



*Rev. Dr. Marcos Roberto Inhauser*

Fone: (0XX19) 2121 5853 escrit. / 99798 6955 cel

[www.inhauser.com.br](http://www.inhauser.com.br) / [marcos@inhauser.com.br](mailto:marcos@inhauser.com.br)

[www.pastoralia.com.br](http://www.pastoralia.com.br)

## TEXTO PUBLICADO NA COLUNA SEMANAL NO CORREIO POPULAR

### SECULARIZAÇÃO GRADATIVA

**Marcos Roberto Inhauser**

As últimas pesquisas sobre a religiosidade no Brasil têm revelado o crescente número de pessoas que se afirmam a-religiosas ou ateias. Acrescente-se a isto os que declaram ter fé, mas que se negam a estar vinculados a uma estrutura religiosa. Outro dado que veio à luz nos últimos é a queda no número dos que estavam vinculados à Universal e o crescimento da Igreja Mundial do Poder de Deus.

O crescente número dos não-religiosos e ateus se deve a um processo que se deu na Europa a partir da Segunda Guerra Mundial e que se convencionou chamar de secularização, que leva as pessoas a não mais considerar ensinamentos tradicionalmente religiosos como normativos para as suas vidas, preferindo adotar valores culturais ou de mercado. Há indícios que este secularismo está também vinculado à melhoria das condições sociais e econômicas, pois, tendo mais recursos, menos dependentes de Deus se tornam.

Nesta vertente é comum encontrar os que se valem do pragmatismo ou utilitarismo para justificar ações e comportamentos. Mais que isto, a secularização tem o condão de retirar as esperanças, especialmente as relacionadas à vida futura e até mesmo uma vida aqui mais justa e próspera.

No caso específico do contexto brasileiro, além da propalada ascensão econômica da classe D (fato discutível e que merece aguardar dados estatísticos de mais longo prazo), há a religiosidade secularizante.

A partir dos anos 70, com o surgimento e explosão do neopentecostalismo e a competição acirrada que se estabeleceu entre as várias correntes, a fé se tornou marketing (O Show da Fé!), as bênçãos viraram mercadoria e Deus foi esvaziado para se tornar em ajudante de ordens de pregadores que ousam dar-lhe ordens.

Transformada a fé em marketing e a bênção em mercadoria que se compra nos templos dos “iluminados”, onde um bispo ou apóstolo determina a Deus o que deve acontecer, a dimensão mística e numinosa da fé e do sagrado se perdem e a racionalidade cartesiana do “pagar para receber” transforma a experiência sagrada da oração, da meditação, da comunhão, do serviço, do amor ao próximo em algo secularizante: Deus se deixa vender! E o Deus que se deixa vender não é Deus e, portanto, passo a ser ateu.

A religião do sucesso tem a habilidade de criar frustrados e decepcionados. Faz aumentar o número dos ex-membros de alguma igreja, que detestam pastores e cultos, que buscam formas alternativas de viver a fé, seja em pequenos grupos ou em vidas cristãs isoladas, muitos se dedicando ao autodidatismo bíblico e teológico, mãe das grandes heresias.

A religião midiática que cresce na direta proporção das horas de programa de televisão que veicula, que gasta milhões mensais para repetir *ad nauseam* as mesmas coisas, que promete o que não entrega, que fala mais em dinheiro que em amor ao próximo, mais em poder que em serviço, não é religião: é comércio. E comércio é o deus Mamom, secular e secularizante.