

# El boicot dels rebesavis



La campanya per l'aprovació de l'Estatut de Catalunya del 1931 va provocar també un boicot a diversos llocs de l'estat espanyol.

Els empresaris catalans porten el temor a la paraula boicot gravat als seus gens des de fa gairebé dos segles. Molt abans que aquest mot, nascut com a sinònim d'ostracisme, aparegués a Irlanda l'any 1880 arran d'una campanya d'isolament social que va patir un tal Charles Boycott, la possibilitat que els productes fabricats a Catalunya fossin excomunicats des de Madrid ja havia fet posar els pèls de punta a més d'un empresari. De fet, el primer cas conegut de boicot als productes catalans, com assenyala Francesc Cabana, expert en història de l'economia, es va produir l'any 1836. En aquell moment, la Comissió de Fàbriques, una entitat que anys a venir es convertiria en l'actual Foment del Treball, es va esparverar quan la premsa de Madrid va fer córrer el rumor que determinats sectors de Catalunya volien la independència. Una circular de la Comissió de Fàbriques del 23 de desembre del 1836 advertia els obrers en aquests termes: "Sapiguen que, si arribat el cas, cosa que d'altra banda no és possible, aquests discsols aconseguissin el seu intent de declarar la Catalunya independent i separada del govern de S. M. la Reina, en el mo-

ment mateix us veuríeu submergits en la indignència." La Comissió advertia que els espanyols veurien els catalans com enemics i no hi voldrien comerciar, el Govern prohibiria la venda de productes catalans a la resta de l'estat, i a la llarga, per tant, les fàbriques haurien de tancar.

**La cançó enfadosa.** Com tantes i tantes vegades, la campanya de la premsa de Madrid es basava en una acusació falsa, dient que a Catalunya s'estava encunyant moneda pròpia sense l'escut reial. Per això, la Comissió de Fàbriques es va adreçar al Govern de Madrid amb l'objectiu de desmentir aquesta "calúmnia amb la qual es vol afirmar la idea de la independència".

Aquest episodi, tanmateix, tal com assenyala Guillem Graell el 1910 en una obra titulada *Historia del Fomento del Trabajo Nacional*, no va ser ni el primer cop ni l'últim en què es van llançar acusacions semblants contra els fabricants. Segons Graell, els atacs contra Catalunya distancien unes províncies de les altres i provocava que "es publicuessin escrits, especialment en forma de fulletons, en què els autors no s'adonaven del que escriuen".

**L'etern retorn.** Les campanyes contra els productes catalans, doncs, apareixen cíclicament al llarg dels anys. L'historiador Francesc Cabana explica que el boicot és una constant d'ençà que es va consolidar la industrialització catalana. "Les campanyes sempre han estat vinculades a peticions d'autonomia o a fenòmens que han estat vistos des de Madrid com un distancament o un trencament de la *unidad española*", diu. És per això que quan al maig del 1931, poc després de proclamar-se la Segona República, es va començar a discutir la Constitució i la nova forma d'estat, la Cambra de Comerç de Barcelona va publicar una nota a la premsa per donar mostres de l'espanyolitat dels catalans. "A tot arreu -deia la nota- oneja la bandera catalana amb la de la República espanyola com a expressió sincera que es vol viure fraternalment dins l'estat espanyol." El motiu d'aquesta nota havia estat la reacció natural dels empresaris davant la notícia que en alguns llocs d'Espanya s'havien anul·lat comandes de productes catalans i, fins i tot, s'havia rebutjat la visita a alguns viatjants.

La Cambra de Comerç de Barcelona, a més, va enviar una carta a la de Salamanca per respondre als temors que aquesta havia expressat davant la possibilitat que, si Catalunya es declarava autònoma, prescindís de la cordialitat amb les altres regions. La Cambra de Barcelona va contestar la Cambra de Salamanca assegurant que encara que l'estat s'articulés de forma federal, tot el que faria referència al tràfic de mercaderies seguiria depenent del poder central. Per això, deia la carta, "són absolutament mancants de fonament els temors de la possibilitat que unes regions d'Espanya tanquin els seus mercats a les altres". A pesar dels intents d'apaiagar la situació, les campanyes, segons Francesc Cabana, han fet mal a algunes empreses catalanes durant setmanes o mesos, però al final s'han esvaït, deixant "el suficient mal gust a la boca per, si calia, poder-hi tornar de nou".

El temor al boicot és, doncs, un estat d'ànim que els dirigents de patronals i cambres han heretat dels besavis i que, probablement, transmetran als fills.

Xevi Camprubí