



Un buque cambió la historia de Boca Juniors

Argentina vive el fútbol con pasión e intensidad. Sólo hacen falta ver las reacciones ante las victorias y las derrotas de su selección. Este deporte tiene un componente casi religioso para su sociedad, como muestra la aparición de la Iglesia Maradoniana, que rinde culto paródico a los excesos y a la sublimidad del histórico 10. Dos grandes clubes marcan la rivalidad del fútbol argentino, Boca Juniors y River Plate, cuna y escuela de algunos de los mejores futbolistas del país. Aunque esta disciplina deportiva no se encuentre entre sus aficiones, seguro que recuerdan los colores y formas de sus respectivas camisetas. Mucho le debe la de Boca Juniors a un barco mercante que en 1907 pasó por el puerto de Buenos Aires.

Aquel buque cambió la historia del equipo y dejó en herencia los colores de su zamarra. Desde su fundación en 1905, el equipo fue variando los colores de su camiseta hasta que Juan Bricchetto, trabajador portuario en el puente por donde pasaban los vapores y presidente del club en 1907, decidió que adoptarían los colores de la bandera del primer buque al que diera paso. Fue un barco sueco, pero existen

dudas razonables sobre qué embarcación avistó Brichetto. En cambio, existe un consenso generalizado de que el buque correspondía a la naviera Johnson Line.

La duda, principalmente, surge entre el 'Oskar II', bautizado así en honor del rey de Suecia, y el 'Drottning Sophia', dedicado a su mujer. Uno de ellos se cruzó en el camino de Boca Juniors y desde ese momento su camiseta siempre ha contado con los tonos azules y amarillos. Fuera cual fuera el barco, lo cierto es que sin el tesón, el carácter y la habilidad de Axel Johnson, impulsor de la naviera sueca, los colores de Boca Juniors serían probablemente otros.

¿CÓMO LLEGÓ LA NAVIERA SUECA HASTA BUENOS AIRES?

Todo comenzó en 1885, año en el que Axel Johnson, tras hacer fortuna en los mercados de materias primas, adquirió un vapor desvencijado para importar carbón. Cinco años después, fundó la naviera Nordstjernen, más conocida fuera de Suecia como Johnson Line, que se dedicó en sus inicios a transportar mineral de hierro y carbón en el Báltico y el mar del Norte. Conocedor de las oportunidades que representaba el café brasileño, que desembarcaba en Suecia tras ser reexportado desde Hamburgo (Alemania), decide competir con las potentes navieras británicas y alemanas, poseedoras del monopolio de su transporte a través de una conferencia marítima creada en 1895.



Poster publicitario de La Plata Line / 'The Nordstjerman Building'

No existía ninguna línea regular entre Suecia y el Nuevo Mundo hasta que Johnson estableció La Plata Line. No constituyó una tarea sencilla su creación, puesto que tuvo que batallar con políticos e industriales para convencerles de ello, como se detalla en el libro 'The Nordstjerman Building'. De hecho, comenzó a operar esta línea sin la ayuda del Gobierno sueco. Para alcanzar el éxito, Johnson necesitaba un puerto con acceso a materias primas, pero no podía ser brasileño por la conferencia marítima que limitaba la presencia de navieras en el mercado del café, su principal objetivo. Ahí aparece Buenos Aires.

A principios de 1904, desembarcó por primera vez el 'Drottning Sophia' en el puerto argentino, cargado con carbón inglés. A punto estuvo de naufragar el proyecto: una huelga en el puerto de Buenos Aires y diversos incendios en bodega estuvieron cerca de dar al traste con el negocio ideado por Axel Johnson en América. Tampoco fueron esperanzadores los viajes posteriores, básicamente por el desequilibrio en los tráficos, que consistían en productos agrícolas argentinos hacia Suecia. Sin embargo, el balance fue mejorando de forma progresiva, gracias al envío de material de

construcción y cemento sueco a Argentina. De esta forma, se estabilizó La Plata Line, que no dejaba de ser «un movimiento táctico para capturar presas más grandes, el transporte del café brasileño», escribe Nathan Sachar en 'The Nordstjernan Building'.

Una vez estabilizado el servicio, Axel Johnson se lanzó a por un negocio de 30.000 toneladas de café brasileño, que cada año llegaban a Suecia a través de Hamburgo y en barcos alemanes. Amenazó con iniciar una guerra de precios si no dejaban participar a su naviera en el coto privado de las compañías marítimas alemanas y británicas. A pesar de no disponer de apoyo gubernamental de su país, el empresario sueco trazó un plan estratégico no exento de riesgos, pero logró su objetivo.



Antes de negociar con la alemana Hapag, se reunió con los principales importadores de café suecos y noruegos para recabar su apoyo. Johnson les prometió precios atractivos de transporte, tanto si se unía al cartel naviero angloalemán como si iniciaba una batalla contra él. Después, advirtió a sus competidores alemanes de que se arriesgaban a perder las rutas de carga en la región nórdica y con ello provocaría precios de dumping para todos los importadores de café europeos, poniendo en peligro todo su negocio ligado a este producto. En marzo de 1910, el cartel anglo-alemán se resquebrajó, permitiendo que los barcos de Johnson Line comenzaran a cargar café en los puertos brasileños de Río de Janeiro y Santos.

El suculento negocio del café brasileño llevó a Johnson Line hasta Buenos Aires. Su

impronta en la ciudad fue mucho más allá de prestar los colores de la bandera sueca a la camiseta de Boca Juniors, porque se convirtió en un actor de primer orden de la comunidad sueca en Argentina. Pero también Buenos Aires dejó su huella en la naviera: el nombre de Johnson Line se impone fuera de Suecia porque Nordstjernan ('Estrella del Norte' en sueco) era una palabra impronunciable para un hispanohablante. Además, permitió dar al grupo sueco sus primeros pasos fuera de su mercado natural, lo que catapultaría el crecimiento de la compañía en las décadas posteriores.