

# Spis treści

- 3      Wstęp
- 4      Katarzyna Roj  
Kultura Regeneracji
- 10     Marianna Dobkowska, Magdalena Komornicka  
Opowiedz mi, nad czym teraz pracujesz\*
- 17     Kuba Szreder  
Od niezależności do współzależności
- 22     Łukasz Gorczyca  
Moja sztuka na sprzedaż
- 30     Anna Baca  
Podstawowe zagadnienia podatkowo-księgowe  
związane z prowadzeniem działalności artystycznej

# Wstęp

Za nami szósta edycja projektu edukacyjnego Artysta – Zawodowiec. Jak co roku w jego ramach odbył się cykl wykładów i konsultacji portfolio, który pomaga twórczyniom i twórcom odnaleźć się w świecie sztuki współczesnej. Program został skonstruowany tak, by z jednej strony przekazać praktyczną wiedzę dotyczącą sprzedaży czy podatków, z drugiej zapoznać z teorią o tym, jak ten świat funkcjonuje i jakie rządzą nim mechanizmy, a wreszcie z trzeciej – ofiarować garść inspiracji i wsparcia. Szczególnie na tym ostatnim aspekcie zależało nam w tych trudnych czasach, potrzebujemy bowiem empatii, wzajemnej troski oraz budowania relacji także w procesie profesjonalizacji działalności artystycznej.

Poniższe teksty stanowią podsumowanie i uzupełnienie spotkań A – Z, które odbyły się online w marcu i kwietniu 2022 roku. Ich autorami są osoby prowadzące zajęcia: Katarzyna Roj, Marianna Dobkowska, Magdalena Komornicka, Kuba Szreder, Łukasz Gorczyca i Anna Baca.

Zachęcamy do obejrzenia nagrań z tej i poprzednich edycji, a także do zapoznania się z materiałami, które powstały wcześniej. Wszystko dostępne jest na naszej [stronie](#).

Dziękujemy za udział w projekcie i życzymy miłej lektury!

Zespół Fundacji Sztuki Polskiej ING

## Fundacja

Fundacja Sztuki Polskiej ING rozpoczęła działalność w 2000 roku. Została założona przez spółki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej ING Banku Śląskiego. Jej głównym celem jest wspieranie rozwoju polskiej sztuki współczesnej. Fundacja organizuje wystawy, wydaje książki oraz prowadzi działania edukacyjne, lecz przede wszystkim buduje własną kolekcję polskiej sztuki współczesnej, składającą się z prac powstałych w Polsce po 1990 roku. Obecnie liczy ona ponad 250 obiektów.

www: [ingart.pl](http://ingart.pl)

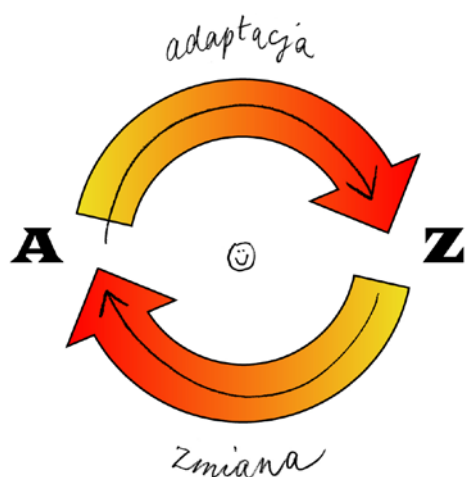
Facebook: [facebook.com/fsping](https://facebook.com/fsping)

Instagram: [@ingpolishartfoundation](https://instagram.com/ingpolishartfoundation)

Katarzyna Roj

## Kultura Regeneracji

A – Z to skrótowiec, pozostałość po dawnym tytule cyklu, brzmiącym męskocentrycznie „Artysta – Zawodowiec”. Zmieniłyśmy jego zakres z innymi prowadzącymi, podając własne słowa-azymuty, rozpoczynające się od pierwszej i ostatniej litery alfabetu łacińskiego. Ten prosty gest, wywołany przez organizatorki, stworzył miejsce na nowe perspektywy, ale nie tylko. Podkreślił trwającą już od dawna zmianę języka. Przez długi czas do określania zjawisk ogólnych używano rodzaju męskiego, niemal wszędzie, również w środowiskach twórczych. Dziś odczuwamy, szczególnie tu, w naszym polu sztuki, wyraźną zmianę w komunikacji. I nie ogranicza się ona do stosowania feminiatywów. Chcemy rozwijać język w takim kierunku, by obejmował jak najszersze spektrum różnorodnych form życia oraz ich manifestacji i współzależności. Chcemy językowej różnorodności.



Z potrzebą wypracowania nowego języka łączą się wybrane przeze mnie dwa słowa: „adaptacja” i „zmiana”. Nie są to pojęcia przeciwstawne, lecz nawzajem się warunkujące. W najprostszy sposób przedstawiła to Maja Demska w ilustracji towarzyszącej wykładowi. Adaptacja powodowana jest przez zmianę i wytwarza kolejną zmianę. Wymaga to szybkiej reakcji języka. Musimy nim opisać niekończące się procesy obejmujące wszystkie organizmy, również świat postrzegany przez nas dotąd jako nieożywiony. W ostatnich latach zaczęłyśmy posługiwać się zupełnie nową dla nas, pogłębioną perspektywą w spojrzeniu na czas oraz na przestrzeń wokół nas, tak różnorodną, choćby biologicznie czy geologicznie. Często słyszę, że brakuje języka, by wyrazić tę złożoność świata, że przyjęcie nowej perspektywy nie jest łatwe i od wielu wymaga ogromnej pracy wyobraźni. Zajmijmy się więc jej pobudzaniem i rozwijaniem. My, środowiska twórcze, zorientowane na troskę, solidarność i regenerację.

Jak? Tak, jak już to się dzieje.

Być może znacie Kulturę Regeneracji jako jedną z wartości wyznawanych w **Extinction Rebellion**<sup>1</sup>. Ten międzynarodowy ruch wykorzystuje akcje masowego obywatelskiego nieposłuszeństwa, by wpływać na rządy opieszale w zapobieganiu antropogenicznej zmianie klimatu, utracie bioróżnorodności czy wymieraniu gatunków. Ich zdaniem celem Kultury Regeneracji jest stworzenie zdrowej, wytrzymałej kultury, odpowiadającej na bieżące potrzeby. Rozumiem ją podobnie, choć doszłam do tego krętą ścieżką, w następstwie wielu zawodowych doświadczeń. Dla mnie Kultura Regeneracji jest narzędziem, ale też kulturą samą w sobie, ukierunkowaną na wspólnoty, praktykowaną różnorodnie, wypowiadającą się we własnym imieniu lub tworzącą sojusze ze środowiskami niemającymi reprezentacji. Kulturą reagującą na wyzwania, warunkującą pozytywnie, wzmacniającą.

Pojawiła się w mojej praktyce zawodowej jako credo towarzyszące Żyjni, przestrzeni społecznej i edukacyjnej galerii Dizajn BWA Wrocław. Do jej powstania doprowadziły rozmaite eksperymenty. Żyjnia, w skrócie, to komnata, w której odpoczywają ludzie, delikatnie stymulowani przez jej sensory, zapach oraz dźwięk, czasem dotyk. Sensory te zmieniają się w czasie i reagują na treści prezentowane w ramach wystaw, które odbywają się w galerii, oddzielonej od Żyjni półprzezroczystą kotarą.

Pomysł zrodził się z inspiracji tradycją sanatoryjną na Dolnym Śląsku, w jej szczególnym przejawie – pijalni wody. Pamiętam je z dzieciństwa jako otwarte miejsca zbliżone charakterem do świątyni, której sercem jest woda pobierana z głębin, nalewana do sanatoryjnych naczyń z dziubkiem, zwanych pijałkami. Przychodziło się tu po wodę i ogólnie, po chwilę oddechu. Czasem w pijalniach organizowano kameralne koncerty lub wykłady. I w Żyjni podobnie, odbywają się spotkania w niezobowiązującej atmosferze, w której osoba prowadząca i publiczność pozostają w bezpośredniej relacji. Czasem dodawany jest jakiś rekwizyt, powiązany z programem galerii i podkreślający ogólny charakter miejsca.

Żyjnia wspiera osoby w najprostszycyich potrzebach: odpoczynku, nawodnienia organizmu, bezpieczeństwa, odcięcia się od codziennych bodźców. Jest otwarta na wszelkie performatywne i odjechane współpracy artystyczne, zorientowane na szeroko pojęte praktyki adaptacyjne. To oczywiście modelowa sytuacja, modyfikowana przez wiele zmian, które zaistniały w naszej przestrzeni publicznej od otwarcia miejsca w 2019 roku. W kranach tego dziwnego sanatorium nie płyną pradowe źródła, lecz woda miejska, pobrana i oczyszczona lokalnie z rzeki Oławy. Celebруемy tu zatem nie tylko fizyczny i chemiczny skład wody pitnej, lecz sam fakt jej dostępności. Jest to wciąż nasz geograficzny przywilej, który zaczynamy dopiero dostrzegać. Nasycenie

<sup>1</sup> <https://rebellion.global/pl/about-us/>

organizmu wodą wspiera procesy regeneracyjne. Uspokojenie oddechu i jego chwilowa kontrola pobudzają naszą uwagę. To najprostsze praktyki, o których większość z nas i tak zapomina w ciągu dnia. Woda i spokojny oddech. Są nam niezbędne do zachowania względnej równowagi oraz budowania odporności na kryzysy.

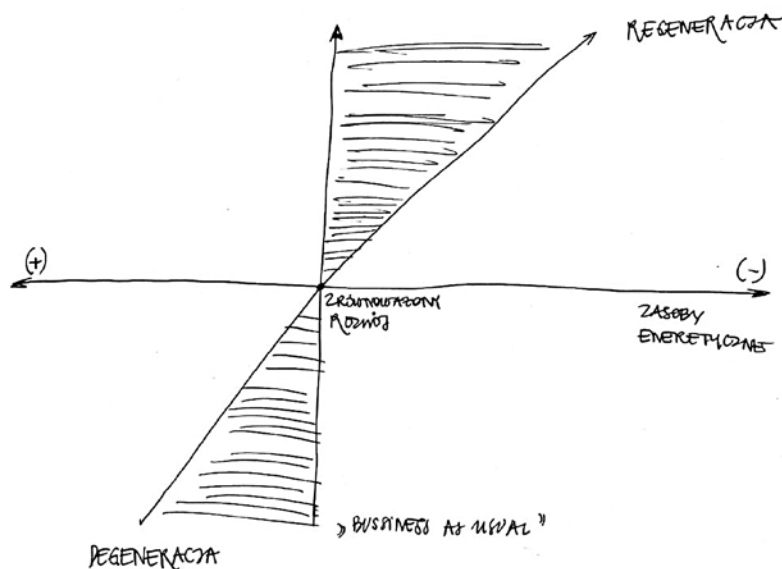
Trudno dziś zachować równowagę i nie czuć z tego powodu wyrzutów sumienia. Często mierzę się z pytaniem, czy młoda artystka może wypoczywać. Każda osoba powinna odpoczywać i w ten sposób korzystać z prawa, które obejmuje wszystkich. Tak jednak nie jest. Inaczej odpoczywa osoba, która doznała wojennej traumy, inaczej ta, która doświadcza braku materialnej lub emocjonalnej stabilizacji, inaczej osoba społecznie wykluczona, inaczej aktywistyczna, pracująca opiekuńczo lub obciążona fizycznie. Każda z nich jednak potrzebuje wytchnienia. Jest to bardzo proste i jednocześnie polityczne, bo wypoczynek nie jest dobrem rozłożonym wśród ludzi równomiernie. Łatwo ulega też utowarowieniu. A przecież polega na prostych czynnościach, takich jak na przykład leżenie. Anka Herbut w swoich tekstach, również w [rozmowie z Rafałem Pierzyńskim](#)<sup>2</sup>, wskazuje na polityczną wartość niepozornego aktu położenia się w przestrzeni publicznej, nazywając go w swoim podkasku [Kto nie skacze](#)<sup>3</sup> „subwersywnym aktem horyzontalności”. Jest wyłomem, wyrazem niezgody, niechęci dopasowywania się do dyscyplinujących norm, próbą wprowadzenia innej perspektywy w miejskim doświadczeniu, manifestacją potrzeb, których nie można zaspokoić praktykami konsumenckimi. Wypoczynek może być również formą oporu. Dlatego w ramach naszej Kultury Regeneracji wspieramy najczęściej te aktywności artystyczne, które wyrównują dostęp do regeneracji lub proponują jej udaną kolektywizację. Robimy to razem z twórcami i twórczyniami rozumiejącymi te potrzeby, dla których tworzą one ważny kontekst, artystyczny i projektowy.

Regeneracja to również słowo-klucz, powiązanie z zagadnieniami takimi jak nowe rolnictwo czy też postwzrost. Wykorzystywane jest ono w dyscyplinach projektowych do zarysowania horyzontu działań, dużo ambitniejszych niż idea zrównoważonego rozwoju. Na diagramie wzorowanym na rysunku Billa Reeda z Regenesys Group widzimy, że idea ta znajduje się w punkcie zero, na granicy „business as usual”. Oznacza dokładnie tyle, co minimalizację negatywnych skutków naszych aktywności. Niestety, nie tworzy dla nas i innych niehumanicznych aktorów bezpiecznej przyszłości. Inaczej niż praktyki regenerujące, które należą do górnej części diagramu i powiązane są z pozytywnym oddziaływaniem na świat. Tworzą możliwości dla ludzko-nieludzkiej wspólnoty, angażują w swoich procesach naturalne siły przyrody, wymagają mniejszego zużycia prądu. O wielkim potencjale tej perspektywy

2 <https://www.dwutygodnik.com/artykul/8705-musimy-zaczac-o-siebie-dbac.html>

3 <https://radiokapital.pl/shows/kto-nie-skacze/>

piszą i mówią Sara Ichioka i Michael Pawlyn w książce oraz podkaście zatytułowanym „*Flourish. Design Paradigms for Our Planetary Emergency*”<sup>4</sup>. Potrzebujemy zarówno nowego języka, jak i nowej kultury materialnej, które będą stymulować zmianę w zdrowym dla wszystkich kierunku.



Tuż po zamknięciu Żyjni, ze względu na pandemię, naszym polem działań w ramach Kultury Regeneracji stały się Wrocławskie Pola Irygacyjne. To dawna niemiecka oczyszczalnia miejskich ścieków, która czyściła je metodą naturalną. Polegało to na pracy bakterii glebowych, wspieranych infrastrukturą kanałów i drenów, które dystrybuowały oczyszczone ścieki po polu, a następnie do Odry. Jest to przykład dawnej ekoinżynierii, a także miejskiej instytucji opartej na współpracy z przyrodą, działającej z powodzeniem przez 134 lata. W wyniku nadpodaży ścieków, związanej z powojennym wzrostem miasta i konsumpcji jego mieszkańców, pola zaczęły puchnąć, i wtedy wydarzyło się coś niezwykłego. Zawiązał się wodno-bagienny ekosystem, a wraz z nim bogate życie przyrodnicze. W skali całego globu od 1900 roku zlikwidowaliśmy ponad 64 procent obszarów podmokłych i proces ten nadal trwa. Tymczasem na wrocławskich polach, w bliskim powiązaniu z fizjologią człowieka, powstało mokradło. Dziś ono wysycha, lecz wciąż jest dość odporne i zasiedlane przez wodno-bagiennie gatunki roślin i zwierząt. To doskonały przykład naturokultury, o której pisze *Donna Haraway*<sup>5</sup>, że jest syntezą natury i kultury, uznającą ich nierozłączność w relacjach ekologicznych, zarówno biofizycznie, jak i społecznie.

W czasie gdy trwał nasz rozciągnięty na wiele miesięcy plener artystyczny i projektowy, realizowana była inwentaryzacja naukowa, której efektem jest dokument przedstawiający wartości przyrodnicze terenu Wrocławskich

4 <https://www.flourish-book.com>

5 <http://ewa.home.amu.edu.pl/Haraway,%20Manifest%20gatunkow%20stowarzyszonych.pdf>

Pól Irygacyjnych. W wyniku naszych aktywności z kolei powstała wystawa zatytułowana **Pole Regeneracji**<sup>6</sup>, którą pokazałyśmy latem 2021 roku w galerii Dizajn BWA Wrocław. Tworzyły ją prace następujących artystów i projektantów: Olaf Brzeski, CENTRALA (Małgorzata Kuciewicz, Simone De Iacobis), Czarny Latawiec, Aleksandra Gierko, Kaja Gliwa, Kacper Kowalski, Dominika Kulczyńska, Mikołaj Moskał, Monika Opieka-Nowak, OTECKI / Wojciech Kołacz, Łukasz Rusznica, Ilona Witkowska. Uzupełniały one naukową ekspertyzę o faktory zawsze pomijane w takich opracowaniach, jak: tożsamość miejsca, relacje i pamięć mieszkańców i innych osób związanych z krajobrazem, jego właściwości akustyczne, sensoryczne czy zapachowe.

My w polach szukałyśmy inkarnacji sanatoryjnej idei Żyjni, doświadczając ich na wzór międzygatunkowego sanatorium. Dziś jest to miejsce, które samo wymaga regeneracji po zakończonej pracy w charakterze oczyszczalni ścieków. Jednocześnie oferuje rozmaite usługi regeneracyjne dla ludzi, np.: rozbudzanie sensoryczne w bliskiej relacji z przyrodą, patrzenie w dal czy też słuchanie szumu trzcinowisk. Zabiegi te przynoszą zdumiewające efekty, których doświadczaliśmy na sobie, a potwierdzają je rozmaite naukowe opracowania<sup>7</sup>.

Innymi pojęciami, które tworzyły azymuty dla naszych aktywności były: rezyliencja, kontinuum, głębokie słuchanie, wyobraźnia, ton, uspołecznienie, ucieleśnienie. Rezyliencja opowiada o naszej systemowej odporności, a także o umiejętnym projektowaniu infrastruktury tak, by była sprawna i bezpieczna pomimo licznych niepewnych okoliczności, najczęściej związanych ze zmianą klimatu (nagłe wyładowania atmosferyczne, pożary, powodzie, kryzysy migracyjne, wzrost temperatury). Kontinuum pozwala wyjść poza binarną opowieść o świecie i naświetlać mniej reprezentowane zjawiska. Głębokie słuchanie to specyficzny rodzaj obecności, w którym koncentrujemy się na akustycznych walorach rzeczywistości. W obliczu kryzysu wyobraźni, wywołanego niepewnością co do kształtu przyszłości, możemy szukać oparcia w twórczości artystek i artystów. Wyobraźnia jest zatem silnym, politycznym orężem środowisk twórczych. Ton, uspołecznienie i ucieleśnienie odnoszą się do sposobu, w jakim się komunikujemy, do widzialności społecznej, a także do potrzeby produkcji wiedzy, która oparta jest o bezpośrednie doświadczenie.

Jakości te nie tworzą sztywnych kierunków, a raczej adaptują się do kuratorskich, artystycznych i projektowych potrzeb. Chciałabym rozwijać je dalej, również w kontekście Wrocławskich Pól Irygacyjnych, które wciąż – pomimo zakończenia wystaw – są dla BWA Wrocław ważnym punktem odniesienia. Więc jeśli macie pomysł, który wpisuje się w program Kultury Regeneracji, to podzielcie się nim ze mną.

<sup>6</sup> <https://bwa.wroc.pl/wydarzenie/pole-regeneracji-wroclawskie-pola-irygacyjne/>

<sup>7</sup> <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5201370/>



Często pytacie, jak zaangażować się w działania galerii, jak tworzyć z nami jej program. Pomagają w tym przeglądy, podczas których możecie opowiedzieć o swojej perspektywie, o swoich pomysłach. Innym rozwiązaniem jest wysyłanie propozycji bądź nawiązanie bezpośredniego kontaktu z kuratorką, kuratorem miejsca, z prośbą o spotkanie. Skutecznym i wartościowym rozwiązaniem jest po prostu uczestniczenie, na miarę możliwości, w życiu codziennym galerii, z którą chcielibyście nawiązać współpracę, na przykład w jej wydarzeniach towarzyszących. Daje to Wam możliwość weryfikacji swoich spostrzeżeń na temat charakteru galerii, bycia częścią dyskusji, wejścia w dialog z osobami, które ją bezpośrednio tworzą lub tworzą w jej orbicie.

Wiem, że może to być stresujące na początku, ale bardzo Wam to rozwiązanie polecam. I pamiętajcie, niezależnie od okoliczności i wyzwań, przed którymi staniecie: sen, woda i czasowa kontrola oddechu. Jeżeli nie wiecie, na czym to polega, sięgnijcie do rejestracji mojego wykładu i do prezentowanego tam wideo wyreżyserowanego przez Okime Emiko w ramach projektu „Nie jesteś sam/a”<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> <https://youtu.be/cm2GEpwMreo>

Marianna Dobkowska  
Magdalena Komornicka

## Opowiedz mi, nad czym teraz pracujesz\*

\*a jeśli akurat jest Ci trudno zmobilizować się do pracy lub nie masz zaplanowanej zawodo-wo najbliższej przyszłości, to i o tym możemy porozmawiać

Droga osobo artystyczna,

dzielimy się z Tobą zbiorem wskazówek, aby pomóc Ci w tworzeniu portfolio, a także w przygotowaniu się do spotkania z kuratorką lub kuratorem i ogólnie w komunikacji z profesjonalistami i profesjonalistkami. Mamy nadzieję, że nasze porady okażą się dla Ciebie przydatne.

### Portfolio – prezentacja Twojej twórczości i kariery w PDF-ie

Portfolio w formacie PDF to podstawowy dokument umożliwiający prezentację prac i najważniejszy załącznik wszelkich aplikacji. Portfolio daje wgląd w Twoją twórczość – tak, jak ją obecnie postrzegasz. To Twoja swoista twórcza wizytówka. Pamiętaj, że każda jego karta należy do Ciebie. Najważniejsza jest oczywiście jego zawartość, ale istotne są także czytelna forma i przejrzysta konstrukcja dokumentu. Przed wysłaniem czy prezentacją pokaż swoje portfolio komuś, komu ufasz.

Nie zawsze więcej znaczy lepiej, a w przypadku portfolio często jest wręcz przeciwnie. Dlatego dokonaj świadomej selekcji prac i projektów, dzięki temu ujawnisz najważniejsze i najbardziej aktualne wątki i główny kierunek rozwoju swojej praktyki artystycznej. Kilkanaście wybranych prac (maksymalnie dwadzieścia) – z opisem, datą powstania, techniką, miejscem wykonania i prezentacji – to zwykle wystarczający materiał, aby się przedstawić.

Przeczytaj instrukcje oraz warunki i pozwól im się poprowadzić

Dobrze opracowane portfolio może zaowocować wyjazdem na wymarzoną rezydencję, dofinansowaniem projektu, otrzymaniem stypendium lub realizacją wystawy. Wyobraź sobie osobę, która ma do obejrzenia kilkadziesiąt, a czasem nawet kilkaset takich dokumentów. Każdemu z nich chce poświęcić należyłą uwagę. Przygotowując ciekawą i czytelną prezentację swej twórczości, ułatwiasz jej to zadanie, a jednocześnie zwiększasz szanse na to, że zainteresuje się właśnie Twoją pracą. Składając aplikację, należy przede wszystkim zapoznać się z oczekiwaniami instytucji organizującej nabór. Rodzaj wymaganej dokumentacji, zawartość, wielkość i forma portfolio są często opisane w warunkach aplikacji. Większość instytucji nie wymaga przesyłania dokumentów drukowanych. Portfolio powinno być stworzone w wymaganym języku. Dokument należy dostarczyć w sposób sugerowany przez odbiorcę (email, dropbox, wetransfer etc.), na wskazany przez niego adres, a także – co szczególnie ważne – w odpowiednim terminie. Nie polecamy wysyłania linków do ściągnięcia dokumentu bez uprzedniego kontaktu z odbiorcą.

## Portfolio: artist's statement + prezentacja prac + biogram + CV

Portfolio zbudowane jest z kilku części. Pierwszą z nich jest **artist's statement** – opis Twoich aktualnych zainteresowań, poszukiwań, inspiracji i wartości, czyli tego, co jest teraz dla Ciebie ważne i dlaczego oraz jak to się przekłada na Twoją praktykę artystyczną.

Artist's statement to Twoja własna wypowiedź o Twojej praktyce i dlatego powinna być pisana w pierwszej osobie. Osoba czytająca taki tekst ma się z niego dowiedzieć więcej o tematyce Twoich prac, o Twoich inspiracjach, motywacjach i np. o formie, technikach, metodach i procesie pracy, jeśli to jest dla Ciebie ważne. Autorski opis nie może być za długi, więc 600–1800 znaków wystarczy. Krótki, ale treściwy tekst jest lepszy niż lanie wody! Pisząc go, używaj prostego języka. Prosty język nie oznacza, że tekst jest naiwny lub płytki, bo o skomplikowanych procesach i trudnych tematach też można pisać w prosty sposób.

Pamiętaj, że raz napisany artist's statement nie jest dokumentem na całe życie. Zmieniasz się, rozwijasz i opis praktyki może zmieniać się razem z Tobą: przygotowując pierwsze portfolio na studiach, często nie wiesz jeszcze, czym będzie Twoja praktyka; niektóre prace z czasem mogą okazać się mniej ważne i zniknąć z kolejnych wersji portfolio, a pewne zagadnienia okażą się kluczowe dla Twojej praktyki dopiero po jakimś czasie. Pozwól sobie na to, żeby nie wiedzieć wszystkiego od razu!

- Poproś o redakcję tekstu osobę, która ma redakcyjne/korektorskie doświadczenie lub zaprzyjaźnioną osobę, której kompetencje w tym zakresie cenisz (co dwie pary oczu, to nie jedna!).
- Jeśli tego potrzebujesz, poproś zaufaną osobę o pomoc w formułowaniu tekstu, zawsze warto też najpierw „przetestować” napisany statement np. na osobie, która nie zna dobrze Twoich prac.
- Co zrobić, jeśli nie lubisz pisać lub uważasz, że pisanie nie jest Twoją mocną stroną? Warto spróbować się z tym zmierzyć przy wsparciu zaufanych osób, ale też nic na siłę – jeśli masz fajny tekst o swojej praktyce napisany przez kogoś innego np. kuratora/kę czy recenzenta/tkę, to możesz go wykorzystać.
- Przygotowując się do pisania, spróbuj odpowiedzieć sobie na kilka pytań i zrobić konspekt do tekstu:
  - Co jest dla mnie najważniejsze w mojej praktyce?
  - Co mi sprawia największą przyjemność w pracy artystycznej?
  - Co mnie motywuje do pracy?
  - Jak wygląda mój proces pracy?
  - Co mnie inspiruje?
  - Dlaczego pracuję w takim medium?
  - Na jakiej komunikacji z odbiorcą najbardziej mi zależy?
  - Czy umiem nazwać elementy swojej praktyki?
- Skarbnicą dobrych przykładów artist's statement i inspiracji, a także zachętą, by się z takim tekstem zmierzyć, jest [Secondary Archive Fundacji Katarzyny Kozyry](https://secondaryarchive.org/)<sup>9</sup>.

### Opisy prac: tytuł, data, medium + inne ważne informacje

Nie każda praca wymaga opisu, ale dokumentację długofalowych i złożonych projektów – tak. Opracuj opisy prac tak, aby zarysować kontekst ich powstania, sposób Twojej pracy czy miejsce i czas, gdzie praca została wystawiona. W opisach możesz skorzystać z istniejących tekstów o pracy, jeśli takie powstały przy okazji wystaw czy publikacji, podając autorkę/autora i źródło cytatu.

### CV – lista wydarzeń istotnych dla Twojej kariery

CV to skrót od curriculum vitae, co po łacinie znaczy “przebieg życia”. W CV wymieniasz w sposób uporządkowany, chronologiczny (od najnowszych do najstarszych) ważne informacje, takie jak:

- przebieg Twojej edukacji,
- wystawy indywidualne i zbiorowe, z tytułami, miejscem, datami, informacją, kto był kuratorem/kuratorką,
- rezydencje,
- nagrody.

<sup>9</sup> <https://secondaryarchive.org/>

## Biogram

To krótki, opisowy tekst, który zawiera informacje o medium, jakim się posługujesz, miejscu pracy i zamieszkania.

### Postaw na czytelność i poprawność, zrezygnuj z niepotrzebnych motywów dekoracyjnych

Portfolia zazwyczaj oglądane są na ekranie komputera, dlatego najbardziej odpowiedni jest układ poziomy dokumentu. Pozwala on na ekonomiczne zagospodarowanie każdej strony i sprawia, że przeglądanie pliku staje się łatwiejsze. Każda z tych stron należy do Ciebie – wykorzystaj to! Zadbaj, aby font wszystkich tekstów był czytelny i nie za mały. Projekt graficzny powinien działać na korzyść prezentowanych prac, nie jest dobrze, gdy zaczyna z nimi konkurować.

### Prowadź regularną dokumentację swojej pracy – w portfolio umieszczaj tylko dobre zdjęcia!

O odpowiednie tworzenie i uzupełnianie listy prac i wystaw dbaj na bieżąco. Rzetelna dokumentacja jest niezbędna przy przedstawianiu Twojej twórczości. W portfolio może znaleźć się dokumentacja dzieł i ekspozycji, ale także dokumentacja fotograficzna wszelkich przeprowadzonych akcji i działań. Jeśli w swoim dorobku masz prace filmowe lub wideo, umieść w dokumencie kadry i aktywne linki. Możesz dołączyć zdjęcia ekspozycji prac lub zaaranżować samodzielnie ich ekspozycję w jakimś specjalnym miejscu. Malarstwo czy prace na papierze pokaż na jednej dużej fotografii, ale już obiekty i instalacje warto przedstawić zdjęciem głównym i np. dwoma małymi pokazującymi obiekt z innej strony. Oczywiście nie każdy obiekt tego wymaga, ale są instalacje i działania przestrzenne, które bez przemyślanej dokumentacji mogą być niezrozumiałe. Pamiętaj, że możesz poprosić kogoś o pomoc w wykonaniu zdjęć.

## Strona internetowa to nie portfolio!

Zaufaj temu, że osoba, która Cię prosi o portfolio, a nie link do Twojej strony, zrobiła to świadomie. Strona internetowa zwykle jest realizowana z większą dowolnością, może się wyróżniać wizualnie – w odróżnieniu od portfolio, które ma być przede wszystkim informacyjne. Twoja strona internetowa może natomiast być poszerzeniem portfolio – umieszczone w nim aktywne linki mogą odsyłać do prac wideo czy szerokiej dokumentacji fotograficznej wystaw na stronie.

Warto pamiętać, że stronę trzeba na bieżąco aktualizować i jest z tym dużo pracy, więc warto wymyślić sobie system działania, np. po każdym nowym projekcie/wystawie poświęć dzień na aktualizację strony. Jeśli masz stronę i jej nie aktualizujesz lub myślisz o zbudowaniu strony, ale obawiasz się, czy starczy Ci sił i zapału, by ją prowadzić, pomyśl nad innymi rozwiązaniami.

## Instagram

Spora część z Was się z nami nie zgodzi, ale Instagram to także nie jest portfolio. Co nie znaczy, że media społecznościowe nie mogą być pomocne w budowaniu relacji pomiędzy artystami/tekami a kuratorami/tekami. Media społecznościowe przede wszystkim wspierają Twoją widoczność. Często ułatwiają kuratorom/kom odnalezienie jakiejś pracy, zapamiętanie Twojej estetyki czy nawiązanie kontaktu. Nie jest to jednak, cytując Ewę Tatar, dyskursywna, chronologiczna prezentacja dorobku – a tym właśnie jest portfolio! Pamiętaj, że kuratorzy i kuratorki mają różne metody pracy, w różny sposób robią kwerendy i nie wszyscy korzystają z mediów społecznościowych.

## Spotkanie z kuratorem/kuratorką

Spotkanie z kuratorem czy kuratorką w pracowni jest jak każde inne spotkanie z drugą osobą – bywa inspirujące, ale też często jest stresujące, może być sztywne, a czasem wydaje się nieudane. Warto się jednak do niego przygotować, a przy okazji odjąć sobie trochę stresu i ułatwić zadanie:

- Sprawdź, kto Cię odwiedza, czym się zajmuje i jakie ma zainteresowania. Jeśli masz możliwość, to zapytaj wcześniej, czy wizyta ma jakiś szczególny cel i czy np. masz coś konkretnego przygotować na to spotkanie.
- Ustal wcześniej lub na początku wizyty, ile to będzie trwało.
- Umów się precyzyjnie – potwierdź godzinę spotkania, podaj adres, telefon, wyjdź przed budynek.
- Przygotuj wcześniej prace (znajdź, odpakuj), które chcesz pokazać – jak sobie zaplanujesz początek spotkania, potem pójdzie już łatwiej.
- Może się zdarzyć, że akurat nie masz w pracowni wielu rzeczy do pokazania, przygotuj wtedy prezentację prac na komputerze, pokaż szkice, próbki, warsztat pracy itp.
- Zadbaj o przestrzeń – o miejsce, gdzie można usiąść (czyste miejsce w pracowniach malarskich!), o kawę, herbatę, wodę. Nie musi być dużo i wystawnie. Jeśli nie masz takich możliwości, nie rób tego na siłę.
- Jeśli dzielisz z kimś pracownię, a czeka Cię ważna wizyta, omówcie ją wcześniej, żebyście dali/dały sobie przestrzeń, żebyście się wsparli/ły, a nie sobie

przeszkadzali/ły. Przedstaw osoby z pracowni, ale nie zmuszaj osoby, która Cię odwiedza do oglądania prac wszystkich współlokatorów/ek, jeśli ma mało czasu lub czujesz, że nie ma na to ochoty. Zawsze można, dziękując mailowo za spotkanie, wysłać też portfolio współlokatora/ki.

- Pamiętaj, że jeśli nie klei się rozmowa, nie jest to Twoja wina i niekoniecznie oznacza, że kurator/ka nie jest zainteresowana Twoimi pracami.
- Zadawaj pytania.
- Daj przestrzeń rozmówcy/czyni.
- Dbaj o swoje potrzeby, ale zwracaj także uwagę na potrzeby kuratora czy kuratorki, z którą masz spotkanie.

Wizyta indywidualna ma zupełnie inną dynamikę niż wizyta grupowa (np. kuratorów zagranicznych):

- Przyjmując grupę, warto się wszystkim przedstawić i dopytać, kto się czym zajmuje, jaką instytucję reprezentuje. Jeśli nikt nie zrobi prezentacji, można o to zapytać – jest dużo łatwiej, gdy wiemy, do kogo mówimy.
- Pamiętaj, że grupa ma zwykle intensywny program, ogląda szereg wystaw jednego dnia, ma umówione wizyty w wielu pracowniach i odwiedzające Cię osoby mogą być zmęczone i niewyspane – nie każde ziewnięcie oznacza znudzenie!
- Osoby w grupie mają też często różne zainteresowania – nie zaciekawisz wszystkich, więc mów do osób, które nawiązują z Tobą kontakt, ale też pamiętaj, że osoby, które rozeszły się po pracowni i nie zadają pytań, mogą być również zainteresowane Twoją pracą.
- Jeśli ma Cię odwiedzić wycieczka zagranicznych kuratorów, a Ciebie stresuje mówienie po angielsku – przygotuj się wcześniej, przećwicz początek i poproś osobę organizującą wizytę o wsparcie.

### Spotkanie online (konsultacja portfolio)

- Zastanów się wcześniej, czego chcesz się dowiedzieć i przygotuj sobie pytania.
- Przemyśl, od czego chcesz zacząć i co chcesz najpierw pokazać.
- Daj przestrzeń osobie, z którą się spotykasz i bądź ciekawy/a jej opinii i pytań.
- Ustal, jak się do siebie zwracacie (zaimki i formy grzecznościowe).
- Sprawdź przed spotkaniem/rozmową, z kim się spotykasz, czym ta osoba się zajmuje i interesuje – będzie Ci łatwiej! Nie trzeba znać tej osoby i jej projektów wcześniej, wystarczy, że będziesz ich ciekawy/a.
- Nie zakładaj, że osoba, z którą masz spotkanie/konsultację portfolio, widziała Twoje wystawy i prace – dziel się szczegółami i wyjaśniaj każdą pracę.
- Przygotuj sobie wcześniej pliki, które chcesz pokazać.

- Zadbaj o kwestie techniczne. Przygotuj słuchawki i znajdź ciche pomieszczenie.
- Przetestuj wcześniej platformę, na której odbędzie się spotkanie online, jeśli jej nie znasz.
- Jeśli możesz, korzystaj z komputera, a nie z telefonu. Z poziomu telefonu nie dotrzesz łatwo do wszystkich prac, a nigdy nie wiadomo, jak się potoczy rozmowa i co warto będzie pokazać.
- Jeśli obawiasz się problemów z Internetem, to na początku spotkania ustal, jak będziecie reagować, gdyby coś się zadziało.

## Komunikacja mailowa

- Nie wysyłaj portfolio do grupy osób (np. całego zespołu kuratorskiego instytucji) – wiedz, do kogo piszesz i dlaczego!
- Pisz indywidualnie, do świadomie wybranych osób, których praktykę kuratorską śledzisz lub uważasz, że Twoje prace mogą daną osobę zainteresować (warto o tym w mailu wspomnieć i wytłumaczyć).
- Nie zakładaj (i nie wymagaj!), że osoba, do której piszesz, odpowie Ci od razu.
- Nie wysyłaj prośby o rekomendacje na dzień przed terminem składania wniosku – zrób to wcześniej i zadbaj o to, żeby osoba, do której się zwracasz, miała wszystkie potrzebne jej materiały i wystarczającą ilość czasu, by się tym zająć.
- Jeśli nie dostajesz odpowiedzi – pamiętaj, że to nie znaczy, że Twoje prace zostały negatywnie ocenione. Napisz kolejną wiadomość za jakiś czas, jedno przypomnienie wystarczy, jeśli to było przeoczenie.
- Po wizycie w pracowni podziękuj mailowo za spotkanie i doślij materiały/informacje, o które prosiła osoba, z którą się widziałeś/aś.
- Utrzymuj kontakt i buduj relację – wysyłaj zaproszenia na wystawy czy informacje o rozwoju prac, na które zwróciła uwagę dana osoba. Śledź projekty osób, do których piszesz. Bądź uważny/a i empatyczny/a.
- Zwracaj uwagę na język i ton swoich maili – w komunikacji pisanej łatwo jest zostać opacznie zrozumianym/a.

Najprawdopodobniej nie jest to lista wyczerpująca wszystkie możliwe protypy, ale może tyle wystarczy? Skoro dotarłaś/eś do tego miejsca, to mamy dla Ciebie jeszcze jedną wiadomość – zarówno redakcja portfolio, jak i komunikacja z profesjonalistkami i profesjonalistami to umiejętności, które zdobywasz wraz doświadczeniem. Mamy nadzieję, że powyższy tekst będzie dla Ciebie choć małym ułatwieniem na tej drodze.

Powodzenia!

Marianna i Magdalena



Kuba Szreder

# Od niezależności do współzależności,

czyli o tym, co się kryje poniżej czubka artystycznej góry lodowej

W swojej pracy dydaktycznej i badawczej, a także w ramach wieloletniego już zaangażowania w kolektywach, takich jak Wolny Uniwersytet Warszawy (2009–2017) czy Obywatelskie Forum Sztuki Współczesnej, przyglądam się realiom pracy w obiegu sztuki współczesnej. Mojej działalności przyświecają pytania: W jaki sposób artystyczna bieda jest powiązana z okrutną ekonomią sztuki? Jak artystki się organizują i o co walczą? Jak jest to powiązane ze zmitologizowaną niezależnością czy to romantycznych geniuszy, czy „samodzielnym” pracowników kreatywnych? Podejmuję je także w mojej ostatniej książce „ABC of Projectariat. Living and working in a precarious art world” (2021), której wersja polska „ABC projektariatu. O nędzy projektowego życia” została wydana w 2016 roku przez Bęc Zmianę. Książki te są napisane w formule leksykonu, którego krótkie hasła opisują różne aspekty usieciowionej egzystencji artystycznego projektariatu, czyli osób, które muszą realizować jeden projekt za drugim, a wiele z nich jednocześnie. Wersja polska zaczynała się od *A jak Aplikacja*, a kończyła na *Z jak Zaangażowanie*. Wersja angielska zaczyna się od *A is for Aftermath*, a kończy na *Y is for You are not Alone*; są w niej też hasła poświęcone niezależności i współzależności.

Tę postrzępioną narrację zbudowałem na podstawie doświadczeń wynikających z wieloletniego zaangażowania w walkę prekarnych pracowników sztuki, zrzeszonych w Obywatelskim Forum Sztuki Współczesnej, o lepsze warunki pracy i życia, między innymi o dostęp do systemu ubezpieczeń społecznych. OFSW walczyło także o wypłacanie artystom i artystkom honorariów za udział w projektach, wydawało książki, organizowało strajki artystyczne i inne akcje protestacyjne.

Motywacją dla tych działań jest artystyczna bieda. Statystyki są brutalne: w sektorze sztuki ludzie zarabiają bardzo niewiele, dotyczy to zarówno instytucji artystycznych (większość zarabia poniżej mediany wynagrodzeń), jak i samych artystów i artystek (zarabiają poniżej płacy minimalnej). Co więcej, osoby na śmieciówkach nie mogą liczyć na dostęp do ubezpieczeń

społecznych z racji formy zatrudnienia (nieformalne samozatrudnienie, samozatrudnienie, praca przy projektach). Systemową próbą rozwiązania tego problemu jest ustawa o statusie artysty zawodowego, która miała być częścią reform podatkowych znanych pod nazwą Nowego Ładu, ale wyładowała w sejmowej zamrażarce. Trzeba jednak podkreślić, że artystyczna bieda nie jest tylko polską specyfiką. Jest to zjawisko endemiczne także dla krajów zamożnych, o rozwiniętym rynku sztuki – tam również artystki, kuratorzy i inni projektariusze często pracują, łącząc szereg różnych zawodów i systemów ekonomicznego wsparcia. Jeżeli artystom i artystkom żyje się tam lepiej, to nie dlatego, że zarabiają na sprzedaży swoich prac, ale raczej z powodu ogólnego poziomu zamożności i zabezpieczeń społecznych.

Indywidualne ekonomie sztuki mapujemy razem z artystką i feministyczną przedsiębiorczynią Kathrin Böhm w ramach Centre for Plausible Economies w Londynie. Celem CPE jest przerysowanie artystycznych ekonomii, a motywem: *Walking the walk while talking the talk* (od słów do czynów). CPE powstało w 2018 roku i jest mikro-działem badawczym Company Drinks – feministycznego przedsiębiorstwa społecznościowego działającego lokalnie we Wschodnim Londynie, a jednocześnie aktywnie uczestniczącego w globalnych sieciach artystycznej współzależności. Współpracujemy między innymi z Communities Economies Research Network, czyli międzynarodową siecią badawczą zrzeszającą badaczki i aktywistki społecznościowych ekonomii. To właśnie w tej sieci powstał koncept *the Interdependence* (IDT), globalnej sieci współzależnościowych kolektywów i przedsiębiorstw, mocno zakorzeniony w feministycznej ekonomii społecznościowej J.K. Gibson-Graham, której manifest brzmi następująco:

Celem *the Interdependence* jest uwidocznienie wszechobecności inicjatyw związanych z ekonomiami społecznościowymi poprzez zaproszenie afiliowanych organizacji do dodania do swojej nazwy parabiznesowego oznaczenia „idt” zamiast typowych, kapitalistycznych form organizacyjnych takich jak sp. z o.o. (spółka z ograniczoną odpowiedzialnością) czy S.A. (spółka akcyjna). Idt sygnalizuje członkostwo w *the Interdependence*, czyli globalnej sieci organizacji współzależnościowych, wskazując na wspólnotę celów oraz podkreślając ich popularność. Wszechobecność jest naszą skalą. (Roveretto, czerwiec 2019)

W celu analizy kapitalistycznej ekonomii feministyczne badaczki ekonomii współzależnościowych wykorzystują schemat góry lodowej, podważając kapitałocentryczne wizje ekonomii. Argumentują, że to, co ekonomicznie policzalne (kapitał, praca najemna, nastawione na zysk przedsiębiorstwa) jest jedynie czubkiem góry lodowej. Większa część ekonomii pozostaje niewidoczna i jest niepoliczalna, składają się na nią między innymi: ekonomie

nieformalne, ekonomie daru czy ekonomicznie niewidzialne prace opiekuńcze, wykonywane przez kobiety. Korpus ekonomicznej góry lodowej jest zbudowany ze wszystkich tych zasobów i sposobów pracy, które są wyrzucane poza nawias ekonomicznej kalkulacji.

Razem z Centre for Plausible Economies schemat ten wykorzystujemy w celu analizy artystycznego wszechświata, przypatrując się temu, co się dzieje poza czubkiem góry lodowej. Na związki między niezauważaną pracą kobiet i pracą artystek zwracała uwagę prekursorka sztuki feministycznej Mierle Lederman Ukieles w swoim „Manifesto for Maintenance Art”. Warto zauważyć, że w neoliberalnych światach sztuki artystki zajmują o wiele niższe pozycje, choćby z racji systemowego utrudnienia w łączeniu kariery artystycznej i macierzyństwa (czy jakiegokolwiek pracy opiekuńczej), a także patriarchalnego okrucieństwa rynku sztuki (jeden artysta bierze wszystko, reszta zostaje z niczym – ta nierówność ma płęć). W kapitalistycznej ekonomii, podobnie jak w obiegu sztuki, widoczność jest powiązana z wyzyskiem. Jeżeli czegoś nie widać, można to łatwo eksploatować. Obieg artystyczny jest oparty na systemowym wyzysku pracy opiekuńczej czy rozproszonej pracy komunikacyjnej wykonywanej w obiegu sztuki (praca zapyłania).

W rozumieniu ekonomicznej czy artystycznej niewidoczności ważne jest zrozumienie ram ekonomicznej czy artystycznej percepcji – co to znaczy „być widzialną”? Żeby zrozumieć okrutną ekonomię sztuki trzeba zauważyć, że to, co się dzieje na szczycie artystycznej góry lodowej, jest jedynie wycinkiem artystycznego życia, które skrywa relacje dominacji i wyzysku. To, co błyszczy w świetle fleszy, nawet jeżeli jest to chałupniczy rynek sztuki, taki jak w Polsce, jest jedynie fragmentem większej całości, której znaczną część stanowi tzw. artystyczna ciemna materia. Jest to zapożyczone z astrofizyki pojęcie wprowadzone przez Grega Sholette na oznaczenie wszystkich tych osób (studentów, artystek, entuzjastek, pracowniczek sztuki), których praca jest niezbędna dla podtrzymywania artystycznego wszechświata, jednak nie jest uznawana za ważną (czyli pozostaje niewidzialna). Tak sformatowana ekonomia sztuki opiera się na skrzywionej percepcji – widzi się tylko to, co jest wystawione, a nie widzi się relacji wyzysku czy świata pracy (kreatywnej i nie tylko), który to wszystko podtrzymuje. Jest to szczególnie wyraźne, jeżeli weźmie się pod uwagę globalny podział między Północą (Zachodem) i Południem (Wschodem).

Warto zauważyć, choć nie jest to celem tego tekstu, że krytyka ekonomii politycznej sztuki jest bezpośrednio powiązana z krytyką jej społecznej ontologii. W bardziej zrozumiałych słowach: to, czym sztuka jest albo się staje, zależy od kontekstu społecznego jej wytwarzania, od tego, kto ją robi, z kim, dla kogo, za co i po co. Zbyt często uznajemy za oczywiste konwencje przyjęte na szczycie artystycznej piramidy, które są korzystne głównie dla tych, którzy

sztukę kupują, sprzedają, kolekcjonują i brandują. Nie każda sztuka musi być kolekcjonowalnym obiektem. Sztuka może być do używania, a nie tylko do oglądania.

Szczyt artystycznej piramidy w skali globalnej jest jednym z najbardziej nierównych, nieuregulowanych i opartych na wyzysku światów społecznych. Rynek sztuki jest jednym z najmniej uregulowanych rynków na świecie. Aura sztuki wykorzystywana jest często do budowania społecznego prestiżu, legitymizacji nielegalnych interesów, obchodzenia sankcji czy jako narzędzie dyplomacji artystycznej. Specjalizowała się w tym chociażby rosyjska oligarchia oraz reżim Putina. Jest to świat sztuki dla jednego procenta, który opiera się na ścisłym sojuszu z globalną oligarchią, ale nawet w skali lokalnej przywilej klasowy jest jednym z bardziej istotnych czynników wpływających na szanse powodzenia w neoliberalnym świecie sztuki. Fabryki sztuki są oparte na fasadowej merytokracji, a faktyczne szanse powodzenia zależą od wielu czynników: klasy społecznej, odziedziczonych kapitałów, paszportu, pochodzenia, rasy czy też miejsca urodzenia i zamieszkania (fabryki są metropolitalne). Chorobą zawodową artystycznego projektariatu jest depresja, która wynika z konieczności podejmowania indywidualnej odpowiedzialności za systemowe niedociągnięcia. Co ważne, fałszywie ulokowane aspiracje i dążenie do zindywidualizowanej niezależności współtworzą okrutną ekonomię sztuki. Jest to świat napędzany przez romantyczną wizję artystycznego geniusza, który w stanie nieskrępowanej wolności wykonuje artystyczną pracę w zaciszu własnej pracowni.

Reguły sztuki tego artystycznego obiegu są zdefiniowane pod kątem kompleksu galeryjno-wystawienniczego, którego fundament stanowią postkonceptualne triki z autorstwem, a ojcem chrzestnym jest Marcel Duchamp, który „wymyślił” technikę certyfikowania multipli jako oryginałów sprzedawanych w seriach. Jest to technika prawna spopularyzowana w latach 60. i 70. XX wieku przez artystów konceptualnych i sztuki minimalnej. W ten sposób zapewnia się nieskończony dopływ fabrykowanych unikatów. Tak wytarzana unikalność i regulowana niedostępność są podstawą spekulacyjnej ekonomii pojedynczości, takiej jak np. ostatnia forma spekulacyjnej manii, jaką jest NFT.

Wciąż jednak znakomita większość artystów pozostaje biedna, nawet w krajach o rozwiniętym rynku sztuki, a wręcz przede wszystkim tam, oczywiście, jeżeli mierzymy to standardami kapitalistycznych metropolii, do których ciągną artyści. Trzeba pamiętać, że rynek sztuki jest jedną z przyczyn artystycznej biedy, a nie jej rozwiązaniem. Artystyczny projektariat funkcjonuje rozpięty między aspiracją a biedą, mobilnością a prekarnością. Mamy tu do czynienia z typowym *poverty jetset* – część jest wystarczająco zamożna, żeby pozwolić sobie na wyjazd do Wenecji, ale nie na tyle, żeby móc faktycznie zrezygnować z realizowania jednego projektu za drugim, i wielu w tym

samym czasie. Projektariat nie jest skazany na trwanie w zakłętym kręgu indywidualistycznych fiksacji na własnej niezależności, dostępnej dla nielicznych, którzy korzystają z niej najczęściej. Projektariuszka może budować sieci wsparcia oparte na zrozumieniu fundamentalnej współzależności różnych osób i bytów nieludzkich. Może budować lokalne systemy pomocy wzajemnej, a jednocześnie uczestniczyć w globalnych sieciach wsparcia, które działają na rzecz bardziej równego społeczeństwa.

## Moja sztuka na sprzedaż

Jak i gdzie sprzedawać swoje prace? Jakie są kryteria ich wyceny? Jak pozyskiwać kolekcjonerów? Szykując się z własnymi dziełami na podbój rynku sztuki, warto pamiętać o kilku podstawowych prawach, które nim rządzą.

Po pierwsze, tylko nielicznym udaje się dobrze żyć ze sprzedaży własnej sztuki, a sukces komercyjny lub jego brak nie zawsze idzie w parze z jakością oferowanej sztuki. Jeżeli Twoja sztuka się nie sprzedaje, to nie znaczy, że nie jest dobra – i odwrotnie! Po drugie, sprzedawanie własnych dzieł to tylko jeden z możliwych sposobów życia ze sztuki. Innymi słowy – nie trzeba być gwiazdą rynku sztuki, żeby odnieść sukces artystyczny. I nawet nią nie będąc, można żyć ze sztuki. Po trzecie, mimo wielu uniwersalnych wskazówek, jakich udziela się osobom wkraczającym na rynek sztuki, każdy przypadek i każda kariera ma charakter indywidualny. Warto dobierać rozwiązania i metody działania dopasowane do własnych potrzeb i umiejętności.

### Jakie są atuty młodego lub początkującego artysty wchodzącego na rynek?

Kolekcjonerzy kochają „młodą” sztukę. Wielu kolekcjonerów\_rek ma duszę odkrywcy, interesuje ich uczestniczenie w tym, co najnowsze i najciekawsze w sztuce, ale jeszcze bardziej cieszy ich świadomość, że prace artystów, których mają w kolekcji, zyskują na wartości, a kariery ich twórców dalej się rozwijają. Wielu kolekcjonerów koncentruje się na sztuce debiutujących twórców również z tego prostego powodu, że nie stać ich na prace powszechnie znanych i cenionych artystów\_ek. Dlatego „młodej” sztuce towarzyszy szczególna przychylność nabywców. Przystępna cena prac jest jednym z największych atutów wkraczających na rynek artystów. To zjawisko zostało opisane niedawno w Polsce jako „efekt Sasnała”. Oprócz nowości dla wielu klientów liczy się bowiem również wymierny finansowo potencjał inwestycji w „młodą” sztukę. Obrazy Wilhelma Sasnała, zaraz po ukończeniu przez artystę studiów, można było kupić w galerii za ceny od 1000 do 5000 złotych, a raptem kilka lat później kosztowały już 100 razy więcej. Ten przykład działa na wyobraźnię kolekcjonerów, z upodobaniem jest też przywoływany przez handlarzy

„młoda” sztuką. Warto mieć świadomość, że i przez taki pryzmat oceniana może być przez kupujących Twoja twórczość.

## Dlaczego trudno się przebić?

Z perspektywy rynkowej „młoda” sztuka ma też oczywiście słabe strony. Pierwszą i podstawową jest jej duża podaż. Świat sztuki przynajmniej w połowie składa się z „młodych”, „obietujących”, „wchodzących na rynek” artystów i artystek. Konkurencja jest więc olbrzymia i – chociaż trudno w to uwierzyć – rynek pełen jest wyjątkowych i utalentowanych twórców. Wielu kolekcjonerów nie chce dokonywać pochopnych zakupów i czeka, aż kariera obiecującej artystki czy artysty okrzepnie. Często dzieje się tak również dlatego, że niewiele osób ufa swojej intuicji, a wobec braku jasnych kryteriów oceny boi się dokonać samodzielnego wyboru. Przygląda się więc najpierw wyborom galerii i innych kolekcjonerów.

Dla kolekcjonerów-inwestorów „młoda” sztuka to obietnica wielkich zysków, tyle że obciążona wielkim ryzykiem. Im artysta\_tka dłużej obecna na rynku, bardziej uznana czy reprezentowana w ważnych kolekcjach muzealnych, tym ryzyko finansowe zakupu jej prac jest mniejsze.

## Co mogę (z)robić, żeby zacząć sprzedawać własną sztukę?

Na rynku sztuki ważniejsza od produktu (dzieła sztuki) jest jego marka (rozpoznawalność, reputacja, ranga artysty\_tki). Dlatego myśląc o sprzedaży własnych prac, warto zacząć od zadbania o widzialność jako artystki\_ty. Własna strona w social mediach czy www jest podstawowym narzędziem. Szukanie wiadomości w internecie jest dziś pierwszym odruchem galerzystów, kuratorów czy kolekcjonerów i warto zadbać o to, aby informacja o naszej sztuce była łatwo i szybko dostępna. Drugim stopniem wtajemniczenia jest uczestnictwo – chodzenie nie tylko na wystawy, ale także na wernisaże, gdzie można poznać osoby ze środowiska. Takie wernisażowe znajomości, choćby tylko z widzenia, pomagają potem w nawiązaniu profesjonalnych kontaktów.

Najważniejsza jest jednak nasza własna aktywność wystawiennicza, udział w wystawach z rówieśnikami, akcje studenckie, wspólne działania grupowe, ale też udział w konkursach czy rezydencjach artystycznych. To wszystko służy nie tylko wydłużaniu CV, ale przede wszystkim buduje doświadczenie, bazę kontaktów i widzialność. Wspaniałe kontakty można nawiązać nawet w najbardziej niespodziewanych okolicznościach, dlatego warto dwa razy się zastanowić nim odmówimy udziału w jakiejś z pozoru nieciekawej wystawie czy współpracy.

## Gdzie zacząć sprzedawać własną sztukę?

Zdarza się czasem, że klienci pojawiają się sami i to zanim jeszcze na serio pomyślimy o sprzedaży własnych prac. Nie ma jednak nic złego w tym, żeby na takie spotkanie być przygotowanym. Tym bardziej, że w większości wypadków początki nie wyglądają tak optymistycznie. Na szczęście istnieje przynajmniej kilka przetartych kanałów sprzedaży, które mogą być pomocne w początkach naszej samodzielnej drogi na rynku sztuki.

Najbardziej oczywistym jest internet i przygotowanie oferty w oparciu o własną stronę www lub profil w mediach społecznościowych (tu w grę wchodzi przede wszystkim Instagram). To rozwiązanie dla osób pracowitych i dobrze czujących się w „socialach”. Skuteczność tej metody wymaga systematyczności i kreatywności w zdobywaniu widoczności w sieci i stałego, aktywnego budowania oferty z wycuciem realiów świata online. Ułatwieniem może być skorzystanie z istniejących portali i serwisów dedykowanych sztuce. To mogą być zarówno „kuratorowane” strony (jak np. [@polishartnow](#) na Instagramie), jak i płatne serwisy oferujące publikację portfolio czy oferty prac. Te pierwsze, gdzie dokonywana jest selekcja nadsyłanych materiałów, są z zasady lepsze i skuteczniejsze w pozyskiwaniu klientów, tych drugich jest bardzo wiele i nie znam takich, które warto szczególnie rekomendować. Interesującą opcją są też portale crowdfundingowe, szczególnie przydatne, gdy myślimy o realizacji konkretnego przedsięwzięcia artystycznego, publikacji książki, realizacji wyjątkowo skomplikowanego i/lub spektakularnego projektu, etc. I tu znowu – sukces takiej kampanii zależy od stopnia naszego zaangażowania, włożonej pracy w opracowanie projektu i aktywności w jego promowaniu.

Inną drogą dla początkujących na rynku artystek\_ów jest specyficznie polski format „aukcji młodej sztuki”. Są one brutalną marketingowo formą sprzedaży tanich prac malarskich. Z uwagi na przystępne ceny (700–1000 złotych za obraz) cieszą się sporą popularnością wśród kupujących i bardzo złą reputacją w profesjonalnym obiegu galeryjnym i kolekcjonerskim. Czy udział w takiej aukcji może przekreślić dalszą karierę albo przeszkodzić w przebiciu się do dobrej galerii? Nie, ale na wszelki wypadek niektórzy artyści wstawiają swoje prace na te aukcje pod pseudonimem. Trudno bowiem znaleźć inny powód udziału w aukcjach młodej sztuki niż tylko potrzeba doraźnego (przeważnie niewielkiego) zarobku.

Przewrotną drogą do wejścia na szerszy rynek może być udział w aukcjach charytatywnych, których oferty trafiają też na strony portali aukcyjnych i są przeglądane przez kolekcjonerów. Trudno w tym wypadku mówić o zarobku, ale wspierając szczytny cel, wspomagamy zarazem widzialność własnych prac. Najmniej oczywistą drogą sprzedaży prac jest z kolei udział w konkursach artystycznych. W istocie, w wielu z nich formą nagrody bywa zakup



pracy lub gratyfikacja finansowa wiąże się z przekazaniem pracy do kolekcji organizatorów. To dodatkowy, poza budową CV, argument za udziałem w konkursach.

## Jak przygotować ofertę?

Budowę własnego katalogu ofertowego – czy to do prezentacji online, czy do wysyłki zainteresowanym osobom – należy zacząć od... eliminacji. Zamiast pokazywać wszystko co do tej pory udało się stworzyć, zacznijmy od uczciwej selekcji, zastanowienia się, co najlepszego mamy do zaoferowania. Lepiej wytypować 3 udane obrazy niż prezentować 10 różnych. W wyborze pomocny będzie namysł nad tym, czym moja sztuka odróżnia się od tego, co robią/ oferują inni. Każdej ofercie służy spójność wizji, na początek więc warto skupić się na jednym medium/technice, w którym czujemy się najmocniej i wybrać prace, które coś łączy: podobna tematyka, charakterystyczna, indywidualna metoda, rozpoznawalna ekspresja, coś, co dawniej określano mianem stylu lub „ręki” artysty\_tki. Wybierając prace do oferty, warto też wziąć pod uwagę, gdzie i jak będzie ona prezentowana. Internet rządzi się swoimi prawami, promuje niekoniecznie najlepszą sztukę, ale taką, która jest silna wizualnie lub po prostu fotogeniczna.

Przygotowanie oferty to też praca nad jej formą. Absolutną podstawą jest zadbanie o dobrej jakości reprodukcje własnych prac – powinny być równo oświetlone, niezdeformowane, pokazujące obrazy czy obiekty w całości bez dodatkowych „atrakcji” w tle. Jeśli nie potrafimy zrobić takich zdjęć sami, poprośmy znajomego\_ą fotografa. Podobnej dbałości wymaga opis prac. Prawidłowo i jednoznacznie podane powinny być: tytuł, rok powstania pracy, technika, materiał, z jakiego jest wykonana, wymiary i ewentualnie (w wypadku grafiki czy fotografii) informacja o tym, czy i w jakiej edycji wykonana jest dana praca. Tego typu przejrzysty i krótki opis techniczny jest ważniejszy od wszelkich odautorskich komentarzy czy prób opisowych. Tu liczy się konkret i... cena.

## Ile kosztują moje prace?

Kwestia wyceny własnych prac to jeden z najczęstszych dylematów początkujących na rynku artystów\_ek. Ale też jeden z najbardziej przecenianych. Na początku to nie cena sprzedaży powinna być dla nas najważniejsza, ale to, aby przebić się na rynek i zacząć w miarę regularnie sprzedawać. Wielu artystów\_tek utożsamia cenę z wartością – własnej pracy i swoją własną. Warto podejść do tematu bardziej pragmatycznie, z odrobiną dystansu. Cena dzieła

sztuki początkującego twórcy\_czyni jest umowna, autor\_ka może ustalić ją dowolnie, ale oczywiście warto wziąć pod uwagę realia rynkowe.

Najprostszą pomocą w wycenieniu własnych prac jest sprawdzenie, ile kosztują prace kolegów\_żanek, którzy mają już jakieś doświadczenie rynkowe, a zarazem zbliżony dorobek artystyczny i pracują w podobnym medium. Można się o to wprost zapytać znajomych, można też przejrzeć dostępne w internecie notowania aukcyjne, a nawet zapytać w galerii o ceny wystawianych tam prac. Kluczowe znaczenie dla ceny ma specyfika naszego dzieła. Przede wszystkim czy jest to unikat (obraz, rysunek, obiekt), czy praca powstała w nakładzie (fotografia, grafika). Te ostatnie są oczywiście tańsze. Przy ich wycenie można zastosować prosty wzór: wycenić dzieło jako unikat, a następnie podzielić tę kwotę przez ilość wykonanych lub zaplanowanych egzemplarzy.

Ustalając cenę własnej pracy, warto też wziąć pod uwagę poniesione koszty produkcji, które czasem stanowią znaczącą część wartości pracy. Inna sprawa, o której trzeba pamiętać, to ewentualne koszty sprzedaży, np. koszty pośrednictwa przy wystawianiu prac za pośrednictwem portali internetowych. Na samym końcu trzeba też się liczyć z obowiązkiem odprowadzenia podatku od naszego zarobku. Wszystkie te składowe dają kwotę minimum, poniżej której sprzedaż naszej pracy będzie wiązać się ze stratą, a nie zarobkiem.

## Moi klienci

Kim są ludzie, którzy kupują sztukę i jak do nich dotrzeć? Odpowiedź na to pytanie wydaje się najtrudniejsza. Jak te osoby wyglądają, gdzie je można spotkać? Próbując mierzyć się z niejasnymi wyobrażeniami, łatwo przeoczyć fakt, że sztukę kupują normalni ludzie. Niekoniecznie muszą to być od razu znani kolekcjonerzy, częściej to osoby, które sami dobrze znamy. Naszymi pierwszymi klientami mogą być więc zarówno znajomi, inne artystki lub artyści czy nawet ktoś z bliższej lub dalszej rodziny, komu spodobała się nasza praca i odczuwa potrzebę wsparcia naszej artystycznej działalności. Potraktujmy ich poważnie – to świetny kapitał startowy, zanim zaczną pytać o nasze prace wytrawni poszukiwacze talentów, kolekcjonerzy\_rki, którzy często sami docierają do interesujących ich artystów\_tek. Nieoczywistą, potencjalną grupą klientów są też osoby ze środowiska artystycznego, najlepiej zorientowane w tym, co jest najciekawsze lub najbardziej obiecujące w sztuce. Niekoniecznie bardzo zamożni, ale za to chętniej podejmujący ryzyko zakupu prac nieznanymi jeszcze szerzej artystów, np. kuratorzy, ale przede wszystkim galerzyści\_tki czy dealerzy. Warto mieć to z tyłu głowy, pokazując im swoje prace czy portfolio.

## Dobre standardy przy sprzedawaniu sztuki

Prowadząc samodzielnie sprzedaż własnych dzieł sztuki, warto zadbać o dobre standardy związane z transakcjami na rynku sztuki. Przede wszystkim dla własnego bezpieczeństwa, ale też w ramach dobrego serwisu dla naszych klientów\_tek. Dobrze, jeśli sprzedaż jest udokumentowana. Jeśli jako artyści prowadzimy działalność gospodarczą, to podstawowym dokumentem jest rachunek lub faktura, na podstawie której dokonujemy transakcji. Jeśli nie jesteśmy przedsiębiorcami sztuki (wszystko przed Tobą!), to można spisać prostą umowę kupna-sprzedaży (w materiałach A – Z znajdziecie odpowiedni wzór). Zdarza się coraz częściej, że sami klienci proszą o podpisanie umowy, również po to, aby jasno określić prawa, jakie nabywa kolekcjoner wraz z zakupem dzieła. Taka umowa jest obowiązkowa w przypadku sprzedaży dzieła do muzeum lub innej instytucji. Przygotowuje ją nabywca, artysta zaś winien uważnie, przed podpisaniem, przeczytać jej treść i pytać, jeśli cokolwiek wydaje się niejasne lub budzi wątpliwości. Umowa, jak sama nazwa wskazuje, jest rodzajem porozumienia, więc nie należy krępować się – negocjowanie treści umów jest normalną praktyką.

Innym typem dokumentu, popularnym wśród kolekcjonerów, są certyfikaty. Służą one przede wszystkim potwierdzeniu autorstwa pracy w wypadku dzieł, które z jakichś powodów nie mogą być odręcznie podpisane przez autorkę lub autora. Ostatnio jednak dołączanie certyfikatów do wszelkich dzieł sztuki stało się mile widzianą, a nawet oczekiwaną przez nabywców praktyką. Warto przygotować sobie własny wzór takiego dokumentu (miejsce i data wystawienia, reprodukcja pracy, tytuł, data powstania, opis techniki i ew. edycji, podpis potwierdzający autentyczność). Koszt niewielki, a zadowolenie klientów – bezcenne!

Dokument, który bezwzględnie należy założyć rozpoczynając sprzedaż swoich prac to choćby najprostsza ewidencja wykonanych i zbywanych dzieł. Może to być tabelka w arkuszu kalkulacyjnym z miniaturką reprodukcją pracy, jej opisem i miejscem przechowywania lub imieniem i nazwiskiem (nazwą) nabywcy. Taka ewidencja to nasz wewnętrzny dokument, który rozrastając się z czasem, będzie nam służył nieocenioną pomocą.

## Współpraca z galerią – o czym warto pamiętać?

Nawiązanie stałej współpracy z galerią to dla wielu artystów\_ek cel sam w sobie. Faktycznie, często taka relacja ma przełomowe znaczenie w dalszym rozwoju kariery rynkowej. Nie zmienia to jednak faktu, że zanim podejmiemy współpracę z jakimkolwiek profesjonalnym pośrednikiem – galerią, domem

aukcyjnym czy działającym samodzielnie art advisorem – trzeba możliwie szczegółowo poznać lub ustalić jej zasady. Mogą one zostać spisane w formie umowy, co jest wskazane, zwłaszcza gdy rozpoczynamy współpracę albo gdy pośrednik nie ma jeszcze dłuższego doświadczenia czy renomy, nie znamy się bliżej, czy też umawiamy się na ograniczony zakres współpracy (np. umowa komisowa na jedną lub kilka prac przekazywanych do sprzedaży na określony czas). Omawiając zasady współpracy, trzeba zwrócić uwagę, czy ma ona mieć taki właśnie, doraźny charakter, czy stały, nieokreślony w czasie. A jeśli tak, to czy ma ona mieć charakter pełnej reprezentacji (na jakich zasadach)? Przy nawiązywaniu relacji z profesjonalną galerią warto wspólnie przedyskutować nie tylko zasady, ale też strategiczne priorytety współpracy, czyli co i w jakim czasie ma być naszym wspólnym celem. Takie umowy ze znanymi powszechnie galeriami mają na ogół charakter ustny, jednak warto odbyć taką szczegółową rozmowę na początku (a nawet sporządzić sobie z niej notatkę), aby uniknąć niedomówień w przyszłości.

Współpraca z galerią może (nie musi!) przynieść artyście\_tce szereg korzyści: sprzedażowych, promocyjnych czy produkcyjnych (wsparcie przy wykonaniu i finansowaniu nowych prac). Decyzja o nawiązaniu (lub rozwiązaniu) współpracy powinna być jednak przemyślana. To rodzaj inwestycji, często dosłownie, bo mając już za sobą sprzedaże prac bezpośrednio „z pracowni” i ustalony poziom ich cen, będziemy być może zmuszeni na początku do obniżenia cen autorskich, aby po dodaniu marży galerii ich cena sprzedażowa nie skoczyła z dnia na dzień ponad dwukrotnie (marża galerii to przeważnie 100% ceny autorskiej + podatek VAT, którego sami artyści, jeśli nie prowadzą działalności gospodarczej, nie są na ogół płatnikami).

Przekazując prace do sprzedaży pośrednikom, wstawiając je np. do domów aukcyjnych czy galerii-sklepów z obrazami, warto dokonać kalkulacji, czy faktycznie będzie to opłacalne, tak finansowo, jak i promocyjnie. Samodzielnie sprzedając swoje prace, zachowujemy pełną kontrolę nad własnym wizerunkiem artystycznym i cenami prac. Wiarygodność i autentyczność jest zaś jednym z najcenniejszych walorów, jakie artysta\_tka ma do zaoferowania poza własną sztuką. Współczesny rynek oferuje też coraz więcej możliwości samodzielnej sprzedaży prac przez artystów i, jak pokazuje praktyka, współpraca z galerią czy przypadkowymi pośrednikami nie jest jedyną możliwą ścieżką kariery, zwłaszcza w wypadku artystów\_ek pracujących w mniej popularnych na rynku sztuki mediach, jak fotografia czy film.

## Co robić, gdy moje prace się nie sprzedają?

Rozczarowania są wpisane w zawód artysty\_tki. Niepowodzenia w sprzedaży

własnych prac nie muszą jednak oznaczać, że nie mają one żadnej wartości i nikogo nie interesują. Może zbyt ambitnie je wyceniamy, a może mają po prostu inne walory niż doraźna atrakcyjność rynkowa. Rynek sztuki jest kapryśny i podatny na mody. I chociaż to słabe pocieszenie, współczesna sztuka zna wiele historii artystów\_ek, którzy na rynkowy sukces czekali wiele, wiele lat. Zamiast jednak czekać beczynnie, można szukać szansy na innych polach: poprzez wystawy (i ew. sprzedaże) w instytucjach artystycznych, podejmowanie *commissions* (czyli realizacji na zlecenie), granty i rezydencje artystyczne, karierę w edukacji artystycznej czy rozszerzenie swojej praktyki o plastykę użytkową (ilustracje, projektowanie graficzne etc.). A gdy i to się nie uda, z czystym sumieniem można rozpocząć poszukiwania innego niż sztuka źródła utrzymania.

# Podstawowe zagadnienia podatkowo-księgowo związane z prowadzeniem działalności artystycznej

Materiał jest podzielony na trzy części odnoszące się do tego, jak zazwyczaj rozwija się kariera artysty na rynku sztuki: sprzedaży bezpośredniej z pracowni, współpracy z galeriami oraz założenia własnej działalności gospodarczej.

## Sprzedaż bezpośrednia

Sprzedaż bezpośrednia jest definiowana jako sprzedaż dzieła z pracowni bezpośrednio kolekcjonerowi bez udziału galerii czy pośrednika sprzedaży. Uznaje się ją za przychód artysty i jako taka jest opodatkowana podatkiem dochodowym od osób fizycznych. Pracując na umowę o dzieło/zlecenie/pracę co roku otrzymujemy od naszego pracodawcy druk PIT-11 z wykazem naszych przychodów, jak również wysokością odprowadzonych za nas przez pracodawcę zaliczek na podatek dochodowy. W przypadku sprzedaży samodzielnej sami jesteśmy zobowiązani do odprowadzenia należnego podatku do urzędu skarbowego. Żeby zrobić to poprawnie, najpierw należy zakwalifikować swoje źródła przychodów, żeby wiedzieć, jakiej wysokości podatek powinniśmy zapłacić.

### Sprzedaż dzieł własnoręcznych chronionych prawem autorskim

Przy sprzedaży własnoręcznie wykonanych dzieł chronionych prawem autorskim zazwyczaj jest to przychód z autorskich praw majątkowych, gdzie zastosowanie ma zasada 50% kosztów uzyskania przychodu, co oznacza możliwość odliczenia od swoich przychodów 50% kosztów, wskutek czego podatek liczymy tylko od połowy swoich przychodów.

Poniżej podaję wzór na obliczenie wysokości podatku dochodowego:

$$(x - 50\%x) * 17\%$$

gdzie:

- x – przychód
- 17% – wysokość podatku dochodowego od osób fizycznych w pierwszym progu podatkowym

Jeżeli więc przychód wynosi 1000 PLN,  
to należy odprowadzić 85 PLN podatku dochodowego,  
co wynika z obliczeń:

$$(1000 - 50\%*1000)*17\% = (1000 - 500) * 17\% = 500 * 17\% = 85 \text{ PLN}$$

50% kosztów uzyskania przychodu z tytułu praw autorskich może być stosowane w:

- działalności twórczej – w zakresie architektury, architektury wnętrz, architektury krajobrazu, urbanistyki, literatury pięknej, sztuk plastycznych, muzyki, fotografii, twórczości audiowizualnej, programów komputerowych, choreografii, lutnictwa artystycznego, sztuki ludowej oraz dziennikarstwa;
- działalności badawczo-rozwojowej oraz naukowo-dydaktycznej;
- działalności artystycznej – w dziedzinie sztuki aktorskiej i estradowej, reżyserii teatralnej i estradowej, sztuki tanecznej i cyrkowej oraz w dziedzinie dyrygentury, wokalistyki, instrumentalistyki, kostiumografii i scenografii;
- dziedzinie produkcji audiowizualnej reżyserów, scenarzystów, operatorów obrazu i dźwięku, montażyistów, kaskaderów;
- działalności twórczej – w zakresie inżynierii budowlanej, wzornictwa przemysłowego, twórczości audialnej, gier komputerowych;
- działalności muzealniczej – w dziedzinie wystawienniczej, naukowej, popularyzatorskiej, edukacyjnej oraz wydawniczej;
- działalności konserwatorskiej;
- działalności tłumaczeniowej.

Przychody ze sprzedaży bezpośredniej dzieł deklaruje się dopiero w zeznaniu rocznym, wypełniając druk PIT-36 (źródła przychodów: prawa autorskie i inne prawa, o których mowa w art. 18 ustawy, rubryka nr 105). Wtedy też trzeba opłacić należny podatek. PIT-36 składają w urzędzie skarbowym właściwym dla miejsca zamieszkania podatnicy, którzy nie rozliczają się za pośrednictwem płatnika (pracodawcy) lub uzyskują przychody z wielu źródeł, w tym część bez pośrednictwa płatnika. Termin upływa 30 kwietnia

każdego roku kalendarzowego.

Wysokość podatku zależy od wielu czynników, m.in.: różnych form zatrudnienia, przysługujących ulg, kwoty wolnej od podatku, opłaconych składek na ubezpieczenie, rozliczania się samodzielnie lub z małżonkiem/małżonką. Dobrze jest jednak na bieżąco wyliczać sobie należny podatek ze sprzedaży bezpośredniej, żeby wiedzieć, ile przyjdzie nam mniej więcej dopłacić podatku na koniec roku. Dobrym zwyczajem, który pomoże nam w dokumentowaniu sprzedaży w ciągu roku, jest sporządzanie prostej umowy sprzedaży z kolekcjonerem. Mogą tam być zawarte podstawowe informacje: data sprzedaży, dane artysty i kolekcjonera, dane dzieła, cena sprzedaży. Przykładową umowę znajdziecie w materiałach Artysty – Zawodowca z 2018 roku.

### **Sprzedaż dzieł własnoręcznych niechronionych prawem autorskim**

Innym źródłem przychodów artysty może być wyróżniona w druku PIT-36 działalność wykonywana osobiście, która nie jest chroniona prawami autorskimi. Mogą to być: przychody z działalności artystycznej, literackiej, naukowej, trenerskiej, oświatowej i publicystycznej, w tym z tytułu udziału w konkursach z dziedziny nauki, kultury i sztuki oraz dziennikarstwa, jak również przychody z uprawiania sportu, stypendia sportowe oraz przychody sędziów z tytułu prowadzenia zawodów sportowych (art. 13 pkt. 2–8 ustawy o PIT). W wypadku takich przychodów mamy możliwość zastosowania zasady 20% kosztów uzyskania przychodu.

Mogą to być na przykład przychody z tytułu wykonywania usług na podstawie umowy zlecenia (np. przychody menedżerów zarządzających projektami) lub z tytułu umowy o dzieło, które nie są chronione prawami autorskimi, czyli nie noszą znamion utworu (np. wykonanie prostego stołu i zestawu krzesel). Warto w tym miejscu przywołać definicję utworu: utwór, zgodnie z art. 1 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, to każdy przejaw działalności twórczej o indywidualnym charakterze, ustalony w jakiejkolwiek postaci, niezależnie od wartości, przeznaczenia i sposobu wyrażenia.

### **Podatek PCC**

Podatek PCC, czyli podatek od czynności cywilnoprawnych, jest zazwyczaj stosowany przy zbywaniu majątku. Kiedyś był naliczany, często błędnie, przy sprzedaży dzieł sztuki, ale trzeba pamiętać, że nie odnosi się on do sprzedaży dzieł wykonywanych własnoręcznie przez artystę. Może być natomiast zastosowany przy sprzedaży obrazu, który otrzymaliśmy w spadku lub znaleźliśmy na strychu. Jest to podatek opłacany przez osobę kupującą, w wysokości 1% lub 2% wartości zakupionego dzieła, liczony od



sprzedaży powyżej 1000 zł. W przypadku takiej sprzedaży osoba kupująca zgłasza fakt zakupu do urzędu skarbowego i płaci naliczony podatek. Osoba sprzedająca nie deklaruje takiej sprzedaży w swoim rozliczeniu rocznym jako przychód.

Przy sprzedaży bezpośredniej własnych dzieł obowiązek płacenia podatku PCC nie zachodzi. Kupujący nie musi odprowadzać go do urzędu. Artysta powinien taką sprzedaż zadeklarować w rozliczeniu rocznym i odprowadzić należny podatek, jak opisano powyżej.

### Sprzedaż dzieł za granicę

Sprzedaż dzieł w ramach Unii Europejskiej w rozliczeniu podatku dochodowego jest traktowana podobnie jak sprzedaż krajowa. W razie takiej sprzedaży przychód deklarujemy w zeznaniu rocznym w formularzu PIT-36 i wtedy też odprowadzamy należny podatek. Jeżeli przychód jest w obcej walucie, przelicza się go na PLN według kursu średniego walut obcych ogłaszanego przez Narodowy Bank Polski z ostatniego dnia roboczego poprzedzającego dzień uzyskania przychodu.

Sprzedaż dzieł poza Unię Europejską w rozliczeniu podatku dochodowego traktowana jest tak samo jak sprzedaż w ramach Unii, natomiast wymaga odprawy celnej przy wysyłce i opłacenia przez osobę kupującą podatku związanego z importem dzieła do kraju docelowego. Warto pamiętać, że przy wysyłce dzieła poza Unię wymaganych jest kilka dodatkowych dokumentów potwierdzających wartość dzieła oraz możliwość wywozu za granicę zgodnie z ustawą o zabytkach. Wymogi różnią się zależnie od kraju docelowego, dlatego warto zawsze spytać przewoźnika, jakich dokładnie dokumentów potrzebuje i czy może udostępnić nam dane formularze do wypełnienia.

## Jednoosobowa działalność gospodarcza

Należy pamiętać, że działalność twórcza, jako taka, nie jest działalnością gospodarczą, nawet jeżeli przynosi wysoki przychód. Do rozpoznania działalności gospodarczej koniecznym jest łączne zaistnienie trzech jej cech funkcjonalnych: zarobkowości, zorganizowania i ciągłości. Brak którejkolwiek z nich oznacza, że dana działalność nie może być zakwalifikowana do kategorii działalności gospodarczej. Twórczość artysty z zasady nie jest działalnością stricte zarobkową (zakłada się, że powstaje z wewnętrznej potrzeby twórczej, a nie tylko dla pieniędzy), toteż nie będzie zakwalifikowana jako działalność gospodarcza. Artysta sprzedający swoje dzieła może oczywiście na każdym etapie swojej kariery założyć działalność i rozliczać

się z urzędem skarbowym na zasadach jednoosobowej działalności gospodarczej, nie jest to jednak wymagane. Natomiast artysta, który postanowi skomercjalizować swoją sztukę i np. nanosić ją na koszulki, kubki, plakaty itp., sprzedając takie produkty z dużym prawdopodobieństwem będzie potraktowany jako przedsiębiorca.

## Współpraca z galeriami

Galerie zazwyczaj rozliczają się z artystami korzystając z umowy komisowej, która jest podstawowym dokumentem współpracy między galerią a artystą. Niezależnie od tego, czy artysta współpracuje z galerią na stałe, czy tylko przy jednej wystawie, to przeważnie właśnie taką umowę będzie podpisywał. Jest to często jedyny dokument określający ramy takiej współpracy, ważne więc, żeby zawierał jak najwięcej informacji.

### Umowa komisowa

Umowa komisowa zawierana jest pomiędzy osobą oddającą rzecz w komis (komitent) a komisem, czyli osobą prowadzącą komis (komisant/galeria). Nie jest to dokument księgowy. Nie potwierdza sprzedaży dzieła, nie gwarantuje również, że praca zostanie sprzedana. Przede wszystkim dokumentuje sam fakt przekazania dzieła. Warto pamiętać, że przez cały czas trwania umowy, do momentu sprzedaży, dane dzieło pozostaje własnością artysty. Galeria jest tylko pośrednikiem sprzedaży. Poza podstawowymi informacjami określającymi zasady współpracy: listę dzieł, ramy czasowe, prowizję sprzedającego, formę rozliczenia, umowa komisowa może zawierać wiele dodatkowych informacji, zależnie od ustaleń z galerią. Ponieważ, jak wspomniałam, jest to często jedyny pisemny dokument potwierdzający współpracę z galerią, warto, żeby był jak najdokładniejszy, dzięki czemu zasady współpracy będą jasne i klarowne. Umowa komisowa może zawierać ustalenia dotyczące zniżek, licencji, ubezpieczenia prac czy transportu.

Artysta podatek dochodowy z przychodów związanych z umowami komisowymi rozlicza podobnie jak w wypadku sprzedaży bezpośredniej. Tutaj również dopiero w zeznaniu rocznym deklaruje swoje przychody i płaci należny podatek do urzędu skarbowego.

Poniżej prezentuję przykładową umowę komisową między artystą a galerią. Umowa została stworzona na potrzeby wykładu.

Warszawa, 7 kwietnia 2022 r.

## UMOWA KOMISOWA

W dniu 7 kwietnia 2022 r. w Warszawie pomiędzy spółką XYZ z siedzibą w Warszawie przy ul. ..., NIP ..., reprezentowaną przez członków zarządu: ...

zwaną w treści umowy Komisantem

a ARTYSTKĄ zamieszkałą w ..., PESEL ..., zwaną dalej Komitentem,

zawarto umowę następującej treści:

### § 1.

Komisant zobowiązuje się do sprzedaży komisowej rzeczy wymienionych w załączniku nr 1, które otrzymał od Komitenta.

### § 2.

Komitent oświadcza, że oddane w komis dzieła wymienione w załączniku nr 1 stanowiącego pełną własność i są efektem jego działalności twórczej.

### § 3.

Od chwili przejścia towarów przez Komisanta to on ponosi ryzyko związane z ich uszkodzeniem czy utratą. Komisant zobowiązany jest ubezpieczyć powierzone mu przez Komitenta rzeczy.

### § 4.

Komitent zobowiązuje się wypłacić Komisantowi prowizję za dokonaną sprzedaż. Prowizja ta zostanie odliczona od kwoty przelanej Komitentowi w ramach rozliczenia sprzedaży.

Wysokość prowizji wynosi ... ceny netto sprzedaży.

Rozliczenie po dokonanej przez Komisanta sprzedaży nastąpi w ciągu ... dni.

### § 5.

Dokonanie sprzedaży przez Komisanta będzie potwierdzone fakturą VAT.

### § 6.

Komisant, po konsultacji z Komitetem i uzyskaniu jego zgody, ma prawo obniżyć cenę sprzedaży (ustaloną w załączniku nr 1) maksymalnie o ...

### § 7.

Komitent oświadcza, że jego prawa autorskie do dzieł wymienionych w załączniku nr 1 są nieograniczone i że z chwilą zawarcia Umowy udziela spółce XYZ licencji niewyłącznej bez ograniczeń terytorialnych, na czas trwania umowy na polach eksploatacji wskazanych poniżej; w tym w szczególności pola określone w art. 50 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych tj.:

- w zakresie utrwalania i zwielokrotniania odzwierciedlenia dzieła: wytwarzanie określoną techniką egzemplarzy utworu, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową;
- w zakresie obrotu oryginałem albo egzemplarzami, na których odzwierciedlenie dzieła utrwalono: wprowadzanie do obrotu, użyczenie lub najem oryginału albo egzemplarzy;
- w zakresie rozpowszechniania dzieła w sposób inny niż określony w pkt. 2: publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także publiczne udostępnianie.

### § 8.

Wszelkie zmiany niniejszej umowy powinny mieć charakter pisemny.

### § 9.

Prace przyjęte w komis zostaną potwierdzone dokumentacją fotograficzną po dostarczeniu do Komisanta.

### § 10.

Umowa została zawarta na czas nieokreślony. Odstąpienie od umowy musi zostać potwierdzone pisemnie.

### §11.

Umowa została sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze Stron.

### §12.

W sprawach nieunormowanych niniejszą umową mają zastosowanie przepisy Kodeksu Cywilnego oraz prawa autorskiego.

Komisant:

Komitent:

## Rozliczenia z galerią

Artysta rozlicza się z galerią z ceny netto sprzedaży dzieła, to znaczy ceny bez podatku VAT. Galeria przy sprzedaży dzieła nakłada na cenę netto podatek VAT i sprzedaje dzieło po cenie brutto (z podatkiem). Podstawowym i najbardziej powszechnym dokumentem sprzedaży w galeriach jest faktura VAT marża.

## Podatek VAT

Podatek VAT, zwany podatkiem od wartości dodanej, jest specyficznym typem pośredniego, powszechnego podatku obrotowego, który obciąża ostatecznego nabywcę towaru i zawarty jest w jego cenie zakupu. Podatek ten nakłada się na każdą transakcję sprzedaży w procesie produkcji i dystrybucji. Jako podatek konsumencki ma charakter neutralny dla finansów przedsiębiorstwa, gdyż jego ciężar przerzucany jest na ostatecznego nabywcę dóbr i usług, czyli na konsumenta.

W przedsiębiorstwach podatek VAT jest rozliczany oddzielnie od wartości netto zakupionych i sprzedanych towarów czy usług. Na koniec miesiąca lub kwartału podatek VAT należny (który przedsiębiorstwa doliczają do ceny netto sprzedawanych przez siebie towarów) oraz VAT naliczony (który przedsiębiorstwa płacą firmom, od których zakupiły towar, i który jest wyszczególniony na fakturze zakupowej) są rozliczane, a różnica z tego rozliczenia jest wypłacana urzędowi skarbowemu (jeżeli podatek należny przewyższa naliczony) lub zwracana przedsiębiorstwu przez urząd skarbowy (jeżeli podatek naliczony przewyższa należny).

## Faktura VAT marża

To specjalny rodzaj faktury, w której VAT liczy się tylko od marży pośrednika sprzedaży, czyli galerii. Ustawa o VAT określa, że faktura VAT marża dotyczy jedynie podatników, którzy: świadczą usługi turystyczne; dokonują dostaw towarów używanych; dokonują dostaw przedmiotów kolekcjonerskich i antyków; dokonują dostaw dzieł sztuki. Jest to specyficzna faktura, na której nie podaje się wysokości VAT-u. Na normalnej fakturze podanie VAT-u jest wymagane, tu wysokość podatku jest utajniona, żeby m.in. chronić tajemnicę handlową sprzedawcy. Podawana jest tylko kwota brutto (kwota z podatkiem). W związku z tym z faktury VAT marża kupujący nie ma możliwości odliczenia VAT-u. Natomiast wystawiający fakturę musi się z VAT-u rozliczyć z urzędem skarbowym, co oznacza, że artysta dzieląc się z galerią zyskiem ze sprzedaży dzieła po równo, dzieli się kwotą netto (kwota bez podatku), ponieważ podatek VAT jest dla galerii neutralny i musi się ona z niego rozliczyć z urzędem skarbowym.

Poniżej podaję wzór na obliczenie ceny brutto na fakturze VAT marża przy założeniu, że artysta z galerią dzielą się zyskiem ze sprzedaży dzieła po równo:

$$1x + 1,23x = y$$

gdzie:

$y$  = cena sprzedaży brutto

$x$  = należność dla artysty i galerii

Przy założeniu, że dzieło kosztuje 10 000 PLN netto (cena sprzedaży bez VAT), na fakturze VAT marża pojawi się cena sprzedaży brutto, czyli 11 150 PLN brutto, bo:

$$1x + 1,23x \rightarrow 5000 + 5000 \times 1,23 = 5000 + 6150 = 11150 \text{ PLN}$$

$$\text{VAT} = 0,23x = 1150 \text{ PLN}$$

Przychód dla artysty = 5000 PLN

17% podatku dochodowego

przy 50% kosztów uzyskania przychodu:

$$(5000 - 50\% \cdot 5000) \times 17\% = 2500 \times 17\% = 425 \text{ PLN}$$
$$5000 - 425 = 4575 \text{ PLN}$$

Mam nadzieję, że powyższe opisy choć w małym stopniu pomogą artystom w poruszaniu się na rynku sztuki.