

DÍA CON DÍA

HÉCTOR  
AGUILAR  
CAMÍN



hector.aguilarcamin@milenio.com

## Descreídos y creyentes

**E**scribí aquí, hace años, sobre la conversación de Umberto Eco con un teólogo de la Iglesia católica, que se publicó en un libro llamado, si me acuerdo bien, *¿En qué creen los que no creen?*

Ahora me topo con un cuadro de World of Statistics (@stats\_feed) sobre cuánta gente cree en “Dios o en

un Ser Supremo” en distintos países del mundo.

Suena razonable que en Indonesia crea el 93% de la población, en Turquía el 91% y en Brasil el 84%.

Ya empiezan a sonarme descreídas las cifras de México, donde sólo creen en Dios o un Ser Supremo el 78%, y las de Estados Unidos, cuyo lema nacional es *In God We Trust*, pero donde sólo cree el 70%.

En Argentina, quizá por su dilatada experiencia en caer y recaer, sólo cree el 62% y en Rusia el 56%, pese a su siglo XX dictatorial, ateo por decreto.

Lo que pasa en Italia parece un mensaje irónico a El Vaticano, pues ahí sólo cree en Dios el 50%, casi lo mismo que en Polonia, 51%, se diría un agravio nacional póstumo a su notable papa Wojtyła, Juan Pablo II.

En la zona de mayor descreimiento to están Hungría y Australia, donde

sólo el 29% cree. Uno se pregunta en qué creará su inmenso resto de descreídos.

No sé cuál de las religiones se verá más afectada por la incredulidad en Dios o en un Ser Supremo, pero las cifras de creyentes en las religiones del mundo son estas:

Los cristianos: 2 mil 300 millones. Los profesantes del islam: 1 millón 900 mil. Los hinduistas: 1 millón 100 mil. Los budistas: 510 millones.

Aquí empiezan las “minorías”: el sintoísmo: 60 millones de fieles. Los sikh de India: 27 millones. El judaísmo: 15 millones. Los taoístas: 12 millones.

No sé a ustedes, pero a mí, que no creo, estos números multimillonarios de creyentes me hacen sentirme huérfano de fe y en extrema, aunque nutrida minoría, de sólo unos milloncitos de perplejos y descreídos ante el milagro del universo. —

En la zona de mayor descreimiento están Hungría y Australia

