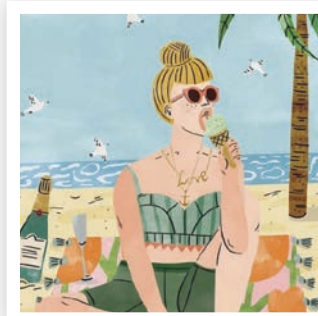
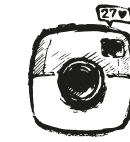


MARLOES DE VRIES werkte na haar studie visuele communicatie een tijdje als vormgever en artdirector tot ze besloot te gaan doen wat ze het allerliefst doet: illustreren. Met haar grappige cartoons, die ze vaak onderdeel maakt van foto's van situaties uit haar dagelijks leven, bond ze al meer dan 60.000 volgers aan zich op Instagram. @marloesdevee



BODIL JANE heeft een kleurige stijl die soms een beetje doet denken aan Frida Kahlo, soms aan Henri Matisse maar die vooral heel eigen is. Haar opdrachtgevers variëren van tijdschriften als Flow tot bedrijven als Marks & Spencer en Apartment Therapy en goede doelen als Unicef. Op Instagram heeft ze ruim 113.000 trouwe volgers. @bodiljane



## Beroemd dankzij Instagram

**EEN KLEINE REVOLUTIE ZOU JE HET KUNNEN NOEMEN. DOOR INSTAGRAM IS HET VOOR ILLUSTRATOREN VEEL MAKKELIJKER GEWORDEN HUN WERK AAN DE WERELD TE TONEN. EN ER SOMS ZELFS HEEL BEROEMD MEE TE WORDEN.**

Nog niet zo lang geleden waren illustratoren vaak tamelijke eizelgangers die op een stille zolderkamer of een van de buitenwereld afgesloten atelier aan het werk waren. Het was voor hen lastig om hun werk onder de aandacht te brengen, laat staan te verkopen. Lilla Rogers, van oorsprong illustrator en nu eigenaar van een agentschap, loopt al een tijdje mee en weet er alles van: "Toen ik begon, woonde ik in San Francisco. Ik had geen idee hoe je van illustreren je beroep zou kunnen maken. Een vriend adviseerde me om naar New York te verhuizen, omdat daar veel artdirectors zitten. Die verdelen de illustratieopdrachten voor tijdschriften, reclamebureaus en uitgevers. Ik heb de stap gewaagd. Je had toen wel een hoop tijd en lef nodig om al die artdirectors te vinden, een afspraak te regelen en met je map langs te gaan. De opkomst van internet en social media is een zegen voor illustratoren, want nu kunnen ze hun werk online presenteren aan de hele wereld. Daardoor is er natuurlijk concurrentie gekomen, maar toch denk ik dat nu veel meer illustratoren kunnen leven van hun vak dan ooit tevoren. Vooral ook vrouwen. Toen ik begon en bijvoorbeeld een illustratie moest maken voor een tijdschriftartikel, was het karakter dat ik geacht werd te tekenen standaard een blanke man. Alleen bij artikelen die expliciet over vrouwen gingen, kon je een vrouw tekenen. Het was een wereld die door mannen werd gedomineerd. Er waren maar een paar succesvolle vrouwelijke illustratoren, die een meer

bohemienachtige stijl hadden. Nu kun je je dat niet meer voorstellen. Internet en social media hebben het veel democratischer gemaakt. Daar ben ik bij mee, want het was de missie van mijn agentschap om de vrouwelijke kijk op schoonheid op de voorgrond te krijgen."

### EEN STADION VOL

Op dit moment zijn platforms als Pinterest, Etsy en Society6 erg interessant voor creatieven. Daarvoor moesten ze het doen met Facebook en Twitter, beide niet heel geschikt voor hen. In 2010 kwam Instagram erbij, waardoor sommige illustratoren haast een popsterstatus kregen. "Toen ik boven de 50.000 volgers kwam, realiseerde ik me opeens dat ik een volle Amsterdam Arena of heel Lowlands aan fans had. Dat voelde raar, een beetje intimiderend zelfs," vertelt Bodil Jane. Collega Fran Meneses gaat er op haar eigen manier mee om: "Ik probeer niet tot me door te laten dringen wat de werkelijke omvang is van mijn volgers. Ik zie het meer als twintig mensen die in mijn woonkamer zitten en naar me kijken. Instagram is mijn grootste podium; het is dus belangrijk voor me, maar toch wil ik het luchtig houden. Ik wil op een eerlijke en niet-afstandelijke manier blijven communiceren met mijn volgers. Ik wil dingen kunnen laten zien die nog niet helemaal af zijn. Voor mij voelt het meestal alsof een hechte gemeenschap van cyber-mensen mij en mijn katten kent, >



**‘Het is niet mijn doel om bekend te worden als persoon. Ik wil alleen graag dat mijn werk gezien wordt’**

maar af en toe voelt het eventjes alsof ik een beroemd persoon ben.”

“Ik denk ook weleens met enige schrik dat ik met mijn volgers een stadion kan vullen,” vertelt Marloes de Vries. “Gelukkig is dat aantal heel langzaam gegroeid in de zeven jaar dat ik op Instagram zit. In het begin kende ik praktisch al mijn volgers bij naam. Nu lukt dat niet meer, maar er zijn nog steeds volgers bij met wie ik vanaf dag één al contact heb en dat is te gek. Zo is er iemand uit België die zelf ook tekent. Af en toe sturen we elkaar iets toe, dus ook offline gaat het door. Natuurlijk, er zijn meer dan 60.000 mensen die in de gaten houden wat ik doe, maar op Instagram is dat heel anders dan bij vloggers en bloggers. Die laten veel van zichzelf zien omdat ze de camera de hele dag meenemen. Het is ook hun doel om bekend te worden als persoon. Bij mij is dat absoluut niet zo, ik wil alleen graag dat mijn werk gezien wordt. En ik vind het fijn als ik daarmee mensen kan laten glimlachen.”

**OPPEPPER**

Het kijken naar het aantal likes blijkt licht verslavend te zijn. Marloes de Vries: “Soms als ik me niet zo goed voel, ga ik even kijken hoeveel likes ik heb. Op de een of andere manier pept je dat toch altijd weer op, al weet je op een gegeven moment vooraf al zo’n beetje wat je kunt verwachten. Zo weet ik dat cartoons met een grapje erin altijd rond hetzelfde aantal likes zitten en dat ik met autonoom werk vaak een stuk minder scoor. Aan het aantal likes kan ik goed afmeten wat voor werk aanslaat bij het publiek. Toch zal ik gewoon blijven maken wat ik wil, of mensen het liken of niet. Als ik mezelf zou beperken, zou ik het plezier in het tekenen verliezen.”

Bodil Jane: “Eerlijk gezegd is Instagram een tijdje best een obsessie voor me geweest. Ik ben behoorlijk fanatiek aangelegd en wilde gewoon zien hoeveel volgers ik zou kunnen krijgen. De hele dag zat ik te checken wie erbij was gekomen en wie had geliked. Zo fanatiek ben ik niet meer, maar het is wel zo dat ik inmiddels precies weet hoeveel likes ik kan krijgen en hoe dat verloopt. Als ik er binnen één minuut tien heb, gaat het

goed. Heb ik er na vier minuten 55, dan weet ik: oké, deze tekening is populair. Als ik gemiddeld 2500 likes haal en ik zie dat een post na een paar minuten maximaal 350 likes gaat opleveren, dan haal ik ’m weg, behalve als ik het echt een heel leuke post vind. Maar meestal twijfelde ik er zelf dan ook al over.”

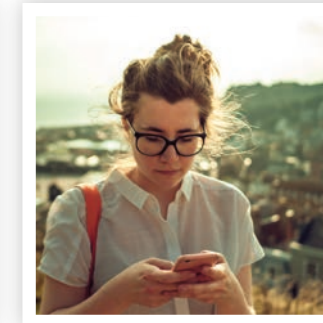
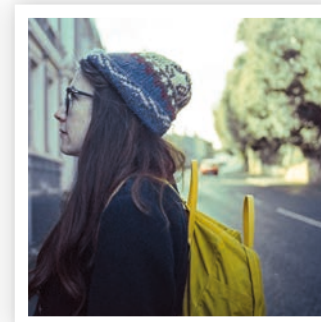
**DE PRIJS VAN ROEM**

Er komt veel op je af als je veel volgers hebt, en dat is niet altijd alleen maar positief. Op internet en met name op social media lijken er voor veel mensen drempels weg te vallen. Bodil Jane: “Ik krijg soms heel brutale mails. ‘Hai ik vind je werk leuk, kun je me je scannerinstellingen doorgeven?’ ‘Kun je me even de contactgegevens van die en die klant van je geven?’ ‘Wil je helpen met mijn afstudeerproject?’ Dat soort vragen. Het is lastig om te filteren: wat is gewoon een schattige fan en wanneer gebruikt iemand je?”

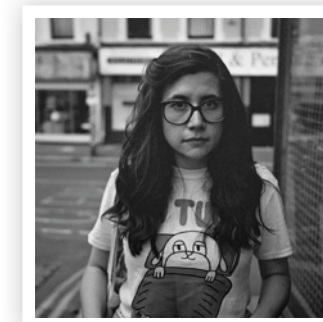
“Ik ben er nogal gevoelig voor als mensen iets naars zeggen of me bewust uitschelden,” zegt Marloes de Vries. “En dat gebeurt echt. Maar dat is eerder op Twitter en Facebook dan op Instagram, daar is het gelukkig vooral heel lief.”

Toch heeft Bodil Jane op dit moment een vervelende ervaring: “Er is iemand die mijn werk interpreteert als racistisch. Ik gebruik veel culturele elementen, zoals Japanse meisjes met kimono’s. Ik krijg dan te horen dat ik de Japanse cultuur misbruik en vervolgens gaat die persoon tekeer tegen mij. Dat is echt de internetcultuur van nu. Ik heb het besproken met mijn agent en we hebben besloten om het te negeren.”

Reine Sloan werkt bij het agentschap van Lilla Rogers en houdt zich met name bezig met social media: “Sommige mensen zien Instagram en Facebook inderdaad als een plek waar ze zich vervelend mogen gedragen. Het is het beste om dat te negeren, want anders maak je het alleen maar erger. Iets waar wij onze illustratoren vaker in bijstaan, is als hun werk gekopieerd wordt. Meestal blijkt dan dat iemand een illustratie heeft nagemaakt en doorverkocht aan een bedrijf zonder dat het bedrijf weet dat het een kopie is. We proberen dat netjes te regelen. Verder geven we >



FRAN MENESES verdeelt haar tijd tussen 'het redden van de wereld en als een idioot tekenen'. Ze groeide op in Chili, maar via Berlijn is ze nu in Groot-Brittannië beland, in Hastings. Haar stijl heeft veel weg van cartoons en haar kleurgebruik doet denken aan de jaren vijftig. Ze heeft zo'n 200.000 volgers op Instagram. @frannerd



De in Boston gevestigde LILLA ROGERS is van oorsprong illustrator en heeft sinds 1994 een toonaangevend agentschap voor illustratoren. Reine Sloan is er social media & marketing director. Op Instagram groeide Lilla Rogers Studio in korte tijd naar 66.000 volgers, met name door acties die Reine bedacht, zoals de Takeover-days door illustratoren. @lillarogers



## ‘Door Instagram word je echt deel van een community van illustratoren die elkaar helpen, dat vind ik mooi’

tips hoe je kunt omgaan met de stortvloed aan vragen die je kunt krijgen als je veel volgers hebt. Bijvoorbeeld met standaard antwoordmails en een aparte ruimte voor veelgestelde vragen op je website.”

### POSITIEF NIEUWS

Als je veel volgers hebt, heb je ook veel invloed, weet Bodil Jane: “Want daardoor kreeg ik een opdracht van Unicef. Ik zie dat als een van de mooiste dingen die Instagram mij heeft gebracht. Ik vond het echt tof dat ik mijn ‘invloed’ kon inzetten voor een goed doel.” “Voor mij is tekenen heel persoonlijk,” zegt Marloes de Vries. “Wat ik maak, ligt dicht bij mijn hart, dus automatisch laat ik zien wie ik ben en waar ik voor sta. Al ben ik voorzichtiger geworden met politieke cartoons, want die leveren gauw kritiek op en illustreren is wel mijn broodwinning. Misschien kom ik daardoor op social media iets oppervlakkiger over dan ik in werkelijkheid ben. Op zich is dat niet erg, als mensen maar beseffen dat ik online maar een klein deel van de werkelijke Marloes laat zien.”

Wat Fran Meneses vooral mooi vindt aan Instagram is dat je snel contact legt met collega’s. “Je wordt deel van een community van illustratoren die elkaar helpen. Daarnaast geef ik ook graag aandacht aan andere zaken die belangrijk voor me zijn, zoals veganisme en feminisme. Daar wil ik nog wel meer over posten dit jaar.” Lilla Rogers vindt het vooral belangrijk om niet te negatief te zijn op social media. “We hebben eindelijk bediscussieerd tot hoever we onze politieke opvattingen kunnen laten zien,” zegt Reine Sloan hierover. “We besloten om er open over te zijn en gingen ervan uit dat klanten onze opvattingen respecteren. Een paar hebben wat negatiefs gezegd, maar dat is de prijs die we bereid waren te betalen. We vinden het wel belangrijk om altijd een boodschap te brengen van inspiratie, verandering, hoop en vooruitgang.” Lilla Rogers: “Al met al kan ik uit de grond van mijn hart zeggen dat internet, social media en met name Instagram revoluties zijn geweest die extra plezier hebben gebracht in ons vakgebied.” ●

### STEM LATEN HOREN

Vooraf Amerikaanse illustratoren gebruiken social media steeds vaker om met vrij werk commentaar te leveren op gebeurtenissen in de wereld. In feite gebeurt dit al eeuwenlang in de kunst, alleen zagen we het dan niet direct en niet zo massaal.

Onlangs staken creatieven als Lisa Congdon en Anne Bentley niet onder stoelen of banken ongelukkig te zijn met de uitslag van de presidentsverkiezingen, en ze riepen op om mee te doen aan de Women's marches. Dat werd hen niet door al hun volgers in dank afgenomen.

Lisa Congdon wijdde er een blog aan. ‘Ik ben al jaren open over hoe ik in het leven sta,’ zegt ze daarin. ‘Dat blijf ik doen, ook al zijn er inmiddels volgers die alleen mooie plaatjes willen en niet een mening die anders is dan die van hen. Ik accepteer dat ik daardoor minder volgers heb. De andere kant is dat ik ook heel veel hartverwarmende reacties krijg van mensen die zich gesteund voelen en die mij op hun beurt steunen.’