

**Sol Calero. Agencia Viajes Paraíso**  
**Ein Text von Sira Piza**

Seit den frühesten Pilgerfahrten und Kreuzzügen, den aristokratischen Bildungsreisen des 17. Jahrhunderts bis hin zu den wissenschaftlichen Expeditionen des 19. Jahrhunderts hat das Reisen vielfältige Formen angenommen und unterschiedlichen Zwecken gedient. Eine gegenwärtig besonders populäre Form, das Urlaubsreisen, war traditionell das Privileg einer Minderheit und wurde erst nach der industriellen Revolution zu dem, was es heute ist: zum Massentourismus. Der Begriff *Tourismus* stammt vom griechischen *ornos* bzw. dem lateinischen *ornus* und bezeichnet eine zirkuläre Bewegung des Gehens und Zurückkehrens. Damit verweist er auf den zeitlich begrenzten Status des Reisenden: Die Rückkehr ins Ursprungsland ist die erste Voraussetzung, die den *Touristen* vom *Migranten* unterscheidet. Das Privileg des Touristen besteht in diesem Unterschied: der *freiwillig* Reisende gehört zu einer neuartigen Freizeitklasse. Er versteht die Welt als etwas Erreichbares, als etwas Greifbares und sein Zugang zu Mobilität ist gleichbedeutend mit einem Grad der Freiheit – und ein Zeichen seines sozioökonomischen Status. In der Argumentation einiger Autoren kann die Figur des Touristen jedoch nur auf der Basis einer zunehmenden Polarisierung zwischen ihr und jenen Bürgern existieren, die aus Not und um zu überleben migrieren. Der Zugang zu globaler Mobilität ist zunehmend zum herausragenden Faktor der Stratifikation in der Evolution der Postmoderne avanciert.

Der Tourist verkörpert „Erfahrung“ als ultimative Ware der gegenwärtigen, immateriellen Ökonomien: er ist der personifizierte Sammler von Erfahrungen und Empfindungen in der neusten Facette der Konsumgesellschaft. Die Möglichkeit die eigene Freizeit auszudrücken wird heute dadurch vergrößert, dass man von den Erfahrungen mithilfe der Sozialen Medien in Echtzeit berichten kann. Es entsteht ein aktuelles öffentliches Reisetagebuch, das von dem Publikum sofort mit Wertschätzung belohnt wird.

Um in der freien Zeit reisen zu können, bedarf es zunächst eines Konzepts von Freizeit als Institution: sie ist gleichzeitig das Gegenteil und der Spiegel der Arbeit, zwei sich gegenseitig konstruierende Strukturen, die klassischerweise die Freistellung von Arbeit als Ausdruck von Luxus offenbaren. Weiterhin erscheint Freizeit als ein Raum der Selbst-Erzeugung. Entscheidungen in der Freizeit wirken produktiv auf Persönlichkeit und Status; auf Individualismus, Werte und Differenz. Der zeitgenössische Tourist erlebt Reisen als Belohnung für ein Leben in Arbeit – er plant den Trip als Flucht vor dem häuslichen Leben, auf der Suche nach immateriellem Vergnügen und in der Absicht den Krankheiten der Ersten Welt zu entrinnen: Stress, Depression und eine Reihe zeitgenössischer, emotionaler Störungen, die das Reisen verspricht zu mildern, als repariere es ein zerbrochenes Subjekt. In diesem Sinne ist der Akt des Tourismus eine Suche nach Unterschied und Distanz. Er ist historisch ein eurozentrisches Phänomen und per Definition westlich, da er seine Bedeutung erst entfaltet, wenn er in weit entlegenen Orten praktiziert wird, an denen die Landschaft, Kultur, Ästhetik, Sprache und Gastronomie als radikal verschieden von jener des Herkunftslandes erscheint. Er basiert demnach auf einer Perspektive der Andersartigkeit und der künstlichen Konstruktion einer exotischen Identität.

Er ist außerdem eine künstliche Erfahrung von Authentizität, eine Neuerschaffung eines vermeintlich ursprünglichen Zustand des Seins (in dem keine Arbeit existiert und das Prinzip des Genusses und der Entspannung, der Selbstverwöhnung und der Fürsorge zum Imperativ werden). Diese Erfahrung muss

als Virtualisierung des Vergnügens immer wieder neu inszeniert werden, in Form leicht zerlegbarer Eigenschaften eines Ortes: die Erfahrung von Widersprüchen, Ungerechtigkeit und Spezifität mitsamt aller kleinen Nuancen des tatsächlichen Lebens, würde den Unterschied zwischen Tourismus und dem heimischen Leben verwischen und somit den Zweck der Erfahrung verfehlen. In jenem Maße wie dieser Prozess auf Stereotypen basiert, ist er auch zugänglich für *Marken*, was es einer ganzen Industrie erlaubt zu existieren. Orte und ihre Menschen, Speisen, Traditionen, natürliche Ressourcen und Kulturen werden in einen Standard transformiert, um verpackt, exportiert und konsumiert zu werden.

Reisen erscheint als die perfekte Materialisierung der Mechanismen des Begehrens: der Trip wird als Versprechen, als Abenteuer und Traum präsentiert – wo die Jagd und Projektion mehr Substanz in sich trägt als die Erfüllung selbst. Hier ist es, wo das Reisebüro mit seinen konstruierten Bildern, Postern und Broschüren, seinem notwendigen Planen und Abstimmen, der Terminfindung und Vorbereitung als offenkundigster Zeuge der Konstruktion des Gefühls der Exotik in Erscheinung tritt.

Sol Caleros *Agencia Viajes Paraíso* nähert sich der Beziehung, die der Konstruktion und Selbstkonstruktion von Ländern als Tourismuszielen zugrunde liegt. Sie nutzt dabei ihre eigene Sicht auf die Ästhetik ihrer heimischen, lateinamerikanischen Kultur und dem homogenisierten „Tropikalismus“, um das ästhetische Erbe nicht als Klischee, sondern als Quelle des Wissens und der Identität zurückzuerobern.

Für das Kunstpalais Erlangen hat Sol Calero eine immersive Installation erschaffen, die das Publikum durch verschiedene Stufen und Folgen des Urlaubstourismus führt. Beim Betreten der Show findet sich der Besucher in einem Warteraum mit Fernsehbildschirm wieder, auf dem er eine Reihe von Arbeiten von Künstlern präsentiert bekommt, die sich mit der Komplexität von Machtbeziehungen zwischen historisch privilegierten Positionen und ihren Rollen in der Konstruktion von Stereotypen, die einen voreingenommenen Blick auf Rasse, Gender und Identität reflektieren und fortschreiben, untersuchen. In einem zweiten Raum findet das Publikum das Büro eines Reisebüros, in dem nicht nur in Objekten materialisierte Klischees – kleine Flugzeuge, Liegestühle, Uhren aus unterschiedlichen Zeitzonen und Plastikpflanzen – produziert werden, sondern auch Angestellte des lokalen Reisebüros *Dr. Krugmann* arbeiten und ihre üblichen Dienstleistungen während der Ausstellungszeit anbieten. In der Abfolge der Räume ist der Besucher von Referenzen auf eine Bilderwelt umgeben, die mit solchen Trips assoziiert werden. Diese Reise vervollständigt sich im letzten Raum, in dem man in das versprochene Land der Abschottung und Entspannung eintauchen kann, ein Raum, der einer tropischen Lounge gleicht, welche die Erwartung einer kontrollierten Exotik befriedigen soll.

-----  
Projektmanagement und Assistenz, Atelier Sol Calero: Ana Alenso, Aude Lévere  
Projektmanagement, Assistenz und Technik Kunstpalais: Malte Kröger, Ian Genocchi  
Künstlerische Gastbeiträge in der Ausstellung von Joiri Minaya, Cristóbal Gracia and Josep Maynou  
Filmbearbeitung: Mario Campos

Die Künstlerin und das Kunstpalais danken der Firma Sygns, Berlin und dem Reisezentrum Dr. Krugmann, Erlangen.