LOS VALORES ESPIRITUALES DEL TURISMO

Por
Ignacio Díaz de Aguilar

El fenómeno turístico, que en nuestro siglo ha adquirido una importancia tal que lo ha constituido en signo de nuestro tiempo, ha motivado la publicación de gran cantidad de obras que han estudiado sus diversos aspectos.

Fundamentalmente se ha escrito sobre sus motivaciones económicas y sus efectos sobre la economía de los diferentes países. Se ha estudiado con menor intensidad, pero con rigor científico, sobre su aspecto sociológico. Se ha tratado del turismo y sus efectos en la política. Se ha escrito la historia del turismo. Se ha tratado de la formación profesional.

Aunque todavía no puede decirse con verdad que el turismo constituya una ciencia independiente, sin embargo, se ha tratado de la doctrina del turismo, de sus reglas y de su método.

Marginalmente, pero en múltiples ocasiones, se ha hablado, escrito y pensado de los valores que encierra el turismo. Como toda acción del hombre, ha encontrado sus defensores a ultranza, y sus enemigos acérrimos. Para unos, el turismo es la panacea universal que es capaz, por sí solo, de obtener el desarrollo económico de los pueblos subdesarrollados. Para otros, el turismo pretende arrebatar cuanto le es propio y peculiar. Su cultura, su moral, su técnica. En definitiva, su vida independiente de nación.

En el campo de la moral, los conservadores, los integristas, estiman que el turismo sólo produce un efecto pernicioso en las costumbres de los pueblos. Su actitud es parecida a la de aquellos moralistas que pretendían que no se enseñase a leer al pueblo por los peligros que encerraba la lectura.

Pero el turismo, acción del hombre, puede ser bueno o ser malo, puede ser útil o inútil, pero lo que no puede negarse es que se trata

de un fenómeno irreversible, conquista del hombre moderno, bandera colocada en lo alto de sus conquistas sociales, que el hombre no quiere, casi no puede, dejarse arrebatar.

Se imponía un juicio axiológico del turismo. La Iglesia Católica y la U. I. O. O. T. lo han intentado. Desde un aspecto parcial: el enjuiciamiento de sus valores positivos. Pero no sólo de su valores positivos, sino también de los valores que figuran más altos en la escala jerárquica: los valores espirituales.

Por reputados especialistas se han estudiado diversos valores espirituales en el Congreso de Roma. A nuestro juicio sin una sistemática adecuada.

Posiblemente el Congreso no pretendía nada más que una exposición de los valores espirituales del turismo. No su estudio total ni completo. Las comunicaciones han tratado aspectos parciales del problema. Probablemente no ha sido nada más que una llamada de atención. Pero ha convocado a hombres de todo el mundo, y en algo han estado todos de acuerdo: el turismo encierra en sí valores espirituales. Muy importantes. Los más altos, y sus efectos han de considerarse como beneficiosos para los pueblos. Puede conseguir el hombre universal. La unión mundial.

Vamos a intentar en pocas páginas realizar un estudio de los valores espirituales del turismo sin otra pretensión que la de realizar una síntesis de los juicios emitidos en Roma.

Pero con una aspiración, con un deseo. Que por un filósofo se estudie con profundidad y conocimiento de causa el fenómeno apasionante del turismo. Sólo la filosofía podrá darnos sus causas últimas. Sólo la filosofía podrá realizar, iluminada por la teología, el juicio axiológico del turismo que el político, el profesional y el turista, necesitan con urgencia.

Pero antes es necesario resumir unos cuantos conceptos previos que sitúan el problema en sus justos límites. Seguimos, para centrarlo, al profesor García Morente que, con claridad insuperable dio conceptos de la vida, del ser, de los valores.

Esto nos permitirá dar un concepto somero del turismo. Tratar de encontrar sus causas. Estudiar la jerarquía de sus valores. Poner de manifiesto lo conseguido en Roma. Señalar el camino a seguir.

El ser.

En la Metafísica de Aristótoles encontramos que el ser se predica de muchas maneras. García Morente abandona el sistema de Aristótoles, que considera más didáctico, por el sistema seguido por Heidegger, a su juicio el filósofo más grande que tiene hoy Alemania, que consiste principalmente en contemplar nuestra vida actual para tratar de encontrar el concepto del ser.

Nosotros seguimos a Morente y nos limitamos a exponer sintéticamente su teoría sobre el ser, por dos razones principales. La primera, porque consideramos que no puede hacerse una exposición, ni siquiera sucinta, de los valores, si no los situamos en un sistema filosófico y no aceptamos una clasificación jerárquica. La segunda, porque no pretendemos, sería vano e ilusorio, crear una nueva filosofía de los valores.

En el mundo actual nos encontramos con una nueva "noche de hierro de la humanidad". En una nueva baja Edad Media. Pero de signo contrario. La noche se había producido por una falta total de conocimientos. Había desaparecido la filosofía griega y romana. El hombre, sólo iluminado por la Religión, había abandonado la Cien-

cia. Los conventos eran los únicos focos de cultura

os de residencias secundarias, así como de tur
as recibidos gratuitamente en casa de parientes o amigos.
Transpo
es y comunicaciones: gastos de compra y de entrete- nimi
to de vehículos individuales utilizados para vacaciones. c) S
ía conveniente introducir complementariamente un sistema de có
puto basado en la realización de encuestas por muestreo.
Del total de los miembros de la O. C. D. E. solamente cinco utili-
n el sistema mencionado. No obstante hemos de aclarar que, entre

Y decimos que el concepto de la vida de García Morente es por demás útil al estudioso del fenómeno turístico porque las notas en que cifra el concepto "vida" nos demuestran que el turismo es una necesidad del hombre desde los tiempos más remotos que, en nuestra época actual, se ha hecho posible y además imprescindible de satisfacer.

De las conclusiones anotadas en el párrafo anterior podemos decir que el hombre contempla en su realidad circundante la existencia de cosas, objetos ideales, valores y su propia vida.

En la contemplación de su propia vida observa que hay dos circunstancias que la determinan: el tiempo y el espacio. El hombre vive en un tiempo fijo y determinado en cuanto hombre individual y en un espacio también determinado. Mucho más determinado en el momento actual en que tiene nacionalidad y domicilio fijo y estable. Mucho más determinado porque el hombre se ha hecho, en cierta medida, dueño de su futuro, y ha sacrificado, para obtener la seguridad, su libertad.

Para Morente la vida es un quehacer entre las cosas. Es un ocuparse. Pero en el hombre la ocupación es menos importante que la preocupación. Cuando el hombre maneja una cosa es porque antes se ha preocupado de esa cosa. Se ha interesado por ella. La vida no puede ser indiferente. La vida es interés.

En relación con el tiempo, el hombre trata siempre de vivir su futuro de tal modo que Heidegger decía que el tiempo en el concepto de vida es un "futuro sido". Cuando el futuro se ha vivido ya no es vida, sino pasado, historia, algo manejable, estudiable, clasificable. Se ha convertido en cosa. El futuro que no se ha vivido aún no es todavía.

En su relación con las cosas y el espacio, el hombre, a través de la historia de la filosofía, ha tomado dos posiciones distintas. Diametralmente diferentes: el idealismo y el realismo. Las cosas son en cuanto existo. Las cosas son aunque yo no exista.

En realidad, ambas posiciones muestran una de tantas contradicciones de la vida que Morente sintetiza diciendo que en realidad traducen la verdadera naturaleza ontica de la vida.

Pero, además, la vida no es dada y se opone a otro concepto que

al hombre atemoriza y produce angustia: la nada. Frente a la nada el hombre encuentra la vieja idea de Dios. Ortega titulaba uno de sus artículos "Dios a la vista", y en este título, marinero y optimista, iremos después encontrando uno de los valores más importantes del fenómeno turístico.

Los valores. Su jerarquía.

Hemos visto que los valores valen. Los valores no añaden nada al concepto óntico de las cosas. Pero existen, con independencia de juicios subjetivos. Morente dice que de un valor se puede discutir su aspecto positivo y negativo. Se puede decir de un mismo objeto que es feo, y, por otra persona, encontrarle belleza. Pero se puede llegar a convencer mostrando la belleza que indudablemente existe en el objeto.

Las cosas producen, gracias a los valores, un interés contrario a la indiferencia. Pero para el hombre no todos los valores serán iguales, sino que los estima según su necesidad, según su cultura.

Scheler clasifica los valores en los grupos siguientes:

Primero, valores útiles.
Segundo, valores vitales.
Tercero, valores lógicos.
Cuarto, valores estéticos.
Quinto, valores éticos.
Sexto, valores religiosos.

Entre esta clase de valores existe una jerarquía. Y en esa jerarquía, si se acepta la idea de Dios, la más alta dignidad, será para los valores espirituales y dentro de ellos los valores religiosos.

Spranger considera los valores como determinantes del comportamiento humano. Según él, los valores se reducen a seis: la verdad, la belleza, la riqueza, el poder, el amor, la divinidad. No establece jerarquía entre ellos, y para él la preferencia por uno de estos seis valores nos dará un tipo de hombre totalmente distinto.

La posición de Spranger no es válida, toda vez que en el hombre, si bien puede tener mayor estima por un valor que por otro, no puede reducirse a uno de los seis que determina, sino que en su vida

encontrará muchos otros valores que determinarán su elección en cada circunstancia.

Ortega estima que "esta extraña actividad de nuestro espíritu, que llamamos "preferir", nos revela que los valores constituyen una rigurosa jerarquía de rangos fijos e inmutables", y señala que podemos equivocarnos al estimar un valor como podemos equivocarnos al hacer una cuenta, pero no influye en la existencia de este rango jarárquico de los valores.

En principio, la clasificación Scheler nos resulta útil para nuestro trabajo. Sin ser exhaustiva, sí comprende en sus líneas más generales los valores que realmente tiene interés desde el punto de vista turístico, aunque no sea muy correcto hablar "desde el punto de vista" refiriéndonos a los seres llamados valores.

El turismo.

Dentro de la actividad humana, el turismo ha existido siempre. Los hombres han sido aficionados a viajar y a viajar por placer.

Luis Fernández Fúster cree que en la antigüedad se dio el fenómeno turístico, si no con la intensidad de los tiempos actuales, al menos con características muy similares en cuanto al efecto de los viajeros en el núcleo receptor. Cita como antecedentes de Torremolinos la ciudad romana de Baias. Roma conoció los placeres de la playa. Conoció incluso las urbanizaciones con una concepción, una idea, muy parecida a las actuales de las zonas de veraneo.

Pero además en el hombre siempre existió el afán de viajar.

Para Teilhard de Chardin el hombre es el único animal que está capacitado para vivir en cualquier sitio. Se distingue de los demás animales, entre otras cualidades, por su aptitud para elegir su "habitat". De aquí que el hombre se mueva continuamente buscando el sitio que más está da acuerdo con sus gustos o que mejor puede satisfacer sus necesidades.

Necesidades vitales determinaron el nomadismo en los tiempos antiguos. Necesidades vitales, de distinto signo, determinan el nomadismo actual que en gran parte es el turismo.

No entramos a estudiar las distintas definiciones del turismo.. En esta misma revista se han glosado en más de una ocasión. Nos interesa solamente fijar a los efectos del estudio de sus valores, que aceptamos la definición de la UIOOT.

El turista es hombre que viaja por placer. Que está fuera de su residencia habitual más de veinticuatro horas. Que gasta la renta adquirida en un lugar en otro distinto.

Pero nos interesa analizar someramente cuál es la razón de su viaje. Naturalmente la razón última. La última causa.

Y quizá un poeta, Francisco Fuentenebro, en sus versos "Mensaje" nos proporcione la visión más clara de esa razón última:

Te busco en las estrellas. No estás allí.
Te busco entre las hormigas. No estás allí.
Te busco en la barca que cruza el río,
en el sendero que serpentea por el bosque,
en los acantilados de la costa cantábrica,
donde está el cadáver de la última sirena...
Tú no estas allí ¡No estás allí. Dios mío !

... ...

Dios está en el alma de la tierra,
en los dolores que maceran mi rostro,
en los dolores que marecan mi espíritu,
en los dolores que maceran mi dolor...

Es decir, el hombre, desde los más remotos tiempos, busca a Dios y le busca por todas partes. Pero sólo le encuentra cuando sale de sí mismo y se fija en las cosas y en los otros hombres. Cuando entra en sí mismo, purificado de egoísmo.

Ortega nos da una versión distinta de la de Teilhard, del mismo fenómeno. Para Ortega, el hombre está en tierra extraña. No está hecho para este mundo. No tiene una región del mundo en la que él pueda vivir mejor que en otra.

Si el hombre puede vivir en cualquier parte no es por su condición de animal, sino por su inteligencia, que le permite por medio de la técnica convertir el ambiente hostil en agradable.

Por esa razón, los pueblos que más han progresado en la técnica son los que viven en lugares inhóspitos. Los hombres del Norte, que deben vencer el frío y la falta de productos agrícolas.

Señala que el hombre, en sus movimientos, ha ido siempre de la tierra difícil a la fácil. Del clima duro al suave. De lo alto a lo bajo.

Y el turismo sigue la misma regla. Pero la técnica ha permitido

que el viaje sea fácil y cómodo. En los lugares más incómodos se puede disfrutar de aire acondicionado. De la cocina de gas. De la forma de alimentación habitual. El imperio americano se caracteriza quizá porque en toda la tierra se puede tomar el mismo alimento en conserva, se puede beber idéntica bebida refrescante.

Los valores espirituales del turismo.

En el discurso de Su Santidad Pablo VI nos dice del fenómeno turístico: "Non, le tourisme n'est pas seulement une mode propre à notre époque. Il répond à un besoin de l'homme, sans cesse poussé, comme par un instinct incoercible, à parcourir le monde en vue des populations différentes, de s'enrichir de l'apport culturel et spirituel de formes de civilisations autres que la sienne""

Y continúa diciendo que esta curiosidad está puesta por el Creador y es una buena cosa. Y considera que es imagen de la búsqueda de Dios. Y señala cómo en la Biblia se ha utilizado con frecuencia la idea del viaje como imagen de la marcha de la Iglesia hacia el Reino de los Cielos.

Este fenómeno, dice, puede presentar algunos aspectos, aspectos negativos, pero es preciso afirmar que es rico también de valores humanos y espirituales.

En las comunicaciones e informes presentados. En los discursos leídos, se han puesto de manifiesto algunos de los valores del turismo. No sólo son los espirituales, sino también valores vitales, humanos y algunos útiles.

Vamos a continuación a tratar de exponer cuáles son los valores espirituales siguiendo la clasificación de Scheler. Iniciaremos los valores útiles que, por otra parte, han sido los más estudiados y recomendados, incluso en el Congreso de Roma.

Entre los valores útiles que Scheler considera figuran los que habrían de calificarse como adecuado o inadecuado, conveniente o inconveniente. Pero en el escalón inferior de los valores están los valores materiales y entre ellos, naturalmente, los económicos.

El turismo es conveniente y adecuado para realizar un reparto de la renta entre todos los pueblos. Una adecuada distribución de la riqueza, más justa, más caritativa. Es cierto que un pueblo que no puede ofrecer otra cosa que su paisaje, sus curiosidades naturales, en-

cuentra en el turismo su industria más rentable, siempre que sus habitantes adquieran una conciencia clara de otros valores humanos, espirituales, que pueden ofrecer también.

Entre los valores vitales encontramos que en el momento actual, en una civilización técnica, en ciudades inmensas en las que el hombre se siente solitario, en ciudades en las que dispone de tiempo libre, pero ha de utilizarlo en una gran parte en trasladarse de un sitio a otro, en medios colectivos de transporte, en ciudades en que las diversiones están prefabricadas, en que el hombre se ha "cosificado" la única manera de vivir su vida, es la evasión de su medio habitual.

Decía Morente que vivir es preocuparse. Que vida es tanto como interés. En la civilización moderna el político se ha preocupado, el técnico se ha preocupado, el director de empresa se ha preocupado. Todos ellos viven y viven tan intensamente que mueren de infarto de miocardio.

Pero el hombre medio no vive. Todo lo tiene pensado de antemano. El trabajo que va a realizar al día siguiente, lo que va a comer, donde fijará su domicilio, los muebles de su casa, la seguridad social garantiza su futuro y casi le señala donde debe vivir los últimos años de su vida.

El hombre ha ganado la seguridad, la tranquilidad, ha logrado alejar la enfermedad o garantizar su curación, su cuidado médico, pero ha perdido el interés. Cuando además ha perdido el norte de la Divinidad, cae lógicamente en el suicidio. Las estadísticas nos demuestran que en los países que se ha conseguido un más alto nivel de vida es donde se producen un número mayor de suicidios.

El empleo de sus ocios en el turismo le permite además reflexionar y pensar. Le permite adquirir fortaleza. Le permite vivir.

Los valores lógicos son también desarrollados por el turismo. El más importantes de ellos, la verdad, sólo se adquiere de manera rotunda cuando se viaja. La prensa actual, manejada por oligarquías, no dice siempre la verdad. Llena de noticias se impone una selección que no siempre coincidirá con la que nosotros haríamos. Muchas leyendas negras celosamente mantenidas han caído por el turismo. La verdad de España se ha hecho notar con toda la fuerza de su autenticidad cuando los que nos atacaban han visitado nuestro país.

Los valores estéticos han sido realzados por el turismo. La belleza de la naturaleza, creada por Dios para los hombres, es conocida

por el hombre actual cuando sale de la ciudad. Muchas etapas de su vida se pasan sin que vea las estrellas. El cielo se oculta por la altura de los edificios. Se oculta también por la esclavitud de un horario.

Pero los valores éticos se conocen mucho mejor cuando se entra en contacto con las realidades de otros países. La paz y el orden se valoran adecuadamente.

Se contempla la riqueza, pero es cierto que también se advierte la pobreza. Lo que antes de ser conocido no nos inquietaba, después nos ofrece la preocupación de solucionarlo en la medida de nuestras posibilidades.

Nos irrita la injusticia. Nos repugna lo inmoral.

El turista, al encontrarse en medio, extraño, quizá abandone sus costumbres habituales. Quizá observe una conducta indecorosa. Pero el núcleo receptor puede ofrecer el ejemplo de austeridad y rectitud. Pude enseñar las virtudes de sus familias. Lo bueno y lo malo pueden aparecer con una mayor claridad. Labor del político será formar criterios.

Pero en lo religioso el turismo puede y de hecho produce el enriquecimiento cultural del hecho religioso.

El Cardenal Marella estima que el turismo, desde el punto de vista teológico, resalta los valores siguientes:

— Estimula el progreso teológico.
— Permite que personas de religiones diferentes se encuentren en un clima particularmente propicio a favorecer el conocimiento y la amistad.
— Crea el clima necesario para un diálogo verdadero.

José Ignacio de Arrillaga, en su ensayo "Turismo y cristianismo", señala como cuestiones que merecen una especial atención en las relaciones entre turismo y religión las siguientes: el turismo con fines principalmente religiosos, el turismo como medio de conocer la grandeza y la verdad de las obras del espíritu y para facilitar la fraternidad cristiana, el comportamiento de los cristianos en los viajes, el turismo como campo de apostolado para el sacerdote y los seglares y la ascética del turismo.

Para él, todas las dificultades que hay que vencer en un viaje y las virtudes que hay que ejercitar en los desplazamientos, contribu-

yen a una elevación del individuo. "El turismo concebido desde un punto de vista cristiano no es sólo una fuente de sana alegría, sino también un medio de enriquecimiento del espíritu y un posible camino de superación."

Dumazedier, en su famosísimo libro *Hacia una civilización del ocio*, nos dio los principios fundamentales de una teología del turismo. Han sido desarollados por Benasar en su libro *Pastoral y Turismo*. Arrighi, O. P., en obra del mismo título y tantos otros autores.

No es necesario detenerse más en los valores religiosos del turismo en sí, pero sí conviene poner de manifiesto los valores religiosos de las profesiones turísticas.

El profesor Mainardi, en la comunicación presentada al Congreso de Roma, ha puesto de manifiesto los aspectos negativos de las profesiones turísticas que producen en el individuo descontento. Su aislamiento de la familia y de la sociedad en que vive. Su horario de trabajo incompatible con las diversiones de los demás. Frecuentemente el profesional del turismo trabaja cuando los demás descansan.

Se mueve en ambiente de lujo y vive después con austeridad o pobreza.

Pero pone de manifiesto las virtudes que el profesional puede practicar y cita las reglas de San Benito. Se debe recibir a todo huésped como si fuera Cristo.

Es decir, que debe ejercitar la virtud de la caridad incluso con heroísmo. Es cierto que hay obras de misericordia que practica guiado de un ánimo de lucro. Pero no es menos cierto que da de comer al hambriento, da de beber al sediento y da consejo al que lo ha menester.

Si en el ejercicio de su profesión busca al Señor, si consigue el espíritu de San Benito o de San Alonso Rodríguez, si aprovecha las ocasiones de trabar amistad sincera con su cliente, si aprovecha su soledad o su descanso para buscar a Dios en el ejercicio de su profesión, encontrará ocasiones de santificación quizá como en ninguna otra, pues todo su trabajo puede transformarlo en el ejercicio de la más ardiente caridad.

En resumen, el turismo encierra como actividad humana las más ricas posibilidades. El turismo en sí encierra valores espirituales. Ponerlos de manifiesto, establecer su jerarquía, será labor del político.

Si la política turística respeta el orden jerárquico de valores, en breve plazo, como decía Ortega y Gasset, el espacio habrá desaparecido. Las fronteras nacionales habrán caído y será un hecho el hombre universal y la unión del mundo.

BIBLIOGRAFIA

JEAN ARRIGHI: *Les valeurs spirituelles du tourisme*. Coletti, Editore. Roma.

JOSÉ IGNACIO DE ARRILLAGA: *Ensayos sobre turismo*. Editur.

MANUEL GARCÍA MORENTE y JUAN ZARAGÜETA BENGOECHEA: *Fundamentos de Filosofía*. Espasa-Calpe, S. A.

JOFFRE DUMAZEDIER: *Hacia una civilización del ocio*. Editorial Estela.

FRANCISCO ANSON: *Tipos y valores en funcionarios españoles*. Colección Alcalá

LUIS FERNÁNDEZ FÚSTER: *Teoría y técnica del turismo*. Editora Nacional.

P. TEILHARD DE CHARDIN: *El fenómeno humano*. Taurus.

JOSÉ ORTEGA Y GASSET: *Obras completas*. Revista de Occidente.

RESUME

IGNACIO DIAZ DE AGUILAR: *Les valeurs spirituelles du tourisme.*

Après avoir décrit l'importance du phénomène touristique et les valeurs spirituelles qu'il possède, l'auteur fait une analyse sommaire du concept "valeur" à la lumière de la philosophie du professeur García Morente.

Il accepte la classification des valeurs réalisée par Scheler et rehausse l'importance du tourisme comme moyen pour que l'homme voûté par une civilisation industrielle imposée par son travail en série et par la concentration des grandes villes, qui l'isole de ses pareils, puisse, en contact avec la nature et les hommes d'autres pays, vivre sa vie en s'intéressant et se préoccupant des choses. Il analyse brièvement les valeurs mises en évidence dans le Congrès de Rome, relevant l'importance que pour le politique, le professionnel du tourisme et le touriste, pourrait avoir un jugement axiologique de ce phénomène réalisé philosophiquement à la lumière de la Théologie.

SUMMARY

IGNACIO DIAZ DE AGUILAR: *Spiritual Values in Tourism.*

After describing the importance of the tourism phenomenon and its spiritual values, the author makes a brief analysis of the expresion "value" according to the enlightened philosophy of Professor García Morente.

The author accepts the classification of values made by Scheler and points out the role of tourism as an instrument used by men oppressed by the industrial civilization which lays upon him a rather routinary mass work.

Living in huge cities, isolated from his fellow-creatures, tourism means a way out which gives him an opportunity to approach nature as well as men from other countries living his own life, taking an interest and preoccupation in matters.

A cursory view is focused on the values exposed at the Congress of Rome laying the importance which would have for the politicians the professionals of tourism and the tourit himself the attainement of an axiological jugement of the said phenomena philosophically acomplished at the light of Theology.

ZUSAMMENFASSUNG

IGNACIO DIAZ DE AGUILAR: *Die Geistigen Werte des Tourismus.*

Nach der Schilderung der Bedeutung der Zeiterscheinung des Tourismus und der darin einbegriffenen geistigen Werte untersucht der Autor in grossen Zügen den Begriff "Wert", unter dem Licht der Philosophie des Professors García Morente.

Er akzeptiert die Einstufung der Werte nach Scheler und hebt den Tourismus als wichtiges Mittel dazu hervor, um dem Menschen, dem durch eine Industriezivilisation Serienarbeiten auferlegt werden, die ihn erschöpfen und ihn auch

wegen der Konzentration in den grossen Städten absondern, mit der Natur und Menschen anderer Länder in Kontakt zu bringen, sodass er sein eigenes Leben führen und sich für alles interessieren kann. Der Autor analysiert kurz die auf dem Kongress in Rom hervorgehobenen Werte unter Feststellung der Wichtigkeit, welche eine axiologische Beurteilung dieser Zeiterscheinung, auf philosophischer Grundelage und im Licht der Theologie vorgenommen, für den Politiker, den Fremdenverkehrsfachmann und den Touristen selbst haben kann.