

Universitat Autònoma de Barcelona
Facultat de Ciències Polítiques i Sociologia
Grau en Sociologia

Resum executiu. Treball de fi de grau.

L'EXPRESSIÓ POPULAR DELS DINERS

Una anàlisi comparativa entre refranys i memes

Sandra Patiño Sánchez

Tutoritzat per Josep Verdaguer Lozano

Curs 2023/2024

17 de maig de 2024

Els signes que formen el món —paraules, expressions, imatges— guien i donen significat a la nostra vida quotidiana i es distribueixen reflectint les relacions amb el medi, els altres, i nosaltres mateixos. Aquest treball es centra en les classes populars i el seu imaginari construït al voltant dels diners.

Diferents classes socials interpreten la relació amb els recursos econòmics segons les seves pròpies realitats i condicions. L'estudi de les narracions de les classes populars en relació als diners ens permet comprendre el sentit de justícia, les idees del treball i consum, les necessitats, els desitjos i els preceptes pràctics propis derivats.

Marx (1991) i Simmel (2010) reflexionen sobre els diners, considerant-los un element clau per entendre les dinàmiques socials i la manera en què l'individu es pensa en la modernitat, com part d'un procés de deshumanització i distància social. D'altra banda, Hoggart (2013) i Bourdieu (1979) plantegen la relació de les classes populars i els diners, destacant les estratègies d'adaptació a les adversitats econòmiques com a pilar fonamental en la seva identitat.

La recerca es centra en dues formes concretes d'expressió popular: el refrany i el meme. L'elecció d'aquestes dues formes respon a la voluntat d'estudiar l'evolució de la parla popular, considerant la variable generacional. Les expressions populars reflecteixen els ritmes socials d'un grup i, associades a contextos comunicatius concrets (la ruralitat i la tradició oral, la modernitat i la irrupció d'Internet xarxes socials), permeten entendre les diferències entre grups. S'analitza la dimensió de l'humor, que es mostra subversiu contra l'oficialitat (Bajtín, 1971), però que alhora, en oposar-s'hi, pot reproduir-la.

Els refranys són expressions estereotipades que, tot i remetre a la veritat, classifiquen situacions (Anscombe, 1997). Els memes són definits com productes digitals propagats a través de les xarxes. Un nou llenguatge, efímer i en constant transformació (Riu-Ulldemolins i Pecaure, 2021).

Berger i Luckmann consideren les expressions com estructuradores de la biografia. També es fa ús de les teories de Lakoff i Johnson sobre el llenguatge metafòric, destacant la dimensió connotativa del llenguatge quotidià.

Pel que fa al treball de camp, trobem dos blocs. El primer bloc, compara un recull de refranys i memes. El segon bloc, consta de tres grups de discussió, dels quals dos estan formats per gent gran i tracten la temàtica a partir dels refranys, i l'altre està format per gent jove i ho fa amb els memes.

Dels resultats de l'anàlisi destaquen les següents idees. D'una banda, les classes populars mostren escepticisme respecte al poder dels diners. Perceben una injustícia envers els privilegis dels adinerats, però també construeixen un discurs crític cap a aquelles persones que neguen la importància dels diners. En un context de necessitat i privació, és difícil oblidar que els diners són un mitjà, reconeixent-los com a llibertat de viure.

En segon lloc, la cultura de la necessitat és omnipresent en l'imaginari popular dels diners. Les classes populars narren les seves condicions vestint de dignitat la vivència de privació. En la definició de la supervivència, apareix una constatació del sentit de la prioritat i del sacrifici necessari. Entre la gent gran, els refranys expressen orgull; entre els joves, els memes expressen resignació, lluita contra el desig i manca de realització en el treball.

Pel que fa als significats donats a gastar i estalviar, es destaquen idees de preus justos associats a la qualitat dels productes, definits en termes pragmàtics. Es detecta una evolució de l'imaginari i els estils de vida, on l'estalvi passa de ser una necessitat a una impossibilitat: d'una banda, la vida es presenta com més cara i, de l'altra, els estils de vida apareixen associats a la societat de consum.

Quant a les diferències i similituds de forma i ús entre refranys i memes, s'observa que, tot i que ambdós classifiquen experiències, la presentació de la informació difereix. Els refranys utilitzen present atemporal i subjecte impersonal, mentre que els memes utilitzen el "jo" i presenten situacions concretes amb elements com el "quan". Així, la veritat es construeix de manera universal en els refranys, i

d'identificació individual als memes. La legitimitat també difereix, passant de l'apel·lació a la saviesa popular al “jo literal” i l'humor. L'humor es construeix mitjançant el trencament de marcs i la burla de l'oficialitat, però també respon a la lògica de la moda.

Les formes d'expressió popular estan influenciades pels contextos, dinàmiques i ritmes socials d'una època. Tot i les diferències lògiques entre refranys i memes, ambdós reflecteixen una relació concreta de les classes populars amb el seu món. El seu estudi ha permès observar els canvis en l'imaginari popular sobre els diners i les condicions socials que s'hi troben al darrere. Els refranys i els memes mostren un món desencantat, que en forma d'humor—burlesc i agre—es contraposen, resisteixen i reproduïxen alhora els marcs dominants.

Bibliografia

Amades, J. (2002). *Justícia popular / Joan Amades ; introducció de Josep Cruanyes i Tor*. El Mèdol.

Bajtín, M. (1971) *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento: El contexto de Francois Rabelais*, Barcelona: Barral, 7-22.

Berger, P. L., Luckmann, Thomas., & Zuleta, S. (1968). *La Construcción social de la realidad / Peter L. Berger, Thomas Luckmann ; [traducción: Silvia Zuleta]*. Amorrortu.

Biosca, M., i Cornadó, M.-P. (Eds.). (2003). *El refranyer de Joan Viladot*. Pagès editors.

Hoggart, R. (2013). "Ellos" y "nosotros". *La cultura obrera en la sociedad de masas* (pp. 95-120). Avellaneda, Argentina: Siglo XXI.

Lakoff, G., i Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago, Chicago, IL.

Marx, K., i Vilar, G. (1991). *Manuscrits econòmico-filosòfics / Karl Marx ; traducció i edició a cura de Gerard Vilar*. Edicions 62.

Rius-Ulldemolins, Quim i Pecourt, Juan (2021) Digitalización de la sociedad, creatividad y nuevas prácticas culturales. *Sociología de la cultura en la era digital*. PUV: Universitat de València.

Simmel, G. (2010). El dinero en la cultura moderna. En Cultura líquida y dinero. *Fragments simmelianos de la modernidad* (pp. 1-15). Barcelona: Cuajimalpa y Anthropos.