

La tua specialità è la litografia, un procedimento di stampa che ha più di due secoli di storia. Che cosa t'interessa di questa tecnica?

È il primo procedimento di stampa in cui l'artista ha la possibilità di rappresentare il proprio ductus. Calcografia e stampa in rilievo sono tecniche meccaniche, che richiedono di intagliare il legno o di incidere lastre di rame, ma, da un momento all'altro, grazie alla litografia, è possibile intervenire su un supporto a stampa con la matita o il pennello. È stata una rivoluzione. L'integrazione del ductus individuale nel procedimento di stampa continua ad affascinarmi fino a oggi.

L'azienda di famiglia, la J.E. Wolfensberger, ha oltre un secolo di storia di successo alle spalle. Inizialmente riuniva in un'unica sede litografia, laboratori e galleria d'arte.

Il mio bisnonno Johann Edwin Wolfensberger fondò l'azienda nel 1902 puntando esclusivamente alla litografia. Non era soltanto un ottimo tipografo (si era formato presso la rinomata tipografia Orell Füssli), ma anche un imprenditore abile e visionario. Ben presto si rese conto che la stampa di immagini possedeva un grande potenziale. Quella di testi aveva già raggiunto un livello molto elevato e in effetti, grazie a Johannes Gutenberg, aveva anche ben 450 anni di vantaggio. Nella riproduzione di immagini invece fino all'invenzione della litografia esistevano notevoli deficit. Il mio bisnonno contribuì sostanzialmente allo sviluppo della stampa di immagini.

J.E. Wolfensberger assunse anche artisti nella sua azienda?

Sì, era appassionato d'arte e amico di artisti e ben presto comprese che se voleva realizzare opere di qualità occorrevano artisti di talento. Per esempio assunse in pianta stabile artisti, come Otto Baumberger, che si erano contraddistinti nell'arte del manifesto o nella litografia pubblicitaria. Inoltre mise a disposizione studi per i numerosi artisti svizzeri e internazionali che venivano appositamente a Zurigo per realizzare le litografie. Il mio bisnonno riuscì fin dall'inizio a sfruttare i collegamenti tra la grafica pubblicitaria e l'arte. A modo suo è stato un antesignano del networking.

Nel frattempo tu e tuo fratello Benni Wolfensberger dirigete in quarta generazione l'azienda ripartita in due entità indipendenti, lui la tipografia offset a Birmensdorf, tu lo stabilimento litografico all'Eglihof di Zurigo. Che formazione hai seguito, che cosa ha segnato la tua carriera?

Abitavo con i miei genitori e mio fratello al terzo piano della casa in Bederstrasse, che riuniva abitazione e stabilimento. Quindi sono praticamente cresciuto nella tipografia e a chi mi



chiede che formazione ho avuto, dico che la mia principale formazione è stata questa. In effetti non andavo bene a scuola. Il peggiore allievo durante le lezioni, il migliore durante l'intervallo. Fu un periodo estenuante per me e i miei genitori. Tanto più grande fu la mia gioia quando nel 1981 venni ammesso al corso preliminare della Scuola di arti applicate di Zurigo. Qui trascorsi un periodo molto felice, perché riuscii a scoprire che cosa mi interessava realmente. Erano anni di gran fermento anche a scuola, l'AJZ (centro giovanile autonomo di Zurigo) si trovava dietro l'angolo. Vi si proclamava una politica culturale alternativa e più spazi autonomi, anche se io stesso non mi ero sentito troppo infelice a crescere in una casa borghese. Il grande shock per me fu invece che a scuola tutti sapevano disegnare molto bene. A quei tempi disegnare era il lavoro manuale per eccellenza. Così ben presto mi buttai sulla teoria dei colori, che mi interessava e che mi dava la dovuta sicurezza. Concluso il corso preliminare decisi di non sostenere gli esami per essere ammesso a una delle sezioni specifiche e iniziai subito un tirocinio di tipografo.

Una decisione coerente.

Al contrario di tutti gli allievi che agivano in modo provocatorio la mia strategia era difensiva. Diventato stampatore tipo-offset la mia autostima aumentò rapidamente. Nel frattempo lavoro da quasi 40 anni alla macchina tipografica e non me ne pento nel modo più assoluto.

Dove hai svolto la tua formazione?

Presso la Schnellert AG, una tipografia relativamente piccola di Zurigo, che formava tipografi e stampatori offset. La stampa di libri a quei tempi implicava ancora molta manualità, mentre nell'offset si stava lentamente passando dall'analogico al digitale. Dopo il tirocinio mi trasferii nella Svezia centrale per lavorare in una grande tipografia con 300 collaboratori e lavoro a turni. Un bel contrasto rispetto alla mia vita professionale in Svizzera. Mia madre è svedese e anche la mia moglie, per questo mi sento legato alla Svezia. Sono rimasto due anni ed è stato un periodo molto felice. Non solo professionalmente, anche privatamente ho seguito le orme di mio padre.

Perché sei rientrato in Svizzera?

Sono tornato a Zurigo in seguito a un'offerta di lavoro molto concreta di mio padre. Alla litografia si era liberato un posto e mio padre venne a Stoccolma insieme al responsabile del laboratorio per offrirmi il posto di tiraprova. Questo mi permise di conoscere a fondo la pietra litografica e di entrare in contatto con artiste e artisti. Per questa opportunità datami nel 1987/88 non ho mai smesso di essere grato a mio padre.

Questo riflette un atteggiamento molto rispettoso.

Sì, è lo stile di mio padre, è molto affascinante. Da lui ho imparato che si possono trattare così anche collaboratori, clienti e fornitori. Mi ha entusiasmato

non solo come persona, ma anche come imprenditore.

Com'era la situazione della litografia negli anni Novanta?

Ebbi la fortuna che il reparto di litografia fosse in una fase di cambiamento. Il periodo di massimo splendore della grafica originale classica, l'arte per i piccoli budget, era ormai concluso. La litografia non era stata pienamente sfruttata e proprio per questo ebbi la massima libertà di cambiare qualcosa. Mio padre mi sostenne e mi lasciò fare.

In che cosa ti distingui da altri litografi?

Non ho sviluppato un mio proprio linguaggio. Una litografia prodotta da Wolfensberger non è riconoscibile. Un lavoro di Shirana Shahbazi o di John Baldessari deve restare riconoscibile come tale. Spesso abili artigiani si prendono troppo sul serio e non si mettono sufficientemente al servizio del compito. Il mio marchio è che non ne ho o che non è visibile.

Che cosa ha lasciato un segno nella tua carriera?

Mi lascio influenzare volentieri. Bernhard Luginbühl, per esempio, è stato per me come un padre, era sempre molto schietto e mi stimolava a fare qualcosa, perché si rendeva conto che la litografia possedeva ancora molto potenziale. Così iniziai a offrire una volta all'anno un workshop per giovani artisti. Si trattava di permettere loro di scoprire il medium litografico da un'ottica inedita. Vennero artisti come Dominik Stauch e Albrecht Schnider, che litografavano da noi per la prima volta. Ben presto mi resi conto che dovevo dare loro carta bianca. Grazie ai workshop capii lentamente di che cosa avessero bisogno gli artisti e scoprii che non si trattava di realizzare le mie idee, ma le loro.

Quindi, quella che viene prodotta nel tuo laboratorio non è la riproduzione di un'opera esistente, bensì un'opera a tutti gli effetti creata sul posto alla macchina litografica?

Un'opera grafica originale prodotta mediante un procedimento di stampa litografico, numerata e firmata, dovrebbe essere concepita esclusivamente per questo procedimento specifico. Dagli artisti mi attendo che escogitino esplicitamente qualcosa da creare qui, nel laboratorio, e che poi esista in questa forma e solo in questa forma.

Ti sei specializzato nella collaborazione con artiste e artisti che ti interpellano per progetti specifici e che rimettono sempre in discussione la grafica convenzionale. Come ci sei arrivato?

Quando aprii il laboratorio litografico a progetti artistici proponendo workshop, la stampa offset stava introducendo una severa standardizzazione. Ragioni economiche esigevano efficienza e una produzione coerente. A me invece interessavano i problemi. Molti artisti venivano da me con un problema specifico, legato alla carta oppure al colore o a un procedimento di trasposizione. E questo fu il vero e proprio avvio delle collaborazioni con gli artisti. La soddisfazione di riuscire a

risolvere problemi sempre diversi è rimasta immutata fino a oggi.

Che cosa serve per concretizzare visioni artistiche, com'è possibile trovare soluzioni specifiche?

Cerco di trasformare il mio *voyerismo* personale in empatia. Questo è il punto di partenza: sono più che curioso, direi smanioso, sono come una spugna e assorbo letteralmente il problema. Vale per problemi tecnici, chimici, ma anche per questioni legate ai colori. Sono affascinato dagli artisti che vogliono stampare in un colore che non esiste ancora. Da me non ci si può semplicemente liberare dai problemi, perché io non li risolvo da solo, ma riesco a immedesimarmi. Le soluzioni possibili sono il risultato del dialogo e del lavoro di squadra.

Quali competenze chiedi in particolare da parte tua?

In primo luogo bere caffè e stare ad ascoltare.

Ci puoi parlare di un progetto particolarmente ambizioso?

Un buon esempio è la collaborazione con Michael Günzburger, che a quei tempi cominciò a occuparsi assiduamente della riproduzione della pelle e del pelo di animali. Usava il *frottage*, un procedimento che non richiede l'impiego di macchinari, e aveva bisogno di aiuto per riuscire a stampare la struttura del pelo in modo possibilmente fine e fedele all'originale. Ne è nata una stretta collaborazione e in seguito un'amicizia. Il suo grande progetto consisteva nello stampare un orso polare in formato originale. Ben presto ci rendemmo conto che non potevamo soddisfare questa esigenza, né litograficamente né tecnicamente parlando.

Come hai risolto questo compito?

Un orso polare è grande praticamente il doppio rispetto al formato massimo delle nostre pietre litografiche, che misurano 120 x 80 centimetri. Di conseguenza usammo una lastra di alluminio, possibile per la stampa in piano. Anche la macchina tipografica doveva essere più grande del normale. Prima di allora non mi sarebbe mai venuto in mente di costruire una macchina per la stampa in piano di grande formato. Nel frattempo la usiamo anche per altre collaborazioni artistiche. Il progetto ebbe una fase preliminare molto lunga, chiaramente non iniziammo subito con l'orso polare, che fu per così dire il nostro obiettivo conclusivo. Realizzando altri 13 progetti sulla struttura del pelo di altrettanti animali, a volte anche vivi, riuscimmo a risolvere problemi molto specifici arricchendo ogni volta le nostre conoscenze. L'intero progetto fu oggetto di un continuo sviluppo e durò complessivamente sei anni.

Si trattò realmente di un orso polare vivo?

Partimmo da un orso polare anestetizzato a scopi scientifici. L'aspetto particolare della grafica dell'orso polare, prodotta alla fine a Spitzbergen, consistette nel dover effettuare la stampa a

trasferimento con temperature artiche e in brevissimo tempo. Alla fine, potendo lavorare con un orso polare morto per cause naturali, il fattore tempo non fu più così determinante.

Come si svolse esattamente il procedimento di stampa a trasferimento termico?

Il procedimento di stampa a trasferimento termico è un procedimento chimico in cui la sostanza grassa è una delle componenti principali e la temperatura ha un ruolo importante per la viscosità del grasso. Il colore utilizzato non deve essere né troppo duro né troppo morbido, per permettere tratti dai contorni nitidi. Di solito usiamo il colore grasso nero, che però in questo caso non andava bene perché avrebbe seriamente compromesso le possibilità di sopravvivenza dell'orso. Per finire usammo lanolina naturale e trasparente, che applicammo sul pelo dell'orso in uno strato sottilissimo per poi adagiare l'animale in sei su una matrice. L'impronta è quindi il risultato del suo peso corporeo. Per fissare sulla pellicola l'impronta del suo pelo fu necessario cospargerlo di cipria dorata. Questi preparativi permisero di impressionare la lastra di alluminio.

Un altro progetto, realizzato al di fuori del laboratorio litografico, è quello in collaborazione con Cécile Wick. Ce ne puoi parlare?

Cécile Wick ha avuto l'idea di applicare una serie di piccoli soggetti possibilmente direttamente sulla parete, senza cornici, senza riflesso e senza distanza. Appositamente per la mostra (*SUB ROSA*, Kunsthau Grenchen, 2018) abbiamo messo a punto una macchina per la stampa manuale con cui siamo riusciti a stampare direttamente sulla parete. Praticamente io stesso, con l'aiuto di un collaboratore, sono diventato una macchina tipografica. Purtroppo, trattandosi di un intervento artistico effimero, al termine della mostra i lavori sono spariti. Questo speciale procedimento di stampa diretta in verticale potrebbe essere sviluppato ulteriormente ed essere indicato per un intervento artistico permanente in uno spazio pubblico.

A Shirana Shahbazi ti lega una collaborazione fruttuosa e di lunga data. Com'è iniziata?

Per Shirana Shahbazi abbiamo stampato una tappezzeria usando dei pigmenti argentati per un'installazione *site specific* al MoMA di New York (*New Photography*, 2012). Serviva come sfondo o base per presentare i suoi lavori fotografici. Il colore argento faceva da riferimento alle fotografie sviluppate analogicamente. Si è trattato di un incarico esemplare, che ha segnato l'inizio di una collaborazione che dura fino a oggi e che si estende anche alla dimensione spaziale. Più tardi con Shirana ho realizzato un'intera mostra di suoi lavori fotografici (Kunsthalle Bern, 2014), ma anche edizioni per il *Verein für Originalgrafik*. Un altro punto che ci accomuna è l'interesse per i colori. La cosa che più mi ha colpito dei curatori americani è stato il trattamento accurato della tappezzeria.

Oltre a essere stata acquistata due volte, le indicazioni sui leganti e sui pigmenti di metallo sono servite al MoMA per produrre una terza tappezzeria. Il MoMA è e resta effettivamente il MoMA.

Esistono progetti che sono falliti?

Se un lavoro non soddisfa le nostre esigenze di qualità non viene reso pubblico. Non tutti i prodotti stampati sono adatti al mercato. La continua sperimentazione implica anche un certo rischio. Interrompere un progetto richiede coraggio e porta inevitabilmente a domande scomode, per esempio in merito a chi se ne debba assumere le spese. Contrariamente a un progetto con un prodotto finale riuscito, è molto più difficile ripartire i costi su tutte le parti coinvolte. Finora abbiamo sempre trovato una buona soluzione, ma succede anche che questa situazione metta alla prova delle amicizie.

La tua grande passione sono i colori. Sei un acceso critico dei colori Pantone. Quali sono le origini della tua passione, cosa alimenta questo tuo atteggiamento?

In merito al mio atteggiamento nei confronti del colore è iniziato a circolare il concetto «anti-Pantone». Fondamentalmente non sono mai contro qualcosa, ma piuttosto a favore di qualcosa. Voglio mettere in chiaro che non mi oppongo a un'azienda di colori statunitense, piuttosto difendo un trattamento corretto dei colori di stampa. La standardizzazione avvenuta nel settore grafico ha permesso decisivi passi avanti, ma ha implicato anche qualche passo indietro. Questo è particolarmente palese per quanto riguarda i colori di stampa. Mentre i colori CMYK abituali hanno raggiunto un livello incredibilmente alto, l'uso corretto di colori speciali è fallito a tutti gli effetti. Quasi l'intero settore creativo fa affidamento al lacunoso sistema cromatico di Pantone.

I colori Pantone sono diventati estremamente popolari grazie all'industria grafica e tipografica. Quali sono concretamente i difetti di questo sistema cromatico?

Il fatto è che vengono usate solo preparazioni molto semplificate. Si tratta di un compromesso economico a un livello molto basso. Qualche volta può essere sufficiente, ma esistono gravi lacune che non hanno motivo di esistere. Ti faccio un esempio: le mazzette cromatiche di Pantone distinguono solo due qualità di carta: patinata e non patinata. E questo è più che sorprendente, perché i colori usati sono trasparenti. La trasparenza conferisce al supporto, il più delle volte la carta, un'importante componente colorante, che viene però totalmente ignorata anche se è molto facile capire che la temperatura del colore di una carta contribuisce a caratterizzare un colore trasparente. Non si tiene conto nemmeno degli schiarenti ottici, del grado di lucentezza di una lacca o della rugosità di una carta; ma così sarebbe troppo facile! Un altro esempio che riguarda la semplificazione dei colori di stampa: nella mazzetta Pantone i colori vengono

sporcati esclusivamente con il nero e schiariti con il bianco trasparente. Per certe tonalità questo ha il vantaggio che i colori non reagiscono troppo ai differenti valori di luminosità, ossia non sono così sensibili alla metameria. Ma così facendo si rinuncia alla fantastica ricchezza dei colori che possono essere rifratti in modo complementare o simultaneo oppure ravvivati con bianco coprente. I libri come li ha stampati negli anni Settanta Dieter Roth, che aveva una predilezione per il marrone, non sarebbero più realizzabili se si dovessero applicare gli odierni requisiti di stampa. Delegare questo saper fare cromatico a un fornitore, come fanno oggi molte tipografie e molti grafici, è sicuramente la strada sbagliata.

Ma allora esiste una mazzetta di colori ideale?

Chi sono io per definire la mazzetta di colori ideale? Non sono così arrogante da lavorare a un contro-modello cromatico. Però ai miei artisti chiedo un atteggiamento più attivo nei confronti dei colori. Con molti di loro collaboro regolarmente e così sono in grado di elaborare insieme a loro gamme di colori personalizzati. Questo presuppone che ci si prenda il tempo di discutere anche dei colori. Insieme a Zilla Leutenegger ho sviluppato una gamma di colori notturni, che ha fortemente segnato la nostra collaborazione. Non seguiamo alla lettera preparazioni esistenti, ma possediamo nel frattempo importanti valori di riferimento per riuscire a capire le zone di luce e di ombra nel suo universo cromatico. In questo modo il colore ottiene anche maggiore contenuto.

Che cosa intendi per contenuto cromatico?

Non è soltanto una questione di fisica. Altrimenti potremmo limitarci al valore nanometrico delle lunghezze d'onda rilevate, per definire lo spazio dei colori. Ma la percezione dei colori avviene prima nella corteccia cerebrale e poi nell'occhio. Grazie alla trasposizione e concentrazione di numerose informazioni, il cervello trasforma gli impulsi inizialmente fisici in un fenomeno cromatico individuale. Per definizione il colore non è altro che una sensazione soggettiva ed è così che dovremmo trattarlo. I colori di stampa richiedono quindi un'attenzione particolare. Il contenuto cromatico si definisce attraverso l'applicazione del colore.

Quali colori usi esattamente?

Per principio non acquisto pigmenti puri, ma colori di stampa normali, come tutti gli altri. Forse conosco qualche fornitore in più e ho buoni contatti con i colorifici, perché ho frequentato una scuola tecnica e ho scritto un lavoro sui colori di stampa speciali. Tutti i moduli di formazione continua che ho frequentato negli ultimi 40 anni riguardavano la mia specialità. Quindi acquisto solo i colori base. Dopodiché i colori vengono ravvivati a seconda delle esigenze del progetto, vale a dire che cerco di infondergli vita, di orientarli in una determinata direzione, un rosso caldo, per esempio, viene reso ancora più caldo.

Parliamo del workshop con Maximage che hai tenuto all'ECAL di Losanna e che faceva parte del suo importante progetto di ricerca sul colore Color Library. Com'è andato?

Ci siamo basati sulla teoria dei colori di Johannes Itten, e questo mi ha molto agevolato. Dimostrando grande fiducia nei confronti dei loro studenti, David Keshavjee e Julien Tavelli di Maximage hanno introdotto il tema dei colori. Per un'intera settimana, giorno dopo giorno, gli studenti si sono messi puntualmente alla macchina tipografica. Desiderosi di imparare, abbiamo mischiato, combinato e stampato insieme un'infinità di nuove tonalità. Ne sono risultati dei bellissimi momenti cromatici. Diversamente dalle gamme cromatiche convenzionali, abbiamo stampato superfici di riferimento di maggiori dimensioni e contrapposto da due a quattro riquadri di colore. Tra l'altro non abbiamo confrontato un giallo chiaro con un giallo scuro, ma un arancione luminoso con un nero carico. Anche questo ci rimanda a un problema ricorrente: la maggior parte delle mazzette di colori confrontano solo le similitudini. I fogli di formato A2 stampati sul posto sono stati raccolti in un volume delle stesse dimensioni con una tiratura di 500 copie. Anche se il singolo volume è all'apparenza un prodotto industriale, sono risultate differenze vistose. Le 120 inedite combinazioni di colori pubblicate in forma di libro sono diventate in breve tempo uno strumento di lavoro ricercato per designer e artisti.

Come bisogna immaginarsi la tua giornata di lavoro, quanto tempo trascorri insieme a un artista?

Di solito un singolo progetto dura una settimana. Accanto vi sono progetti più grandi, che possono durare più settimane, e progetti minori di uno o due giorni. Nella maggior parte dei casi si ha tempo di sviluppare qualcosa insieme. Questo può avvenire anche durante un pranzo, che crea un'atmosfera molto familiare. L'artista newyorkese Wade Guyton, che di solito stampa su grandi macchine Epson, aveva prenotato un'intera settimana, ma nei primi tre giorni non è successo assolutamente nulla. È stato affascinante vedere come si prendeva tempo per assorbire l'atmosfera e osservare il nostro lavoro. La realizzazione del progetto vera e propria è avvenuta nell'arco di due soli giorni. Quel che conta non è soltanto la produttività, è importante anche concedersi del tempo. La litografia è un medium lento. Questo all'inizio è stato piuttosto uno svantaggio economico, anche se nel frattempo lo ritengo un vantaggio. Certo, so che esistono altri produttori d'arte a cui gli artisti affidano la realizzazione del prodotto finale. Ma nel mio caso la presenza dell'artista è determinante per la qualità del prodotto finale.

Secondo te, in cosa consisteranno in futuro le sfide per la tua professione?

Sono curioso di vedere come si svilupperà la litografia in futuro. È praticamente imprevedibile. Nel contesto artistico contemporaneo siamo di fronte a una nuova ondata di manualità. Ne sono molto convinto e mi fido degli artisti che sono più

ricettivi degli altri e che non arrivano con soluzioni pronte, ma che contribuiscono a svilupparne. Questo è legato anche al progetto del Fondo nazionale. Un'istituzione come la Scuola universitaria delle arti di Zurigo (ZHdK) sente che occorre ricominciare a pensare con le mani.

Il premio arriva in un momento in cui anche la ricerca scientifica ha notato la specificità della tua pratica artigianale. Di cosa si tratta? Come ti spieghi questo interesse?

L'ondata di digitalizzazione e standardizzazione dura ormai da tempo e l'ago della bilancia segna ormai lentamente nell'altra direzione. È una correzione generale e necessaria. Quel che è notevole tuttavia è che si tratti della ricerca di base. In effetti io mi occupo di ricerca progettuale e non potrei nemmeno permettermi, in termini economici, la ricerca di base. La ricerca progettuale è sempre una disciplina applicata e finalizzata a uno scopo. Il progetto di ricerca alla ZHdK si chiama *Hands on* e vuole rilevare il dialogo tra il tipografo e gli artisti e documentarne le capacità artigianali. È un progetto aperto. Un progetto importante. Di più non posso dire per ora: l'artigiano da osservare sono io.

Il tuo primo premio ti è stato assegnato nel 2014 dalla Fondazione Peter Kneubühler di Zurigo. Questo premio per la grafica è stato assegnato a te e alla tua azienda quale riconoscimento per il grande impegno a favore della litografia. Il Gran Premio svizzero di design in un primo momento è stato per te un po' spiacevole, perché non ami essere al centro dell'attenzione. Che cosa significa il premio per te?

Dopo un'iniziale esitazione sono felice. Stampo ormai ininterrottamente da quasi 40 anni ed è una bella sensazione. Si cerca di giustificare il premio di fronte a sé stessi. Direi che ci si potrebbe fermare qui. Il mio ringraziamento va a tutti gli artisti che mi hanno posto dei problemi. Senza i loro progetti e i loro interrogativi il mio lavoro non si sarebbe sviluppato in questa direzione. Il premio mi viene assegnato in un momento molto bello e mi fa comodo. So già cosa ne farò.

Che cosa ti attende in futuro?

Non vedo l'ora di affrontare il prossimo progetto. Il progetto più importante è sempre quello che segue!