

---

# MADRID

revista de  
arte,  
geografía  
e historia

n.º **2**

1999

---



CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

**Comunidad de Madrid**

# TURISMO CULTURAL Y POLÍTICAS URBANAS

## SOSTENIBLES EN EL CASCO HISTÓRICO DE MADRID\*

---

MANUEL VALENZUELA RUBIO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

### 1. Introducción

CUANDO SE HACE referencia al turismo hacia las grandes ciudades y metrópolis, lo normal es que se piense en el considerado como el más rentable desde la perspectiva de los operadores (hoteleros, transportistas, etc.) y de los responsables de su promoción: el turismo de negocios, término en que se engloban las ferias, los congresos, los viajes de incentivos y otras modalidades de turismo que buscan activar todo tipo de relaciones en el contexto de la economía global (Valenzuela, 1992, 1998). Por nivel de gasto y consiguiente efecto multiplicador de las economías locales es razonable que éste sea el que más estimulen o promuevan las oficinas de congresos y el más beneficiado por la mejora de las infraestructuras de acogida (nuevos palacios de congresos y recintos feriales) o de transporte<sup>1</sup>. Ahora bien, es habitual también que sólo se valore de estos turismos su dimensión económica, por lo que se halla por completo ausente toda consideración al medio ambiente o sólo se hace de forma muy tangencial o lo que tiene de valor promocional; es decir, que se hallan en el polo opuesto de la sostenibilidad.

\*El presente trabajo se encardina en una línea de investigación más amplia de Geografía Social Urbana, financiada por la Secretaría de Estado de Universidades y Desarrollo del Ministerio de Educación y Cultura (PB96/0074). Una primera versión del mismo fue presentada en el Simposium del Grupo de Trabajo sobre Turismo Sostenible de la Unión Geográfica Internacional (U.G.I.) celebrado en Estoril (agosto de 1998). La realización de los cuadros y figuras del texto ha corrido a cargo, bajo la dirección del autor, de Elena Sánchez del Rey, doctoranda en Geografía Humana en la Universidad Autónoma de Madrid.

El hilo argumental, por eso, de esta contribución va a enfatizar cómo las grandes ciudades pueden obtener de otras modalidades turísticas mejor integradas en la sociedad y el medio ambiente locales tan buenos o mejores resultados en términos de visitantes y, sobre todo, de generación de riqueza y empleo; de aquí que, aun presentando unos resultados económicos directos menos brillantes en cuanto a nivel de gasto, éste puede quedar ampliamente compensado por su contribución a la imagen urbana y a la cualificación del producto turístico, además de por la aparición de oportunidades económicas nuevas directa o indirectamente ligadas al turismo; quizá habrá que valorar mejor en este caso u otros parecidos un tipo de beneficios más cualitativos con su consiguiente efecto económico aunque su concreción sea a medio plazo o largo plazo. Planteadas en estos términos, las oportunidades turísticas a las que nos vamos a referir en este texto asumen que la sostenibilidad turística es indisociable de la sostenibilidad urbana. La complementariedad entre ambas sostenibilidades la vamos a intentar demostrar en torno al turismo cultural y más en concreto en el museo como producto turístico. El casco histórico de Madrid nos va a servir como ámbito espacial de nuestra aportación.

## **2. Las oportunidades turísticas de las Áreas Centrales en las grandes metrópolis**

La revitalización económica de los espacios centrales de las áreas metropolitanas ha sido asociada en la literatura turística al redescubrimiento de su potencial histórico-cultural (Ashworth & Tunbridge, 1990:174). La experiencia británica de regeneración mediante el turismo de las 'inner cities' en las viejas metrópolis industriales afectadas por graves procesos de desindustrialización ha venido a demostrar que una actividad turística floreciente ayuda a revitalizar la imagen de una ciudad y proporciona un instrumento poderoso de promoción; el caso de Glasgow es particularmente elocuente (Williams, 1998:119-133). Semejantes planteamientos han sido aplicados con resultados estimulantes a otras antiguas ciudades industriales tanto europeas (Turín, por ejemplo) o americanas, donde el caso de Baltimore es considerado el auténtico precedente y modelo a imitar. Mirando hacia los países del antiguo bloque comunista del Este de Europa, en algunas ciudades se está también sustituyendo la industria por el turismo; las

ciudades con gran potencial patrimonial (el caso de San Petersburgo es especialmente elocuente) han visto en el turismo una de las más sólidas alternativas inversoras hasta el punto de integrarlo en sus planes estratégicos para la incorporación plena a la economía de mercado, habida cuenta de que la cultura y el turismo son los únicos sectores vendibles que aún pueden ofertar (Bergen, 1997:15-17). En tales casos la promoción del turismo cultural puede calificarse como una auténtica “estrategia de supervivencia”.

Reduciendo nuestra aproximación al patrimonio histórico, sin duda el activo más valorado de las áreas centrales, éste no ha de limitarse a los elementos singulares más emblemáticos (monumentos, museos, jardines históricos, etc.), sino que ha de involucrar a todos los elementos del entorno ambiental, morfológico y social (costumbres, fiestas, tradiciones, etc.). Para algunas aproximaciones desde la Geografía Turística todos estos atractivos recreativos y de ocio presentes en las áreas centrales urbanas y formando parte de su entorno construido y social tienen muchos puntos en común con el concepto de “producto turístico” (Jansen-Verbeke, 1988:68). En efecto, la ciudad central de las grandes metrópolis cuenta con una gama de funciones que, aun no siendo estrictamente turísticas, operan como un potente factor de atracción para los visitantes (comercio especializado, cines y teatros, restaurantes, lugares de diversión, etc.).

Centrando nuestro análisis en los cascos históricos, está por investigar en profundidad cómo participan en el atractivo turístico todos los elementos físicos, económicos o sociales que configuran su “escena urbana” y cómo el turismo que propician o incrementan equilibra los denominados turismos metropolitanos. En este texto asumimos, como hipótesis de trabajo, que el potencial histórico-cultural del casco histórico de Madrid aún sigue actuando como su oferta turística básica; visitar el patrimonio histórico convencional (museos, monumentos, etc.) es todavía el reclamo principal para visitar el distrito central madrileño e incluso puede justificar un viaje a Madrid<sup>2</sup>. Damos por supuesto, igualmente, que un creciente segmento de los flujos turísticos a las grandes metrópolis son sensibles a la oferta histórico-cultural y es habitual, por otra parte, que ésta sea ampliamente reflejada en las campañas de marketing para la captación hacia Madrid de ferias y congresos, sobre todo los internacionales.

De todo lo dicho se desprende que el patrimonio histórico-cultural, como atractivo primario (también llamado de base) o secunda-

rio para el turismo, utilizando la terminología de Jansen-Verbeke, atribuye al casco histórico de Madrid un papel relevante como destino turístico diferenciado en el contexto de los flujos turísticos hacia la Región Metropolitana de Madrid. Pensamos, sin embargo, que se mantienen latentes otros muchos atractivos turísticos, cuya promoción propiciaría una estancia más prolongada, un mayor gasto y, lo que es más importante, unas experiencias más gratificantes y enriquecedoras para el propio turista estimulando en él el “sentido del lugar”, el gran ausente de las vivencias turísticas convencionales. Es evidente, por lo demás, que un cierto nivel de concentración espacial de los atractivos turísticos ofrece la posibilidad de utilización de un buen número de ellos combinada en un tiempo-espacio limitado, lo que sin duda habrá de maximizar la rentabilidad económica de las instalaciones turísticas (Jansen-Verbeke, 1993:83).

Otra perspectiva que deseamos poner sobre la mesa a favor de las áreas centrales históricas es que, frente a la estandarización arquitectónica propia de los desarrollos turísticos periféricos (como bien los corroboran los complejos feriales o los hoteles de aeropuerto), las áreas históricas aportan un entorno único y fuertemente estimulador del sentido del lugar; no creo que sea necesario recalcar la trascendencia de sentirse identificado con su entorno tanto para la calidad de vida de los residentes habituales de un espacio urbano como para el reforzamiento del atractivo de un destino turístico. De aquí que sería iluso pensar que la creación de un entorno grato para vivir y visitar está vinculado en exclusiva a la conservación o restauración de unos pocos edificios monumentales; por el contrario, es el conjunto de la pieza urbana con sus múltiples aspectos y contenidos sobre la que habrá de actuar (Hinch, 1996:101). Este hilo argumental será desarrollado en el resto de este texto.

### **3. Turismo, cultura y sostenibilidad: una solidaridad necesaria**

De lo hasta aquí expuesto se pueden extraer varias constataciones, que serán sometidas a contraste a lo largo de este texto:

- 1.– El patrimonio cultural está actuando como el primero y principal instrumento de “turistificación” de las ciudades históricas y áreas centrales de las metrópolis.

- 2.– Junto a ello, la multifuncionalidad de estas piezas urbanas abre innumerables expectativas turísticas tanto vinculadas a la oferta cul-

tural (teatros, cines, galerías de arte, etc.) como al ocio y al comercio.

3.- Tanto unos como otros han de ser concebidos en íntima armonía con el medio ambiente; sin calidad ambiental, en definitiva, no puede haber política de revitalización de las áreas centrales urbanas.

Deteniéndonos algo más en este último punto, la maximización de los beneficios turísticos aportados por los cascos históricos es indisociable de la creación de un entorno físico y social atractivo tanto desde la perspectiva de la oferta como, sobre todo, desde la demanda. En efecto, muchos potenciales negocios turísticos interesados por instalarse en las áreas históricas renuncian a hacerlo o su apertura se pospone por las carencias ambientales de éstas; por otra parte, el turista difícilmente se arriesgará a recorrer itinerarios poco estéticos o inseguros. Se hace, pues, necesaria la integración entre medio ambiente y turismo en la áreas centrales históricas si se desea que éste se convierta en un vehículo adecuado de revitalización urbana, ya que difícilmente la oferta turística cultural por sí sola (sin apoyo ambiental) lo va a conseguir (Jansen-Verbeke & Ashworth, 1990). Por consiguiente, añadiríamos que la calidad ambiental también en los casos históricos se perfila como factor determinante del desarrollo turístico.

Centrándonos en el turismo cultural, cuanto mayor sea su integración ambiental mayor capacidad demostrará de atraer turistas y de alargar su estancia en el mismo destino, lo cual no quiere decir que por el mero hecho de contar con un entorno ambiental de calidad cualquier museo o lugar histórico se ha de convertir en atractivo turístico significativo. Dicha capacidad de generar flujos de visitantes también es de aplicación a la población procedente de la propia ciudad o de su entorno metropolitano o regional, que, de esta manera, gastará más dinero en su propio entorno (Silberberg, 1995:362). En definitiva, una oferta cultural de calidad, correctamente comercializada y ambientalmente integrada, puede convertirse en un producto económico de consumo tanto interno como destinado a la exportación. En términos operativos, nuestra posición sobre este tema justificaría el que las planificaciones estratégica y urbanística lo tuvieran en cuenta; una y otra forma de planificación serían, en última instancia, las encargadas de aportar al turismo cultural el respaldo institucional y financiero así como propiciar la participación de todos los actores involucrados en su potenciación.

#### **4. La oferta museística de Madrid y las políticas de intervención en el Casco Histórico. Una relación hasta ahora tangencial**

##### **4.1. Una oferta museística muy diversificada temática e institucionalmente**

La condición de Madrid como capital política y residencia oficial de los reyes de España desde el siglo XVI explica la enorme concentración de oferta museística en su casco histórico así como el que el Estado sea el mayor propietario de museos, aunque su adscripción administrativa puede diferir<sup>3</sup>. Más de la mitad de los 72 museos existentes en el municipio de Madrid se hallan concentrados en el núcleo central madrileño (denominado según los casos y en función de la información manejada Distrito Centro o Casco Histórico)<sup>4</sup>. De su capacidad para atraer visitantes es buena prueba el cuadro 1 y la figura 1: 2,8 millones de visitantes (no todos turistas, obviamente) recibieron en 1995 cinco de sus museos, demostrando palmariamente el efecto que en la formación del atractivo turístico siguen ejerciendo en tanto que elementos del patrimonio cultural dotados de una imagen muy fuerte; no en vano sobre ellos hacen particular énfasis los difusores de información turística (guías y folletos, oficinas de turismo) y los agentes con intereses en el turismo cultural convencional (organizadores de itinerarios, agencias de viajes, etc.)<sup>5</sup>.

El Museo del Prado es sin duda el “buque insignia” y motor del turismo cultural madrileño y constituye la pieza básica del barrio museístico de Madrid nucleado en torno al Paseo del Prado, cuyo proceso de consolidación sigue avanzando gracias a la difusión espacial del propio Prado en su entorno urbano<sup>6</sup>. Fundado en el siglo XIX a partir de las colecciones de pintura creadas durante siglos por los reyes de España, ocupa un edificio de gran categoría arquitectónica construido para museo de Ciencias Naturales a finales del siglo XVIII; sus fondos recorren la pintura española y europea desde la Edad Media hasta el siglo XX. Muy distinto por su contenido es el Museo Reina Sofía, inaugurado en 1986 y también alojado en un edificio del siglo XVIII, construido en este caso para hospital, función que desempeñó hasta 1969; el fondo inicial de este museo procede del antiguo Museo de Arte Contemporáneo, enriquecido con nuevas incorporaciones, entre las que destaca el más famoso de los cuadros de Picasso, el “Guernica”, que durante algunos años tras su repatriación estuvo colgado en El Prado; también tienen lugar en él numerosas exposiciones de arte de vanguardia. Completa la trilogía de grandes museos de arte el Museo

Thyssen, fruto de un acuerdo de cesión seguido de compra por el Estado Español al aristócrata y hombre de negocios alemán Baron Von Thyssen Bornemisza, cuyo nombre lleva el museo y la fundación que lo gestiona. En él se exponen de forma permanente buena parte de los fondos procedentes de aquella colección privada, para la que se ha rehabilitado con dinero público un antiguo palacio neoclásico de principios del siglo XIX (Palacio de Villahermosa). Inaugurado en 1992, el Museo Thyssen realiza exposiciones monográficas de gran aceptación entre el público, algunas de ellas con el patrocinio de empresas privadas.

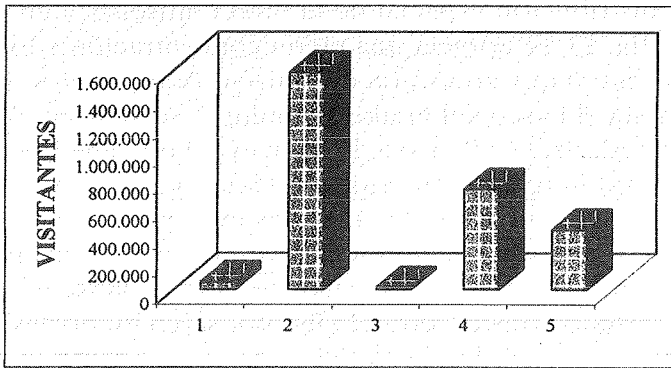
Además de estos grandes museos de arte, el Casco Histórico de Madrid cuenta con otras ofertas museísticas reflejadas en las figuras 2 (Distrito Centro) y 5 (Barrio del Museo). Se trata tanto de otros museos de arte de menor entidad (Bellas Artes), colecciones monográficas (Calcografía), edificios históricos dotados de fondos organizados para la exhibición (Palacio Real) y un buen número de museos temáticos de muy diversa titularidad: Administración pública (Naval o Ejército), empresas privadas (Telefónica) u organizaciones no gubernamentales (Scouts).

En la distribución espacial de la oferta museística en el Distrito Centro (fig. 2), se aprecia una cierta concentración a lo largo de una franja central que arrancarí­a del Palacio Real por el W. y llegarí­a por el E. hasta el Paseo del Prado; su límite N. se sitúa en el eje Gran Vía-Calle de Alcalá y su flanco S. lo formarí­a el eje calle Mayor-Carrera de San Jerónimo; en el interior o en los bordes de esta franja se ubica más de la mitad de la oferta museística representada en la figura 2. También es la zona de mayor concentración en cantidad y diversidad del comercio de calidad, salas de cine y teatro así como de hoteles y restaurantes de todo el Distrito; salvo en enclaves relativamente reducidos el deterioro físico no es acusado y la marginalidad social se mantiene reducida, pero en cambio sí se halla muy avanzado el proceso de terciarización con la consiguiente ausencia de población permanente. Ahora bien, la mayor concentración de museos del Casco Histórico de Madrid se ubica fuera de los límites del Distrito Centro administrativo, justamente en su borde E. y nucleada en torno al Paseo del Prado, auténtico "Paseo del Arte", "Milla Cultural" o "Distrito Museístico" de Madrid como con toda justicia ha sido denominado el conjunto de museos y otras piezas histórico-artísticas visitables (Observatorio y Jardín Botánico), reflejadas en la Figura 3.



**Cuadro y Figura 1**  
**VISITANTES A LOS PRINCIPALES MUSEOS DE MADRID**  
**1.995**

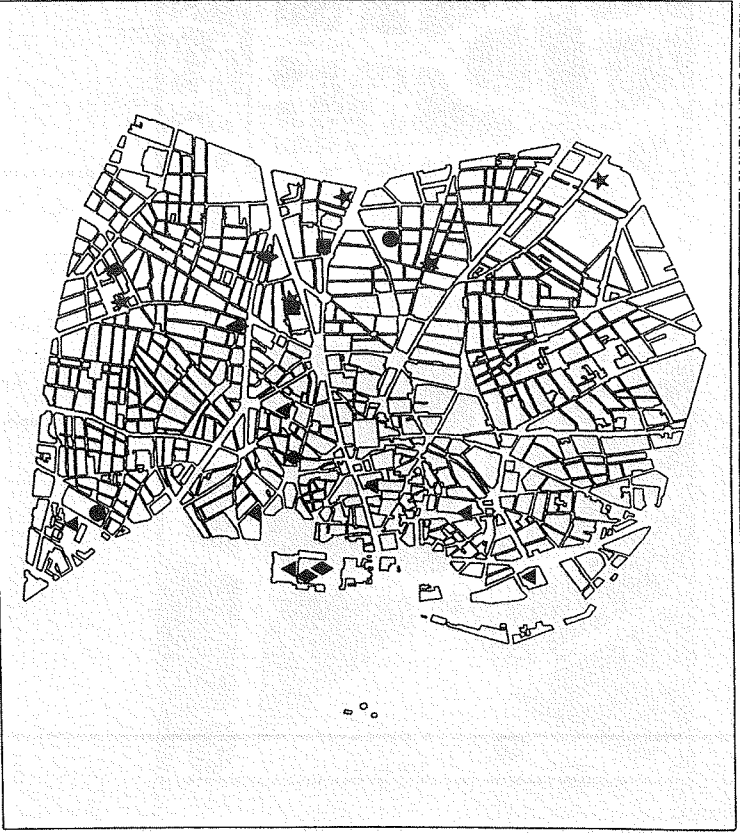
		<b>1.995</b>
1	<b>MUNICIPAL</b>	51.343
2	<b>PRADO</b>	1.573.934
3	<b>ROMANTICO</b>	14.275
4	<b>RIENA SOFIA</b>	727.577
5	<b>THYSSEN</b>	433.553
	<b>TOTAL</b>	2.800.682



Fuente: Ministerio de Educación y Cultura. Madrid

Figura 2

**OFERTA DE EXHIBICIÓN CULTURAL EN EL CASCO HISTÓRICO DE MADRID**



MANZANAS

CASAS-MUSEO

COLECCIONES

MONUMENTOS VISITABLES

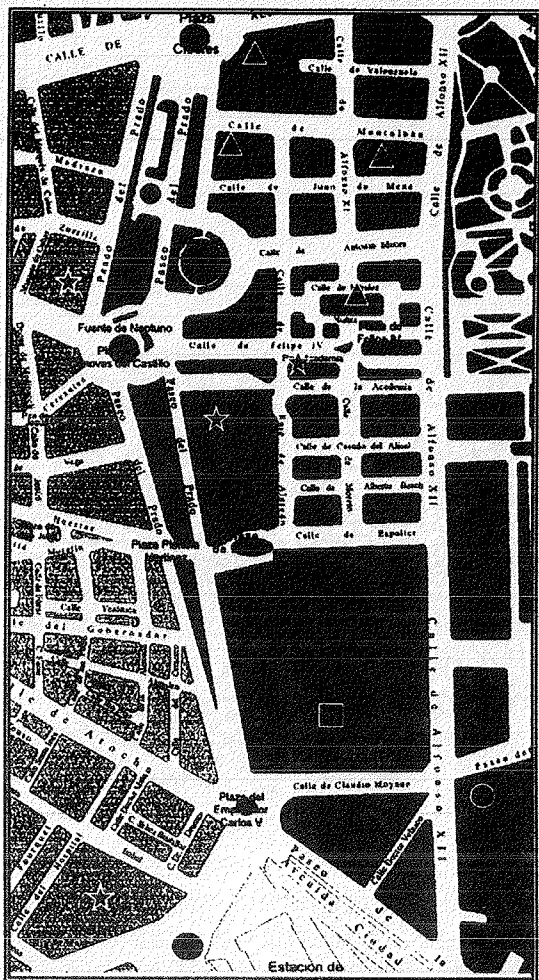
MUSEOS DE ARTE

MUSEOS TEMÁTICOS

Fuente: Base cartográfica digital y organismos varios (elaboración propia)

Km  
0 0.2 0.4

**Figura 5**  
**LA OFERTA CULTURAL EN EL BARRIO MUSEISTICO DE MADRID**

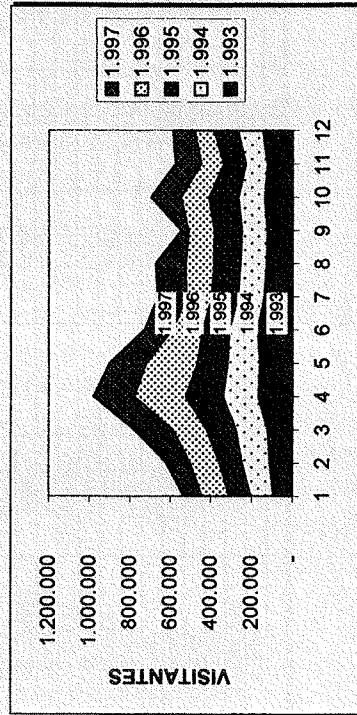


- ▲ Museo Temático
- Monumento abierto al público
- ★ Museo de Arte
- Jardín Histórico

Escala: 1/7.000 (Aproximada)  
Base Cartográfica: Visual Map

**Cuadro 2 y Figura 3**  
**VISITANTES AL MUSEO DEL PRADO POR MESES**  
 (1993-1997)

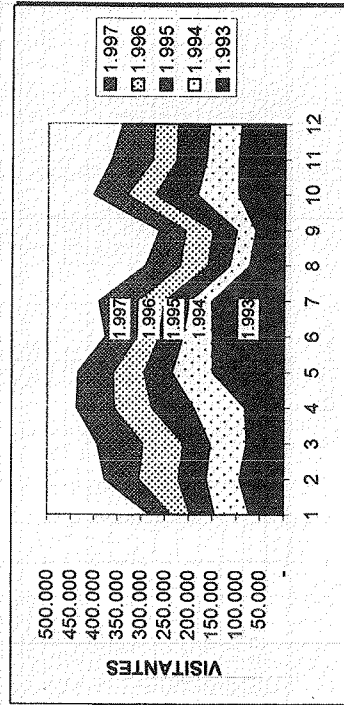
	1993	1994	1995	1996	1997
1 ENERO	91.907	112.105	105.093	136.039	90.062
2 FEBRERO	109.697	137.920	107.532	148.082	115.618
3 MARZO	119.783	157.112	142.969	169.586	186.841
4 ABRIL	164.660	174.703	184.757	254.088	202.589
5 MAYO	156.746	159.633	148.158	254.669	180.414
6 JUNIO	169.245	139.336	131.365	150.371	135.457
7 JULIO	137.128	130.019	126.874	128.674	139.773
8 AGOSTO	125.347	129.532	130.701	139.142	147.801
9 SEPTIEMBRE	122.466	126.842	132.187	131.067	34.281
10 OCTUBRE	134.061	132.217	142.090	142.489	145.907
11 NOVIEMBRE	121.802	108.686	105.271	114.536	125.254
12 DICIEMBRE	144.351	122.449	116.037	99.962	105.774
<b>TOTAL</b>	<b>1.597.193</b>	<b>1.630.554</b>	<b>1.573.034</b>	<b>1.868.705</b>	<b>1.609.771</b>



Fuente: Administración del Museo del Prado

**Cuadro 3 y Figura 4**  
**VISITANTES AL CENTRO DE ARTE "REINA SOFIA" (POR MESES)**  
 (1993-1997)

	1.993	1.994	1.995	1.996	1.997
1 ENERO	71.628	73.796	49.920	42.407	43.086
2 FEBRERO	93.211	70.339	56.852	84.973	71.618
3 MARZO	78.790	76.434	54.932	86.461	96.219
4 ABRIL	81.494	107.672	88.511	79.926	79.808
5 MAYO	149.183	86.870	57.907	65.837	75.103
6 JUNIO	150.209	62.515	49.949	48.134	64.893
7 JULIO	151.818	48.710	50.683	58.055	80.460
8 AGOSTO	60.244	41.318	43.999	59.434	72.597
9 SEPTIEMBRE	97.124	87.199	87.154	59.448	54.487
10 OCTUBRE	96.881	68.233	61.758	60.729	69.769
11 NOVIEMBRE	90.665	68.524	65.496	50.279	86.249
12 DICIEMBRE	1.194.372	834.803	714.944	746.955	860.909
<b>TOTAL</b>					



Fuente: Administración del Centro de Arte "Reina Sofía"

Del análisis de los datos de frecuentación durante el período 1993-1997 correspondientes a El Prado y al Reina Sofía se pueden obtener algunas constataciones, visualizables en los cuadros 2 y 3 y en las figuras 3 y 4:

1.- Una cierta estabilidad de los valores anuales exceptuando el año de la inauguración en el Reina Sofía o la exposición conmemorativa del 250 aniversario del nacimiento de Goya (Año de Goya, 1996) en El Prado. Esto puede significar, bien que se ha llegado al límite de la capacidad de carga de ambos museos, que se ha alcanzado el estadio de madurez del ciclo de vida del recurso o, dicho de otra manera, que su capacidad de movilizar flujos de visitantes se ha agotado.

2.- Aunque el turismo cultural padece de una menor estacionalidad que otras modalidades turísticas, los datos apuntan hacia un máximo de primavera (abril-mayo) con un "pico" secundario en octubre; el mes con menor afluencia es enero, sin duda el menos propicio para visitar Madrid.

3.- Las obras de reparación y acondicionamiento pueden repercutir muy negativamente sobre la entrada de visitantes (septiembre de 1997 en el Museo de El Prado).

4.- La integración de la oferta museística mediante una gestión coordinada, visible en la creación de abonos comunes (Paseo del Arte, creado en 1994 entre El Prado-Reina Sofía-Thyssen) o en la organización conjunta de exposiciones o programas complementarios; todo ello generará, sin duda, un atractivo adicional para los visitantes.

#### **4.2. Las políticas de regeneración urbana en el Casco Histórico de Madrid o la creación de un marco urbano idóneo para el turismo cultural**

Como bien es sabido, los principios de la sostenibilidad inspiran desde los años 80 las líneas de acción más progresistas para los centros históricos de las ciudades (Campos Venuti, 1981). Ahora bien, la vuelta a la ciudad central que las mismas propician ha desembocado muy a menudo en procesos de renovación, muy dañinos para el patrimonio construido, y en la expulsión de la población local, siendo sustituida por nuevos residentes de mayor nivel socioeconómico (getrificación) (Vázquez, 1996)<sup>7</sup>. Por su parte, diversos organismos internacionales (Consejo de Europa, UNESCO, Unión Europea etc.) están estimulando mediante campañas y subsidios la regeneración de determinadas áreas problemáticas de centro y periferia con vistas a mejo-

rar las condiciones de vida de sus residentes y a hacer surgir nuevas oportunidades económicas con respeto al medio natural y cultural (Valenzuela, 1988-89). En tal contexto, el turismo cultural se considera como un instrumento idóneo para la formación y creación de empleo, al mismo tiempo que mediante él se mejoran las condiciones ambientales de las áreas afectadas y se hace posible la participación comunitaria y de los agentes económicos.

A pesar de las dificultades que tales empeños conllevan, ya se han puesto en marcha algunos proyectos-piloto pensados para servir como laboratorios, cuyos resultados serán posteriormente propuestos para su aplicación en situaciones similares de los países miembros. Con tales pretensiones, la Comisión Europea puso en marcha en el período 1989-1993 una serie de 32 proyectos con un presupuesto global de 200 millones de ECU destinados a crear nuevas oportunidades de empleo en áreas urbanas con problemas de decadencia. Algunos de ellos se pueden considerar como turísticos pues las áreas elegidas son centros históricos que se pretende revitalizar mediante la reutilización de edificios u otros elementos históricos. Por su similitud con el caso de Madrid sirvan como ejemplo la operación emprendida en la zona de Temple Bar (Dublin), donde se configura una red de pasajes peatonales destinados a favorecer los flujos turísticos entre edificios históricos y espacios libres. En Lisboa la rehabilitación del palacio Pancas Palha para servir de sede a organizaciones científicas y culturales sin ánimo de lucro se concibe como el primer paso para la revitalización de toda el área en que se halla ubicado (Santos-O Nova-Barbadinhos). Con similares objetivos se hallan en curso otros proyectos en los cascos históricos de Thesalonica, Oporto y Génova (creación de un parque arqueológico) (European Commission, 1994). Tales acciones constituyen el ensayo y precedente del Programa URBAN, que, con un mayor rango institucional y dotación presupuestaria, procedente de los fondos estructurales FEDER y FSE, se desarrollará durante el período 1994-1999. Madrid ha obtenido un proyecto precisamente para actuar en el mismo "corazón" del casco histórico incidiendo de lleno, de una forma u otra, sobre el área objeto de este texto.

En el casco histórico de Madrid se venía produciendo desde hace varias décadas un proceso de deterioro urbano consistente en pérdida, envejecimiento y empobrecimiento de su población y declive de sus actividades tradicionales; en paralelo, tenía lugar la invasión por actividades molestas y ruidosas y la aparición de colectivos marginales; de todo ello se ha derivado una considerable reducción

**FIGURA 6**  
**POLÍTICAS OFICIALES PARA LA MEJORA AMBIENTAL DEL CASCO**  
**HISTÓRICO DE MADRID**



**SÍMBOLOS**

1 - A.R.P. Plaza Dos de Mayo

2 - A.R.P. Plaza Mayor

3 - A.R.P. Plaza de la Paja

A - Calle Mayor

B - Calle Fuencarral

F - Lavapiés

U - Proyecto URBAN de la U.E.

○ - Área de Acciones Integradas \*

● - Teatro

■ - Cine

A.R.P. - Área de Rehabilitación Preferente

\* La operación vinculada al Centro de Arte "Reina Sofía" se halla incluida en el círculo rayado

Fuente: Organismos y documentos varios (elaboración propia)

Miles  
 0 0.1 0.2 0.3





La calle de Fuencarral recupera calidad arquitectónica y atractivo para nuevos tipos de comercio gracias a las operaciones rehabilitadoras que la afectan.



Obras de  
pavimentación  
de calles  
y ordenación  
del tráfico rodado  
correspondientes al  
itinerario de teatros  
en las traseras  
de la Gran Vía  
(calle Desengaño).

de calidad residencial y ambiental de forma particularmente acusada en determinados sectores y, más aún, en sus espacios públicos. En consecuencia, una buena parte del casco histórico de Madrid entra de lleno en la condición de área-problema con un fuerte contenido de exclusión social y los problemas a ella asociados (prostitución, comercio de drogas, delincuencia, etc.). Ya desde los años 80 se emprendieron programas arquitectónicos y urbanísticos en algunas zonas del casco histórico (barrios de Conde Duque, Pez y Lavapiés) con resultados muy dispares. Se consiguió en ellas una visible rehabilitación de la edificación residencial y monumental así como una dignificación edilicia de algunos espacios públicos, plazas sobre todo, lo cual dio como resultado una mejora de la imagen formal de algunas áreas deterioradas con la consiguiente aparición de una incipiente gentrificación y el despegue de su atractivo turístico-cultural. Sin embargo, ha fracasado el intento de dinamización de la actividad comercial de orientación turística, cuyo proyecto más emblemático, el Mercado Puerta de Toledo, se ha saldado con grandes pérdidas económicas para el Gobierno Regional que lo promovió.

Ya avanzados los 90 y en una nueva situación de reparto político (las tres administraciones que operan sobre Madrid se hallan desde 1996 en manos del Partido Popular) y urbanístico (nuevo Plan General de Ordenación Urbana) se han relanzado las políticas urbanas para el casco histórico, si bien con una orientación marcadamente física pues su elemento central lo constituyen el acondicionamiento del viario, la rehabilitación de la edificación residencial (privada y con ayuda pública) y tratamiento arquitectónico del entorno construido de aquellos espacios públicos de especial valor ambiental y valoración ciudadana. De nuevo se sigue el criterio de elegir áreas homogéneas por su nivel de deterioro (1, 2 y 3 de la figura 6), seleccionadas en el marco de un convenio entre las tres instituciones que son competentes en el municipio de Madrid (Estado, Gobierno Regional y Municipio). Como prolongación de las citadas áreas, calificadas como de rehabilitación preferente, han de entenderse otras dos, seleccionadas al amparo del convenio Ayuntamiento-Comunidad de Madrid suscrito en 1996; en este caso las operaciones se articulan sobre sendos ejes urbanos muy representativos de los problemas y oportunidades del casco histórico de Madrid, las calles Mayor y Fuencarral (Fig. 6, sector A y B), esta última en una fase muy avanzada de deterioro. En este caso los fondos para la rehabilitación residencial proceden del Plan Nacional de la Vivienda 1996-1999. El éxito o fracaso de estas operaciones habrán

de tener una fuerte incidencia sobre el turismo tanto en su faceta comercial como cultural.

Algo distinta es la intervención en curso sobre el Barrio de Lavapiés (Fig. 6, I), que ya fue beneficiado como Área de Rehabilitación Preferente en los 80; ahora se actuará con preferencia sobre su medio ambiente, toda vez que los fondos procedentes del FEDER se han concedido con esa finalidad (80% de los 2.000 millones presupuestados). Con ellos se ha abordado la renovación de sus redes de saneamiento, el acondicionamiento del viario así como la creación y regeneración de espacios verdes. Junto al protagonismo de la mejora física y ambiental que late en las actuaciones comentadas hasta ahora, es de resaltar la originalidad del proyecto piloto subvencionado por Bruselas al amparo del Art.10 del Fondo FEDER y destinado a la regeneración del tejido socio-económico del casco histórico; en concreto, se han elegido las plazas del Dos de Mayo y Mayor coincidiendo con el Área de Rehabilitación Preferente anteriormente concedida; el objetivo es prestar apoyo a las asociaciones de vecinos y ONGs en torno a proyectos concretos de carácter emprendedor con participación de entidades públicas, privadas y sin ánimo de lucro; el éxito se habrá conseguido si con todo ello se genera animación comunitaria y económica, entendida como culminación del proceso de rehabilitación del entorno construido (Ayuntamiento de Madrid, 1997:17-32).

Con estos precedentes se entiende el salto cualitativo que representa el Programa URBAN, en el que se contemplan conjuntos de medidas equilibradas y coherentes para el desarrollo económico, la integración social y la mejora ambiental de las áreas seleccionadas y siempre en íntima cooperación con las entidades locales; los planteamientos integrados, pues, sustituyen a las medidas sectoriales en la solución de la compleja problemática de los cascos históricos con problemas de deterioro. Los proyectos URBAN se parecen a los planes de adecuación física en la elección de áreas homogéneas, pero difieren por el tipo de medidas que, además de las que afectan al entorno físico, implican al tejido económico y a la población residente. Como se aprecia en la fig. 6, el área acogida al Programa URBAN en Madrid en parte se solapa con anteriores actuaciones pero, sobre todo, las conecta, asegurando que, cuando el programa haya concluido, no queden reductos de deterioro y marginalidad en el casco histórico. Hasta aquí las intenciones; en la práctica, de entre los diversos proyectos previstos como desarrollo del citado programa, el único que se ha puesto en ejecución y cuyos resultados han trascendido a la opinión públi-

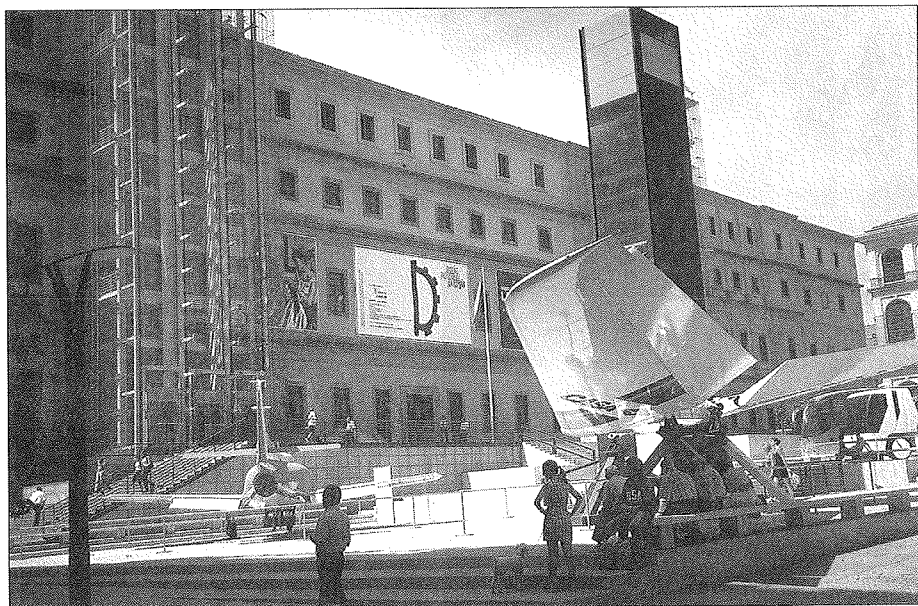
ca es el referido a las mejoras de viario, fachadas y medianeras<sup>8</sup> (FEDER-FSE, 1997:625-673).

El oportunismo para obtener recursos fáciles de las instancias comunitarias así como la búsqueda de resultados propagandísticos a corto plazo no son ajenos a las operaciones de mejora del casco histórico aquí sucintamente presentadas. Hay que admitir, sin embargo, que al menos formalmente, recogen el espíritu del urbanismo progresista de los años 80, inspirado en los principios de la justicia espacial y traducido en medidas de discriminación positiva a favor de los barrios más desfavorecidos. De igual manera, son coherentes con las líneas marcadas en los documentos de planificación física y estratégica, reciente redactados para el conjunto de Madrid en 1997 y 1993, respectivamente. En concreto, el *Plan Estratégico de Madrid* prevé un *Plan de Desarrollo Endógeno* para el Centro de Madrid de contenido eminentemente dinamizador de su tejido económico aunque sin dejar de lado la mejora ambiental (rehabilitación de edificios, apertura de espacios libres, mejora del tráfico, etc.) (Promadrid, 1993:153-185). Por su parte, en el *Plan General de Ordenación Urbana*, responsable de la planificación física en todo el municipio de Madrid, se prevé la figura del *Área de Acciones Integradas* (nueva variante de las *Áreas de Rehabilitación Preferente*), de acuerdo con la cual la rehabilitación residencial ha de ir unida a la intervención sobre edificios institucionales o dotacionales, de forma que, con ello, se consiga resolver necesidades y/o carencias de todo el distrito Centro actuando como motor rehabilitador de su área de influencia. Se trata, en definitiva, de crear "polos de atracción" frente a las intervenciones públicas y las inversiones privadas de manera que, mediante ambas, se consiga mejorar las condiciones ambientales preexistentes (Ayuntamiento de Madrid, 1993:575-577).

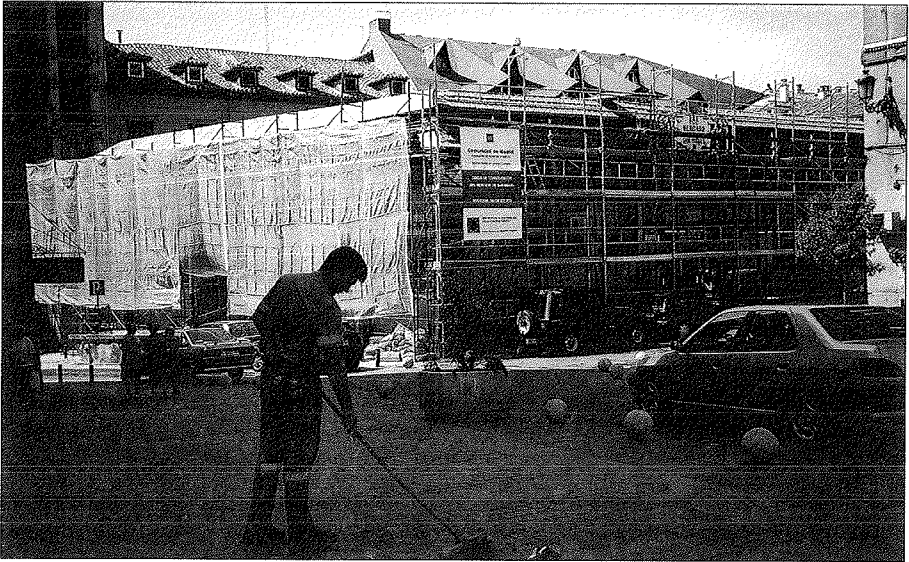
Todas los programas y actuaciones citadas merecen el calificativo de sostenibles pues están planteadas para mejorar las condiciones ambientales y, de esta manera, relanzar la economía y mejorar el bienestar de la población residente en el casco histórico; otra cosa es que lo hayan conseguido hasta ahora más allá de la dignificación del entorno construido. Si el proceso de regeneración en marcha va a favorecer el desarrollo turístico de la zona y, en concreto, si va a acentuar los efectos sobre el tejido económico del distrito aún es pronto para sacar conclusiones. No hay que olvidar que en el entorno de la calle y plaza Mayor (fig. 6 A y 2) se halla enclavada buena parte de la oferta museística del casco histórico y que la zona 2, 3, A y sur de



Edificios auxiliares del complejo arquitectónico del “Reina Sofía” que serán objeto del plan de ampliación y modernización actualmente en curso.



La remodelación de la plaza Sánchez Bustillo, convertida en improvisada ampliación del “Reina Sofía”, no ha merecido una valoración unánime de técnicos y usuarios.



El Mercado de San Miguel, heredero en Madrid de la arquitectura comercial de hierro y cristal, recupera su viejo esplendor gracias al programa URBAN.



El entorno de la Plaza Mayor hierve de obras de rehabilitación arquitectónica y de mejora de viario.





la U son las más frecuentadas por los turistas y en ellas se ubica el comercio y la hostelería que más asiduamente frecuentan los turistas y que por ello más dependen del turismo. La conversión de las costumbres y fiestas populares en productos turísticos capaces de fortalecer los flujos hacia el casco histórico de Madrid, se alcanzará en tanto en cuanto tengan éxito las operaciones que afectan a las zonas 1, B e I de la fig. 6.

#### **4.3. Nuevas expectativas para el turismo cultural en el marco de las políticas de regeneración del casco histórico de Madrid. Dos ejemplos.**

Como más arriba señalábamos, se puede ser moderadamente optimista sobre los resultados en términos de mejora física de los programas actualmente en ejecución en el casco histórico; lo somos mucho menos sobre el nivel de participación de la inversión privada y bastante escépticos sobre el futuro de los programas sociales. Cabría cuestionar los beneficios globales sobre el espacio físico, la economía y la sociedad del casco histórico de tan cuantiosas inversiones. Sin embargo y *a priori*, a falta de un plan estratégico de desarrollo turístico para el casco histórico, la mejora de los espacios públicos, de los equipamientos, de los servicios y de la calidad ambiental con destino a los residentes inevitablemente también van a beneficiar y, en todo caso, a dejar buena impresión en el visitante (local o turista). Los resultados habrán de ser tanto más ostensibles cuanto mayor sea la coordinación entre administraciones y más elevada la participación privada. En ello está el gran reto.

A falta aún de disponer de datos empíricos sobre la incidencia de las mejoras del entorno sobre la diversificación de la oferta turística, sobre los flujos, la duración de la estancia y el gasto de los turistas que practican turismo cultural en el casco histórico de Madrid, podemos en alguna medida anticiparnos a través de un conocimiento más preciso a nivel micro de operaciones de recualificación de la oferta cultural ya en ejecución o con fundadas esperanzas de que lo vayan a ser:

##### *a.-La promoción de la actividad teatral por medio del Programa URBAN*

El casco histórico acoge la mayor concentración de cines y teatros de la metropoli madrileña<sup>9</sup>, realidad que es considerada por los redactores del Programa URBAN como un potencial cultural dotado de una elevada capacidad para la regeneración de toda esta pieza urba-

na. Tan gran concentración de oferta carece, sin embargo, de una buena conectividad, lo que impide promocionarla globalmente pues es difícil presentar de ella una visión de conjunto, además de que en el desplazamiento de unas salas a otras se atravesarían zonas de acusado deterioro que actuarían como factor disuasorio sobre el potencial cliente. La fórmula utilizada es la combinación de medidas de dignificación de la oferta del espectáculo madrileño, de entre las que son de destacar:

- Mejorar la imagen física de los teatros y cines, incluida la iluminación y la publicidad.
- Rehabilitar sus entornos próximos (habitualmente plazas), dotándolos de una zona estancial.
- Acondicionar los itinerarios que los conectan entre sí en cuestiones de pavimentación, iluminación, seguridad, mobiliario urbano, etc.)

Con todo ello se pretende fabricar para toda la oferta teatral y cinematográfica una *imagen de marca* vinculándola al prestigio de todo el casco histórico (Ayuntamiento de Madrid, 1996:30-40). Se trata, en última instancia, de revalorizar el impacto urbano de estos cines y teatros mediante una operación unitaria y globalizadora al mismo tiempo que, mediante ella, se conectan las Áreas de Rehabilitación Preferente (Blanco, 1998:101-103). En 1997 se iniciaron dos de los seis “itinerarios de teatros” previstos, al mismo tiempo que se planteaba un convenio con los propietarios para la recuperación de sus fachadas y el diseño adecuado de la publicidad. La inversión total prevista de esta operación es de 1.256 millones de pesetas, de los que 1.000 son aportados por el Programa URBAN de la Unión Europea (fig. 7).

*b.- El Área de Acciones Integradas del entorno del Centro de Arte Reina Sofía.*

No hubo general acuerdo en los años 80 entre arquitectos y urbanistas sobre la conveniencia de destinar a usos culturales y museísticos el venerable caserón dieciochesco del Hospital General<sup>10</sup>. Hay que admitir la dudosa adecuación a semejante uso de un edificio de tan colosales dimensiones pero carente de una fachada digna de un museo de ámbito nacional. Las constantes mejoras han hecho olvidar en parte las deficiencias originales. De indudable éxito cabe calificar la captación de flujos que ha conseguido en sus escasos diez años de vida (cuadro 3 y figura 5). Sin embargo, el programa de ampliaciones y mejoras del complejo museístico se halla aún lejos de concluir. Precisamente, las ampliaciones futuras y su afianzamiento en su

entorno urbano van a encontrar un inestimable aliado en el *Área de Acciones Integradas* prevista en su entorno por el Plan General de Ordenación Urbana de 1997. Mediante ella, se persigue apoyar y estimular la aparición en el entorno del museo de un “polo de atracción” capaz de mejorar las condiciones ambientales y el atractivo económico de toda la zona. A tal fin se establecen en el Plan medidas concretas, algunas de ellas en fase avanzada de ejecución, que hacen concebir esperanzas fundadas de que, al menos en este caso, van a confluir los puntos de vista del interés museístico con las determinaciones del planeamiento. Estas son, en concreto, las que afectan al Reina Sofía:

- Ampliación de las instalaciones del museo a costa de los pabellones administrativos del Ministerio de Educación y Ciencia, con lo que ocupará toda la manzana desde la Plaza de Sánchez Bustillo hasta la Ronda de Valencia y, lo que es más importante, se podrá ampliar la oferta museística tanto permanente como ocasional y dar soporte físico a las funciones de investigación, formación y difusión propias de un museo del siglo XXI<sup>11</sup>.

- Reforma de la Plaza de Sánchez Bustillo, incluyendo un aparcamiento subterráneo (mejora de la accesibilidad) y el ajardinamiento de la superficie (no realizado)

- Apertura al público de los jardines del convento y colegio de Santa Isabel, incorporando un polideportivo (mejora social)

La idea de que el museo y el turismo cultural a que da lugar sean solidarios con la regeneración urbana de su entorno puede, por tanto, quedar demostrada, si la operación descrita llega a buen fin, sirviendo de paso como laboratorio de experimentación válido posteriormente para otras zonas similares de Madrid.

## 5. Conclusiones.

La aplicación al casco histórico de Madrid de las políticas de regeneración urbana al uso no asume de forma explícita objetivos turísticos, salvo excepciones (Itinerario teatral dentro del Programa URBAN). Es prioritaria en ellas la atención a la vivienda, a la economía y al medio ambiente locales en tanto que instrumentos de mejora de las condiciones de vida de los residentes habituales. Ahora bien, se pretenda o no voluntariamente, la regeneración va a atraer o a retener visitantes creando, en consecuencia, nueva renta y empleo; esto será poco menos que inevitable. Por otra parte, el desarrollo del turismo cultu-

ral y la creación, ampliación o dignificación arquitectónica de los edificios a él destinados (museos, teatros, galerías de arte, etc.) colaborará a mejorar su entorno con beneficiosos efectos económicos sobre las actividades allí instaladas y, por efecto reflejo, sobre la población residente. Por consiguiente, sería de la máxima utilidad conseguir una vinculación lo más íntima posible entre las medidas de rehabilitación urbana y las destinadas a promocionar el turismo cultural en el ámbito de un deseable Plan Estratégico Turístico. De él habrían de ser objetivos prioritarios:

1.- Estimular la concentración y diversificación del atractivo turístico conformando barrios, ejes o nodos dotados de elementos turísticos muy significativos.

2.- Integrar en el producto turístico la escena urbana global de la que formarían parte indisociable la estética arquitectónica, la seguridad, la limpieza, en suma la calidad ambiental en todas sus facetas.

3.- Involucrar en el empeño a las administraciones públicas, pero también al empresariado, al tejido asociativo y al voluntariado.

4.- Prestar la atención que merecen los atractivos secundarios del turismo cultural cuales son el comercio, la hostelería o la restauración.

## N O T A S

1. Se valora desde esta perspectiva el apoyo de tales actividades al sistema productivo gracias a la mejora de la información y relación que posibilitan, por lo que tiene lógica su asimilación al terciario de servicio a las empresas. Así lo venimos planteando en otros trabajos nuestros.
2. Para el turismo de itinerario el *producto Madrid* se presenta asociado a las ciudades históricas de su entorno regional, que normalmente se integran en el mismo paquete. Aún con tal ampliación, la estancia media de los turistas en Madrid apenas llega a los dos días (I.N.E., 1996).
3. Precisamente esta dispersión administrativa dificulta análisis comparados incluso en los aspectos más elementales como sería el de las estadísticas de visitantes; de hecho, sólo hemos conseguido una mínima serie histórica para tres de ellos: El Prado, Reina Sofía y Thyssen.
4. En este texto utilizaremos Distrito Centro y Casco Histórico como nuestro ámbito de análisis, aunque no son rigurosamente asimilables; por razones que desconocemos la delimitación distrital de Madrid ha dejado fuera del Distrito Centro una pieza museísticamente muy importante cual es el Barrio del Museo, que sí es Casco Histórico al haber estado incluido en el interior de la última muralla que tuvo Madrid, la "cerca" de Felipe IV. La cartografía que acompaña a este texto representa el Distrito Centro, excepto la Fig 5, que está referida al Barrio del Museo.
5. No hay que descartar, en el caso de los museos, el aprecio por alguna pieza de particular interés por sus valores excepcionales, aunque no siempre artísticos; en el caso del Louvre tal función la desempeña *La Gioconda*, en El Prado la *Maja Desnuda* o en el Reina Sofía el *Guernica*.
6. Ya en los 70 incorporó El Casón del Buen Retiro y en un inmediato futuro ampliará su espacio para exposición y actividades complementarias a los locales del actual Museo del Ejército y al edificio a construir sobre el claustro de la iglesia de Los Jerónimos.
7. Los procesos físicos y sociales experimentados por el casco histórico de Madrid han sido profundamente analizados por Carmen Vázquez en su tesis doctoral *Espacio urbano y segregación social. Procesos y políticas en el Casco Histórico de Madrid*, 1996 (inédita).
8. Esto es lo que realmente ha trascendido a los medios de comunicación: los metros cuadrados de aceras y calzada que se van a reformar, el amueblamiento urbano, las plantaciones de árboles o las plazas de aparcamiento que se van a crear. Cfr. "La EMV y la Unión Europea 'inyectan' 340 millones para recuperar la zona de Montería". *El Mundo*, 3 de mayo de 1998.
9. En concreto, sobre una superficie de 0,7 km<sup>2</sup> se concentran 18 teatros y 19 cines, que suman un aforo de 33.825 espectadores.
10. Aun siendo obra de Sabatini hubo arquitecto que abogaba simple y llanamente por su demolición y sustitución; entre ellos fue sonado el artículo en tal sentido publicado en *El PAIS* por el arquitecto catalán Oriol Bohigas.
11. Con una inversión de 3.000 millones, se prevé que las obras estén concluidas antes del año 2000 (ABC, 28.6.1998)

## B I B L I O G R A F Í A

- ASHWORTH, G.J. & TUNBRIDGE, J.E., *The tourist-historic city*. London, Belhaven Press, 1960, 263 pags.
- AYUNTAMIENTO DE MADRID, *Revisión del Plan General de Ordenación Urbana de Madrid (Avance)*. Madrid, Oficina Municipal del Plan, 1993, 2 vols.
- AYUNTAMIENTO DE MADRID, *Urban-2. El corazón del problema*, 1996, 58 pags.
- AYUNTAMIENTO DE MADRID, *Regeneración y futuro de los centros metropolitanos*. Madrid, Concejalía de la Vivienda, 1997, 229 pags.
- BERGEN, M., "Estrategia de supervivencia: los museos de San Petersburgo en la economía de mercado". *La Era Urbana*, nº 4 (1997), pags.15-17.
- BLANCO, B., "El hilo de Ariadna nos guía por el laberinto de la ciudad. Estrategia para la rehabilitación del centro histórico de Madrid", en P.CAPUTO (coord.), *Madrid-Milano. Forma della città e progetto urbano*. Milano, Electa, 1998, pags. 101-114.
- CAMPOS VENUTI, J, *Urbanismo y austeridad*. Madrid, Siglo XXI. 1981.
- EUROPEAN COMMISSION. Directorate General for Regional Policies, *Urban pilot projects* (32 fichas sin paginar en francés e inglés), 1994.
- FEDER-FSE, *Programa Operativo Urban-España 1994-1999*. Cfr. "Madrid. Casco Histórico de Madrid", 1997, pags. 625-673.
- GARCÍA ALVARADO, J.M. & NAVARRO MADRID, A., "Madrid, centro económico y cultural", *Situación* (Serie Estudios Regionales)(1998), pags. 403-419.
- HINCH, T.D. "Urban tourism: perspectives on sustainability". *Journal of Sustainable Tourism*, vo.4, nº 2, pags. 95-110.
- JANSEN-VERBEKE, M., *Leisure, recreation and tourism in inner cities*. Nijmegen, Geografisch Instituut, 1988, 310 pags.
- JANSEN-VERBEKE, M., "Tourism et loisirs, instruments de revitalisation urbaine: le projet 'Rives' de l'Ij à Amsterdam". *Hommes et terres du Nord*, 1993/2 (1993), pags.78-85.
- PROMADRID, *Plan Estratégico de Madrid. Fase IV: Programa de Actuación*. Madrid, 1993, 551 pags.
- VALENZUELA, M., "Áreas centrales y periferias urbanas en la Europa Comunitaria". *Boletín de la Real Sociedad Geográfica*, vol. CXXIV-CXXV (1989), pp.157-195.
- VALENZUELA, M., "Turismo y gran ciudad: una opción de futuro para las metrópolis postindustriales". *Revista Valencia d'Estudis Autonomics*, nº 13 (1992), págs. 103-138.

- VALENZUELA, M., "Madrid, escaparate y punto de encuentro. Turismo relacional y reestructuración productiva en una economía global" (in) *El futuro de la industria en la Comunidad de Madrid*. Madrid, Consejería de Economía, 1998, pags. 205-239.
- VALENZUELA, M. "Turismo y servicios recreativos", en J.L. GARCÍA DELGADO (dir.), *Estructura Económica de la Comunidad de Madrid*, Madrid, Montecorvo (en prensa).
- VÁZQUEZ, C. "Aproximación teórica al concepto de gentrificación" (in) *Documentos de Investigación en Geografía Humana*. Madrid, Departamento de Geografía, Universidad Autónoma de Madrid, 1996, 25 págs.
- WILLIAMS, A., "Patrimonio y turismo urbano en el Reino Unido", en M. MARCHE-NA (edit), *Turismo urbano y patrimonio cultural*. Sevilla, Diputación Provincial, 1998, pags. 119-135.

**ANEXO I**  
TIPOLOGÍA DE LOS ESPACIOS DE EXHIBICIÓN EN EL DISTRITO CENTRO DE MADRID

	Dirección	Gestión
<b>MONUMENTOS VISITABLES</b>		
Capilla del Obispo	Pza Paja, 9	Archidiócesis de Madrid-Alcalá
Casa de la Villa	Pza- de la Villa, 4	Ayuntamiento de Madrid
Palacio de Liria	c/ Princesa, 20	Fundación Casa de Alba
Monasterio de la Encarnación	Pza. de la Encarnación	Patrimonio Nacional
Monasterio de las Descalzas Reales	Pza. de las Descalzas s/n	Patrimonio Nacional
Palacio Real	c/ Bailén s/n	Patrimonio Nacional
Real Basílica de San Francisco el Grande	c/ San Buenaventura, 1	Obra Pía de Santos Lugares de Jerusalén
<b>COLECCIONES</b>		
Calcografía Nacional	c/Alcalá, 13	Real Academia de Bellas Artes de San Fernando
Colección del I.C.O.	Zorrilla, 3	Instituto de Crédito Oficial
<b>MUSEOS DE ARTE</b>		
Museo Thyssen-Bornemisza	Paseo del Prado, 8	Fundación Thyssen-Bornemisza
Museo de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando	c/ Alcalá, 13	Real Academia de Bellas Artes de San Fernando
Museo Municipal	c/ Fuencarral, 78	Ayuntamiento de Madrid
Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía	c/ Santa Isabel, 52	Organismo Autónomo
Real Academia de la Historia	c/León, 21	Real Academia de la Historia
<b>MUSEOS TEMATICOS</b>		
Colección Scout	c/Donados,2	Julio Fernández Roselló
Museo de Carruajes	c/ Bailén s/n	Patrimonio Nacional
Museo del Reloj Grassy	Gran Vía, 1	Sr. Grass Gody
Museo Romántico	c/ San Mateo, 13	Ministerio de Cultura y Fundación Vega-Inclán
Museo de Telefónica	c/Fuencarral, 1	Fundación Telefónica
Real Armería	c/Bailén, s/n	Patrimonio Nacional
<b>CASAS-MUSEO</b>		
Casa Museo Lope de Vega	c/Cervantes, 11	Real Academia Española
Estudio de Mesonero Romanos (Reconstrucción)	C/Conde Duque, 11	Ayuntamiento de Madrid

Fuente: Organismos varios (elaboración propia)



**ANEXO II**  
**ESPACIOS DE EXHIBICIÓN DEL DISTRITO CENTRO DE MADRID SEGÚN**  
**TITULARIDAD**

TITULARIDAD	NOMBRE	TIPO DE ESPACIO VISITABLE	DIRECCIÓN
<b>ESTADO</b>			
	Calcografía Nacional	Colección	C/Alcalá, 13
	Casa-Museo Lope de Vega	Casa-Museo	C/Cervantes, 11
	Colección del I.C.O.	Colección	C/Zorrilla, 3
	Monasterio de la Encarnación	Monumento	Pza. de la Encarnación
	Monasterio de las Descalzas Reales	Monumento	Pza. de las Descalzas s/n
	Museo de Carruajes	Museo Temático	C/Bailén s/n
	Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía	Museo de Arte	C/Santa Isabel, 52
	Museo de la Real Academia de Arte de San Fernando	Museo de Arte	C/Alcalá, 13
	Museo Romántico	Museo Temático	C/San Mateo, 13
	Palacio Real	Monumento	C/Bailén s/n
	Real Armería	Museo Temático	C/Bailén s/n
<b>IGLESIA</b>			
	Capilla del Obispo	Monumento	Pza. de la Paja, 9
	Real Basílica de San Francisco el Grande	Monumento	C/San Buenaventura, 1
<b>ADMINISTRACION LOCAL</b>			
	Casa de la Villa	Monumento	Pza. de la Villa, 4
	Estudio de Mesonero Romanos	Reconstrucción Estudio privado	C/Conde Duque, 11
	Museo Municipal	Museo de Arte	C/Fuencarral, 78
<b>PRIVADOS</b>			
	Colección Scout	Museo Temático	C/Donados, 2
	Museo del Reloj Grassy	Museo Temático	C/Gran Vía, 1
	Museo de Telefónica	Museo Temático	C/Fuencarral, 1
	Museo Thyssen-Bornemisza	Museo de Arte	Palacio de Villahermosa Paseo del Prado, 8
	Palacio de Liria	Monumento	C/Princesa, 20

Fuente: Organismos varios (elaboración propia)

**ANEXO III**  
**TIPOLOGÍA DE LOS ESPACIOS DE EXHIBICIÓN EN EL EJE CULTURAL DEL**  
**PASEO DEL PRADO**

	Dirección	Gestión
<b>MONUMENTOS VISITABLES</b>		
Colección del Observatorio Astronómico Nacional	c/Alfonso XII	Instituto Geográfico Nacional
<b>MUSEOS DE ARTE</b>		
Casón del Buen Retiro	c/Felipe IV, 13	Ministerio de Educación y Cultura (Organismo Autónomo)
Museo Nacional del Prado	Paseo del Prado, s/n	Ministerio de Educación y Cultura (Organismo Autónomo)
Museo Thyssen Bornemisza	Paseo del Prado, 8	Fundación Thyssen-Bornemisza
<b>MUSEOS TEMATICOS</b>		
Museo del Ejército	c/Méndez Núñez, 1	Ministerio de Defensa
Museo Nacional de Artes Decorativas	c/Montalbán, 12	Ministerio de Educación y Cultura
Museo Naval	c/Montalbán, 2	Ministerio de Defensa (Cuartel General de la Armada)
Museo Postal y Telegráfico	c/Montalbán s/n (Palacio de Comunicaciones de Madrid)	Ministerio de Fomento
<b>JARDINES HISTORICOS</b>		
Real Jardín Botánico	Pza de Murillo, 2 y c/Claudio Moyano, 1	C.S.I.C.

Fuente: Organismos varios (elaboración propia)