



Etica, mercato e norme: un codice di autodisciplina per Federlingue

Ethics, market and standards: a self-regulatory code for Federlingue

Perché un codice di autodisciplina per le aziende che offrono servizi linguistici? Che cosa ha a che fare con l'etica, il mercato e le norme UNI? La risposta è nell'applicazione delle regole che le imprese si sono date volontariamente con l'adozione del Codice di Autoregolamentazione Federlingue, che rappresenta un'assunzione di responsabilità nei confronti del cliente finale e del mercato, ma non solo.

La globalizzazione ha fatto cadere, forse troppo velocemente, molti confini e ha messo a confronto sistemi legali ed economici e valori morali diversi se non addirittura opposti. Anche nel settore delle traduzioni di documentazione (tecnica, economica, scientifica, pubblicitaria, ecc.), nel settore dell'interpretariato e in quello della formazione linguistica, la mancanza di chiarezza e di trasparenza sui servizi offerti porta il cliente finale a confondere i confini, a muoversi come avvolto nella nebbia, a prendere decisioni sbagliate, senza soddisfare le proprie effettive esigenze. Chi opera nel settore dovrebbe saper rispondere correttamente a tutte le domande poste dal cliente al fine di dare davvero il servizio corretto, invece - purtroppo - da sempre un qualsiasi madrelingua può improvvisarsi traduttore, confondendo "disporre di" con "dispose of" (= eliminare) o "eventualmente" con "eventually" (= infine), o improvvisarsi interprete senza sapere che una "simultanea" è proprio "simultanea" (ovvero l'interprete professionista traduce mentre il relatore continua a parlare)...

Già a metà degli anni '90, era chiaro che la professione dei traduttori e degli interpreti non avrebbe potuto dotarsi di un "albo" (o di un "ordine") che avrebbe potuto dare non solo dignità alla professione, ma fare chiarezza nel mercato. Federcentri, ora Federlingue, promosse allora la prima norma al mondo in questo settore, la UNI 10574, per le imprese di traduzione e interpretariato. Tale norma venne in seguito

utilizzata come base per la norma europea EN 15038 sui servizi di traduzione, a sua volta evolutasi in norma internazionale ISO 17100 nel 2015. L'esigenza di chiarezza nel nostro settore ha spinto, inoltre, alla definizione di una norma specifica per i liberi professionisti traduttori e interpreti (UNI 11591), pubblicata lo stesso anno della ISO: si tratta di una delle prime norme volontarie in Italia che definiscono i requisiti di conoscenza, abilità e competenza di attività professionali non regolamentate.

Fin qui, sembra tutto chiaro dal punto di vista di chi fornisce questi servizi linguistici, ma come fare chiarezza al mercato e dal punto di vista dei fruitori di questi servizi? Federlingue ha scelto due strade complementari: da un lato ha voluto scrivere un Codice di Autoregolamentazione per le aziende associate, volto a standardizzare verso l'alto la qualità dei servizi erogati da tutti gli associati, dall'altro si è fatta promotrice insieme alla Camera di Commercio di Milano, di una Carta dei Servizi per tutti gli utenti dei servizi linguistici. A questo tavolo di lavoro, oltre a Federlingue, partecipano le associazioni e gli istituti rappresentativi di tutti gli attori del mercato. Ecco, quindi, che si spiega il nesso fra etica e mercato e perché un codice di autodisciplina può essere alla base di un modo migliore, più chiaro e trasparente di operare sul mercato. Anzi, sempre pensando al consumatore in qualità di cittadino che ha delle esigenze e necessita di indicazioni chiare e semplici sulle possibili soluzioni, il tavolo di lavoro che si è appena costituito (e che è pronto ad accogliere altri stakeholder) ha in effetti deciso di scrivere, per maggiore chiarezza, non una, ma due Carte dei Servizi, una per i servizi di traduzione e interpretariato (che è principalmente rivolta alle aziende) e una per la formazione linguistica (che si rivolge sia ai privati sia alle aziende).

Nel mio settore linguistico, si è quindi partiti da

norme tecniche di prodotto, o servizio, si sono scritte norme tecniche professionali, fino a giungere all'adozione di un codice di autoregolamentazione, o deontologico, e addirittura alla promozione di due Carte dei Servizi! In questo modo, tutti gli attori coinvolti (chi organizza il servizio, chi lo eroga e chi lo utilizza) possono trarre dei vantaggi: standardizzando verso l'alto la qualità dei servizi linguistici erogati si aiutano sia le imprese sia i professionisti a lavorare su principi di qualità e non solo di prezzo, mentre si aiuta il cittadino nella scelta dei servizi più adeguati alle sue precise esigenze, assicurargli la buona qualità della traduzione, dell'interpretariato o del corso di lingua che acquista.

Citando il premio Nobel per l'economia Amartya Sen, che ha spiegato il nesso profondo fra etica ed economia, condivido l'affermazione che *"l'economia può essere più produttiva se si presta una maggiore e più esplicita attenzione alle considerazioni di natura etica"*. Mi piace terminare aggiungendo che Amartya Sen rivendica la necessità di mantenere sempre, accanto al *"pensiero calcolante"* (volto al profitto economico e al vantaggio personale), il *"pensiero pensante"* (metafisico ed etico), ossia quello capace di cogliere il senso, la direzione complessiva dell'agire umano. È in quest'ottica che anche Federlingue vuole agire.

Se ognuno, nel proprio lavoro, agisce non solo in modo professionale, ma anche etico, influenza positivamente il mercato: proprio perché viviamo in un mondo globalizzato, ogni intervento può diffondersi globalmente e dare un piccolo, ma significativo, contributo. La prima norma UNI del nostro settore ne è già stata un esempio.

Elena Cordani
Presidente Federlingue
AD Interlinguae