Círculo Rojo
EDITORIAL

Mercado de arte en Cuba

...una historia incompleta

Mercado de arte en Cuba

...una historia incompleta

Pedro Edgar Rizo Peña

Círculo Rojo
EDITORIAL

Primera edición: junio 2026

Depósito legal: SE 2199-2026

ISBN: 979-13-7060-101-0

Impresión y producción: Editorial Círculo Rojo

© Del texto: Pedro Edgar Rizo Peña
© Diseño de portada: Javier Alejandro Bobadilla Díaz
© Corrección de estilo: DrCs. Ida María Ayala Rodríguez
© Maquetación y diseño: Equipo de Editorial Círculo Rojo

Editorial Círculo Rojo

www.editorialcirculorojo.com

info@editorialcirculorojo.com

Impreso en España - Printed in Spain

Editorial Círculo Rojo apoya la creación artística y la protección del copyright. Queda totalmente prohibida la reproducción, escaneo o distribución de esta obra por cualquier medio o canal sin permiso expreso tanto del autor como del editor, bajo la sanción establecida por la legislación.
Círculo Rojo no se hace responsable del contenido de la obra y/o de las opiniones que el autor manifieste en ella.

El papel utilizado para imprimir este libro es 100% libre de cloro y, por tanto, ecológico.

A Cuba, origen y herida, memoria y pregunta que no se cierra.
Al arte cubano, sus artistas, galeristas, especialistas, críticos, coleccionistas, dealers y montadores, que durante estos años me acompañan como campo de estudio y también como una forma concreta de mirar la realidad, la tensión y la belleza que cabe dentro de ellas.
A mi madre, por la paciencia y el amor, y por sostenerme en silencio mientras escribía.
A quienes, desde la experiencia, la conversación, el trabajo o la memoria compartida, me ayudaron a pensar mejor esta historia.
Este libro también es de ustedes.

Índice

Una radiografía a fondo: el mercado de arte al desnudo 11

Nota del autor 19

Introducción 23

1. *Antes del precio.*
Qué significa «mercado» en el arte cubano 27

2. *La Habana mira y compra.*
Galerías, ciudad moderna y frecuencia de visibilidad antes de 1959 47

3. *Cuando el valor cambia de manos.*
Patrimonio, institucionalización y administración estatal del arte (1959-1969) 65

4. *El mercado como ausencia organizada.*
Centralización, control y comercialización administrada (1971-1989) 81

5. *La urgencia y el doble carril*.
Crisis, divisa, taller y mercado híbrido en los años noventa 97

6. *El precio se vuelve público.* Subastas, coleccionistas y termómetro internacional en los años 2000 127

7. *Profesionalización incompleta.* Galerías, marketing, ferias y debate entre boom y burbuja (2010-2020) 147

Epílogo. *El mercado como interfaz*. Plataformas, subastas, coleccionismo y nuevas mediaciones (2021-2026) 181

Anexos

Anexo I. Breve cronología del mercado de arte cubano 199

Anexo II. Participación de galerías cubanas en ferias internacionales (2001-2022) 217

Anexo III. 100 artistas cubanos en las subastas de arte: lo que no aprendimos con la visita de Artprice 227

Anexo IV. Brechas de género en el mercado del arte cubano
Representación y valorización de mujeres artistas en el mercado secundario 241

Anexo V. Falsificación, procedencia y confianza en el mercado de arte cubano 251

Anexo VI. Glosario de términos y referencias 273

Bibliografía 287

Índice Onomástico 303

Una radiografía a fondo: el mercado de arte al desnudo

Desde su título, donde en rápido aviso se menciona que el contenido del texto nos acercará a una historia incompleta, pasando por sus análisis más complejos y hasta el mismo final, este libro nos presenta, por primera vez de manera panorámica, una descripción de la evolución del mercado del arte cubano, contextualizada dentro de la evolución de ese arte y de la realidad del país. Ese es su primer valor.

No se trata de revisar una historia antigua por revisarla; se trata, más bien, de evaluar procesos que nunca antes se habían considerado desde una perspectiva tan abarcadora y unificada. Y tan contextualizada. Conviene intercalar algunos comentarios propios a la par que entro de lleno en el libro de Pedro Edgar Rizo Peña.

Antes de 1959 hubo comercio de arte en la isla, y el libro lo plantea con claridad, pero fue mínimo y eso se debió probablemente a que las artes visuales locales no eran consideradas relevantes. Fue mucho más importante la música. Hubo entonces galerías y algunos nombres de artistas sobresalieron en el firmamento, pero no más. A partir de 1959 la sociedad experimentó un vuelco radical, se abrió en Cuba un período de efervescencia cultural y artística, a la vez que comenzó a surgir una hornada de nuevos artistas que se unieron a las figuras consagradas, pero sin embargo, el mercado no tuvo espacio alguno; era como un fenómeno que debía mantenerse lejos por su supuesto efecto corruptor o un daño colateral de la erradicación de las fórmulas comerciales en sentido general en la sociedad.

El comienzo de esta historia, en su aspecto más reciente e interesante, ocurrió en 1990, cuando el coleccionista alemán Peter Ludwig compró las dos terceras partes de la exposición «Cuba OK» y dio el tiro de arrancada a una comercialización inesperada. Surgió así un fenómeno inconveniente para la filosofía política del socialismo insular, anticomercial por naturaleza, en la que el dinero fue satanizado desde los inicios revolucionarios. De manera que no todo fue correr sobre raíles de tren: hubo muchos inconvenientes y obstáculos institucionales, demasiados. Rizo da cuenta de este contencioso en su libro. A su juicio, la muestra comprada por Ludwig lo que hizo fue «desplazar el eje de validación» existente y propiciar un mejor reconocimiento de los artistas de la isla, lo que no deja de ser una mirada interesante al asunto que nos ocupa, aunque no suficiente. Lo cierto es que, a partir de «Cuba OK», ya nada fue igual en materia de mercado del arte en Cuba.

Apenas se introdujo el mercado en el escenario nacional, los artistas se volcaron a él, pues hallaron en sus predios la manera de salir de sus monótonas y simples existencias y vivir de lo que sabían hacer. Desapareció ipso facto la venta inexperta de quienes antes vendían en las galerías del país a precios que se tornaron simbólicos rápidamente o que regalaban sus obras como presentes a amigos y visitantes. Los creadores observaron también cómo los términos marketing y mecenazgo cobraron importancia. De esta manera se vio resplandecer al máximo el auge comercializador del arte insular de fines del siglo XX e inicios del presente. Por último, los que seguimos estos procesos hemos podido ver el reacomodo de aquel desaforado mercadeo hacia una normalidad que dura hasta el presente. Toda una historia de poco más de treinta años, en su tramo más reciente.

Atrás quedó el boom del arte contemporáneo cubano de los años de entre siglos, cuando era evidente la cantidad y calidad de los compradores y coleccionistas, así como la avidez por organizar exposiciones de nuestros creadores. El primer lustro de los años dos mil se recordará como un período apoteósico de compra del arte contemporáneo insular. Permitió, incluso, la creación de una casa subastadora nacional con exitosas primeras sesiones anuales. De igual forma, surgieron sigilosamente algunos emprendimientos privados y la institución aprendió, de manera forzada, sobre el mundo desconocido del mercado, último invitado al convite del arte cubano. Sobre aquel momento me referí extensamente en el ensayo «¿Pasando de moda? Interioridades de una

mutación», publicado en 2007[1] y reproducido varias veces. En ese texto analicé cómo se movió el panorama del arte cubano a inicios del siglo XXI, la descripción de sus actores principales, la atracción del mercado hacia él y cómo la comercialización intensiva de ese arte se benefició mayormente de asuntos extraartísticos. Esto último fue esencial: la política, hablo de la caída del campo socialista y la implosión de la URSS, así como de la expectativa de que Cuba seguiría a continuación, jugó un papel decisivo. Muchos visitaron el archipiélago para ver con sus propios ojos el fin del proceso cubano y se entretuvieron comprando arte mientras esperaban.

Pasadas dos décadas, la situación es radicalmente diferente. En primer lugar, el sostenido y enorme éxodo de los artistas de todas las generaciones en busca de mejores condiciones de vida y creación establece una diferencia esencial.

En segundo lugar, y asociado a lo anterior, los coleccionistas movieron la mirada hacia otras artes nacionales, primero el de los Balcanes y, posteriormente, sobre todo, el arte chino, que constituyeron las nuevas fuentes de atracción. Con el paso de los años, estoy hablando ahora de un cuarto de siglo, la atención se polarizó y no hay en el presente un arte nacional que centre la atención del mercado internacional. En la actualidad se trata de artistas individuales, las estrellas que van y vienen y los maestros de siempre; eso sí, con muchas ferias y bienalismo como eventos propiciadores. Hoy son pocos los que, de manera general, siguen fijando la mirada en nuestra producción simbólica, aunque se trata de un arte que ha mantenido vivo su alto nivel estético y su capacidad de renovación.

El mundo del mercado del arte ha cambiado gradualmente y a la compra online de piezas de valor intermedio, estimulada por la pandemia de la COVID-19, le sucedieron la efímera atracción por los NFT y la permanente sostenibilidad de las subastas de arte, con récords de ventas astronómicas en los años más recientes, fundamentalmente de piezas de artistas consagrados. Dentro de ello, el arte latinoamericano se mantuvo con buenos resultados y algunos creadores cubanos, residentes dentro o fuera de la isla, han tenido excelentes desempeños. En el libro, Rizo desgrana las estadísticas necesarias para apoyar sus análisis, pero no exagera en su utilización, y eso se agradece.

1 Rafael Acosta de Arriba, «¿Pasando de moda? Interioridades de una mutación», en *Caminos de la mirada*, Ediciones UNIÓN, La Habana, 2007, pp. 225-263

A todos los coleccionistas de arte cubano los ha unido, y los une, el interés propio por ese arte y el riesgo comercial inherente a dicha función. También los acerca la verdad indiscutible de que en cada coleccionista se combina un poco de esteta y de historiador del arte, en particular cuando se busca información sobre la pieza, el artista y su época, aunque lo esencial sea el gusto personal y ver el acto de comprar una obra de arte como una operación de carácter íntimo. En ellos impera el ansia de poseer y disfrutar de las piezas, unida a la reflexión sobre el objeto del deseo. Lo emocional e instintivo, ligado a la meditación más espesa. De esa singular combinación surgen, como se sabe, las colecciones privadas. Como afirma Rizo en su libro, los mediadores del mercado del arte han jugado un papel relevante.

La obra convertida en mercancía nunca es despojada de su historia propia y de las consideraciones de la crítica sobre ella. Dicho de otra manera, lo esencial de una obra de arte no llega nunca a subordinarse a su comercialización más pedestre, por más que haya que pagar un alto precio por ello. Ya desde la década de los ochenta del pasado siglo, el escritor y crítico de arte mexicano Octavio Paz había abundado en las diferencias abismales entre precio y significación, y esas alertas siguen funcionando en el presente. Nuestro autor confirma conocer estas peculiaridades.

Hoy en día el coleccionista parece haber relegado al curador de exposiciones, en tanto las bienales de arte, en auge en las décadas precedentes, han cedido su preeminencia a las ferias de arte, que han proliferado notablemente. Las mismas bienales se han impregnado del contagio comercial, casi sin excepción. Anoto, para concluir esta reflexión, que el coleccionista es también curador de su propia colección; mercadeo y curaduría de lo propio en estrecha imbricación.

El mercado del arte no cree demasiado en pandemias y conflictos bélicos internacionales; se sobrepone a todo y sigue su curso de manera inexorable. No puedo olvidar que, cuando llegué por vez primera a Nueva York, en octubre de 2001, justo un mes después del ataque a las Torres Gemelas, pude comprobar in situ que la Galería Marlborough acababa de vender por esos días todas las piezas de una gran muestra de Tomás Sánchez. En este tema de la preponderancia, solidez y fortaleza del mercado del arte siempre me produjo un extraño estremecimiento la expresión de los reconocidos artistas británicos Gilbert & George acerca de que la historia del arte universal había sido escrita sobre una chequera, algo para pensar.

La otra cara de la moneda es la perspectiva del artista, quien anhela que algunas de sus obras integren colecciones donde sus piezas sean catalogadas en excelentes libros y las exposiciones organizadas por los dueños les garanticen una promoción sostenida de nivel internacional. Rizo sitúa una afirmación cardinal al comienzo del libro: los artistas son el centro, el núcleo duro de este panorama. Tiene toda la razón. No se debe olvidar en este punto que grandes pensadores se han cuestionado incluso la existencia del arte, pero nunca la de los artistas. Ellos son el soporte de esa infraestructura, y Rizo lo deja muy claro.

El libro está escrito desde una prosa precisa, elegante y muy eficaz. Esto es determinante. Rizo se planteó escribir un libro lleno de análisis sugerentes, preguntas incómodas y afirmaciones audaces, y lo ha logrado. Nunca pretendió, más bien se alejó de ello, elaborar un informe o algo similar. En consecuencia, el lenguaje empleado facilita mucho la labor del lector. Desde la «Nota de autor», la prosa de Rizo se convierte en un inteligente vehículo de despliegue de sus ideas, reforzado por la elegancia en el decir.

A su vez, la estructura capitular es muy adecuada para seguir el ritmo de las ideas de Rizo sobre el mercado del arte en Cuba. Ha sido bien pensada. Se aprecia, además, cómo el entrenamiento del autor en la plataforma digital creada por él, Thecubanartobserver, espacio para el análisis de exposiciones, subastas y precios del mercadeo del arte insular, lo preparó para el instante de gestar un libro como este. Desde hace nueve años, comenzó el espacio en 2017, Rizo conduce sus ediciones y, aun estando en Madrid, donde realiza estudios, ha mantenido una ligazón estrecha con el devenir de nuestro arte y sus peripecias expositivas y comerciales, lo que se traduce en crónicas y artículos muy interesantes e informados. Thecubanartobserver es un esfuerzo muy meritorio.

Una apostilla: cuando se habla sobre el mercado se debe estar consciente de que se trata de una materia esquiva y de difícil seguimiento. Es un tema complejo de aprehender. No se debe olvidar, pues, cómo se consolidó el mercado de arte internacional. Fue una operación acerca de algo sin cabeza, como es el mercado, pero el capital norteamericano supo ingeniárselas. En el siglo XX se produjo el desplazamiento del epicentro internacional del arte de París a Nueva York, en el período de posguerra, hablo de promoción, grandes eventos y ferias, y esto fue posible gracias al reacomodo de los mercados accionarios. Como es sabido, la Gran Manzana capitalizó todo el proceso. Desde 1939, poco

antes de iniciarse la Segunda Guerra Mundial, se produjo la inauguración de numerosos grandes museos norteamericanos, el MoMA de Nueva York en 1939, el Guggenheim, también neoyorquino, en 1959, y en 1956 el North Carolina Museum, entre otros, lo que coincidió con enormes compras de arte por bancos y entidades dependientes de estos. Visto a la distancia, se puede apreciar una estrategia comercial bien elaborada. Coincidían, pues, en espacio y tiempo los centros del mercado mundial, la política y el más reducido, pero no menos pujante, mercado del arte.

A partir de ahí, este mercado especulativo y no regulado recibió un impulso decisivo. Es decir, se trata de una criatura que se potenció de la hibridación del comercio con los bancos y con la geopolítica. Pero, en sentido general, es un fenómeno que pudiera considerarse inatrapable, de ahí que sea doblemente meritorio el desempeño de Rizo.

El autor convierte en lectura atractiva y hasta fascinante una materia aburrida per se. Este es otro mérito indiscutible de su texto. El recorrido que hace por normativas institucionales cubanas, decretos del gobierno de los Estados Unidos en su permanente acoso a Cuba, y otros documentos necesarios para entender bien esta historia, hace del libro un vademécum de un contencioso externo e interno, pues dentro del territorio nacional ha existido también una guerra soterrada (a veces no tan soterrada), contra las expresiones mercantiles del arte.

El autor parece advertir que en el mundo del arte se cruzan dos libertades o albedríos: el del artista y su amplitud y herejías totales, y el del comprador o coleccionista en su búsqueda de riquezas o de armar un tesauro cultural. Si la creación artística se concibe como el non plus ultra de la libertad, el comprador o marchante experimenta, a su vez, el tipo de expansión espiritual que el límite de sus finanzas le permite.

El tratamiento que da el autor a Subasta Habana, la acción institucional más importante del primer lustro del siglo, lo considero objetivo y demuestra conocimiento de causa. Quien escribe estas líneas fue el padre intelectual y gestor de las dos primeras subastas, es decir, de ese proyecto llevado a término. Recuerdo muy bien las dificultades burocráticas que hubo que vencer y la forma inesperada y súbita en que recibió la aprobación del gobierno, algo que merece ser contado alguna vez. Subasta Habana vio la luz con primeras ediciones muy exitosas; después fue perdiendo fuerza y finalmente la burocracia cultural y económica terminó con ella. Pero mientras existió cumplió un papel cardinal en las

acciones de las instituciones culturales por alentar el mercado y hacer visibles a muchos artistas. Se hizo con mucho amor y profesionalidad, y los creadores agradecieron la iniciativa.

En este recuento aparecen los actores involucrados en el tema: artistas, coleccionistas, instituciones, mediadores de todo tipo. Aparecen incluso con sus nombres los más relevantes. Pedro Edgar no se ha dejado prácticamente ningún asunto en el tintero.

Rizo analiza el devenir de todo este ecosistema con amplitud de miras. Ve con lucidez que en el mercado se produce un conjunto de mediaciones que es determinante a la hora de juzgar lo que acontece en su desarrollo. Como dice en su «Nota de autor», al llamar al mercado «el lugar donde han ocurrido demasiadas cosas a la vez», el libro describe y analiza los eventos, entuertos, hitos y todo cuanto puede interesar del mercado de arte insular. En ningún momento Rizo baja el rigor en el nivel de sus análisis; siempre se mantiene atento a las complejidades de su tema y a las propias del contexto político y social de Cuba. Una cronología, la participación cubana en ferias y exposiciones, una relación de cien artistas cubanos con altos resultados bajo el martillo en subastas internacionales y una bibliografía cierran, como útiles anexos, el cuerpo del libro.

Este es un texto que tendrá una recepción importante en el panorama editorial sobre el arte cubano. No me queda más que felicitar a su autor por el esfuerzo intelectual e investigativo desplegado. Se trata de un análisis serio y profundo, documentado y veraz. Enhorabuena.

Rafael Acosta de Arriba,
La Habana, a marzo de 2026.

Nota del autor[2]

Durante bastante tiempo quise escribir este libro sin usar demasiado la palabra «mercado». No por pudor intelectual, sino por fatiga. En Cuba, esa palabra suele llegar antes que la conversación y, a menudo, la arruina. Apenas aparece, convoca una serie de reflejos conocidos: para unos, el mercado nombra una contaminación; para otros, una promesa de libertad largamente aplazada. Entre esas dos simplificaciones se pierde casi siempre lo más fértil, que es lo que la palabra deja ver cuando se la examina sin miedo y también sin fe automática.

Este libro nace de esa incomodidad. Nace, además, de haber escuchado durante años las mismas frases repetidas desde lugares distintos y con intenciones opuestas: que en Cuba no hay mercado; que sí lo hay, pero no se puede decir; que el arte se vende demasiado; que todavía no se vende lo suficiente; que el dinero corrompe; que el dinero salva. Ninguna de esas fórmulas basta por sí sola. Cuando una palabra concentra tantas ansiedades, tantas coartadas y tantas medias verdades, quizá lo único serio que puede hacerse con ella sea detenerse.

Una pieza como «*Vaso de agua medio lleno*» (2006), de Wilfredo Prieto, resulta menos una provocación aislada que una imagen especialmente fértil para pensar el problema que recorre estas páginas. En ARCOmadrid 2015, exhibida en el stand de Nogueras Blanchard, la obra —un vaso de agua medio lleno colocado sobre una pequeña balda— se ofreció a la venta por 20.000 euros y se convirtió de inmediato

2 Este libro se deriva de la tesis de investigación presentada por el autor en opción al grado de Doctor en Ciencias sobre Arte en el programa de Doctorado de la Universidad de las Artes de Cuba (ISA).

en una de las piezas más comentadas de la feria. Reactivó la vieja discusión sobre qué puede ser una obra de arte, y al mismo tiempo condensó con especial nitidez la forma en que el mercado mira y hace mirar al arte cubano. No lo oculta, pero tampoco lo devuelve intacto. Lo refracta, lo amplifica, lo selecciona, lo vuelve expectativa, cifra, promesa y controversia. En esa operación conviven dos impulsos inseparables. Por un lado, el optimismo persistente de coleccionistas, galerías y artistas que han visto en la escena cubana una reserva de intensidad simbólica y de proyección internacional todavía no agotada. Por otro, la sospecha de que toda visibilidad producida por el mercado arrastra un efecto de distorsión, porque no muestra lo que una obra es, sino también lo que otros desean encontrar en ella. Esa ambivalencia, entre revelación y deformación, entre apertura y filtro, está en el centro del libro.

No me interesaba escribir estas páginas ni contra el mercado ni a favor de él. Tampoco quería tratarlo como un episodio exterior a la historia del arte cubano, como si hubiera irrumpido tardíamente para perturbar una pureza anterior. Esa imagen, tan cómoda, dice poco. En el caso cubano, el mercado es el lugar donde han ocurrido demasiadas cosas a la vez, y ha adoptado formas cambiantes según la época: circuito visible y práctica desplazada, promesa y amenaza, necesidad material y objeto de sospecha, técnica de circulación y zona de silencio. A veces operó de manera abierta; otras, en voz baja, bajo mediaciones indirectas o nombres sustitutivos. Pero rara vez dejó de producir efectos.

De ahí parte la hipótesis que sostiene este libro. El arte cubano no puede comprenderse del todo si se lo separa de las condiciones concretas en las que ha debido circular, legitimarse, venderse, exportarse, desplazarse o, simplemente, sostenerse. Eso no equivale a reducir la historia del arte a una historia de precios. Equivale, más bien, a reconocer que junto a las obras actúan otras dimensiones que también organizan sentido: las instituciones, las galerías, el coleccionismo, la política cultural, la precariedad material, las aduanas, las regulaciones, los archivos, las subastas, las ferias, los estudios, las pantallas y las diversas formas de mediación que han hecho posible, o han limitado, la circulación de los artistas.

Tampoco me interesaba una narración ejemplar. Este libro no cuenta una marcha ordenada desde la carencia hasta la consolidación. No propone una épica de liberación comercial ni una denuncia totalizante de la mercantilización. Lo que aparece aquí es algo más inestable y,

acaso por eso mismo, más fiel a la experiencia cubana: una secuencia de avances parciales, retrocesos, reajustes, entusiasmos sobredimensionados, mediaciones extranjeras, intentos institucionales, dispositivos improvisados y zonas grises. Una historia incompleta. No como defecto accidental, sino como forma misma del proceso.

Hay además un motivo más personal, aunque conviene formularlo sin solemnidad. Durante años he tenido la impresión de que buena parte de la conversación sobre arte cubano se ha contado desde registros parciales: la épica cultural, la nostalgia política, el dato de subasta, la crítica de exposición, el testimonio del artista, el entusiasmo del coleccionista, la lógica institucional o la sospecha moral. Todas esas perspectivas contienen verdades propias. Ninguna, por sí sola, alcanza. Este libro intenta moverse entre ellas, escuchar sus contradicciones y observar qué imagen aparece cuando, en lugar de elegir una versión única, se deja actuar la fricción entre materiales heterogéneos.

Lo que sigue, por tanto, no es una definición cerrada del mercado ni una explicación autosuficiente del arte cubano. Es un recorrido. Una manera de acercarse a una historia en la que importan las obras, desde luego, pero también los trayectos, los permisos, los silencios, los precios, las mediaciones y los desplazamientos. Si este libro insiste en el mercado, no es porque crea que el mercado lo explica todo. Es porque, en el caso cubano, toca demasiadas cosas como para seguir tratándolo como una nota secundaria.

Introducción

Este libro parte de una trayectoria irregular. El arte cubano ha logrado insertarse en galerías, colecciones, museos, ferias y subastas internacionales con una eficacia que, durante largos períodos, no tuvo correspondencia en un mercado interno igualmente articulado. La visibilidad exterior y la fragilidad estructural doméstica no son fenómenos opuestos. Son aspectos de la misma historia. Por eso ese recorrido no se puede contar como evolución lineal, ni como la aparición tardía de una esfera comercial allí donde antes solo habría existido pureza estética o tutela estatal. Lo que aparece es una formación irregular hecha de avances truncos, interrupciones, desplazamientos de escala, reacomodos ideológicos e improvisaciones prácticas.

Antes de 1959 hubo en Cuba galerías, coleccionistas, encargos, patrocinios privados, ventas a diplomáticos y una trama de promoción comercial que, aunque limitada, permite hablar de un campo de circulación más activo de lo que a veces se supone. No un mercado robusto, pero tampoco un vacío. Con el triunfo revolucionario, ese tejido fue desarticulado, absorbido o relegado por un nuevo orden de legitimación: el Estado pasó a organizar la producción, la exhibición y la circulación del arte. Durante décadas el mercado quedó reducido a zona sospechosa, secundaria o silenciada, aunque persistiera bajo formas discretas o desplazadas. A partir de los años noventa, la crisis económica transformó lo que había sido un dilema ideológico en un problema material ineludible. Desde entonces el mercado dejó de ser anomalía o concesión pragmática y pasó a ser dimensión constitutiva del campo artístico cubano.

Esa trayectoria no se puede contar únicamente como historia de precios. Exige atender a los mediadores que la articularon y a los desequilibrios que la atravesaron. Las instituciones culturales cubanas intentaron arbitrar ese terreno con resultados desiguales. A veces actuaron como mediadoras, a veces como freno, a veces como legitimadoras tardías de procesos que artistas, coleccionistas o galeristas ya impulsaban por vías informales o transnacionales. El mercado del arte cubano nunca fue solo oferta y demanda. Fue política cultural, administración del prestigio, soberanía simbólica, acceso desigual a la divisa, pedagogía institucional y negociación constante entre promoción y comercialización.

Este libro atiende a las instituciones y también a sus fisuras. No sigue solo los grandes nombres ni los récords de Sotheby's o Christie's. Le interesa cómo distintos dispositivos fueron sedimentando una cultura de mercado: las primeras galerías comerciales de la República, el giro radical posterior a 1959, la ambivalencia institucional de las décadas de tutelaje socialista, el Período Especial, el estudio-taller convertido en infraestructura de venta, la presión de la divisa, el crecimiento del coleccionismo extranjero, las subastas como instancia pública de validación, Génesis y Subasta Habana como laboratorios institucionales, la expansión de las ferias, la consolidación parcial de espacios privados o semiprivados, la autogestión promocional de los artistas, la economía digital, los NFT y la articulación reciente entre plataforma, red, coleccionista y visibilidad.

Ese desplazamiento del foco exige una decisión de método. Este libro no es una tesis en sentido estricto ni un inventario exhaustivo de ventas. Se apoya en bibliografía especializada, documentos, catálogos, entrevistas, prensa, archivos y registros públicos de subastas, pero su intención es más amplia. Aspira a reconstruir una historia legible del mercado del arte cubano como problema cultural. Por eso concede tanto peso a las ideas como a los episodios. Importa la compra de obras cubanas por Peter Ludwig a inicios de los noventa, no solo por sus efectos comerciales, sino por las consecuencias imaginarias que produjo dentro y fuera de la isla. Importan figuras como Nina Menocal, Ramis Barquet, Alex Rosenberg o Sandra Levinson como nodos de acumulación, traducción y mediación internacional. Importa Subasta Habana como ensayo institucional para producir precios públicos, autenticidad, expediente documental y memoria de mercado desde La Habana. Im-

portan, en años recientes, las galerías no reconocidas del todo por la ley, los showrooms, las redes sociales, las plataformas de Non-Fungible Token (NFT) y los nuevos coleccionistas, porque redibujaron el campo sin llegar a estabilizarlo.

Los capítulos siguen un orden cronológico, aunque no estrictamente lineal. El primero fija el problema conceptual. Los siguientes recorren las primeras formas de comercialización en la República, el reordenamiento posterior a 1959, la larga subordinación de la circulación mercantil a un modelo estatal, el giro de los noventa y el mercado híbrido, la centralidad creciente de subastas y coleccionismo internacional en los años 2000, la profesionalización parcial y el debate boom-burbuja en la década de 2010, la expansión de ferias, plataformas y economías digitales, y finalmente el período 2021-2026, donde el mercado aparece ya no solo como sistema de compraventa, sino como dispositivo de acceso, visibilidad y posibilidad.

Hay una convicción que atraviesa el recorrido. La historia del mercado del arte cubano no se escribe solo con récords, instituciones y políticas. También es historia de adaptaciones. De los artistas, a nuevas reglas de circulación. De las instituciones, a lógicas que durante mucho tiempo no quisieron reconocer abiertamente. Del coleccionismo, a un país donde el capital simbólico y la precariedad material convivieron con particular intensidad. Del lenguaje crítico, a un campo donde el precio empezó a disputar espacio al prestigio y donde la visibilidad pública terminó dependiendo tanto de la obra como de su capacidad de insertarse en tramas de exhibición, compra y relato.

No se trata, entonces, de escribir la historia de un mercado ya dado. Se trata de seguir el rastro de su formación incompleta, sus desplazamientos y sus formas de aparecer. De atender a sus zonas visibles y a sus zonas opacas. De entender por qué, en el caso cubano, el mercado es siempre un poco más y un poco menos que un mercado.

1. *Antes del precio.* Qué significa «mercado» en el arte cubano

Antes de hablar de galerías, subastas, coleccionistas, ferias o crisis, conviene detenerse en una palabra que parece obvia y no lo es: mercado. Qué significa cuando se aplica al arte. Qué deja ver. Qué oculta. Y por qué, en el caso cubano, no puede usarse ni con ingenuidad ni con miedo.

La pregunta del precio

La escena es mínima y, sin embargo, contiene casi todo el problema. Un visitante entra en un estudio. Recorre con la vista varias obras apoyadas en el suelo, otras ya montadas, algunas todavía sin barniz, otras aún abiertas al cambio. Hace preguntas previsibles sobre la técnica, el tamaño, el tiempo de ejecución o el tema, y escucha una explicación breve.

Luego llega un silencio corto, casi siempre cortés, y aparece la frase que desplaza la conversación hacia otro terreno. No cambia necesariamente el tono. A veces la voz sigue siendo suave, casi íntima. Pero sí cambia la naturaleza de lo que está ocurriendo: «¿Cuánto cuesta?».

En casi cualquier parte del mundo esa pregunta activa una maquinaria reconocible. Intervienen el presupuesto del comprador, la reputación del artista, la comparación con otras piezas, la lógica de la

primera venta o de la reventa, el soporte, la rareza, la firma, la procedencia, la coyuntura. En Cuba, esa misma pregunta obliga a abrir otro expediente, menos visible y más espeso. No se pregunta solo cuánto vale la obra. Se pregunta al mismo tiempo qué tipo de operación está ocurriendo, bajo qué reglas, en qué moneda, con qué papeles, con qué permisos, con qué mediación, con qué garantías. Y, más al fondo, se activa una duda que acompaña buena parte de la historia del arte cubano contemporáneo: si aquello que está ocurriendo puede llamarse realmente mercado.

Este capítulo parte de esa escena porque permite fijar desde el comienzo una posición de lectura. La palabra «mercado» no se usa aquí como insulto ni como consigna. Tampoco como equivalente automático de capitalismo, ni como prueba de decadencia, ni como sinónimo de profesionalización exitosa. Se usa con rigor, como herramienta descriptiva. Una palabra que permite seguir la organización del valor, observar quién convierte prestigio en precio y registrar las fricciones concretas -moneda, pagos, exportación, documentación, transporte, permisos, legitimación- que hacen que una venta sea, en ciertos contextos, una operación sencilla y, en otros, una experiencia llena de vacíos, mediaciones y riesgos.

Antes de responder históricamente esa pregunta, conviene precisar qué se entiende por mercado en estas páginas.

Mercado: ¿una red de mediaciones?

Nombrar el mercado con precisión obliga a desarmar dos reflejos comunes. El primero lo reduce a un simple acto de compraventa. El segundo lo trata como fuerza exterior que llega al arte desde fuera y lo contamina. Ninguna de las dos imágenes basta. En el arte, vender no es el comienzo de la historia. Es apenas su momento más visible.

Antes de que una obra pueda valer en sentido económico, suele haber atravesado procesos de visibilidad, contraste y legitimación. Exposiciones, crítica, premios, inclusión en colecciones, circulación en espacios profesionales, apariciones en ferias, catálogos, referencias curatoriales, inserción en relatos generacionales. El mercado del arte no empieza cuando alguien paga. Empieza mucho antes, en el momento en que una obra deja de ser solo producción material y se convierte en objeto cuya existencia ha sido confirmada por algún circuito de valor.

Esa confirmación no es una esencia ni un don natural. Es una construcción. De ahí la primera idea fuerte de este capítulo: el mercado del arte funciona menos como un lugar físico que como un sistema de mediaciones. La obra no salta directamente del estudio al valor. Entre ambas cosas se despliega un conjunto de operaciones que hacen posible, sostienen o complican esa traducción: galerías, instituciones, críticos, curadores, ferias, subastas, intermediarios, coleccionistas, catálogos, certificados, archivos, relatos de procedencia. El precio, cuando aparece, resume algo de esa cadena. No la sustituye. Por eso no debería leerse nunca como un dato desnudo. Siempre es la condensación visible de una historia previa.

En el mercado internacional suele distinguirse entre mercado primario y mercado secundario. La diferencia es conocida, pero conviene no despacharla rápido. El mercado primario corresponde a la primera salida de la obra hacia la venta, a través del artista o de la galería que lo representa. Allí todavía se construye carrera. Los precios son más vulnerables, dependen del contexto de promoción, de la relación con el galerista, de la percepción de oportunidad y del relato de crecimiento. El mercado secundario se refiere a la reventa y tiene en las casas de subastas su escena más visible. Allí el precio comparece ya como memoria pública, como dato verificable, como antecedente que puede citarse, compararse y utilizarse en negociaciones posteriores.

En el arte, el precio nunca aparece solo. Comparece al final de una cadena de legitimaciones, documentos y mediaciones.

Entre el mercado en Cuba y el mercado para el arte cubano

La distinción entre mercado primario y secundario importa mucho para el caso cubano, porque buena parte de las tensiones de este libro giran alrededor de esa relación. En contextos donde el mercado interno es sólido, ambos se retroalimentan con relativa fluidez. En Cuba, esa relación ha sido desigual, frágil o abiertamente desbalanceada. El primario se sostiene con dificultad dentro de la isla. El secundario encuentra más visibilidad, más señalización y más autoridad cuando se produce fuera, en subastas, galerías o ferias internacionales. La obra cubana puede comenzar su vida económica en un estudio habanero y terminar confirmando su peso simbólico y su rango de precios en Nueva York, Madrid, París o Miami.

Orlando Justo formuló con precisión esa estructura[3]. En su lectura, más que de un mercado del arte en Cuba conviene hablar de un mercado para el arte cubano, porque los mecanismos decisivos de circulación, valorización y demanda han operado históricamente fuera de la isla, en relación con agentes, compradores y circuitos externos. La observación nombra una estructura histórica persistente. Las obras de artistas cubanos han circulado en espacios internacionales con frecuencia creciente y han atraído marchantes, galeristas, curadores y compradores extranjeros, sobre todo desde los años ochenta y con más intensidad desde los noventa. Dentro del país, en cambio, la formación de un mercado consistente ha tropezado con obstáculos duraderos: tradición débil de coleccionismo interno, estructura institucional oscilante, marcos regulatorios ambiguos, limitaciones de infraestructura, desigualdad monetaria y fuerte dependencia de mediadores externos. El arte cubano se proyectó hacia el mercado internacional con más rapidez y eficacia de la que tuvo el país para organizar, desde dentro, un sistema estable de circulación.

Ese desajuste remite a una cuestión más profunda: la confianza. Ningún mercado del arte funciona sin una economía de la confianza. Y en el arte esa confianza rara vez se apoya en la belleza o en el gusto. Descansa sobre tres verificaciones decisivas: autoría, procedencia y trazabilidad. Saber quién hizo la obra, quién la tuvo, por dónde circuló, bajo qué condiciones salió de un país, cómo se documentó, si existe o no un historial de exhibición o de venta. Estas preguntas, que pueden parecer técnicas, determinan en la práctica la posibilidad de revender una pieza, asegurarla, prestarla a una exposición o incluirla en una colección institucional seria.

La insistencia contemporánea en procedencia y trazabilidad no es moda administrativa. Es respuesta a riesgos concretos: falsificación, saqueo, tráfico ilícito, exportaciones dudosas, historias incompletas de circulación. Y justamente porque el mercado del arte trabaja sobre confianza, cualquier fisura en la cadena documental afecta directamente al

3 Orlando Justo, economista y profesor, ha formulado una distinción especialmente útil para este libro: la diferencia entre hablar de un mercado del arte en Cuba y hablar, más precisamente, de un mercado para el arte cubano. En su ensayo, sostiene que buena parte de los mecanismos de circulación, valorización y demanda de ese arte se han articulado históricamente fuera de la isla, en relación con agentes, compradores y circuitos externos. Véase Orlando Justo, «Art Market in Cuba or Market for Cuban Art? Topics for a Debate», en *Cuba in Transition*, vol. 29 (Association for the Study of the Cuban Economy, 2019), 151-155.

valor. Una obra con autoría segura, buena procedencia y archivo consistente no vale solo por lo que muestra. Vale también por la estabilidad del relato que la acompaña.

Conviene fijar una caja de herramientas para el resto del libro. No como lista cerrada, sino como tablero de lectura.

La primera dimensión son los actores. No solo el artista, que ocupa el centro visible del relato, sino las instituciones culturales, las galerías, los marchantes, los intermediarios, los coleccionistas y una serie de técnicos del valor cuya presencia suele permanecer en segundo plano: restauradores, peritos, registradores, aseguradores, transportistas especializados, agentes aduanales, expertos en procedencia. Cuando una obra circula en serio, todos ellos intervienen de una forma u otra.

La segunda dimensión son los circuitos de circulación. Dónde ocurre la primera venta. Dónde se produce la reventa. Qué distancia existe entre ambos espacios. Si se alimentan mutuamente o aparecen desconectados. Una obra puede adquirir alto prestigio crítico en un país y no lograr todavía estabilidad mercantil en otro. Puede venderse con rapidez en el taller y seguir siendo irrelevante para el mercado secundario. O puede ocurrir lo contrario: una trayectoria débil en el entorno local puede revalorizarse con fuerza una vez que entra en una subasta internacional o en una colección muy visible.

La tercera dimensión son las reglas. Moneda, formas de pago, contratos, exportación, importación, certificaciones, seguros, permisos, costos de traslado, impuestos, controles patrimoniales. En mercados robustos, estas reglas parecen infraestructura silenciosa. En mercados inestables, se vuelven protagonistas. Una venta puede no fracasar por falta de comprador ni por falta de calidad, sino por un problema bancario, por la imposibilidad de exportar, por un certificado incompleto o por la incertidumbre sobre la legalidad de la operación.

La cuarta dimensión son las señales de legitimación. Museos, bienales, colecciones públicas, presencia en galerías prestigiosas, inclusión en ferias, resultados en subastas, premios, textos críticos, visibilidad en circuitos curatoriales. Estas señales no son accesorios del mercado. Forman parte de él. Ayudan a transformar la obra en algo más que mercancía disponible. Le dan contexto, la vuelven comparable, la insertan en una escala de reconocimiento. En el caso cubano, muchas de esas señales han pesado históricamente más fuera que dentro del país, lo que reordena de manera decisiva el mapa del valor.