



DE KEUZE VAN DE KEYZER

De wereld is een speeltuin

Een retrospectieve van dertig jaar Carl De Keyzer, maar valt er iets te vieren? „Reportagefotografie is geen vetpot meer”, zegt de bekende Magnum-fotograaf. „Ik doe het als een hobby tussen de reclameopdrachten door.” — door gilbert roox, foto's carl de keyzer

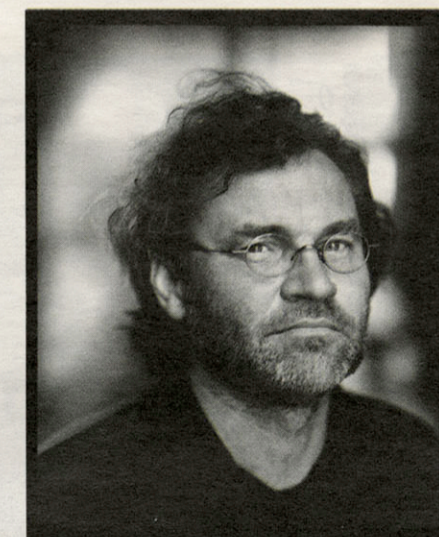
DERTIG jaar Carl De Keyzer in het Antwerps Fotomuseum: de tijd gaat snel. We herkennen de buitenmaats theatrale beelden van *God Inc.*, het surrealisme van *East of Eden*, Oost-Europa in de overgang, en de kleurrijke vervreemding van *Zona*, zijn laatste fotoboek over de Russische kampen. Carl De Keyzer (47) is internationaal bekend als reportagefotograaf, maar noem hem toch maar geen journalist. „Voor mij is de werkelijkheid een grote speeltuin”, zei hij ooit. De Keyzer maakt er kleine toneelstukjes over de absurditeit van het menselijke samenleven van. Zijn sterkste foto's zijn meteen herkenbaar. Ze lijken geënceneerd, maar zijn het niet: het is theater zonder acteurs. Enkele recente, ongepubliceerde foto's in het Fotomuseum laten een nieuwe De Keyzer zien, die je al kon voelen in *Zona*: een fotograaf die zonder al te veel visuele gymnastiek de werkelijkheid laat spreken. Zoals in zijn *Time*-reportage over goudzoekers in Mongolië. „Het zal een beetje de leeftijd zijn”, zegt De Keyzer in zijn fotoatelier, een fraai herbouwd fabriekje-annex-herenhuis te midden van de Turkenwijk rond de Gentse Dampoort. „Ik ben mijn eigen stijl een beetje beu. Ik heb ook niet meer zo de behoefte om alles in één foto te stoppen zoals toen ik jonger was.” Die andere, gelouderde aanpak zullen we volop kunnen genieten in De Keyzers nieuwste pro-

ject, *Trinity*, dat in oktober volgend jaar in de prestigieuze Parijse Bibliothèque Nationale in première gaat. *Trinity* is een drieluik over macht, geïnspireerd op de historische schilderijen van mensen als Velazquez en Delacroix. *Tableaux d'histoire*, het eerste deel, was eind jaar negentig al op een tentoonstelling in het Smak in Gent te zien. Het is een ironisch commentaar op het wereldnieuws à la CNN en toont mensen „in de schaduw van de macht”. Deel twee, *tableaux de guerre*, is intussen ook klaar. De Keyzer toont er „landschappen na de slag”, gefotografeerd met in zijn achterhoofd de negentiende-eeuwse oorlogspanorama's zoals die van de slag van Waterloo. Aan deel drie, *tableaux de politique*, is hij nog volop bezig. Hij fotografeert de grote centra van de politieke macht: het Capitool in Washington, het Europees parlement in Brussel en Straatsburg. In november is hij in Moskou om foto's te maken van de Doema en als de Chinezen even meewillen, volgt nog het Chinese Volksparlement in Beijing. *Trinity* is veruit het grootste fotoproject dat Carl De Keyzer ooit aanpakte, en dat wil wat zeggen: hij ziet alles groot. „Ik ben er al sinds het begin van de jaren negentig mee bezig. Intussen moet ik er al vele tienduizenden euro's in geïnvesteerd hebben. Ik kan alleen maar hopen dat ik uit de onkosten raak.” Uit de onkosten? Is een Magnum-fotograaf met zijn roep dan niet al lang financieel binnen? „Ik heb geen euro op mijn spaarrekening”, zegt De Keyzer. „Sinds ik eind jaren tachtig mijn job

als fotografiedocent opgegeven heb, investeer ik alles wat ik verdien, meteen weer in een volgend project.” Zijn grootste hit was *God Inc.*, een reportage over Amerikaanse sektes en tv-domeines uit 1991. „Ik reisde daarvoor negen maanden lang, met vrouw en kind, in een campingcar dwars door de Verenigde Staten. Vijftigduizend kilometer, tienduizend foto's, waarvan er uiteindelijk zeventig in het boek terecht kwamen. Maar *God Inc.* werd in 45 landen verkocht, dat was bingo. Het geld dat binnenkwam, ging meteen in mijn volgende project, *East of Eden*, over Oost-Europa na het communisme. Maar dat verkocht lang niet zo goed. Tegen 1996 waren mensen op het onderwerp uitgekeken.” De Keyzer mocht dan in 1994 lid worden zijn van het prestigieuze fotoagentschap Magnum, na *East of Eden* zat hij op zwart zaad. Hij had net een huis gekocht, dat hij voor een groot deel zelf verbouwde. Om het hoofd boven water te houden, gaf hij zijn onafhankelijkheid op en deed een werk in opdracht, ter gelegenheid van het Keizer Karel-jaar: *Evropa*. De Keyzer schilderde er het oude continent als een „Brugge in het groot”, een historisch pretpark dat vastzit in navelstaarderij en de rest van de wereld buiten sluit. Het was beslist niet zijn beste werk en hij kreeg er ook heel wat kritiek op. „Uiteindelijk raakte ik maar uit de problemen door een grote reclameopdracht voor Coca-Cola in 1998”, bekent De Keyzer. „Ik heb lang gearzeld maar uiteindelijk bleek het de

gemakkelijkste manier om te overleven en mijn artistieke ding te blijven doen.” De jongste jaren fotografeerde de Magnum-fotograaf reclamecampagnes voor Smart, de Peugeot 206 en het trendy kledingmerk Diesel. „Jonge mensen zagen me plots als een *hero*.” Dit jaar kwam de vraag van de computergigant HP om foto's voor de reclamecampagne van zijn nieuwe printer te maken. Enige ver-eiste: veel kleur. De Keyzer dacht meteen aan India, een land waaraan hij in zijn beginjaren al een fotoboek wijdde. „De beelden liggen daar voor het rapen. Zelfs geblinddoekt kun je er de prachtigste foto's maken.” Hij vloog tien dagen naar een Woestijnfestival in Rajasthan, alles vooraf geregeld en betaald. „En met die opdracht verdiende ik tienmaal meer dan ik krijg voor een reportage voor *Time* of de *NY Times*, en twintig keer, wat zeg ik, honderd keer meer dan ik verdien met een eigen project. Want daar is de grote ambitie om uit de kosten te komen. De ontvullende realiteit is dat ik leef van mijn reclameopdrachten. Mijn reportagewerk is een hobby.” Is de reportagefotografie dood? Sommige kenners kondigen het al jaren aan: Magnum zou een club van tot uitsterven gedoemde dinosaurussen zijn. Zover wil De Keyzer niet gaan, maar van hun auteursrechten kunnen zelfs Magnum-fotografen niet leven. Ook fotoboeken verkopen zelden meer dan enkele duizenden exemplaren. Om te overleven, is de reportagefotografie uitgeweken naar het kunst-

circuit, maar de vraag blijft of dat geen doodlopende straat is. „De mediemarkt wordt dezer dagen door agent-schappen zoals Corbis met spotgoedkope beelden overspoeld: tien, vijftien dollar per foto”, analyseert Carl De Keyzer. „We hebben meer media dan vroeger, maar ze gebruiken opvallend minder foto's. Bekijk honderd vijftig kranten wereldwijd en je ziet honderd keer dezelfde foto op de voorpagina.” Zelfs internationale bladen met een grote oplage investeren beduidend minder in buitenlandse reportages. „Het is een merkwaardige paradox: hoe kleiner de wereld wordt, hoe dorpser wij denken. Buitenlandse reportages zijn duur en bovendien lezen mensen liever *human interest*- en *personality*-verhalen.” Voor zijn *Time*-reportage over de goudzoekers in Mongolië ving de Keyzer amper 1.500 euro. „En daar moet de 50 procent commissie van Magnum nog af. Zelfs als ik elke maand voor *Time* zou mogen werken, en dat is niet het geval, dan zou ik er nog geen fatsoenlijk salaris aan overhouden. Al die sores houden de gedreven fotograaf Carl De Keyzer gelukkig niet tegen. Enkele dagen na ons gesprek zit hij alweer op het vliegtuig, op weg naar Congo. Carl De Keyzer 1977-2006, een overzichtstentoonstelling in het Fotomuseum Provincie Antwerpen, Waalse Kaai 47, 2000 Antwerpen, van 28 september tot 7 januari 2007. Tel.: 03-242.93.00, www.fotomuseum.be Het werk van Carl De Keyzer is te bekijken op het fotoarchief van zijn bekronde webstek, www.carldekeyzer.com



Carl De Keyzer, 1977/2006.

East of Eden, 1996.

„Oostblok-surrealisme uit het midden van de jaren negentig: het verleden is dood, de toekomst laat op zich wachten. Tussen herinnering en verwachting krijg je een vreemde droomwerkelijkheid. Ik liep door het middeleeuwse centrum van de Roemeense stad Brazov en opeens zag ik daar dit rijtje arbeiders. Ze duwen rollen elektriciteitskabels voort. Het leek op een 1 mei-optocht van jaren eerder, maar het had net zo goed een stoet middeleeuwse jongleurs kunnen zijn. In mijn foto's neem ik graag een loopje met de werkelijkheid.”

The New Eldorado, reportageserie voor het magazine Time, 2006.

„Met de tijd raak ik mijn eigen stijl een beetje beu. Zoals deze wil ik de volgende jaren meer en meer foto's maken. Geen toneelstukjes meer, minder doelbewuste ironie en vervreemding: laat de werkelijkheid zelf spreken. Overal op de wereld vind je plekken waar de absurditeit der dingen je in het gezicht springt. Zoals hier in het desolate achterland van Mongolië, waar goudzoekers nieuwe spookdorpen achterlaten.”



Homo Sovieticus, 1989. „Dit is de Sovjet-Unie vlak voor de instorting. Ik snoof iets op van de wind der verandering langs de rivier Neva in Leningrad, dat intussen weer Sint-Petersburg heet. Kijk naar het contrast tussen de oude mannen tegen de muur en de twee dromerige jongens op de voorgrond, met hun gezicht in de zon. De dag dat ik *Homo Sovieticus* in Amsterdam voorstelde, viel de muur.”

„Ook in mijn werk betekende deze foto een ommekeer. Als beginnend fotograaf zag ik zoals al mijn generatiegenoten Cartier-Bresson als het grote voorbeeld. Op precies deze plek langs de Neva heeft hij in 1973 zijn beroemde foto gemaakt van de badgast met zijn gezicht tegen de muur geplakt: een mens verpletterd door het systeem. Als je mijn beeld daarnaast legt, zie je dat ik niet meer in de ban van *le moment décisif*, de gouden regel van Cartier-Bresson, ben. Ik maak toneelstukjes van de werkelijkheid. Ik heb de man op de foto niet opgedragen een handstandje te doen, maar hij deed het wel omdat ik daar met mijn camera stond.”

Ongepubliceerd, uit de reeks God Inc., 1991.

„Wij hebben onze carnavalsstoeten. In de Verenigde Staten houden christelijke gemeenten kerstoptochten waarin ze de bijbel uitbeelden. Deze was in Melbourne, Florida. De gelovigen op de wagen spelen het Laatste Avondmaal. Ze zijn allemaal zwart. Achter hen loopt Christus met zijn kruis en dat is een blanke. Veelzeggend, hé. Alle foto's uit *God Inc.* zien er geësceneerd uit, het lijken wel *stills* uit een Hollywoodfilm. Maar een beeld zoals dit bewijst dat de werkelijkheid nog altijd veel maffer is dan wat je achter een computerscherm kunt verzinnen. Daarom ben ik fotograaf en geen regisseur.”



Zona, 2003. „Mijn eerste reportagereeks in kleur en dat was een bewuste keuze. Het zorgt voor ironie en vervreemding. Zwart-wit is voor mij de kleur van het collectieve geheugen, maar ik wilde het niet hebben over de verschrikkingen van de goelag. De heropvoedingskampen in het Rusland van vandaag zijn niet meer die van Stalin. Vaak deden ze me denken aan vakantiekolonies, een fel gekleurd Disneyland. Maar het blijven uiteraard werkkampen voor gevangenen, al zijn die nu meestal van gemeen recht.”
„Dit beeld komt uit een vakantiepaviljoen waar verdienstelijke gevangenen twee weken lang genieten van een gunstregime: sport, sauna, landschapsschilderen. De schilderijtjes van de taiga worden op de markten van Moskou verkocht. De bezoekers van de kunstgalerie staan er zeer tegen hun zin. Ze zijn opgetrommeld als decorstukken voor de Belgische fotograaf en dat kun je zien.”