

Chaski's blues

Por Victor Garcia

El correo postal es un servicio esencial que usamos los diseñadores para enviar y recibir material impreso, pero es cada vez menos confiable y más oneroso. ¿Fenómeno local o regional?



Los cronistas de la conquista del Imperio Incaico testimoniaron su admiración por la extendida y eficiente red de sus caminos —el «Qhapaq-Ñan»¹ y la sabia distribución de las

postas que jalonaban su recorrido —los «tampus»—,² ubicadas a distancias regulares y equidistantes, con una dotación permanente de cuatro a seis «chaskis»,³ uno de los cuáles debía aprestarse de inmediato para tomar el recado del «chaski» precedente, que anunciaba su cercanía haciendo sonar su «pututu»⁴ desde el camino: A su turno, el «chaski» de relevo iniciaba la carrera hasta el «tampu» siguiente, dónde se repetía el proceso hasta el destino final. Con esa estratégica ingeniería operativa, refiere Guaman Poma que el caracol marino —capturado ese mismo día en las costas del Pacífico, a cientos de kilómetros de distancia y en otra geografía radicalmente diferente— llegaba vivo al Cusco en el corazón de los Andes, para la mesa del Inca.⁵ Ese era el «correo» de una cultura sofisticada a la que paradójicamente no se le conoce escritura; y su «logística» racional es la demostración palmaria del grado de eficiencia de un servicio bien planificado, mejor proyectado e impecablemente implementado.

Eficiencia y confiabilidad es lo que se espera y presupone de cualquier servicio postal en cualquier punto del planeta. Son —o deberían ser— el alma del sistema, su mantra y su más profunda y última razón de ser. Es que ¿puede un servicio postal no responder a estos presupuestos básicos, fundamentados en la racionalidad? En América Latina, y más precisamente en Argentina —hablo por mi experiencia y desconozco el desempeño de los sistemas postales en otros países de la región— lamentablemente la respuesta es: sí.

Material muy sensible: la fragilidad de la cultura impresa vía el correo postal



El cartero abnegado ¿especie en extinción? 500 años del correo en Alemania (1490-1990). «Jubiläum Postkarten», Deutschen Postreklame. Diseño: Peter Steiner, Stuttgart, 1989.

Los diseñadores somos agentes culturales: producimos y consumimos cultura visual; gran parte de ese caudal, sigue siendo material impreso, bajo la forma de libros, revistas, posters y folletos. En esa doble condición, con cierta frecuencia estamos obligados a enviar y recibir esos materiales. Pero a pesar de la fatua embriaguez contemporánea por los avances tecnológicos —plena época de las comunicaciones electrónicas— que han resuelto la modulación/demodulación de los impulsos electrónicos (*modem*) aún no hemos logrado la «desmaterialización/materialización» remota de los impresos en papel para enviarlos por e-mail —empezaría así la fase más sofisticada de la humanidad: la teletransportación o la anhelada telekinesia de los ocultistas— de modo que, hasta tanto eso suceda, para esos menesteres seguiremos atados fatalmente a la materia y al viejo sistema «analógico»: nuestros inefables correos postales.

Podemos elegir nuestras opciones de envío, pero no podemos decidir las características de envío de nuestros remitentes, que a menudo suelen ser editoriales extranjeras que publican nuestros trabajos y nos remiten los ejemplares de cortesía por medio de sus correos oficiales, como envíos simples —esto es: sin certificar— como es de práctica en las sociedades respetuosas de los derechos individuales. Acostumbradas, como lo están, a la «aburrida» rutina de que en sus países de origen ese tipo de envíos *siempre* llega, sea en Europa, EUA o Japón, ni se les pasa por la cabeza que podría no suceder lo mismo en otras latitudes... Y esos ilusos bienintencionados, «mal acostumbrados» a la inveterada confiabilidad de los servicios postales de sus países respectivos, tienen la fantasía de que es así en el resto del mundo. ¿Consecuencia lógica? Lo envían así. Pero, éste realmente *es*, en ese aspecto, el resto del mundo. ¡Y ahí te quiero ver!...

«—La entrega puede —¿puede?— demorar hasta 45 días, si no sucede, avíseme»

Soy corresponsal de una revista mensual alemana de diseño y en esa condición, recibo —o debería recibir— regularmente los ejemplares de esa publicación, que son enviados con puntillosa regularidad por la editorial. Por razones prácticas y seguramente, económicas, esa editorial contrató a su vez los servicios de una distribuidora europea, que seguramente también enviará otras publicaciones de cualquier naturaleza provenientes de Alemania y del resto de Europa. Esa distribuidora por su parte, habrá establecido convenios con distribuidoras locales en los países de destino. De ese modo, la distribuidora europea debe remitir paquetes con correspondencia indiscriminada a granel, cuya clasificación, distribución local y entrega al destinatario final queda a cargo de oficinas del país de destino, en mi caso, la de Argentina. Eso es normal y seguramente es una metodología racional, que simplifica la logística. En Argentina, ese servicio «tercerizado» está, hasta ahora y desde hace al menos 10 años, en manos del mismo correo privado, cuyo logotipo alude al primer capítulo del Antiguo Testamento. Esta empresa es la responsable final de entregarme los ejemplares mensualmente en mi domicilio.

Sin embargo, desde siempre, aunque cada vez con mayor frecuencia, sucede que algunos meses las revistas «se extravían» —un eufemismo de «alguien se las ha birlado»— y eso sucede indudablemente en la cadena de la distribución local: aeropuerto de llegada, agentes de aduanas, oficinas del distribuidor, transportes del mismo, gerentes diversos, supervisores y carteros. No hay ninguna otra posibilidad. Antes «desaparecían» —eufemismo por «se robaban»— una o dos envíos por año; pero en 2012 fueron tres los paquetes postales sustraídos. Todos mis reclamos personales al distribuidor local, fueron infructuosas pérdidas de tiempo, pues como se trata de envíos simples, que por tanto no han sido registrados, se escudan cómodamente en esa circunstancia y nadie se hace cargo —un eufemismo de «nadie se calienta»—. Y por supuesto, las revistas así «desaparecidas» —un eufemismo de «incautadas»— nunca aparecen, ni nadie paga ni explica nada en ese cuasi bíblico correo privado... totalmente privado... de vergüenza.

Las consecuencias de esta conducta negligente y/o delictiva son de dos tipos:

1. La empresa de correo privado protege a su personal infiel que ha sustraído mis revistas impunemente, al no investigar ni castigar debidamente a los responsables por acción u omisión.

2. Me veo obligado a solicitar a la editorial que me reenvíe los ejemplares nunca recibidos... y aguardar pacientemente a que eso ocurra... si es que sucede...

El último «extravío» reiterado —eufemismo por «sustracción» reiterada— ocurrió con los ejemplares de septiembre de 2012. Agotado el plazo razonable de espera, para ver si, por milagro, los ejemplares llegaban, hice mi primera solicitud de reenvío. Es importante aclarar que, en los casos de reenvío, el canal de envío es el correo oficial, en Alemania el Deutsche Post y en Argentina el Correo Argentino. Esto es así, porque se trata de envíos fuera de la rutina, de paquetes postales que ya fueron enviados por el canal regular y nunca llegaron a destino. Vale decir que, en estas instancias, el responsable de la entrega final es Correo Argentino. Sucedió además que solicité unos ejemplares adicionales de una edición anterior, que necesitaba por razones de mi función. Para hacerla corta, la segunda vez me enviaron 8 ejemplares en total, convenientemente embalados en un empaque de cartón corrugado; este paquete de un volumen respetable, enviado como correspondencia simple, totalizaba casi 4 kilos de peso. Difícil que se pudiera perder... pero la vida te da sorpresas...

Pasados 30 días, avisé a la editorial que el paquete no había llegado. Y mi confiado interlocutor me expresó lo que dice en el subtítulo arriba.

La esperanza: el don fatalmente encerrado en la Caja de Pandora.

Pasados 50 días de espera inútil, volví a informar esta vez «oficialmente» del extravío —eufemismo por «escamoteo»— a la editorial, e indiqué que la manera más segura, aunque no absolutamente garantizada, de envío era como envío registrado; manifesté que era consciente de que así sería más caro, pero que me parecía más costoso aún que lo envíen tres o cuatro veces para ver si, por casualidad, alguna vez llegaba. Mi argumento fue escuchado y el tercer envío al fin llegó a mis manos.

Pero hubo aún una sorpresa adicional: el paquete venía envuelto en un plástico termosellado del Correo Argentino, y al abrirlo me encontré el paquete de corrugado desgarrado y parcialmente roto, y en su interior estaban 5 de las 8 revistas muy mojadas —no «húmedas», sino embebidas en agua— y un formulario preimpreso mendazmente exculpatorio del Correo Argentino que decía en su primer párrafo: «Este envío que hoy le entregamos se encuentra dañado por razones ajenas a nuestro servicio y fue recibido así con sus deficiencias de embalaje, en su traslado desde su país de origen...» Los incalificables gerentes y personal subalterno del Correo Argentino pretenden que crea que un paquete, despachado en Múnich el 12 de diciembre y entregado el 17, haya partido desde su país de origen por vía fluvial —¿el Rin, quizá?— porque de otro modo no se explica que, cinco días después, yo hubiera recibido las revistas chorreando agua. No tengo que decir lo que ocurre con el papel ilustración mojado al intentar despegar las páginas después de no sé cuantos días de permanecer así pegadas, por motivos sin duda absolutamente imputables a las deficientes, inadecuadas y negligentes condiciones de manipulación, transporte y almacenamiento en el país de destino. El mío.

O sea que, privado u oficial, el correo postal en Argentina es un albur... o una entelequia.



Inverosímil nota de descargo y detalles de revistas dañadas por negligencia de los servicios postales involucrados. ¿En el país de origen o en el de destino? Diciembre 2012.

La confianza ¿un valor abstracto y obsoleto?.

Al principio, me tomaba la molestia de seguir el procedimiento formal para efectuar mis reclamos ante el correo oficial: concurría a una oficina postal, hacía la cola, solicitaba el libro de los formularios de reclamo, redactaba mi reclamo con los detalles del caso, aguardaba 45 días y al final de ese patético e inhumano minué burocrático, recibía una notificación estúpida expresando que, como los envíos reclamados no eran registrados —cosa que yo ya sabía y había consignado en el reclamo—, no podían establecer lo sucedido. Fin del episodio.

Lo que se soslaya escandalosamente y *no se quiere comprender* es que el extravío de una pieza postal cada tanto, si bien no debiera suceder, puede ser justificable, de haber razones de fuerza mayor que debieran ser explicitadas. Pero cuando la rutina es que del 25% a 30% de los envíos desaparezcan impunemente, el problema no es coyuntural, sino endémico.

Se me ocurren tres teorías plausibles para explicar el fenómeno, que pueden incluso coexistir:

1. La más «inofensiva», aunque igualmente perniciosa es la del empleado infiel que por iniciativa propia aprovecha que nadie puede ni quiere hacer nada para impedirlo y saca alegremente los libros y revistas que le gusten, para su uso personal o para el de sus familiares y amigos. Eso, multiplicado por varios cientos de individuos con las mismas inclinaciones, apetencias y similar desprecio por los derechos ajenos, haría lo demás.
2. La más temeraria aunque igualmente probable es la conspirativo/mafiosa: muchos individuos en complicidad, actuando con un plan sistemático para abastecer de publicaciones que se cotizan en euros o dólares a un eventual submundo mercantil que lo protege y consume.
3. La más insidiosa implica la total descompostura del sistema: nadie sabe ni controla

nada.

Mientras esperamos que aparezca alguien dispuesto a ponerle el cascabel al gato —me refiero a un organismo oficial responsable del control de las correctas prácticas postales en una sociedad que se pretenda civilizada y de las condignas sanciones pertinentes cuando éstas son vulneradas sistemáticamente, que podría ser la Comisión Nacional de Comunicaciones de la Argentina; la Union Postale Universelle o inclusive el Correo Supremo Intergaláctico si existiera—, propongo a los contertulios que hagamos rondas de apuestas para matar el tiempo. Tópicos posibles: cuáles paquetes llegarán y cuáles no; cuáles serían las publicaciones más codiciadas por los «dueños de lo ajeno»; tiempos de demora, si es que llegan; condiciones físicas de los paquetes recibidos; resistencia emocional o cardíaca de los receptores eventuales y asombrados; tiempos de recuperación de esos hipotéticos destinatarios luego del patatús subsiguiente... en fin, tratemos de verle el lado positivo a esta tragicomedia que presumo colectiva.



El buzón: ¿Dispositivo utilitario u «OONI» (Objeto Ornamental No Identificado)?

¿Descendientes del *chaski* o herederos de Hermes?

En el Cusco imperial, el «chaski» no tenía opciones, justificaciones ni formularios para llenar con descargos vagos y excusas falaces; cumplía sus obligaciones eficientemente y sin cuestionamientos. De otro modo, le esperaba la muerte inmisericorde. Pero claro... éstos eran los bárbaros a quienes veníamos a evangelizar y convertir a la causa de la civilización. Quinientos años después, las responsabilidades de los «chaskis» contemporáneos se diluyen en multitud de vericuetos, argucias y distracciones burocráticas surrealistas. Mientras tanto, los libros y revistas que los incautos nos envían desde el exterior siguen «desapareciendo» —eufemismo por «siendo arrebatados»— misteriosa y raudamente en el triángulo de las Bermudas de nuestra geografía.

Para completar este panorama de curiosidades, cabe destacar que las tarifas de los servicios postales del correo oficial en Argentina son superiores a las de Alemania. Aunque, si bien se

lo mira y despojándonos de falsos prejuicios, la de nivelar para arriba es una política comercial de excelencia y una legítima aspiración de los gurús del marketing planetario; luego, si no se puede empezar con elevar la calidad de los servicios, no parece tan malo empezar por algo concreto, en este caso, los precios.

Tal vez haya otra explicación, igualmente histórica para que la correspondencia no sea entregada: el abnegado personal de las empresas postales, después de medio milenio de haberse□ compenetrado de la esencia de la civilización occidental, sintiéndose tal vez más herederos de la civilización helénica que de la andina, suponiendo que nuestras revistas y libros pudieran ser portadoras de noticias infaustas, recordarán que en la Grecia clásica se solía matar al mensajero portador de tales mensajes. De ese modo, nuestros solícitos y afables mensajeros locales estarán pensando en nuestro bienestar y evitan por todos los medios a su alcance infligirnos lo que creen debe ser un disgusto innecesario contenido en esos envíos sospechosos que celosa y prestamente están dispuestos a ocultarnos; evitándose asimismo a ellos mismos un disgusto mayor y definitivo. Lo que se dice, almas equivocadas, pero indudablemente caritativas.

No sé a ustedes, pero a mí me parece una posibilidad razonable entre tanto desatino.



Chaski, dibujo a pluma de Guaman Poma de Ayala, *circa* 1615 (izq.); detalle de una xilografía de un incunable alemán mostrando palomas mensajeras de Siria, 1481 (centro); Hermes mensajero de los dioses, atribuido a Praxíteles, mediados del siglo 4 a.C. (der.).

Publicado el 07/05/2013

-
1. Conviene tener presente que la grafía que pretende representar a los vocablos de las culturas andinas —que tienen fonemas de pronunciación y notación difícil para los ajenos a esas lenguas— no está consensuada ni estandarizada y los diferentes autores usan combinaciones de letras distintas para escribir las mismas palabras. A esta dificultad hay que agregar la prematura corrupción del lenguaje iniciada por los conquistadores, por la cual (p.e.) «tampu» se transformó en «tambo»; «pampa» en «bamba»; «purutu» en «poroto»; etc.
 2. Albergues, posadas o almacenes de provisiones que jalonaban los caminos del Imperio Incaico a distancias regulares.
 3. Significa «trocar» o «dar y tomar». «Mensajero es «cacha», pero se aplica exclusivamente a un embajador del Inca. Inca Garcilaso de la Vega. *Comentarios reales de los Incas*, Libro Sexto, Cap. VII. Tomo II, pp. 129-130. Editorial Universo, Lima, s/f.
 4. Instrumento musical de viento presente desde las culturas andinas preincaicas —Tiwanaku—, de sonido grave y profundo, atributo de los «chaskis», también de uso ceremonial. Se fabricaban con grandes caracolas marinas.
 5. Felipe Guaman Poma de Ayala□, *Nueva corónica y buen gobierno*, Tomo I, pp. 264-265. Fondo de Cultura Económica, Lima. 1993.

FOROALFA

ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/chaskis-blues>

