

DE WITTE RAAF

September 2020

“Danielle Dean. Continental Private Road”

By Dominic van den Boogerd

De curieuze geschiedenis van Fordlândia vormt de belangrijkste inspiratiebron voor Danielle Deans recente werk. Fordlândia was een rubberplantage in het Braziliaanse regenwoud, gesticht in 1928 door de Amerikaanse industrieel Henry Ford om de aanvoer van rubber voor de productie van autobanden veilig te stellen. Een complete stad werd in bouwpakketten naar het Amazonegebied verscheept: woningen, bedrijfshallen, zelfs een watertoren. Het project werd een fiasco. Niemand had verstand van tropische landbouw: met de aanplant van rubberbomen ging alles mis. Managers bezweken aan malaria. Lokale arbeiders werden gedwongen te werken in de verzengende middaghitte. Vrouwen, alcohol, sport en andere zaken die het leven de moeite waard maken, werden in de werkkolonie streng verboden. Zeer tegen hun zin kregen werknemers alleen voedsel uit blik te eten; er braken zelfs opstanden uit. De doodsteek voor de rampzalige onderneming was de uitvinding van synthetisch rubber, die alle investeringen in één klap waardeloos maakte.

Centraal in Deans tentoonstelling prijkt een reproductie van een tijdschriftadvertentie van Ford uit 1965. Ze toont een elegante, witte dame naast een fonkelnieuwe Lincoln Continental, geparkeerd op een privélaan in een parkachtige omgeving. De reclamefoto vormt het uitgangspunt voor een animatiefilm, waarin de achtergrond de hoofdrol heeft. De camera begeeft zich voorbij het bordje ‘private road’ langs bomen met fraaie herfstkleuren. Goudgele bladeren dwarrelen neer; vogels vliegen verschrikt op. Wanneer het begint te regenen, hoor je grote druppels kletteren op het bladerdak. Langzaam verandert het bos in een tropisch regenwoud, vol kleurige, exotische bloemen. Tot de bui voorbij is, en de jungle weer de vorm aanneemt van een aangeharkt park – waarna de metamorfose zich opnieuw voltrekt.

Het gaat in deze filmische ontrafeling van een advertentie niet zozeer om de auto als begeerlijk bezit (de verleidingstactieken van reclame zijn genoegzaam bekend), maar om de verborgen connotatie van het bordje ‘private road’. In de film versmelt de oprijlaan in Noord-Amerika met de plantage in Zuid-Amerika, locaties die beide behoren tot Fords imperium. De fabrikant kreeg van de Braziliaanse overheid een groot gebied tot zijn beschikking in ruil voor een klein percentage van de opbrengsten. Zo werd regenwoud privéterrein.

Iedereen kan eigenaar worden – van land, van auto’s, van wat je maar wil; dat is de Amerikaanse Droom. Twee brieven, gedateerd 1930, uit het archief van de Ford Motor Company gaan over vermeende diefstal van bedrijfseigendommen. Dean heeft de

brieven nagetekend, fotografisch uitvergroot en afgedrukt op twee doeken. Ze hangen in de ruimte als reclamebanieren in een showroom. Zo kunnen we lezen dat ene A.F. Braga brisante informatie over malversaties van Ford te koop aanbiedt. De tweede brief, afkomstig van het management, diskwalificeert de klokkenluider als een dief en een oplichter.

In een tweede, nog onvoltooide, animatiefilm op een flatscreen, legt de kunstenaar een relatie tussen de productiemethoden van Ford, Disney en Amazon. De wat springerige montage van archieffoto's, YouTube-filmpjes en screenshots is beslist voor verbetering vatbaar. We maken kennis met Mechanical Turk, het uitzendbureau van Amazon dat dagelijks tienduizenden digitale klusjes aanbiedt aan thuiswerkers over de hele wereld. Het gaat om taken die mensen nog altijd beter en sneller kunnen uitvoeren dan computers, van het rubriceren van hotelfoto's tot het identificeren van gebeurtenissen in video's. Terwijl de lijsten van klusjes en bijhorende vergoedingen over het scherm rollen, stellen enkele thuiswerkers zich voor. Een jonge Amerikaanse onderwijzeres stelt zich beschikbaar omdat ze niet rond kan komen van haar karige salaris. Een Indiase student met laptop op schoot biedt aan om bij gebrek aan kantooruimte te werken vanuit zijn bed. Dan verschijnen er tekenfilmbeelden van een bos. Een voice-over vertelt hoe met behulp van de *multiplane* camera, ontwikkeld door Disney, het tekenfilmbeeld wordt opgesplitst in verschillende lagen die onafhankelijk van elkaar kunnen bewegen, zodat een suggestie van diepte ontstaat. Disney bewonderde de montagelijijn die Ford in de auto-industrie had geïntroduceerd, en bouwde zijn innovatieve camera deels uit auto-onderdelen. Beide industriëlen stonden, ieder in hun branche, aan de wieg van de mechanisering van het productieproces, zoals Amazon de handel heeft veranderd door de ontwikkeling van e-commerce. De plantagewerkers van Ford genoten overigens even weinig rechtsbescherming als de *clickworkers* van de techgigant. Kapitalisme en kolonialisme, benadrukt Dean, zijn twee kanten van dezelfde medaille. Beide berusten op de annexatie van andermans land; van andermans arbeid – vooral op het zuidelijk halfrond. Dat was zo in de hoogtijdagen van Ford en zo is het nog altijd.

De tentoonstelling bestaat net als Disneys tekenfilmbeelden uit meerdere lagen. De buitenste laag is alleen zichtbaar vanaf de straat: de ramen van de kunstruimte zijn beplakt met transparante foto's van slaapkamers waar de 'mechanische Turken' hun onderbetaalde werk verrichten. De foto's laten zien dat privéruimte niet alleen deel van de openbaarheid is geworden, maar ook van de arbeidsmarkt. De middelste laag bestaat uit de frontale presentatie van de advertentiereproductie, de banieren en de videomonitor. De binnenste laag ten slotte is de donkere achterkamer, waar de eerdergenoemde animatie van het eindeloos transformerende landschap wandvullend wordt geprojecteerd. Zijn de andere werken nogal feitelijk en droog, deze animatiefilm

heeft iets hypnotiserends. Archiefonderzoek, hoe informatief ook, komt pas tot leven als het wordt wakker gekust door de verbeelding.

Met speelse associaties en kritische analyse laat Dean zien dat de digitalisering van nu niet veel anders is dan de mechanisering van toen, althans, vanuit de werknemer bekeken. Net als de plantagewerkers van Ford strijden de thuiswerkers van Amazon voor betere arbeidsvoorwaarden. De Amerikaanse droom gaat nu eenmaal vaker niet dan wel in vervulling. Bezit van land en luxeauto's lijkt, te oordelen aan de Ford-reclame, het privilege te zijn van een specifieke klasse, met een specifieke kleur. De Indiase thuiswerker maakt daar vooralsnog geen deel van uit.