

**NOI E GLI ALTRI****ANTONELLA BARINA**

Buone cause, crescono gli avvocati che lavorano gratis

Consulenze legali sui temi più svariati: dal diritto societario all'elaborazione dei contratti, dalle questioni di privacy al trattamento dei dati personali fino alle convenzioni con gli enti pubblici. Ma anche pareri sulla tutela dei diritti dei detenuti o delle persone Lgbt, sulle leggi che puniscono il traffico di stupefacenti o il reato di tortura. Oggi le organizzazioni non profit con fini d'interesse sociale e le persone che non possono permettersi un'assistenza legale hanno a loro disposizione un nuovo drappello di avvocati che – gratuitamente – offre consigli e rappresentanza in giudizio. Studi legali e singoli professionisti che fanno parte della rete Pro Bono Italia, nata nel 2017 per promuovere anche nel nostro Paese la cultura del pro bono legale: l'impegno professionale offerto gratis per il bene comune e la tutela dei diritti umani. Perché il pro bono, che in Usa è una pratica così ben radicata da rientrare nell'iter di formazione degli studenti di Legge, da noi non è ancora istituzionalizzato. E richiede innanzitutto un capillare lavoro di sensibilizzazione sul suo valore etico e di ritorno d'immagine: Pro Bono Italia organizza regolarmente tavole rotonde e seminari d'approfondimento per team legali, giovani praticanti, onlus, ong.

Oltre ad aver creato un Pro Bono Day, che ha debuttato il 28 novembre scorso. Intanto i circa 250 avvocati legati al network rispondono alle singole richieste di consulenza di enti non profit e individui svantaggiati. A selezionarle, due clearing-houses, due organismi filtro: il Csvnet, Coordinamento nazionale dei Centri di Servizio per il volontariato, e Cild,



GENNARO GIORGIO / AGF

Coalizione italiana Libertà e Diritti civili, che, scremate le richieste, le passano a Pro Bono Italia perché le smisti ai vari studi associati. Finora il 90 per cento delle domande è stato evaso. Qualche esempio? Sì è garantita un'infarinatura giuridica a trenta rifugiati per aiutarli ad avviare un'attività; si è offerta consulenza legale a una ong che lanciava una campagna contro la diffusione dell'odio a mezzo stampa. Per chi volesse offrire o ricevere assistenza: probonoitalia.org (sezione "Contattaci").

CONTRO IL GELO DELLA STRADA

È emergenza freddo: solo a Roma sono quasi 8 mila le persone che dormono all'aperto o in sistemazioni precarie. Gli aiuti non bastano mai. A chiedere coperte e indumenti di lana è la Comunità di Sant'Egidio (orari di consegna su santegidio.org). A chiedere fondi, invece, è Progetto Arca, che assiste più di 30 mila senza dimora l'anno: dal 20 gennaio al 10 febbraio si può inviare un sms al 45584 (progettoarca.org).

PORTA I SOGNI IN CORSIA

Non è la prima volta che invito ad aiutare la Fondazione Theodora: quei 32 Dottor Sogni, che girano i reparti pediatrici dei principali ospedali italiani per far sorridere i bambini in corsia, sono davvero bravi, hanno un'ottima formazione. E un paziente sereno ha più forza per affrontare la malattia e guarire. Basta un sms da 2 euro al 45583, fino al 28 gennaio, per aiutare 4.500 piccoli malati (it.theodora.org/it).

GRANDI EVENTI

CHE FARE PER EVITARE UN FLOP



Un approccio laico, da studiosi, al tema dei grandi eventi – che, peraltro (dalle Olimpiadi alle "capitali culturali"), si infittiscono diventando sempre meno "straordinari".

Due specialisti di politiche pubbliche, Bruno Dente e Simone Busetti, in *EXPOst* (il Mulino, pp. 184, euro 18) propongono di inquadrare la questione secondo una visuale differente: come operare per rendere un grande evento un grande successo (perché può pure risolversi, al contrario, in un grosso fallimento).

Applicare a un mega-evento la tipologia

di valutazione usata per le grandi opere – guardando solo all'impatto sul Pil, ai turisti e all'occupazione in più – si rivela insufficiente. Il caso di studio di Expo Milano 2015, che ha potuto contare su 21 milioni e mezzo di visitatori, viene così analizzato nell'ottica delle innovazioni generate (a livello nazionale e regionale, e su scala urbana).

Ovvero, la creazione di "valore pubblico": lo sperimentalismo (delle soluzioni), la focalizzazione sulla tematica (il cibo) e l'attivazione di nuove reti di attori.

(*massimiliano panarari*)