

La mercificazione culturale del carcere

di Paul Wright

Social Justice Vol. 27, No. 3 (2000)

La cultura popolare ha più a che fare con il processo di acculturazione che con la cultura. Riguarda la definizione delle norme e dei parametri della società. Oltre cento anni fa Karl Marx ha scritto della capacità del capitalismo di trasformare tutto in merce. Le merci sono elementi, materiali e immateriali, che possono essere acquistati e venduti. Ai suoi tempi Marx osservò che il capitalismo aveva mercificato il lavoro, le materie prime, i beni manufatti, persino il sesso e che commercianti e mercanti avevano avidamente reso un feticcio le merci stesse.

Verso metà del XX secolo è evoluta una cultura del consumo di massa che è stata in grado di mercificare molto più di quanto Marx avesse previsto ai suoi tempi. Dagli anni '50 concetti astratti come lo stile di vita e l'arte sono entrati nel mercato e venduti come cultura popolare. Hugh Hefner ha venduto l'idea di playboy – lo scapolo farfallone, affabile, acculturato. Benjamin "Bugsy" Siegal ha venduto l'idea di Las Vegas che chiunque possa diventare ricco al tavolo da gioco. Jack Kerouac contribuì a creare la cultura beatnik. Hollywood ha contribuito a questo fenomeno con gli esempi di James Dean e Marlon Brando nel ruolo di ribelle sociale, sebbene apolitico, di stampo individualista. Dopotutto un ribelle senza una causa politica difficilmente rappresenta una minaccia per lo status quo.

Probabilmente il maggiore mercificatore, in termini di dimensioni e di successo, è la Walt Disney Corporation. La Disney, con il suo impero globale di parchi divertimento, film, televisione, radio, musica e pubblicazioni, produce e vende la merce intangibile della cultura popolare statunitense. È una cultura popolare con un sottofondo di stampo pro-capitalista, americano, ma si tratta egualmente di cultura popolare.

Un aspetto della mercificazione culturale è la sua capacità di cooptare, neutralizzare e depotenziare ogni sfida allo status quo economico e politico. In questo modo si rinforza l'egemonia culturale. Il rock and roll, caratterizzato negli anni '60 come musica di protesta e ribellione, è diventato nell'arco di vent'anni la musica associata alla vendita di birra, scarpe da tennis, macchine. Persino il rivoluzionario Malcolm X è stato mercificato e messo sul mercato come una cosa di moda. Questa capacità di trasformare tutto in merce e in questo modo ricavarci un profitto, contribuisce anche alla breve memoria politica collettiva nelle società capitaliste del consumo.

Se da un lato la cultura come merce tende a essere stimolante e gratificante (le persone ottimiste e felici comprano di più), ha anche il suo lato oscuro. Sono poche le persone che mettono in discussione le scelte politiche che hanno portato alla situazione oggettivamente anormale costituita dall'incarcerazione di massa (e dalla crescita delle esecuzioni capitali). La mercificazione del carcere come cultura ha contribuito a normalizzare l'anormale.

Il carcere come concetto e come realtà

La realtà sociale e fisica del carcere è continuamente mistificata e mitologizzata. L'incarcerazione è uno strumento di controllo sociale. Il suo scopo è disciplinare quei lavoratori/trici e gente povera che non siano ancora finiti dentro il carcere. Ogni persona detenuta serve da esempio di ciò che potrebbe accadere ad altre centocinquanta persone che in America non siano attualmente detenute. Il fattore di intimidazione e deterrenza rappresentato dal carcere è utilizzato mantenendolo distante, remoto e sconosciuto, ma allo stesso tempo, accanto a ciò, figurandolo come minaccia dietro l'angolo di qualcosa di negativo. Solo superficialmente questi appaiono come obiettivi contraddittori e impossibili da realizzarsi contemporaneamente.

Incredibilmente la cultura popolare americana ha avuto un enorme successo nel perseguire entrambi gli obiettivi, assicurando simultaneamente la convinzione nella gran parte della popolazione non-

detenuta che ciò che succede in carcere non li riguarda. La cultura popolare, principalmente tramite cinema e televisione, ma anche con una condotta spensierata da parte di media commerciali e politici opportunisti, ha radicato nella coscienza collettiva americana due immagini contrastanti del carcere. Quando esso serve allo scopo di controllo sociale per mettere in riga le persone più deboli e povere, il carcere è oscuro, un mondo di sbarre animato da uomini sporchi e sudati, muscolosi e tatuati, un mondo fatto di sodomia, accoltellamenti e lame di rasoio.

A questo tipo di mondo ci si è richiamati ad esempio quando il procuratore federale Gordon Zubrod disse a un intervistatore della televisione canadese che i tre uomini canadesi che si opponevano all'extradizione negli USA per accuse di frode "rischiavano un periodo lungo e difficile in carcere nelle vesti di fidanzatini di un omaccione cattivo." Bruce Hawkins, un giudice canadese irritato e offeso da simili dichiarazioni, negò l'extradizione dichiarando "nessun canadese di buon senso agiterebbe lo spettro della violenza omosessuale per convincere l'opinione pubblica a non concedere ai tre accusati il pieno diritto a un'udienza per opporsi all'extradizione" (Prison Legal News, Gennaio 1998). Al contrario nella cultura statunitense la minaccia implicita di violenza omosessuale se fatta da un pubblico ufficiale nello svolgimento ordinario delle sue funzioni non rappresenta nulla di straordinario e un simile abuso è considerato come una componente normale della vita in carcere.

Tuttavia quando lo scopo è quello di sostenere che la vita delle persone detenute debba essere comunque peggiore di quella delle persone povere che non si trovino ancora in carcere, emerge un'immagine diversa. Ci si lamenta che il carcere sia in realtà un hotel a cinque stelle dove i detenuti passeggiano piacevolmente tra comodi impianti di tennis e sollevamento pesi, con pasti a base di bistecche e aragoste, guardando la televisione via cavo e sfogliando riviste pornografiche. Un'intera schiera di politici, gruppi per la vendetta delle vittime, agenzie per l'inasprimento delle leggi si dedica a portare avanti il concetto del carcere come hotel di lusso. Quest'idea ha già conquistato ampio credito presso la maggior parte dei media.

Il risultato netto che emerge da queste due visioni è che la maggior parte di coloro che non sono in carcere e con ogni probabilità non vi andranno a finire nell'immediato futuro, considera le condizioni carcerarie come non sufficientemente draconiane. Mentre coloro che già sono in carcere o che hanno un'alta probabilità di finirvi in tempi rapidi lo percepiscono come una realtà troppo dura. Nulla illustra meglio questo fenomeno come gli esempi di alcuni esponenti della schiera di "duri contro il crimine" come Fife Symington, ex governatore repubblicano dell'Arizona, Oliver North, ex colonnello dei marines, Jim Tucker, ex governatore democratico dell'Arkansas, che hanno implorato clemenza davanti ai giudici facendo appello a una compassione che loro stessi non avevano mai mostrato nei confronti di altri criminali condannati. Sono ricorsi a qualsiasi mezzo pur di evitare di andare in carcere. Ciò indica che i demagoghi della "durezza contro il crimine" non credono né alle loro menzogne né all'immaginario culturale relativo al carcere alla cui crescita hanno dedicato la loro carriera politica.

Il carcere come merce culturale

Il carcere come concetto è un'idea radicata nella coscienza collettiva di ciò che il carcere dovrebbe essere. Oltre a ciò il carcere come merce è il luogo dove la cultura stessa del carcere è messa sul mercato e venduta per il consumo di massa. La crescita della cultura del carcere è esemplificata da:

- L'Accademia di Alpharetta, in Georgia, che vende "l'esperienza del carcere" agli uomini che vogliono sapere come si sta in carcere senza essere realmente incarcerati. La compagnia si vanta della sua ampia varietà di strumenti per legare e contenere le persone e del fatto che i suoi impiegati sono poliziotti e secondini della "vita reale". Gli uomini (alle donne è negato) pagano circa 2.000 dollari per trascorrere un weekend "in carcere" all'Accademia essendo oggetto di abusi, umiliazioni e maltrattamenti. Questa è l'ultima frontiera del carcere privato (Prison Legal News, Ottobre 1999)

- Il 24 settembre 1998 le pagine di moda e design del Wall Street Journal riportavano un articolo sull'ultima tendenza diffusa tra proprietari di casa benestanti e designer di interni: infissi di acciaio inossidabile utilizzati nelle celle del carcere. Con un costo di oltre 1.000 dollari al pezzo, il bagno carcerario in acciaio inossidabile, senza il copri-tavoletta, è un oggetto di gran moda tra persone benestanti e in linea col design alla moda. Mentre un bagno normale in porcellana costa 60 dollari. La Acorn Engineering, azienda produttrice di infissi per il carcere ha detto di aver ricevuto così tante chiamate da designer che si è messa a produrre una nuova linea di bagni carcerari per uso domestico.

L'architetto di New York Daniel Rowen ha usato un modello di sedia carceraria reclinabile in acciaio come porta-asciugamani in un appartamento di New York che ha progettato. Il progetto ha vinto un premio dal prestigioso Istituto Americano degli Architetti. I sostenitori dell'oggettistica carceraria come elemento di decoro domestico sostengono di apprezzarne l'estetica minimalista, dicendo che ha "linee belle e pulite".

L'architetto Peter Pawlak ha messo in guardia. "Bisogna fare attenzione. Può iniziare una reazione a catena. Non vogliate iniziare a rendere la casa un carcere".
- In un fenomeno ripetutosi per molte altre città negli USA, quando a Flint, nel Michigan, ha aperto un nuovo carcere, la città ha celebrato l'evento con un party per il carcere. I cittadini benestanti hanno pagato ciascuno centinaia di dollari per trascorrere la serata nel nuovo carcere con champagne e aperitivi. Il regista di documentari Michael Moore ha immortalato il party per il carcere nel suo documentario Roger and Me.
- Diversamente da quegli oggetti che tendono a essere costosi e consumati dai benestanti, la moda del carcere è una vera e propria merce per il mercato di massa. Resi popolari dalla cultura giovanile dell'hip-hop e dai rapper gangsta, molti dei quali entrano ed escono dal carcere, gli abiti informi e mal calzanti indossati dentro le mura del carcere sono venduti come oggetti cool alla moda. L'esempio più appariscente e di successo è la linea di vestiario Prison Blues, fabbricata dal sistema penitenziario dell'Oregon utilizzando il lavoro coatto dei detenuti. Le autorità ufficiali del sistema penitenziario dell'Oregon mettono sul mercato i vestiti con slogan accattivanti come: "Fabbricati dentro per essere indossati fuori". Una pubblicità mostra un'immagine dei jeans vicino a una sedia elettrica con il messaggio: "Qualche volta i nostri jeans durano più a lungo delle persone che li hanno fatti".
- In competizione con i parchi divertimento come attrazioni turistiche, le camere di commercio a Leavenworth, nel Kansas (Colorado) propongono sul mercato le loro numerose carceri come luoghi "da vedere" per turisti. Costose campagne pubblicitarie utilizzano slogan accattivanti come: "Che ne dite di farvi un po' di tempo a Leavenworth?" e "Non si deve essere condannati per essere invitati" per rendere l'idea. Non vengono offerti giri all'interno di carceri reali. Mentre i turisti possono visitare musei carcerari e carceri ormai chiusi per raggiunti limiti di età. La Colorado Territorial Correctional Facility a Canon City in Colorado ha un museo carcerario che mette in mostra memorabilia carcerarie del passato e vende manufatti creati dai detenuti attuali. Circa 50.000 visitatori ogni anno pagano il biglietto per visitare il museo.
- Nella musica e nei video musicali, il carcere è un tema ricorrente, specialmente tra i cantanti hip-hop e i rocker heavy metal che somministrano al pubblico giovane maschile l'idea di un'alta probabilità di andare a finire in carcere. È arte che imita la vita o che predice il futuro?
- Sul canale televisivo HBO, la serie drammatica Oz è ambientata e ha luogo dietro le sbarre. Il carcere è lo scenario in cui si svolge questa serie TV acclamata dalla critica e giunta alla sua terza edizione. Ryan O'Reilly è considerato uno dei personaggi più brutali della serie. In un'intervista al New York Times, l'attore Dean Cain che interpreta O'Reilly nella serie, ha detto "che era sorpreso dall'adulazione dei fan ricevuta per aver interpretato questo personaggio, specialmente per strada "i fan vengono da me professando amore imperituro per O'Reilly. Penso che ci si debba interrogare su questo fatto" ha detto Cain.

La rivista Details ha intervistato il cantante hip-hop Treach che è apparso nella serie TV. Treach ha detto “spero che la serie faccia cacare sotto gli spettatori. Quando vai a finire in carcere è completamente un altro stile di vita.”

Nel momento in cui il carcere conquista più spazio nella coscienza collettiva, la mercificazione del carcere e la cultura del carcere cresceranno. C'è forse qualcosa che vada oltre la mercificazione? Quando un designer di moda recentemente ha rivelato che una linea di vestiario era stata modellata sulle uniformi dei campi di concentramento nazisti, si è scatenata qualche polemica che ha innalzato pubblicità e vendite. La fabbrica di vestiti Benetton regolarmente utilizza immagini di guerre, carestie e disastri per le sue campagne promozionali. Se l'Olocausto, le carestie e la guerra possono essere messe sul mercato e vendute, tutto lo può essere. Anche il carcere.

L'impatto politico e sociale della mercificazione culturale del carcere

La messa sul mercato del carcere semplicemente come se si trattasse di un'altra merce della cultura popolare ha un qualche impatto sociale o politico? O produce solamente denaro per chi ne gestisce il mercato? Il criminologo Nils Christie ha notato che in nessun'altra epoca della storia c'è stato un paese che incarcerasse così tanti suoi cittadini come gli Stati Uniti fanno attualmente. Tuttavia non esiste un limite naturale a questo fenomeno. Non c'è nulla che impedisca a uno stato di incarcerare, per dire, un terzo della sua popolazione. Christie fa l'analogia col fatto che non c'erano limiti naturali neanche a quante persone i nazisti potessero uccidere. L'incarcerazione di massa, come il genocidio, richiede solo tre cose: abbastanza risorse umane ed economiche e la volontà politica di portare avanti le politiche una volta che è stata presa la decisione di metterla in atto.

Le carceri americane non possono essere paragonate ai campi di sterminio nazisti in quanto la morte in tempi rapidi non costituisce il loro scopo industriale. L'uso della pena di morte negli Stati Uniti non è ancora statisticamente significativo. Le uccisioni governative di poche dozzine di persone ogni anno in esecuzioni ritualizzate sono statisticamente, sebbene non moralmente, insignificanti all'interno di un sistema che arresta, processa, condanna, punisce e incarcera milioni di persone ogni anno.

Tuttavia l'inasprimento delle condanne, il sovraffollamento, le brutalità, malattie e assistenza medica inadeguata si traducono tutti in morte per incarcerazione. L'aumentata diffusione di condanne all'ergastolo (senza e con possibilità di rimessa in libertà sulla parola) o condanne ordinarie a 30, 40 o 90 anni si traducono in un'unica cosa: morte dietro le sbarre. La maggior parte del movimento contro la pena di morte americano si oppone a un intervento attivo da parte dello stato che porti alla morte del condannato, ma condivide ampiamente la morte per incarcerazione come alternativa umana. Il risultato è lo stesso: morte per mano dello stato. Semplicemente ci vuole più tempo. Molti giudici oggi formulano le sentenze dopo aver calcolato l'età dell'imputato e quanto a lungo gli rimanga da vivere. La sentenza successivamente inflitta assicura che l'imputato muoia dietro alle sbarre. Il numero di persone oggi destinato a morire dietro le sbarre come effetto di questo calcolo da assicuratore è sconosciuto ma con ogni probabilità supera i 100.000 casi. L'uso dell'incarcerazione di massa come strumento di controllo sociale ha a che fare con le questioni fondamentali della libertà e della dignità umana, specialmente in una società che ha la pretesa di essere una democrazia. Il criminologo Elliot Currie ha osservato che l'incarcerazione è l'esperimento sociale più diffusamente sperimentato nella storia americana moderna, con gli stessi Stati Uniti basati sin dalla loro fondazione su servitù e schiavitù.

Mercificando il carcere come cultura popolare, l'incarcerazione di massa è resa socialmente accettabile e connessa a blue jeans, parchi divertimento, musica, intrattenimento e luoghi di villeggiatura. La connessione funziona fintanto che il carcere riguarda qualcun'altro. Fino a oggi in pochi mettono in discussione l'investimento di miliardi di dollari in un complesso industriale carcerario che produce poco in termini di “correzione”, sicurezza pubblica o riabilitazione, ma molto in termini di vite rovinate, recidività e costituisce un dolorificio sociale. La mercificazione

del carcere nella cultura popolare essenzialmente funziona da lubrificante per l'incarcerazione di massa, smussando le asperità che altrimenti si verrebbero a creare.

La cultura popolare rende l'incarcerazione una componente accettata del panorama politico e sociale mettendo sul mercato quelle politiche sociali in cui uno su venti cittadini americani (uno su quattro se si parla di neri) possono aspettarsi di passare almeno una parte della loro vita in carcere. Nessuno è portato a mettere in discussione se l'incarcerazione di milioni di persone costituisca un uso oculato delle risorse pubbliche, a chiedersi chi tragga beneficio dall'incarcerazione di massa, o vedere se esistano alternative al carcere.

Con il carcere come parte integrante della cultura popolare i giovani, specialmente quelli poveri e di colore, vedono l'andare in carcere come una componente ordinaria della vita di tutti i giorni, come un rito di passaggio. Proprio come con la schiavitù, la cultura popolare rafforza il messaggio che coloro che si trovano in carcere meritano di starci e coloro che non stanno in carcere no. In breve assicura che le questioni di differenza di classe e razzismo istituzionalizzato nel sistema penale e penitenziario non vengano mai affrontate e men che mai messe sotto accusa. Il carcere c'è perché esso esiste. La gente va in carcere perché è lì che è andata a finire. Questo è il messaggio che passa senza che ci sia bisogno di alcuno sforzo di ragionamento da parte di chi lo riceve.

Il messaggio non è né nuovo né originale. È stato utilizzato in passato. Nella Germania nazista il complesso dei campi di concentramento era enorme, con più di 300 campi nella sola Germania. (Mentre gli USA hanno più di 1.500 carceri statali e 3.400 cittadine). Alcuni dei campi come Dachau, sono arrivati a rinchiudere ai loro massimi livelli fino a 30.000 prigionieri. A quel tempo la cultura della Germania aveva reso i campi di concentramento accettabili socialmente: la gente nei campi di concentramento doveva starci o altrimenti non ci sarebbe finita. I campi erano necessari per proteggere la società civile da criminali, comunisti, zingari, ebrei e omosessuali che avrebbero altrimenti messo in pericolo quella stessa società.

Per contestualizzare, nessuno ha detto ai cittadini tedeschi "abbiamo intenzione di uccidere trenta milioni di persone". Nessuno ha lanciato campagne pubbliche che propagandassero il genocidio. Prima hanno rinchiuso gli elementi indesiderati nei campi di concentramento (una pratica inaugurata dai britannici durante la guerra boera). Che molti morissero come conseguenza delle condizioni del confinamento (sovraffollamento, malattie, mancanza di assistenza medica, brutalità delle guardie, cibo inadeguato, ecc.) era una sfortunata conseguenza del loro imprigionamento, proprio come è oggi per coloro che muoiono per gli stessi motivi nelle carceri americane. Solo dopo molti anni in cui è proseguita l'incarcerazione degli elementi socialmente non desiderati iniziò lo sterminio industrializzato in luoghi come Auschwitz. Quando ebbe inizio lo sterminio programmato la società tedesca nella sua totalità era culturalmente pronta all'idea. Se meritavano di essere imprigionati perché non li si sarebbe dovuti uccidere?

È forse, questo dei campi nazisti, un esempio troppo distante o che suona ridicolo se paragonato agli Stati Uniti di oggi? Politicamente e culturalmente l'incarcerazione di massa è stata praticata e ampiamente accettata dalla società americana negli ultimi quindici-vent'anni. Con poco più del 2% della popolazione americana che si trova oggi sotto qualche forma di controllo da parte del sistema penale e penitenziario, in aggiunta ai milioni di persone che sono già passate attraverso tale sistema, si può dire che una porzione significativa della popolazione americana è stata, sarà o è attualmente incarcerata. Data la storia passata dell'America per quel che riguarda la schiavitù, le leggi Jim Crow, il genocidio dei nativi americani ci sono abbondanti precedenti. Merita di essere fatto notare che tutti questi fenomeni sono stati introdotti con un provvedimento legislativo alla volta procedendo per decenni. Possiamo chiamarli schiavitù e genocidio evolutivi.

Oggi tra i demagoghi della politica americana c'è una spinta costante verso condizioni di detenzione più draconiane e punizioni più dure e punitive. Sotto tutti i punti di vista queste misure sono molto popolari tra il pubblico americano, anche tra coloro che con maggiore probabilità andranno a subire le ricadute negative di tali punizioni. In questo contesto culturale e politico una "soluzione finale" al problema del crimine in America può diventare facilmente realtà. Dopotutto oggi come oggi una quantità così elevata di persone detenute è destinata a morire dietro le sbarre, perché non accelerare

il processo e risparmiare ai contribuenti le spese per dar cibo e ospitare queste persone per decenni prima che avvenga l'inevitabile? In anni recenti sono state formulate leggi che consentono la castrazione e l'incarcerazione a tempo indeterminato per reati a sfondo sessuale in base alla considerazione che tali reati possano essere nuovamente commessi in futuro. Quanto manca alla soppressione fisica? Già si coglie un'eco del refrain nazista "vita indegna di essere vissuta" nella pletora di provvedimenti penali e penitenziari che sono avidamente aggiunti alle leggi esistenti ogni anno in giro per il paese.

Soluzioni?

Se una parte del problema risiede nel fatto che l'incarcerazione di massa divenga una condizione sociale accettabile, con la cultura popolare che riflette questa realtà e rendendola una profezia auto-avverantesi, che fare? La smettiamo di parlare di carcere nascondendolo alla vista e alla mente? Ignoriamo la realtà di due milioni di americani detenuti?

Il primo passo è riconoscere che la cultura popolare è nei fatti politica. Essa fa apparire le scelte politiche neutrali e naturali quando in realtà non lo sono. Serve una consapevolezza critica e l'analisi della cultura popolare tra i suoi consumatori, specialmente i giovani. Tentare di contrastare la cultura mercificata del carcere comporta: spiegare le implicazioni politiche e sociali derivanti dall'indossare i jeans "Prison Blues", andare in vacanza al Prison World, ecc. Particolarmente importante è che i giovani poveri, coloro che in primo luogo popolano le carceri americane, realizzino che l'incarcerazione non è "naturale". Piuttosto è una scelta politica fatta in alternativa a offrire posti di lavoro con stipendi in grado di far vivere le persone, soluzioni abitative accessibili, assistenza medica, sistema di welfare. In breve, è qualcosa che può essere cambiato. La possibilità di cambiamento nell'immediato appare limitata data l'incapacità di chi mette in discussione la cultura del carcere di trovare un ampio ascolto, in particolare di riuscire ad arrivare alle persone con la profondità e diffusione necessarie per cambiare la mentalità corrente.

Perciò dobbiamo essere in grado di porre e dare risposta a domande non così complesse come ad esempio: a favore di chi va il sistema penale e penitenziario? Come sono definiti il crimine, i criminali e le vittime? Quali alternative al carcere sono possibili e come possono essere sviluppate? Fino ad allora la cultura del carcere sarà impacchettata e mercificata come qualsiasi altra cosa nella società americana, sempre più una nazione dietro le sbarre.