

ACIDO UNIVERSALE

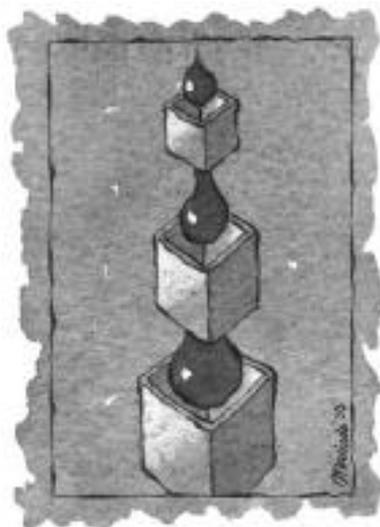


Illustrazione di Matteo Pericoli © 2003

Da: Pierpaolo Rossi/Dipartimento Ricerca e Sviluppo

A: Tutti i dipartimenti

Oggetto: Brevetto di Acido Universale

Vi comunichiamo che in data odierna è stato depositato il brevetto dell'Acido Universale, un prodotto da noi sviluppato negli ultimi cinque anni a partire da un'idea del filosofo Daniel Dennett e su cui la ditta ha investito moltissimo. Siamo felici di annunciare che il prodotto ha superato tutti i test. Ha corrosato tutti i materiali naturali e sintetici a noi noti, ha fatto buchi in tutte le membrane esistenti. È un prodotto che rivoluziona tutti i processi in cui la corrosione è importante. Siamo ora passando alla fase della produzione e vorremmo che tutti i dipartimenti delle nostre affiliate siano pronti al lancio, in particolare il dipartimento pubbliche relazioni.

Da: Mariangela Verdi/Direzione
A: Dipartimento Ricerca e Sviluppo
Oggetto: Acido Universale

Mi felicito per il brevetto!

Da: Ficcanaso
A: Direzione
Oggetto: Acido Universale: qualche dubbio

Vorrei far notare rispettosamente che prima di entrare in produzione ci conviene esaminare un problema tecnico. Se l'acido è universale, come facciamo a commercializzarlo? Perché se è *veramente* universale correrà tutto, anche qualsiasi contenitore in cui si pensi di confezionarlo.

Da: Giangiacomo Azzurri/Dipartimento Ricerca e Sviluppo
A: Tutti i dipartimenti
Oggetto: Brevetto di Contenitore Universale

Vi comunichiamo che in data odierna è stato depositato il brevetto del Contenitore Universale, un prodotto da noi sviluppato negli ultimi cinque anni e su cui la ditta ha investito moltissimo. Siamo felici di annunciare che il prodotto ha superato tutti i test. Ha resistito a tutti gli acidi naturali e sintetici a noi noti. È un prodotto che rivoluziona tutti i processi in cui è importante evitare qualsiasi forma di corrosione. Stiamo ora passando alla fase della produzione e vorremmo che tutti i dipartimenti delle nostre affiliate siano pronti al lancio, in particolare il dipartimento pubbliche relazioni.

Da: Mariangela Verdi/Direzione
A: Dipartimento Ricerca e Sviluppo
Oggetto: Contenitore Universale

Benissimo! Abbiamo così risolto il problema che il Ficcanaso aveva sollevato nella sua lettera. Grazie al Contenitore Universale po-

tremo creare confezioni adeguate anche per l'Acido Universale. Finalmente nella nostra ditta i diversi gruppi di lavoro cooperano a un progetto coordinato!

Da: Ficcanaso

A: Direzione

Oggetto: Acido Universale o Contenitore Universale?

Cara Direttrice, vorrei farle rispettosissimamente notare che la nostra ditta non funziona poi così bene come sembra. Abbiamo investito nell'Acido Universale e nel Contenitore Universale, ma pare che nessuno di quelli che lavoravano al primo progetto sapesse di quelli che lavoravano al secondo, e viceversa. Ebbene c'è un problema non secondario da affrontare prima di produrre e di commercializzare alcunché. Se l'Acido è veramente universale allora corroderà tutto, anche il Contenitore, che quindi non può essere universale. Se invece il Contenitore è veramente universale allora non si lascerà corrodere da nulla, neanche dall'Acido, che quindi non può essere universale. Credo che si debba scegliere: non possiamo produrli entrambi senza tradire le oneste aspettative di una metà dei nostri clienti.

Da: Mariangela Verdi/Direzione

A: Ficcanaso

Oggetto: Acido Universale e Contenitore Universale

Cara Ficcanaso, sono tentata di licenziarla su due piedi! Non possiamo permettere che nella nostra ditta si insinui il sospetto e il disfattismo. Abbiamo impiegato tanti mezzi e persone su questi due bellissimi progetti e non ci lasceremo scoraggiare da un cavillo linguistico. Corrodere, non corrodere, universale o non universale: alla fine quello che il pubblico vuole sono dei prodotti chiari: un acido che corrode tutto, e un contenitore che non viene corroso da nulla. E noi gli daremo entrambe le cose! Si ricreda, mi dia retta: i nostri ricercatori sono scienziati esperti!

Da: Ficcanaso

A: Mariangela Verdi

Oggetto: Logica e Marketing

Cara Verdi, non voglio mettere in dubbio l'esperienza dei nostri ricercatori né la buona fede del dipartimento pubbliche relazioni. Io faccio solo il mio dovere di filosofo della ditta. E la questione che stiamo discutendo non è di scienza e nemmeno di marketing: è una questione di logica. Entrambi i progetti sono in linea di principio realizzabili; ma è in linea di principio impossibile realizzarli entrambi.

Luciano Coen e Achille C. Varzi

La Stampa, 27 agosto 2003