opusdei.org

Gdy klientem jest wiara...

Rozmowa z Krystyną de Salas, przedstawicielem Arte Granda w Polsce, przeprowadzona przez Katarzynę Zdrzenicką.

16-05-2007

W 1940 roku św. Josemaría Escrivá, poruszony gorącą miłością do Pana – pomimo kłopotów, jakich wówczas doświadczaliśmy – zaczął przynosić do pracowni sztuki religijnej, bardzo znanej w Hiszpanii i poza jej granicami, kosztowności podarowane mu przez pewnych przyjaciół.

Zostawił je tam, aby zrobiono z nich bardzo ozdobną monstrancję ze srebrnymi dzwoneczkami, którą pragnął ofiarować Panu. Chodziło o pracownię

„Talleres de Arte Granda” , *prowadzoną przez bardzo pobożnego kapłana, księdza Felixa i jego siostrę, Cándidę Granda”. (Álvaro del Portillo „O Założycielu Opus Dei”, str.159)* **- Talleres de Arte Granda trochę się zmieniło od czasu, o którym pisze Sługa Boży bp Álvaro del Portillo?**

Krystyna de Salas: Rzeczywiście, firma rozwinęła się pod względem technicznym i znacznie powiększyła. Pracuje dziś na rynkach wielu krajów. W samej Polsce jej produkty są już od kilkunastu lat. Jednak dewiza firmy jest ciągle ta sama: „w służbie sztuki sakralnej”. W tej pracy cenię sobie właśnie to, iż jest ona bezpośrednią służbą Kościołowi.

- Sztukę sakralną trudno chyba jednak przeliczać na pieniądze.

Jeśli istnieje tu pewien opór, to jest to zjawisko pozytywne, spowodowane zapewne rozumieniem sfery „sacrum” jako czegoś wydzielonego, to znaczy nie „zbrudzonego” innymi sferami, a już na pewno nie pieniędzmi, które kojarzą nam się z trudem, stresem, itd.

Z drugiej strony firma zajmująca się produkcją i handlem sztuką sakralną to - podobnie jak inne firmy - instytucja zatrudniająca fachowy personel, mająca swoją siedzibę, departamenty pracy, używająca do pracy szlachetnych materiałów. Wszystko to oczywiście kosztuje i przekłada się później na ceny produktów.

Może więc zachować sakralność tych produktów, traktując je z większą niż inne hojnością?

- Czym sztuka sakralna różni się od innych rodzajów sztuki?

Każda prawdziwa sztuka zakłada z definicji połączenie piękna i dobra, dzięki czemu nabiera charakteru transcendentnego. Sztuka sakralna jest związana z kultem, z liturgią, a zatem z bezpośrednim uobecnieniem prawd Bożych, wśród których centralne miejsce zajmuje Eucharystia.

Rzeczy, które oferujemy, są tym szlachetniejsze i tym doskonalsze, im bliższy kontakt będą mieć z Najświętszym Sakramentem. Do wytworzenia takich przedmiotów używa się najlepszych metali, tkanin, kamieni.

- Niektórzy pytają, czy to nie przesada. Jest tyle potrzeb w społeczeństwie, które można byłoby choć w części zaspokoić za te pieniądze.

Odpowiedź znajdziemy w Ewangelii. Nie potrzeba wielu argumentów, ale bardziej pokory, by uznać, że wobec Boga to i tak mało. Ponadto św. Josemaría podawał porównanie, że przecież osoby, które się kochają, nie ofiarowują sobie worka cementu…

- Sługa Boży bp Álvaro del Portillo pisze o Założycielu Opus Dei: „Pamiętam, że w 1959 lub w 1960 roku będąc w Londynie, oglądał w telewizji transmisję z uroczystości na dworze królewskim. Zaraz potem zauważył, jak czynił to przy różnych okazjach, że taka uroczystość wymaga bardzo dokładnego przygotowania. Tym bardziej, gdy chodzi o Boga, naszego Pana, ku któremu zwracamy się w akcie czci. Dlatego musimy przygotowywać je z miłością i z dużo większym oddaniem niż robią to mistrzowie ceremonii na dworze królowej angielskiej”.

Czy sztuka sakralna nie jest raczej pracą dla księży?

Moimi klientami są rzeczywiście najczęściej księża. Jednak sama sprzedaż to dziedzina dla osoby świeckiej. Przecież np. oświetlenia w kościele też nie zakłada sam ksiądz, ale elektryk. Bardzo chciałabym też, by właśnie osoby świeckie były coraz częściej moimi klientami. Troska o kościoły w sensie materialnym to odpowiedzialność wszystkich wiernych.

- Jako dziecko uczestniczyłam w wyjazdach do Częstochowy, które moja mama co roku organizowała dla chętnych z naszej wsi lub okolic. Z każdego wyjazdu wracaliśmy z choćby jedną małą rzeczą dla naszej kaplicy lub kościoła...

To piękne, że w Polsce tak dba się o piękno liturgii. Jednocześnie pragnę podkreślić, że absolutnie nie chcemy

być konkurencją dla polskich firm zajmujących się sztuką sakralną. Osobiście bardzo ją cenię i jest moim pragnieniem czerpanie z jej motywów. Nie chciałabym zapeszyć, ale widzę tutaj duże możliwości wynikające z połączenia doświadczenia TAG z jednej strony i potencjału polskiego z drugiej.

- Nie boi się Pani, że

hiszpańskie ceny odstraszą polskich klientów?

Nie. Obserwuję na rynku polskim obecność wielu zagranicznych firm, oferujących produkty drogie, a mimo to znajdujące klientów. Ponadto liczę na wyczucie Polaków, którzy umieją sprawy związane z wiarą, a więc i kultem, traktować z wyczuciem.

- Jednak różnica między Polską a Hiszpanią jest znacząca...

Mieszkam w Polsce od kilkunastu lat i widzę, że ludzie mają coraz lepsze samochody, coraz ładniejsze mieszkania i domy, nowoczesne urządzenia. Nie byłoby logiczne, gdyby akurat naczynia lub szaty liturgiczne miały być złej jakości. Rozwój to pewien proces, który obejmuje różne dziedziny, inaczej nie jest „sensu stricte” rozwojem.

- Na koniec: Ma Pani jakiś ulubiony przedmiot spośród oferowanych w katalogu TAG?

Tak, to wszystkie tabernakula, a jeśli miałabym wybrać jedno, to jest to tabernakulum z wizerunkiem Matki Bożej Ostrobramskiej wewnątrz, zamówione przez klienta z Litwy. W tabernakulach najpiękniejsze jest zawsze wnętrze, gdyż ono jest bezpośrednio dla Boga i tylko dla Niego.

Jeśli chodzi o polską sztukę sakralną, to wciąż odkrywam coś nowego.

Pamiętam na przykład, jakie wrażenie zrobił na mnie relikwiarz św. Stanisława w Katedrze na Wawelu.

- Dziękuję za rozmowę.

pdf | dokument generowany automatycznie z https://opusdei.org/pl-pl/article/gdy-klientem-jest-wiara/ (19-01-2026)