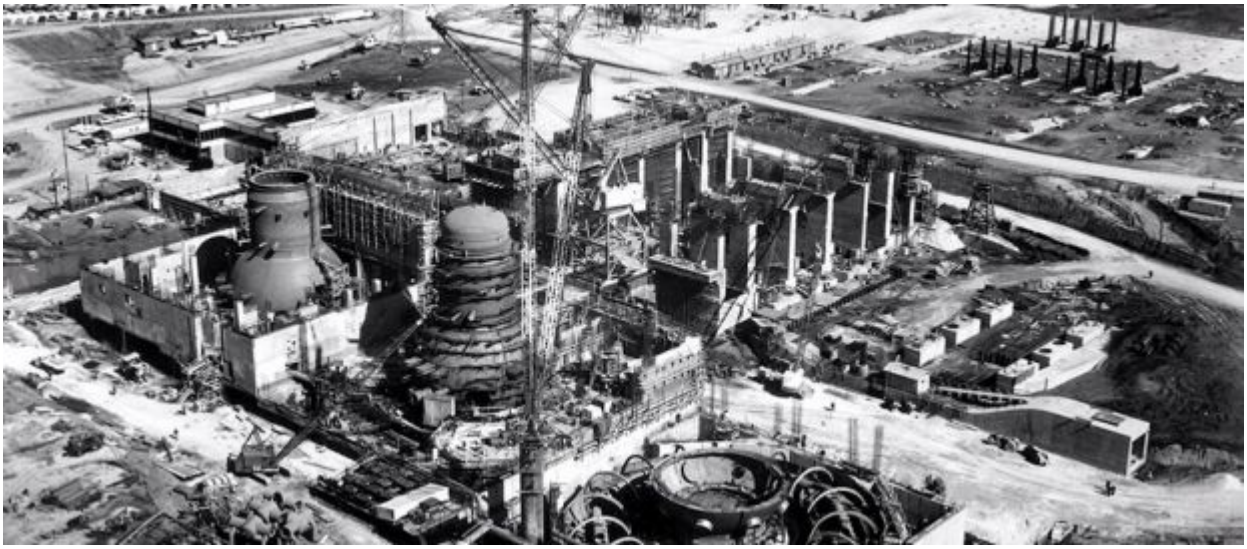
# Cassandra Crossing/ Il quarto Cavaliere



***Nell'anniversario di Fukushima, alcuni media descrivono correttamente l'apocalisse… o quasi.***

Cassandra sulle questioni del nucleare non rappresenta un caso tipico; deve scontare una laurea in ingegneria nucleare e l'aver lavorato nella (ormai scomparsa, anzi assassinata) industria nucleare italiana.

A suo tempo non ha quindi potuto fare a meno di seguire con estrema attenzione notizie, commenti e documenti sul disastro del sito nucleare Dai-ichi TEPCO a Fukushima; su Wikipedia italiana si trova un discreto riassunto *ufficiale* degli eventi e delle principali questioni tecniche sottostanti. Googlando in inglese si trova moltissimo materiale, anche originale, molto più tecnico e spesso più completo.
Pochi giorni or sono, Cassandra ha avuto il tardivo *piacere* di leggere, in occasione dell'anniversario del disastro, diversi articoli *commemorativi* non tecnici come questo che iniziava: *"L'11 marzo del 2011, la costa settentrionale del Giappone fu colpita da un sisma di magnitudo 9, che generò il violentissimo tsunami e l'incidente alla centrale nucleare di Dai-ichi di Fukushima"*.
Cassandra è rimasta positivamente colpita dalla sintesi di questo incipit, molto più chiaro e corretto di tanti altri,

che solo dell'*incidente* fanno menzione; tanto colpita da farle sentire la necessità di esternare una correzione, anzi un completamento di questa descrizione.
Fukushima è stata un'apocalisse in più fasi, ma come nell'Apocalisse di Giovanni, i Cavalieri sono quattro e non tre.
Terremoto e maremoto sono stati i primi due cavalieri. Il terzo non è stato un generico *incidente nucleare*, ma il gravissimo danneggiamento di un grande impianto nucleare, tanto solido quanto vecchio, progettato e costruito da 60 a 40 anni or sono, danneggiamento che tuttavia da solo non sarebbe bastato a scatenare l'apocalisse.
Per scatenarla è stato necessario l'intervento di un quarto Cavaliere, quello che Giovanni chiama *Morte*, in questo caso rappresentato dall'incapacità gestionale e dall'attaccamento ai soldi dimostrata in più occasioni dai gestori dell'impianto di Dai-ichi.
Una pillola di tecnica è necessaria prima di andare avanti. Il combustibile di un reattore nucleare appena spento continua a produrre circa un centesimo della sua potenza massima emettendo calore, produzione che decresce gradualmente in un periodo di diverse settimane.
E' un calore di origine non chimica ma nucleare, e perciò inestinguibile e *inarrestabile*, che non richiede ossigeno o altri comburenti, che non può essere *fermato*. Può far raggiungere al combustibile temperature illimitate, anche fino alla sua vaporizzazione e oltre.
L'unica possibilità di limitare la temperatura del combustibile, molto semplice in verità, è raffreddarlo; il raffreddamento deve essere sempre garantito, e tutta la progettazione dei reattori nucleari è fatta avendo ben chiaro questo problema.
Durante il terremoto, i sistemi automatici hanno spento senza danni i reattori in quel momento attivi (3 su 6), e le pompe di raffreddamento hanno cominciato a funzionare regolarmente. Ma il terremoto aveva interrotto la produzione di energia elettrica, quindi partirono i generatori diesel di emergenza, che continuarono a far funzionare le pompe di raffreddamento.
Poi è arrivato il maremoto, più alto di tutti quelli

registrati negli ultimi tre secoli, che superata la diga posta a protezione dei generatori diesel, li ha spazzati via. Le pompe si sono fermate e la temperatura del combustibile dei reattori, sia funzionanti che spenti, ha cominciato ad aumentare.
In questo stato, lo ricorderete, è passato più di un giorno, poi gli edifici dei reattori hanno cominciato a esplodere a uno a uno, a causa dell'idrogeno sprigionato dal contatto tra acqua e combustibile fuso.
Anche se sembra strano dirlo così, perché il combustibile per fondere ci ha messo così tanto? Senza raffreddamento doveva succedere in un tempo molto minore.
La ricostruzione di quanto fatto in quelle ore è piuttosto confusa, e su parecchie cose ci sono versioni contraddittorie. Gli scambi di posta elettronica, vedi caso, sono stati dichiarati *ufficialmente* persi, e nei processi svolti in Giappone sostanzialmente non è stato condannato nessuno. Su molte cose avvenute nelle prime 48 ore si può essere sicuri solo di quanto verificabile a posteriori.
Esistono comunque molti *"pare"* e *"si dice"* assai condivisi dalla comunità tecnica. *Pare* che durante i primi tentativi di ripristino del raffreddamento, siano stati installati con successo dei generatori diesel trasportabili, ma che successivamente nessuno abbia rifornito i loro serbatoi di gasolio, provocandone l'arresto.

*Pare* anche che Tepco, il gestore dell'impianto, nei primi due giorni del disastro sia stata sostanzialmente muta verso l'esterno.
*Si dice* che, alla faccia dell'aplomb e del rispetto delle gerarchie tipico dei giapponesi, il secondo giorno l'allora premier giapponese Naoto Kan abbia fatto irruzione nella sala del CDA di Tepco urlando: "Ditemi cosa sta succedendo". Decisamente irrituale, soprattutto in Giappone, ma una buon misura non solo del livello di confusione del momento, ma anche delle cose inconfessabili e degli scaricabarile in corso.

E’ *certo e documentato* invece che Tepco aveva ordinato di non usare l’acqua di mare per raffreddare i reattori, perché questo li avrebbe sì raffreddati, ma anche resi irrecuperabili; tra l’altro quest’ordine venne emanato quando probabilmente già i noccioli di 3 reattori si erano fusi, rendendo i reattori non solo irrecuperabili ma estremamente pericolosi.
La domanda di fondo è: quanto tempo ci è voluto perché le azioni di Tepco non fossero più dettate dalla gestione economica di una società, ma fossero tese a comprendere e gestire a qualunque costo un pericolo di portata mondiale?
Solo l’insubordinazione del direttore della centrale Masao Yoshida rese possibile l’uso dell’acqua di mare (l’unica disponibile in quantità) per raffreddare tutti i reattori (anche il 4, 5 e 6 e le vasche di raffreddamento del combustibile esausto), probabilmente riducendo le conseguenze della catastrofe, ed evitando un possibile incidente di criticità in una delle vasche.
Tra situazioni nascoste, ordini contraddittori e catene di comando incapaci di gestire una vera emergenza, anche perché semi-paralizzate da interessi economici ed eccesso di disciplina e di gerarchia, il risultato finale è stato che nessuna procedura funzionale è stata messa in atto, e uno dopo l’altro i reattori 1, 2 e 3 si sono autodistrutti.
E’ stato il Quarto Cavaliere, creato da procedure aziendali, interessi economici e burocrazia, che ha completato il disastro.
Per concludere, anche in Giappone la giustizia non ha chiarito le cose. Dai processi, ormai conclusi, non è venuta fuori nessuna condanna, e le responsabilità sono rimaste, come spesso accade, orfane.
Eppure, con poche risorse e senza bisogno del *senno di poi*, molto si sarebbe potuto fare, prima e dopo il maremoto, per ridurre il più grave incidente nucleare della storia alla *semplice* perdita di una grande centrale elettrica.

# AzraMed




STARTUP
IN PRIMO PIANO

ARZAMED
Software-Medico.it

ANDREA PARI

L’ospite di questa settimana del mio blog è Andrea Pari di ArzaMed, una startup che opera in un settore particolare.

**Ciao Andrea e benvenuto sul mio blog. Ci racconti come nasce ArzaMed e qual è l’ambito nel quale operate?**

ArzaMed nasce per rispondere ad un’esigenza reale: l’accesso multidisciplinare ai dati clinici dei pazienti anche in mobilità. Nel 2010 un’associazione di alta formazione medica ha evidenziato la necessità di un software adatto alla conservazione e consultazione delle cartelle cliniche, in versione elettronica, dei pazienti. Ovviamente parlare di cloud dieci anni fa non era così scontato, ma grazie a questa prima sfida, io ed il mio team abbiamo presentato il primo prototipo di software dal nome Auxilia. Dalla progettazione del prototipo ad oggi sono passati 8 anni, e a luglio 2018 è nata ArzaMed, start up riminese e applicazione medica cloud che risponde alle più comuni esigenze del settore sanitario privato. Il nostro obiettivo è quello di rendere migliori le esperienze tra strutture mediche e pazienti attraverso l’utilizzo della tecnologia.

**Quali sono gli aspetti più innovativi che caratterizzano la vostra proposta?**

L'innovazione continua è uno degli aspetti che caratterizza la nostra applicazione medica web, che fa tesoro dell'esperienza di medici e pazienti che quotidianamente la utilizzano, per migliorare e soddisfare necessità comuni alle diverse realtà.

Il software accompagna lo specialista nella sua giornata lavorativa consentendogli di gestire gli aspetti clinici, relazionali e amministrativi da un unico strumento in qualsiasi luogo esso sia.

Funzioni come il calendario e l'agenda digitale consentono di gestire appuntamenti e organizzare diverse attività tenendo conto di fattori quali: disponibilità di medici e dottori, sedi e ambulatori. Per ogni paziente vi è uno storico registrato delle attività con scheda anagrafica, cartella clinica, archivio referti e fatturazione. La cartella clinica può essere costruita in base alla specializzazione del medico o dottore, permettendo di archiviare ed elaborare in modo sempre più efficace le informazioni cliniche, utilizzando anche immagini anatomiche mappabili. Inoltre, potendo essere multidisciplinare, può essere condivisa da uno o più medici che, accedendo contemporaneamente per reperire informazioni del paziente, anche in mobilità, possono stabilire diagnosi più precise e percorsi di cura più efficaci.

Anche il paziente ottiene benefici da questa organizzazione del lavoro, grazie a diagnosi più accurate, riduzione dei tempi di attesa e al sistema di notifiche per appuntamenti e farmaci. ArzaMed contribuisce a migliorare l'esperienza dottore-paziente quotidianamente in modo semplice e sicuro.

**Come nasce il rapporto con Primo Miglio?**

Il rapporto nasce principalmente dall'amicizia che mi lega al coordinatore del progetto Andrea Zanzini. Successivamente lo staff di Primo Miglio ci ha accompagnato nel percorso di costituzione della società e nel superamento di alcune problematiche burocratiche, talvolta incomprensibili, che le start up, e non solo, spesso "subiscono" in Italia. Anche la scelta del nostro consulente fiscale nasce dalla

collaborazione con Primo Miglio.

**Quali sono i programmi per il futuro?**

I programmi per il futuro sono numerosi ed in continua evoluzione, ma a differenza di molte startup, possiamo già contare sui feedback dei nostri clienti. Attualmente ArzaMed è quotidianamente utilizzata da oltre 800 operatori sanitari, tra dottori, medici e personale amministrativo; siamo presenti in 18 regioni italiane ed in un paese estero. Abbiamo due progetti di ricerca in corso: uno con la Clinica Mobile del Dr. Zasa, che segue i piloti di motociclismo in tutto il mondo ed uno con Advanced Algology Research, realtà all'avanguardia nel campo della medicina del dolore e terapie antalgiche.

Contiamo di ottimizzare l'esperienza dell'utente, aumentando le performance di alcune funzionalità cliniche e organizzative, sviluppare l'interfaccia paziente per agevolare lo scambio di informazioni con il medico e potenziare il network di referenti scientifici per sviluppare funzionalità sempre più adeguate alle procedure sanitarie di ogni singola specializzazione. Stiamo inoltre pianificando l'ingresso di investitori che possano contribuire ad accelerare ulteriormente il nostro percorso di crescita ed internazionalizzazione.

---

# "NATION BRANDING": COSTRUIRE IL MADE IN ITALY CON LA DIPLOMAZIA DELLA CULTURA




*“Non è né la voglia di ‘mettersi in mostra’; è – molto più semplicemente – la passione per questo lavoro, e il gusto per le cose ben fatte”.*

Le parole le ha pronunciate – a bassa voce, come tipico dei Diplomatici di razza – l’Ambasciatore d’Italia a Tunisi Lorenzo Fanara, parlando confidenzialmente con un paio di ospiti dell’esclusiva e affollatissima serata organizzata in Residenza per celebrare la prima tappa del tour dei giovani cantanti del Festival di Sanremo, autorevolmente accompagnati dall’altrettanto giovane Mahmood, che con il suo originale pezzo “Soldi” – memoria insieme graffiante e malinconica di un’infanzia caratterizzata da un padre tanto amato quanto assente – ha vinto meno di due mesi fa il Festival della canzone italiana, mettendo d’accordo, cosa assai rara, giornalisti, critica e pubblico.

Il Capo missione ha speso quelle parole quasi “giustificandosi” con chi gli chiedeva conto, incuriosito, del fittissimo calendario di attività dell’Ambasciata e del collegato Istituto Italiano di Cultura, coordinato dall’infaticabile Direttrice Maria Vittoria Longhi: reduci dal successo della Giornata del Design italiano, e a 2 settimane di distanza dall’imminente serata “top” della rassegna *Jazz in Chartage*, con il concerto dell’etoile Mario Biondi, e con all’attivo quasi ogni settimana un incontro, un talk, un

evento, una mostra, un'inaugurazione, una cena di gala; un'attività, quella di Fanara, capace di coinvolgere la creme dei decisori Tunisini, e resa possibile anche dal convinto sostegno della Farnesina a Roma, che è sempre ben disponibile a lasciar spazio a chi – anche prendendosi dei rischi, come sempre è per chi tra il "fare" e il "non fare" sceglie d'istinto la prima opzione – decide di contribuire concretamente alla proiezione internazionale del brand reputato dagli addetti ai lavori come il più prezioso al mondo, più di Apple, di Amazon, di Coca Cola: il "Made in Italy".

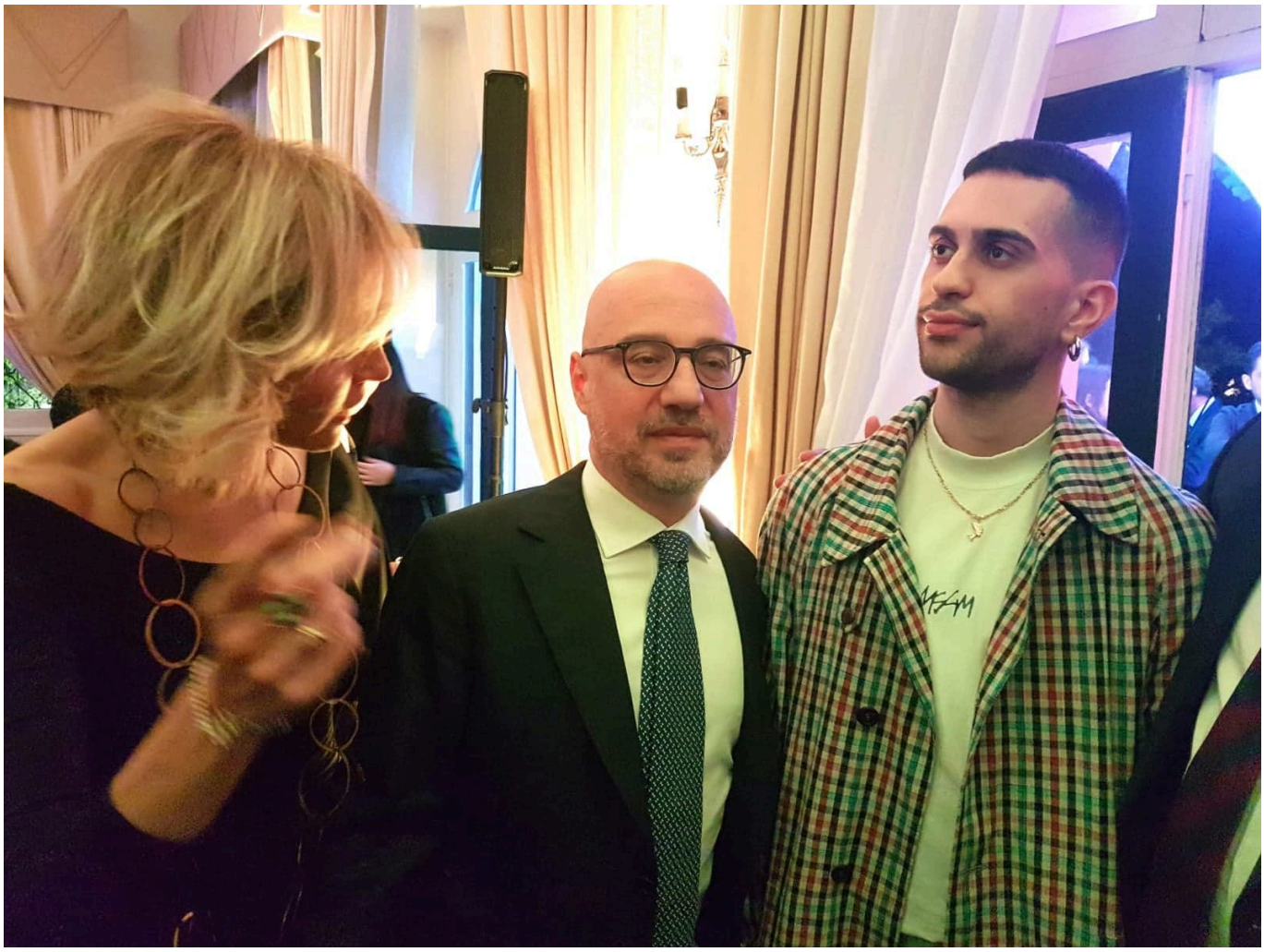
La chiave di lettura dell'intensa attività della missione a Tunisi, come anche di varie altre "eccellenze" della nostra rete diplomatica, come la sede di Parigi, magistralmente diretta dall'Ambasciatrice Teresa Castaldo, o quella di Tel Aviv, saldamente retta dall'Ambasciatore Gianluigi Benedetti, è ben illustrata da una parola chiave più volte ripetuta da Fanara nel breve ma appassionato discorso di benvenuto tenuto a braccio – affianco alla moglie Sophie, donna di straordinaria classe e intelligenza – durante la serata dedicata al Festival di Sanremo: *"emozione"*.

Se è vero che parole come "autenticità", "spontaneità", "calore" e "immediatezza" dovrebbero costituire l'agenda di ogni buon comunicatore del XXI secolo, è innegabile il gap tutt'oggi esistente tra la sensibilità consolidata da molte medie e grandi aziende italiane – ben consapevoli dell'importanza delle *emozioni* nella costruzione della reputazione del brand – e la Pubblica Amministrazione, ancora oggi purtroppo vittima, spesso, dell'agio garantito dalla propria solida zona di confort.

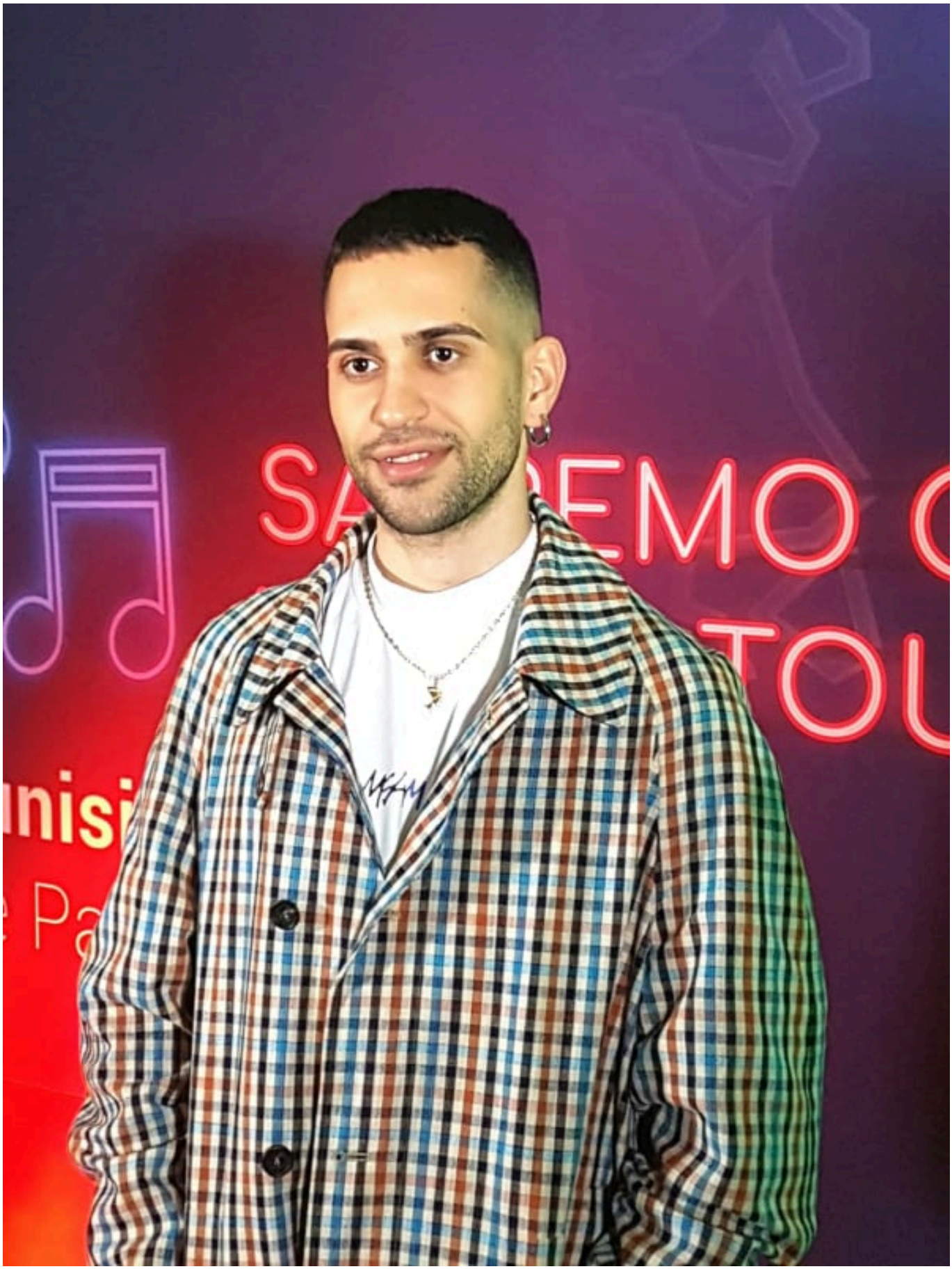
Il nostro Ministero degli Esteri, rodata "macchina da guerra" al servizio del sistema Paese, purtroppo penalizzata dalla sistematica riduzione dei budget che anno dopo anno in parte mortifica la possibilità di penetrazione all'estero di una classe diplomatica tra le più apprezzate al mondo, è tra i pochi settori dello Stato che pare aver intuito l'importanza strategica della cultura – musica inclusa, come ben dimostra

la serata di Tunisi – per la promozione della nostra immagine nel mondo.
La sfida è forse allora quella di comprendere in quale modo andare garbatamente ma fermamente in disaccordo con chi si ostina a "zavorrare" un mondo che – complice anche il web e le tecnologie digitali – continua invece a muoversi, che ci piaccia o no, sempre più velocemente, e che vede appunto nella "diplomazia della cultura" uno dei driver potenzialmente più efficaci per la valorizzazione del più importante (e a volte bistrattato) *"asset immateriale"* del nostro straordinario Paese: la reputazione.

Aggiornamento alla tarda serata di domenica 31/03/2019: un giorno dopo l'evento in Residenza, strepitoso successo al Pavillon des Baies de Gammarth, in una Salle Versailles gremita di persone, per un concerto di quasi 2 ore, intensissimo e molto partecipato dal pubblico; un ulteriore conferma dell'eccellente capacità organizzativa della nostra rete Diplomatica (sotto alcune foto)






SA EMO
TOU







# Pinterest aiuta a fronteggiare il dolore cronico



Uno studio rivela che un miglior utilizzo di Pinterest potrebbe supportare i livelli di salute delle persone che sono affette da dolore cronico.

Un nuovo studio dei ricercatori della Virginia Commonwealth University, ad analisi di un ampio numero di post su **Pinterest** sul dolore cronico, ha rivelato che la piattaforma di social media sta aiutando le persone affette da tale condizione a far fronte alla condivisione di terapie di auto-cura e di consigli di gestione del dolore. Le persone affette da tale condizione riescono anche a usare i social per potersi sfogare sulla gravità del loro dolore e sostenere gli le altre persone che stanno soffrendo allo stesso modo.
Lo studio suggerisce anche che Pinterest è uno strumento sottoutilizzato, e che dunque l'assistenza sanitaria e le organizzazioni di sanità pubblica potrebbero utilizzare tale piattaforma per distribuire informazioni di alta qualità e di buona norma sul dolore cronico, una condizione che il National Institutes of Health stima essere in grado di colpire fino a

uno su cinque adulti statunitensi.
Lo studio, "*Pinning to Cope: Using Pinterest for Chronic Pain Management*," è stato pubblicato sulla rivista Health Education & Behavior ed è stato condotto da Jeanine Guidry, Ph.D., professore assistente alla Richard T. Robertson School of Media and Culture, e Eric Benotsch, Ph.D., professore associato al Dipartimento di Psicologia del College of Humanities and Sciences.
"*Stiamo notando che Pinterest viene utilizzato dai pazienti per sostenersi davvero a vicenda, per fornire informazioni l'uno per l'altro e per trovare uno sbocco per affrontare il dolore cronico*", ha affermato Guidry, che studia i social media visivi e la tecnologia mobile in salute, rischio e comunicazione di crisi e design del messaggio.
A conclusione dello studio, Guidry ha affermato che i propri risultati mostrano che, prima di tutto, **le persone parlano di dolore cronico su Pinterest** in modo molto più frequente di quanto si possa pensare. In secondo luogo, lo studio dimostra che la stragrande maggioranza dei post era condiviso tra utenti individuali e che relativamente pochi erano i messaggi condivisi con le organizzazioni sanitarie o di sanità pubblica, sebbene lo studio suggerisca che Pinterest potrebbe essere un modo efficace per comunicare con le persone affette dolore cronico, che statisticamente hanno un più alto livello di isolamento nella loro vita e possono essere alla ricerca di informazioni affidabili e strategie efficaci per affrontare varie situazioni.
"*Pinterest è già usato da organizzazioni come i Centri per il controllo e la prevenzione delle malattie e l'organizzazione mondiale della sanità, ma non tanto quanto, ad esempio, Facebook e Twitter*", ha detto Guidry. "*Conoscendo i risultati di tale studio, i professionisti della comunicazione sanitaria dovrebbero considerare l'utilizzo di Pinterest di più, perché possono davvero raggiungere le persone che stanno cercando di gestire il dolore cronico*".

## *Fonte*

Using Pinterest to cope with chronic pain – vcu.edu

---

# Un volo con uno scalo lungo 47 anni e la memorabile risposta del servizio clienti Skyscanner!



Durante la ricerca di un volo dalla Nuova Zelanda a Londra, su Skyscanner (app per trovare opzioni di volo economiche), James Llyod vede apparire tra le proposte **uno scalo a Bangkok di 413.786 ore e 25 minuti, pari a 47 anni circa.**

Stupito dal suggerimento, James decide di scrivere sulla **pagina Facebook di Skyscanner**chiedendo ironicamente come avrebbe potuto impiegare quel tempo a Bangkok.



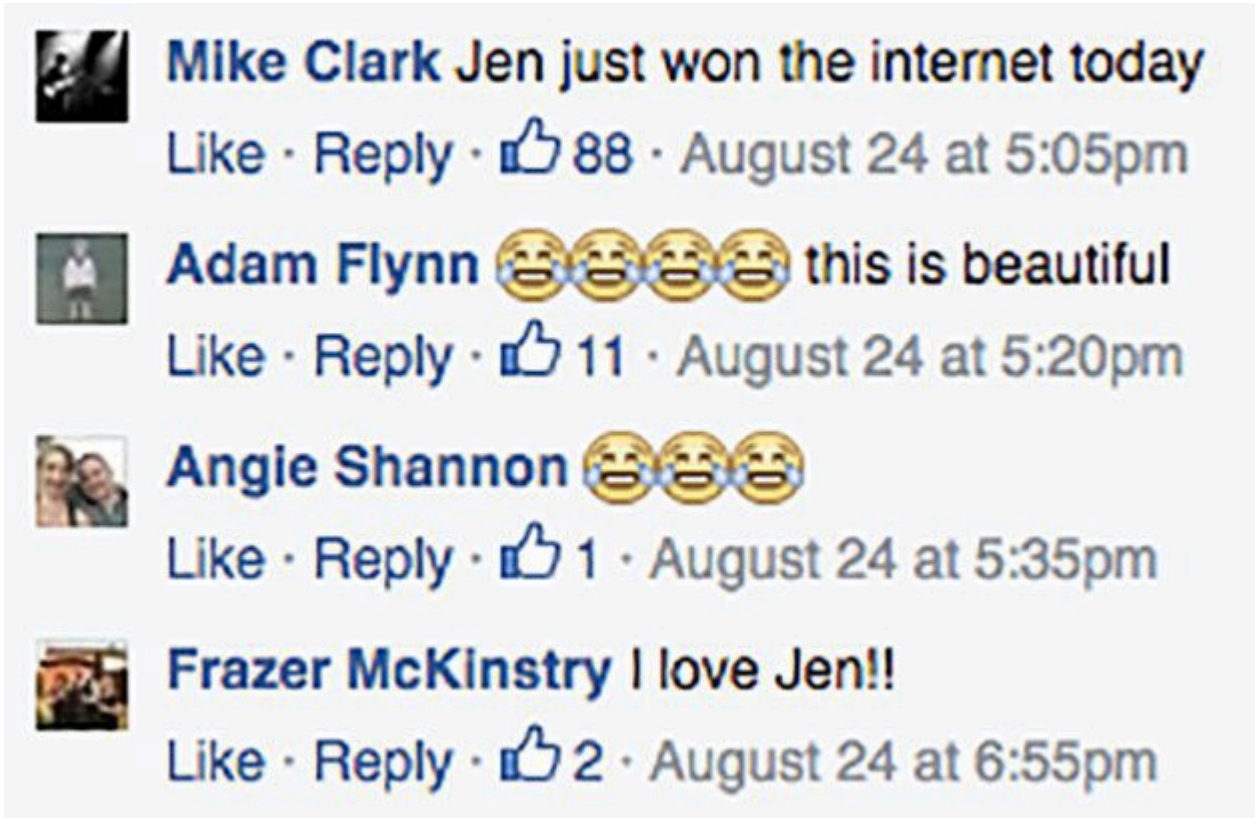

La **risposta di Jen** che gestisce il servizio clienti è davvero memorabile e scatena da subito **un caso web**!




"A meno che tu non sia un grande fan di *The Terminal,* ti consiglierei probabilmente di passare quegli anni fuori dall'aeroporto, quindi ecco qualche suggerimento:

- Ti sei perso il Songkran [*il capodanno buddista]* ma hai altri 46 anni per godertelo.
- Cosa ne pensi delle altezze? Il Moon Bar è molto bello ed è aperto fino all'una di notte, quindi puoi passare un bel po' di tempo qui.
- Una crociera sul fiume Chao Phraya ti può tenere impegnato per un po'.
- Se ti viene fame c'è un mercato galleggiante. Non è solo buono per il cibo, ma puoi anche farti degli amici mentre sei lì. Vinci comunque.
- Diventa un esperto di Tai Chi al parco Lumpini
  Jen
  (p.s. Grazie per avermelo segnalato, farò controllare da qualcuno!)"

Immediatamente gli utenti su Facebook intasano la bacheca con **commenti e complimenti per Jen,** che diventa in poco tempo l'eroina del web!



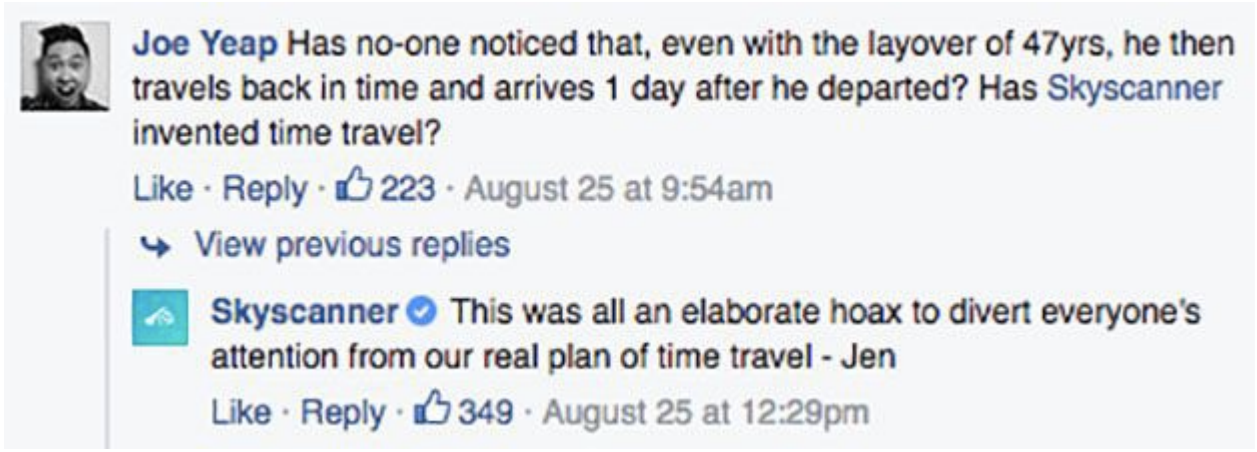

Jen continua a rispondere ai commenti con battute geniali e divertenti e la sua fama accresce sempre più!
Ecco alcuni esempi:
Un utente invita Jen a rivelare il suo cognome e la ragazza risponde con "*Una ragazza non ha cognome*" storpiando una ricorrente battuta di *Game of Thrones.*




Un'altra le scrive di inserire la conversazione nel suo curriculum e Jen replica che, da quel momento, quello sarà il suo curriculum!




Un altro ancora le fa notare che, nonostante lo scalo lungo 47 anni, il giorno di arrivo segnato su Skyscanner è comunque il giorno successivo a quello della partenza. Ecco di nuovo l'ironia di Jen: "Questo era un inganno elaborato per distrarre l'attenzione di tutti dal nostro reale piano di viaggio!"




Altro esempio, una certa Katy scrive a Jen che con queste risposte il servizio clienti Skyscanner ha vinto per i prossimi 47 anni e Jen risponde semplicemente: "*Questo vuol dire che ora posso andare a casa?*"




Per finire, Jen posta la foto di un pacco per ringraziare James di quei meravigliosi 6 giorni, dicendo che quei gadgets potrebbero essergli utili durante i 47 anni a Bangkok. James le risponde di sentirsi libera di andarlo a trovare quando vuole nel prossimo mezzo secolo!




Questo è uno splendido esempio di come **l’ironia possa a volte essere la chiave giusta per rispondere a un commento negativo su Facebook!**