

De ziel van de laatste Vocaalse vader

Carel Bos was de laatste, nog levende ‘founding father’ van ‘Het Vocaal’ in Gennep. Een jaar geleden op 8 mei is hij overleden, na pakweg 60 jaar lidmaatschap. In zijn laatste jaar placht Carel zijn vermoeide muziekmap (ja, die ook al) op een stalen staander ter ruste te leggen. Boven die staander gaapte immer een groot gat: hét handelsmerk van Carel. Hij zong namelijk met wijd opengesperde mond. Dat was precies zo ook als hij niet zong. ‘Carel he.t ziene moel altie.d los’, zo beweerden vrienden. Hoe dat te verklaren?

Angst om niet gehoord te worden kon het niet zijn. Want Carel hoorde je namelijk overal en altijd. Ligt de oorzaak in zijn jeugd, die hij doorbracht in Amsterdam? Lijkt me sterk, na ruim 50 jaar in Gennep. Een Limburgse schone (Ans) krijgt een rasechte Amsterdammer toch niet in zo’n richting geperst? Zijn 36-jarige loopbaan bij Page? Daar heeft Carel geleerd overal schijt aan te hebben, een goede eigenschap om carrière te maken in een toiletpapierfabriek. Voor echte verklaringen moeten we dieper graven in ‘s mans ziel. Zijn Vocaalse leven dan? Na zo lang zingen in een koor zijn je stembanden vanzelfsprekend sterk ontwikkeld. Maar waarom die bandjes dan zo hard laten trillen?

Heeft zijn werk als reclame-ontwerper hier iets mee van doen? In dat vak schep je namelijk dingen die aandacht trekken, de essentie van reclame maken. Mijn theorie: van dat vak is hij na 36-jaar Page nooit losgekomen. Vraag maar aan Matigheid & Genoegen, Harmonie, Parochie, Vitesse, Sinterklaas, Martinustoren, OVG en het Vocaal. Die kunnen er allemaal over meepraten. Carel heeft dat vak nooit los kunnen laten en het vak hem evenmin. Hij heeft reclame zover geïnternaliseerd, dat de verbindingen in zijn cortex tussen ‘doen’ of ‘machen’ en ‘sein’ zijn uitgevlakt.¹ Hij was een ‘living billboard’, dat continu om aandacht schreeuwt, “n’importe de qui”. Eigenlijk was hij te typeren als een ZZP-er met zichzelf als belangrijkste of enige opdrachtgever én dito klant. De verklaringskracht van deze internalisatie- en identificatie-hypothesen is sterk.²



Figuur 1: Carel in zijn atelier in actie voor zijn expositie over 50 jaar GVE (geopend op 24 april 2011)

Waarom sjouwde Carel zich als ‘volunteer’ het schompus voor al die verenigingen en hun evenementen? Hij had die domweg nodig als dekmantel: zo kan hij onder het mom van een gerespecteerd gezelschap (let wel: altijd een onpersoonlijk collectief) reclame voor zichzelf blijven maken zonder dat dit in de smiezen liep. In wezen betreft dit een parasitaire alter-ego-relatie verhuuld in een sociaal acceptabele verpakking (bonbon-effect). Het onderscheid tussen Carel en reclame

¹ Primaire ‘human functions’, waaronder de aansturing van de endeldarm, zetelen niet voor niks in hetzelfde deel van de ‘brains’ als die aan (h)erkenning, geldingsdrang enz. (vergelijk het ‘proverb’: ‘Ergens schijt aan hebben’).

² Voor nadere onderbouwing van dit theorema, zie: Swaab A., Wij zijn ons brein, 2011, BSL, Den Haag, pp. 1961-2011 en Little Boys M., Unobtrusive risks of making pr, in: Applied pr-sciences, jrg. 60, 24 april 2021

maken was zo compleet zoek. Carel was doorlopende reclame ‘an und für Sich’, zoals Duitse filosofen dat zo treffend zeggen. De reclame had, zoals dat in de middeleeuwse heksenleer heet, bezit genomen van Carel en diens ‘Sein’ gemonopoliseerd (vergelijk demonische bezetenheid). Dat verklaart ook het lenig dansende optreden van Carel op SumMmertime 16 jaren geleden. Als Carel zijn mond opende kon er niets anders dan reclame uitrollen. Als Carel danst is dat reclamatorisch: ‘bewegende reclame’. Onze Carel produceerde louter reclabalorig geluid (veel, hard, overheersend en vibrerend) wat in vakkringen ook wel vocalorische communicatie heet. Het medium stoot een tsunami van klanken uit richting ontvangers van de boodschap om aan hen hem welgevallige reacties te ontlokken. Mijn idee: de rollen van zender, ontvanger, boodschap, opdrachtgever, medium en klant waren bij hem door een ‘cerebrale melt-down’ versmolten tot één carolisch geheel. Al die afzonderlijke bomen waren Bos geworden. Daarom bleef hij een fenomeen.³ Die wetenschap zal het begrip voor Carel Bos zaliger aanzienlijk upgraden, zoals dat tegenwoordig heet. Carel, het ga je goed in je Bos daarboven, rust in klankrijke, welluidende vrede...



Figuur 2: Een spandoek van Carel t.g.v. de eerste GVE-flashmob in de Raadszaal op 3 januari 2011.



Figuur 3 & 4: Carel schroeft zijn pr-borden aan het podium van SumMmertime (juni 2008) en Carel lenig dansend (let op: met één half opgerolde pijp plus een scheve pet voor maximale exposure) bij het Limburg Festival tijdens de eerste SumMmertime in Gennep (eind augustus 2008).

Mat Knapen
Gennep, mei 2024

³ Zie: Coops T., Janssen J., Lamée T., Pappenheim L., Ards J., Schouten M. en Lamers E., Over Bundelen en Bossen van stemmen, in: Handboek voor koorleiders, SUN, Nijmegen, 2023, p. 63.