

servicios, o al menos se les ayuda no cobrándoles contribuciones ni cargas ningunas, y dándoles toda clase de facilidades.

En Toledo no ocurre nada de ésto, y así sufre las consecuencias; pero volvemos a repetir, que tal como están nuestros hoteles, ayudan al desarrollo del turismo.

¿Que podrían ayudarle mucho más?

Conforme, pero de momento es un hecho positivo, prometedor de ser mucho más, quizás en un plazo no lejano.

Su desarrollo a partir del 1909, es paralelo con el del turismo que ya hemos mencionado. Entonces y en aquellos primeros años sucesivos existían las conocidas y típicas posadas, multitud de casas de viajeros y cinco hoteles; después no ha habido más variaciones en esta estadística, que la transformación y ampliación de uno de ellos en el 1911, y la desaparición de otro.

Actualmente subsisten las mismas posadas, dos muy mejoradas convertidas en fondas, innumerables casas de viajeros o huéspedes, y sólo cuatro hoteles de todos conocidos, cuyas pensiones oscilan desde 10 a 45 pesetas, y los almuerzos de 6 o 9 pesetas.

Estos hoteles, con muchísimos años de existencia, que lógicamente siguieron las contingencias del turismo y que pasaron años medianos, malos, malísimos, en general una vida lánguida, disfrútanla hoy verdaderamente próspera.

Se han mejorado, se siguen mejorando, y lo que es más importante todavía, ofrecen un mejoramiento mayor y constante, producto del aumento de sus clientes, del lógico desarrollo del turismo, del que no pueden apartarse aunque quisieran.

Feliz y práctica realidad, que aún más gratas y prácticas las ofrece para el porvenir.

VI

Propaganda practicada en España y fuera de España, para el mejor conocimiento y atracción del visitante en favor de Toledo.

¿Qué mejor propaganda que los artículos de periódicos y de revistas, y los libros y folletos tan innumerables, a que nos hemos referido en el capítulo precedente sobre publicaciones?

Es éste, parte integrante de aquel capítulo, tan unido a él, que debiera ser uno sólo en el trabajo.

Por toda España han divulgado el nombre de Toledo estas ediciones, millares y millares, y lo mismo fuera de ella, también por miles y miles de publicaciones en todos los idiomas.

Pero no han sido sólo los libros, ni las revistas, ni los periódicos, los que han hecho la interesante propaganda en España y fuera de España; han sido también las postales, fotografías, las ampliaciones que han circulado y circulan por todo el mundo, una mayoría muy crecida editada por la Comisaría de Turismo, y otra también, particularmente, por el Marqués de la Vega Inclán.

Asimismo ha prodigado bastantes el Centro del Turismo de Toledo.

No se ha celebrado congreso ni exposición, aun muy alejada de España, donde no haya habido una instalación más o menos profusa, pero siempre interesante y sumamente práctica, de fotografías de Toledo; en las más importantes enviáronse grandes ampliaciones, con los debidos textos en el idioma de la nación en que tenían lugar.

Otro factor importante en estos últimos años, especialmente el pasado y el actual, ha sido la impresión de películas, con argumentos o simplemente de monumentos y paisajes toledanos, las que están proyectándose por todo el mundo, de triunfo en triunfo. ¡Toledo es tan conocido y cautiva tanto!

Al conjuro mágico de su nombre, la pantalla tiene la atención de todos los espectadores..... después, en el desfile por ella de bellezas y cosas toledanas, de monumentos y de escenas típicas en su ambiente singular, el entusiasmo crece hasta lo indescriptible, y esto en todos los cinematógrafos, en todos los círculos, en todos los centros culturales del mundo donde son proyectadas las películas.

Sirve también como propaganda y muy importante, la labor que los grandes artistas realizaron y realizan en Toledo, en temporadas a esta ciudad consagrados.

Los más afamados pintores han venido constantemente a trabajar a Toledo: El ilustre artista Aureliano Beruete, el viejo, acudía todos los años por el mes de octubre a pintar a ella; el gran Sorolla, también la visitaba con gran frecuencia para pintarla; igualmente el no menos notable pintor Gonzalo Bilbao, y como éstos, tantos otros de mayor o menor renombre, que después, al llevar-

se sus obras y exponerlas por todo el mundo, constituían la mayor atracción para Toledo.

Otros multitud de detalles, a cual más interesantes, incitan al turista a visitar la ciudad toledana, tan pródiga en bellezas.

El nombre de «Toledo» a un gran barco alemán; la reproducción, en otro norteamericano, del patio de la Casa del Greco; la construcción en Alcazarquivir, que ahora se acomete—por feliz iniciativa del Cónsul Sr. Carriga y el Juez Sr. Planas—de una Sinagoga, copiándola de la nuestra bellísima del Tránsito; la gran exportación de sus típicas y famosas producciones artísticas e industriales conocidas y apreciadas mundialmente, como sus armas, sus aceros, sus cerámicas, sus hierros de arte, sus mazapanes, sus albaricoques y otros varios productos; la constante reproducción de cosas y detalles toledanos en todo el mundo, contribuyen a la gran propaganda que de Toledo se hace por todas partes, con resultados tan admirables, con éxito tan brillante como merecido, que repercute en toda la nación.

VII

Consideraciones generales sobre las beneficios que el turismo reporta a Toledo en el orden moral, espiritual y material.

Después de todas las precedentes cuartillas, en las que hemos ido relacionando no sólo cifras de estadísticas y estudio de las mismas, sino también sus efectividades y sus resultados en los aspectos económico y espiritual, poco puede añadirse que no sea una repetición de ideas y hasta de conceptos.

Fueron también estas mismas consideraciones, objeto de un breve y obligado preámbulo como iniciación del trabajo, en cuyas preliminares palabras sintetizábamos estas notas finales que el tema nos pide.

Creemos que el mejor cumplimiento de ellas, será repetir aquellos conceptos.

Turismo es en Italia, mil quinientos millones de pesetas de ingreso anual. Turismo, puede y debe ser en España, una cifra aún mayor que ésta, y de ella obtener Toledo una gran parte.