam Harris e o filósofo Daniel Dennett.

o ateísmo. Traçando uma analogia arriscada, é possível dizer que há uma notória característica “evangelizadora”, ao verificar as discussões localizadas no espaço das redes sociais e nos comentários oriundos das publicações.

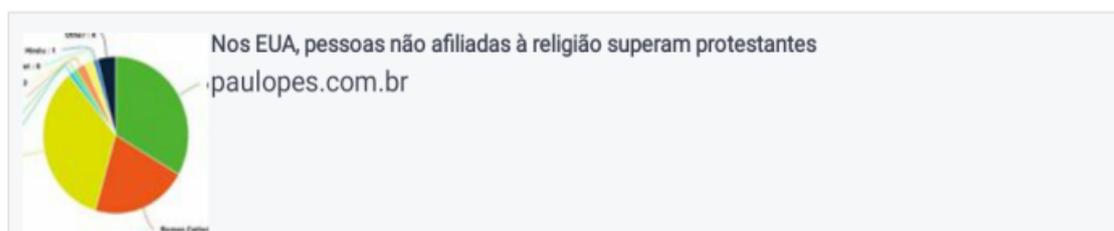
Segundo Lopes (2015) um dos pressupostos presentes na página da Atea e similares estão o compromisso com o bem-estar, a busca pela felicidade plena e pelo sentimento de plenitude sem a necessidade de algum Deus. Estes se apoiam na concepção antagonizante da religião *versus* ateísmo, na tentativa, em geral, de caracterizar as religiões como sinônimo de manipulação ou doutrinação.

Um ponto a ser discutido além do proselitismo são as informações disponibilizadas através de *links* de divulgação, este meio também representa um conjunto de publicações frequentes em *blogs* e sites especializados em plataformas digitais e geralmente possuem atualização diárias, comumente chamados de “diários virtuais”.

Atualmente, os sujeitos em todo o mundo estão em contato com uma gama de possibilidade praticamente ilimitadas em relação ao registro de suas ações no espaço-tempo. Tendo em vista que a cada dia surge uma nova tecnologia, com recursos diferenciados prometendo uma melhor experiência de registro, *online* ou *off-line*. Se analisarmos as redes sociais presentes em 2010 (*Facebook, Twitter, Windows Live Messenger*) com as presentes em 2017 (*Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Messenger, Tumblr, Telegram, Whatsapp*) cada uma possui uma especificidade, tornando vasta as possibilidades de uso.

No que diz a respeito à produção de conteúdo ateístas nas redes sociais, temos a presença de grandes *ícones* de representação, como os citados Richard Dawkins e Sam Harris. Em relação as paginas e grupos selecionados para nossa pesquisa, a página da Atea e o grupo Mundo Ateu ganham destaque, não somente pelas constantes publicações mas o conteúdo apresentado nas mesmas. Vejamos alguns registros catalogados durante nossa pesquisa:

[ATEA - Associação Brasileira de Ateus e Agnósticos](#) compartilhou um link.



Ateu Atento

Conheçam o aplicativo " Liberte sua mente".

Só acessar o link abaixo:

Rc

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.wdev.wquestion>

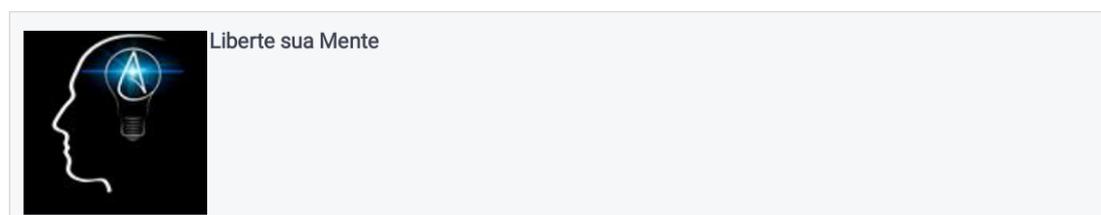


Figura 4 e 5: Divulgação ateísta através de links.

Fonte: Arquivo Pessoal, 2017.

Mediante a produção de “discursos” através dos *links*, vídeos, aplicativos, imagens, arquivos de áudio, PDF's, dentre outros, essa tendência de publicações mesclando imagem e texto acaba por atingir públicos externos além daqueles que já são *curtidores* ou *usuários* destes. Diferenciando-se dos meios tradicionais de divulgação de conteúdos (TV, Jornal ou Rádio), pois são mecanismos de transmissão particulares. Essa nova forma de organização apresenta as redes sociais *online* como uma variedade de “arquivo”, com normas e referências estabelecidas pela ferramenta de moderação de cada página ou grupo. As publicações são organizadas, portanto, pelas intenções e manifestações dos seus criadores/administradores.

Os variados grupos e páginas que usam as redes sociais como ferramenta de divulgação digital para criação do seu conteúdo intensificam a formação de acervos específicos. Estes grupos são a representação do enorme potencial de pesquisa presente nas redes sociais, ricos em produção criativa de conteúdos e informações, articulando debate e discussões de cunho político, cultural e social.

Feruchio de Oliveira compartilhou a publicação de Orgulho Gay.

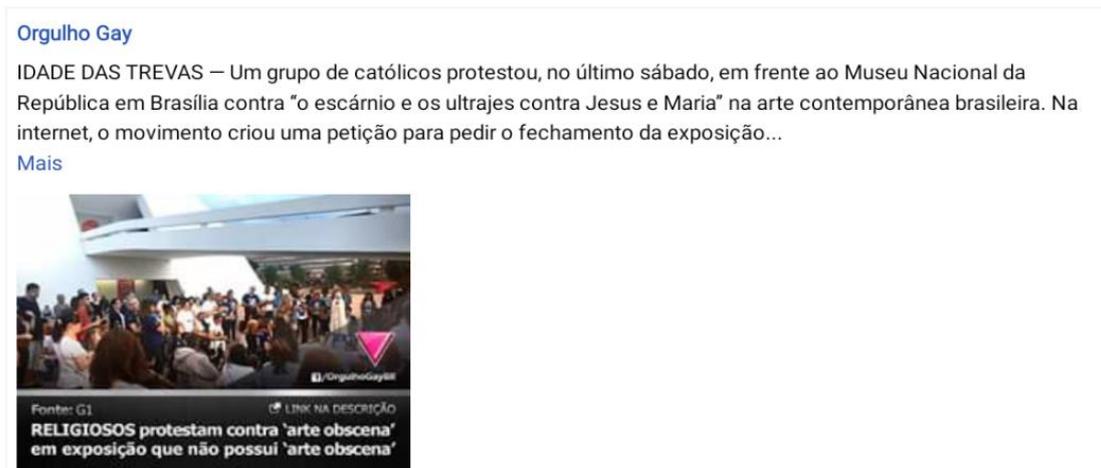


Figura 6: Discussão sobre arte, religião e sexualidade.

Fonte: Grupo “Ateus e Meus Amigos Agnósticos”, 2017.

Segundo Oliveira e Mucelin (2017) cabe ao historiador que utilizar as redes sociais como fonte de pesquisa, estar atento com a metodologia de análise das fontes digitais, pois elas são uns recursos mais utilizados neste meio. Outros elementos são fundamentais para compreender a intenção das publicações, por exemplo, muitas imagens encontradas na página Atea são produzidas através da união de texto e imagem, ou simplesmente representam uma construção narrativa nos modelos preestabelecidos pelo seu público.



Figura 7: Azar é ser vizinho de uma igreja. Fonte: Página Atea, 2017

Dentre as publicações encontradas nas três etapas de coleta de dados verificamos além das imagens e vídeos de difusão produzidos pelas próprias páginas, muito conteúdo externo e de embasamento teórico. Podemos citar alguns como matérias de jornais eletrônicos como o “The Intercept”, e vídeos da plataforma Youtube com teor mais crítico e ao mesmo humorístico, como é o caso dos inúmeros vídeos do canal Porta dos Fundos, que se envereda na discussão de temas políticos e religiosos.

Podemos destacar as inúmeras discussões oriundas destes vídeos, principalmente após a aplicação da ferramenta de “reacts”, no Brasil conhecidas como reações, é possível verificar quais são os vídeos e matérias que mais “agradaram” ou “foram odiadas” por usuários nestas páginas e grupos.

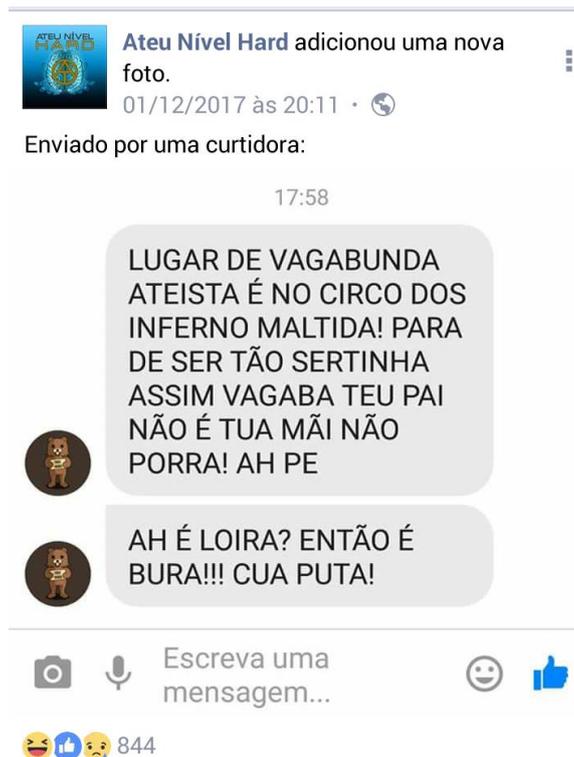


Figura 8: Intolerância contra ateus. Fonte: Arquivo Pessoal, 2017.

Esta imagem nos mostra apenas uma parcela e um dos exemplos rotineiros da intolerância acerca do “ser ateu” no Brasil. Os comentários que mais chamaram atenção durante as pesquisas nas páginas e grupos são “Se você não acreditar em Deus, automaticamente você têm o demônio no seu corpo.” Novamente reforçando estereótipos e mostra a face mais “oculta” das páginas referentes a este conteúdo, quase como um ataque pessoal a todos. Não é incomum encontramos avaliações e comentários/julgos negativos e discriminatórios sobre as publicações, imagens e vídeos destas páginas, como uma “satisfação” e “prazer” proferir discursos de ódios e intolerância sem a preocupação de ser punidos. Esta é uma realidade frequente, infelizmente.

“Uma imagem vale mais que mil palavras, mas que palavras?” inúmeros sentidos de análise são aplicados em relação às imagens produzidas por páginas, seja de conteúdo ateu ou não, é preciso perceber a intenção por trás das mesmas, a estética, os símbolos, e o público-alvo. Podemos utilizar estas fontes digitais como instrumento de comunicação política, ideológica, cultural, religiosa, dentre outras.

Ponderamos acerca da importância para o ofício do historiador a devida atenção acerca da expansão desses fenômenos que percorrem esferas de divulgação de conteúdos do macro ao micro, no gênero digital, em especial na internet. Hoje em dia, as redes sociais são renomados portadores de fontes documentais e/ou visuais, porém, ainda precisam ser melhor exploradas como possibilidade e prática de pesquisa pela historiográfica.

Considerações Finais

Longe de ser um assunto superficial, o ateísmo (que persiste em propagar-se em todos os cantos, tanto em estatísticas de censos demográficos como em pesquisas de opinião) tem sido abordado, por meio de uma ampla bibliografia, como um elemento primordial na compreensão dos dilemas do homem contemporâneo.

Modificar os estereótipos e evidenciar este debate foi um dos pontos que justificou este trabalho. Buscamos desnaturalizar certa compreensão negativa do ateísmo, ainda muito relacionado ao desrespeito à vida religiosa ou a um desencaminhamento moral que ameaça instituições ainda consideradas basilares pela maioria da população.

Consideramos esta pesquisa fundamental para o historiador/pesquisador que procura possibilidades de desenvolver problemáticas não imediatamente presentes em seu cotidiano ou teoricamente “agradáveis”. Tanto as *redes sociais* como o *ateísmo* são temas importantíssimos a serem discutidos, por serem poucos visitados e estarem fora da chamada historiografia tradicional, tornam-se objetos valiosos para a construção de uma nova história e da produção de uma história do tempo presente.

O ofício do historiador deparar-se com temas muitas vezes complexos sendo tratados por meio de vasta bibliografia e esta análise ajuda a problematizar visões tradicionalistas, muitas vezes, limitadoras acerca dos paradigmas do trabalho acadêmico-científicos possíveis e viáveis aos alunos de graduação da Universidade do Estado do Amazonas e do Centro de Estudos Superiores de Parintins.

Além do mais, devemos quebrar com as ideias cristalizadas acerca da imagem atea, sendo a mais comum de considerar estes indivíduos sem valores morais que guiam suas atitudes. Não temos uma única evidência sequer que conserve a queixa de imoralidade tão regularmente proferida aos ateus.

Todavia, como citamos, os sujeitos ateus não se enquadram num código moral unânime, não apresentam uma moral fundamentada no respaldo de princípios ateus, que se estabelecem como supremos ou máximos. Vemos o contrário, ateus escolhendo da maneira individual os melhores valores que acreditam que servirão para nortear suas vidas em serviço do sentido de sua vida, ou seja, não podemos julgar ateus sempre na perspectiva de uma moralidade cristã. Temos, em alguns casos ateístas, aqueles que tomam por base a natureza humana para estabelecer seus valores racionalmente. É comum deparar com grupos que preferem usar à expressão “humanista”, como por exemplo, a Liga Humanista Secular do Brasil.

Além do mais, um mal-entendido ainda muito comum praticado por aqueles que confrontam o ateísmo reside em equipará-lo como uma “religião de descrença” ou

uma “religião de retórica inversa”; ou seja, entendem que os ateus, da mesma forma que os crentes em Deus, praticam uma espécie de doutrina rigorosa na tentativa de provar a inexistência de qualquer deus ou dos deuses em geral. Seguem o pensamento que o ateísmo não possui legitimidade como qualquer outra fé religiosa, pois, segundo eles, os ateus são incapacitados para provar a inexistência divina.

Através dos “mitos” que persistem sobre ser ateu ou agnóstico, é comum observar inúmeras pessoas fantasiando e se indagando como estes sujeitos são. Eventualmente pensam em seres estranhos ou raros que residem em um submundo obscuro, membros de uma seita que está a caminho da aniquilação de todas as religiões, mas isso representa somente um mito.

Geralmente, ateus são indivíduos de fato comuns, que se respaldam na racionalidade e nas comprovações científicas para formular suas concepções acerca da realidade. O fato é que, certamente a maioria das pessoas já esbarrou com ateus no seu dia-a-dia, mas não se deram conta disso, talvez este seja o fato de pensarem que são tão raros. Na realidade, se não questionarmos abertamente estas pessoas, é muito improvável perceber sua decisão pelo ateísmo.

Referências Bibliográficas:

ARMSTRONG, Karen. **Uma história de Deus**. Quatro milênios de busca do judaísmo, cristianismo e islamismo. Tradução de Marcos Santarrita. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ARNEITZ, Juliana Azeredo. **A minoria ateuista**: a fragmentação e a emancipação pelo discurso. Brasília. 2011.

BERNARDO, André. **Preconceito, agressividade e desconfiança**: como é ser ateu no Brasil. 2016. Disponível em: «<http://bbc.com>». Acesso em 15 de julho de 2017.

BURKE, Peter; BRIGGS, Asa. **Uma História Social da Mídia**. De Gutenberg à Internet. Tradução de Maria Carmelita Pádua Dias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

CANCIAN, André. **Ateísmo & Liberdade**: uma introdução ao Livre-Pensamento. 7ª ed. Editora ATEUS.net, 2002.

CARVALHO, Bruno Leal Pastor de. “Faça aqui o seu *login*: os historiadores, os computadores e as redes sociais *online*”. In: **Revista História Hoje**. São Paulo: ANPUH, vol. 3, n. 5, 2014. pp. 165-188.

DAWKINS, Richard. **Deus, um delírio**. Tradução de Fernanda Ravagnani. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

FERREIRA, Gonçalo Costa. “Redes Sociais de Informação: uma história e um estudo de caso”. In: **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 16, n. 3, jul/set de 2011. pp. 208-231.

GAARDER, Jostein; HELLERN, Victor & NOTAKER, Henry. **O livro das religiões**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2005.

LACROIX, Jean. **Posições do Ateísmo contemporâneo**. Tradução de Cândido Lorni. São Paulo: Herder, 1965.

LOPES, Fernanda Lima. “Religião e Ateísmo nas Redes Sociais: uma análise de expressões pessoais e debates no Facebook”. **XII ALAIC**, GT 14. Discurso y Comunicación. Perú, 2014.

LUCCHESI, Anita; CARVALHO, Bruno Leal Pastor de. “História digital: reflexões, experiências e perspectivas”. In: MAUAD, Ana Maria; ALMEIDA, Juniele Rabêlo; SANTHIAGO, Ricardo (org.). **História pública no Brasil: sentidos e itinerários**. São Paulo: Letra e Voz, 2016. pp. 149-163.

MONTERO, Paula; DULLO, Eduardo. “Ateísmo no Brasil: da invisibilidade à crença fundamentalista”. **Novos Estudos**, n. 100, nov. de 2014. pp. 57-79.

OLIVEIRA, Márcia Ramos de; MUCELIN, Patrícia Carla. “Os blogs sob o olhar do historiador”. In: LIEBEL, Silvia (et. al.). **Possibilidades de pesquisa em história**. São Paulo: Contexto, 2017. pp. 223-241.

ONFRAY, Michel. **Tratado de ateologia: física da metafísica**. Tradução de Mônica Stahel. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2007.

REDAÇÃO. “Brasileiro tem mais aversão ao ateu do que a usuário de droga”. In: **O Tempo**. 2010. Disponível em: «<http://www.otempo.com/br>». Acesso em 22 de abril de 2017.

WALTERS, Kerry. **Ateísmo**. Um guia para crentes e não-crentes. Tradução de Barbara Theoto Lambert. São Paulo: Paulinas, 2015.