

Getwitterde gezichten

Kunstenaars gebruiken sociale media om hun werk te verspreiden en opdrachten te vinden.

Kris Derks

Goedemorgen”, fotograaf Paul van Bueren (32) is weer op het werk. ‘Het werk’ is bij hem thuis. Om te laten weten dat hij aan de slag is, groet hij zijn 785 followers (volgers) op Twitter, net zoals collega’s dat op het werk doen. „Het is eigenlijk een soort van inklokken.”

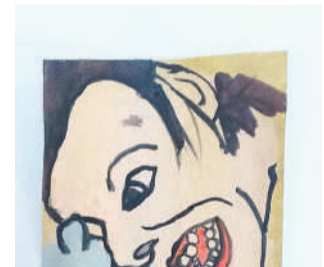
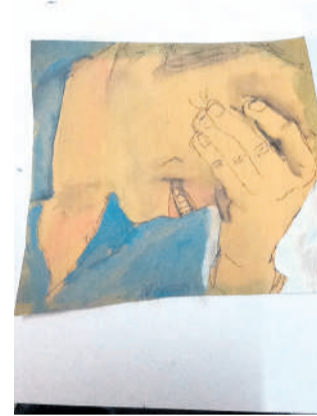
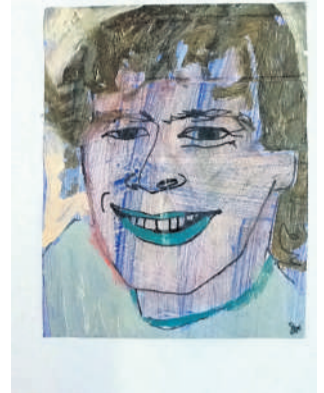
Van Bueren is geen uitzondering. Sociale media als Twitter en Facebook zijn een uitkomst voor veel zelfstandigen die met kunst of muziek bezig zijn. Het geeft hun een platform om hun werk te laten zien, feedback te krijgen en opdrachten binnen te halen. En dat gaat vaak snel, want de kracht van internet is niet te evenaren door mond-tot-mondreclame in de ‘echte’ wereld. ‘Spread the word’ krijgt op Twitter een heel andere betekenis. ‘Retweeten’ is daarbij het toverwoord. Het is de handeling waarmee twitteraars elkaar aanstoten en zeggen ‘kijk, dit moet je zien’. Eén muisklik is voldoende. Zo vliegt kunst snel over de virtuele toonbank. De inmiddels wereldberoemde graffitiartiest Banksy was een van de eersten die als een soort guerrillakunstenaar overal kunst achterliet, waarbij mensen behoefte kregen om het te delen, het ‘dit vind ik leuk’-gevoel door te geven. Nu plukt ook de Nederlandse kunstwereld de vruchten van dit internettikkertje.

Dat merkte ook cartoonist René Krewinkel (41) wiens vrouw op Twitter mededeelde dat haar man naakt op de Dam zal signeren als hij meer dan duizend exemplaren van zijn eerste boek zou verkopen. „Dat werd meer dan zestig keer geretweet.” In februari 2011 gooide Krewinkel het roer om. Na een lange loopbaan als ICT’er begon hij met het tekenen van cartoons, die hij gratis deelde met zijn volgers. Toen ging het snel. Binnen een jaar had hij meer dan 1.000 geïnteresseerden die volgden wat hij deed, kreeg hij opdrachten binnen van onder andere 3FM en joop.nl en maakte hij zijn eigen boek. „Twitter is voor mij een *life changer*.” Krewinkel weet duidelijk van de hoed en de rand. „De beste tijden om mijn cartoons met mensen te delen zijn tussen zeven en negen uur ’s ochtends, twaalf en drie ’s middags en na acht uur ’s avonds, want dan zijn de meeste van mijn followers online.”

Sophie Walraven (36) neemt het minder nauw met die spitsuren. „Soms ben ik zo enthousiast over iets wat ik heb geschilderd, dat ik het meteen deel.” De Amsterdamse bedacht het spelletje #wienzebek, waarbij ze profiel foto’s van haar volgers naschildert en online zet. Vervolgens mag men raden ‘wie z’n bek’ het is, één à twee keer per dag. „Ik wilde leren portretschilderen en ik besefte dat ik zeshonderd modellen had op Twitter. Zo is het begonnen. Als mensen zien dat ik een portret van hun avatar heb gemaakt, zijn ze heel dankbaar, daar ben ik wel verbaasd over. Ik gebruik ongevraagd iemands gezicht, loop lang naar zo’n foto te koekeloeren in mijn atelier, schilder het na, en zet het online waar iedereen het kan zien. Maar mensen voelen zich toch vereerd.” Door het bekkenproject komt de kunstenaar aan steeds meer werk. „Eén op de drie portretten die ik online zet verkoop ik.” Op zondag 13 mei worden de portretten geëxposeerd in het Amsterdam Museum. Insturen daarvoor kan nog tot 22 april.

Ook fotograaf Paul van Bueren komt aan veel opdrachten via Twitter. En ook hij weet op een creatieve manier publiek te bereiken. Van iedere zoveelste persoon die hem volgt maakt hij een gratis fotoportret. Op Facebook kiest Van Bueren mensen uit die hij in het ‘echt’ wil portretteren, omdat de foto’s die ze kiezen om online te plaatsen vaak een geromantiseerd beeld van de werkelijkheid geven. Sociale media zijn zo onderdeel van zijn werk geworden. „Ik vergelijk het met een café”, zegt Van Bueren. „Mensen gaan liever naar een vol dan een rustig café, dus ik laat aan mensen zien dat ik het druk heb met wat ik doe. Zo hoop ik dat ze als eerste aan mij denken als ze een keer een fotograaf nodig hebben.”

En dat is wat kunstenaars in tijden van crisis nodig hebben, een platform om werk te verkopen en naamsbekendheid te genereren. „Eigenlijk ben ik tegen subsidies”, zegt Walraven. „Als kunstenaar moet je ook creatief zijn in hóe je je werk presenteert. Dat is op internet aan de ene kant gemakkelijk dan vroeger, want je hebt meteen wereldwijd bereik. Aan de andere kant, iedereen vist in dezelfde vijver, dus er is veel concurrentie.” Maar dat heeft ook wel weer wat. „In die vijver zitten kunstenaars, mafkezen, huisvrouwen en mensen die voor de lol een keer gepunnikt hebben. Maar zonder talent kom je er niet uit.”



Sophie Walraven (36)
Twitternaam:
@SophieWalraven
Followers: 694
Woonplaats: Amsterdam

Twitterkunstenaars

Paul van Bueren (32)
Twitternaam:
@FotovBueren
Followers: 836
Woonplaats: Goes

René Krewinkel (41)
Twitternaam:
@Krewinkelkrijst
Followers: 1.082
Woonplaats: Kerkrade

Wienzebek: Portretten die Sophie Walraven maakte naar profiel foto's op Twitter

Advertentie

Vanaf 24 maart in het theater! www.dw-rs.nl

BLOED WOEDE #2

En voorstelling van Ton Lutgerink, Hans Dagele, Hans Timmerman, Joop van Brakel, Misha van Leeuwen en Andreas Denk