

1. Identificação da Empresa

Nome da Empresa:	TiConUno Ltd.
Sector de Actividade:	Tecnologias de Informação
Actividade Principal:	Agência de comunicação Web
Cidade/País:	Milão, Itália
Ano de Fundação:	1993
Implantação da Empresa (2004):	1
Website (se existir):	www.ticonuno.it www.muvido.it
Número de Empregados (2004):	Tempo Inteiro:10; Tempo Parcial: 0; Homens: 7; Mulheres:3
Volume de Negócios em 2004 (€):	450 000

2. Práticas de Responsabilidade Empresarial – Tópicos Principais

Área(s) Global(ais) de Enquadramento das Boas Práticas de RSE:	<input type="checkbox"/> Ética Empresarial <input type="checkbox"/> Local de Trabalho <input type="checkbox"/> Ambiente <input type="checkbox"/> Mercado <input checked="" type="checkbox"/> Comunidade
Temas de RSE:	<input checked="" type="checkbox"/> Empenhamento na comunidade
Principais Motivações para ser Responsável:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diferenciar a empresa da concorrência
Alguns Exemplos de Iniciativas Socialmente Responsáveis na(s) Área(s) Global(is) Identificada(s):	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conservação de um património que de outra forma se poderia ter perdido ▪ Criação e difusão de uma memória colectiva ▪ Fomento à participação activa dos frequentadores de museus ▪ Difusão na Internet
As Boas Práticas estão integradas numa Estratégia de Negócio mais Global? Sim/Não? Como?	Não.
Benefícios para o Negócio:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Forte visibilidade e uma boa imagem num mercado muito competitivo ▪ Novos clientes potenciais
Partes Interessadas/Grupos a que se dirigem as Boas Práticas de RSE:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sociedade em geral
Benefícios para a Sociedade/Partes Interessadas:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conservação de um património que de outra forma se poderia ter perdido ▪ Criação e difusão de uma memória colectiva ▪ Fomento à participação activa dos frequentadores de museus ▪ Difusão na Internet
A Quem e Como Comunicou a Empresa as suas Acções:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rádio: Radio Popolare Milano ▪ Jornais ▪ Televisões ▪ Website ▪ Institutos Culturais Italianos
Prémios / Certificações / Menções Honrosas:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inserido pela Unesco no "Millenium Guide to Culture Resources on the Web" ¹: um CD que acompanha o "World Culture Report 2000" ² que apresenta os websites mundiais entendidos como exemplos de museus virtuais dedicados à conservação e valorização do património cultural ▪ Presente em "The Best Italian Web Sites on the History of Italy" ³ em "World Wide Web Virtual Library"
Dificuldades Encontradas na Implementação das Boas Práticas:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Custos anuais do projecto
Mais Informação:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Website do projecto: www.muvido.it

¹ Guia do Milénio para os Recursos Culturais na Web (N. de T.).

² Relatório da Cultura Mundial de 2000 (N. de T.).

³ Os Melhores Websites Italianos sobre a História da Itália (N. de T.).

3. Práticas de Responsabilidade Empresarial – Descrição

A TiConUno SRL foi criada em 1993 em Milão com o objectivo de fornecer serviços editoriais no sector cultural. Devido à sua estreita ligação às comunidades científica e universitária, foi um actor importante na difusão do uso da Internet na Itália, tendo organizado encontros e outros eventos.

Em 2000, um dos dois sócios da empresa desenvolveu uma paixão pela fotografia e pelo rádio. Juntamente com a "Radio Popolare di Milano", lançou a ideia do Muvi, "Museu Virtual da memória colectiva da Região da Lombardia". A ideia era criar um museu a partir do extenso património fotográfico perdido nos arquivos da família.

O projecto Muvi, uma combinação entre um Website e uma emissão de rádio, convida os utilizadores e ouvintes a contribuir activamente para o museu virtual com imagens, histórias e memórias.

Desse modo, o Muvi contribui para a implementação de práticas de responsabilidade social como instrumento de valorização e preservação das identidades cultural, histórica e territorial. A maior particularidade do projecto é que o museu virtual é uma oportunidade real e efectiva para recolher determinados materiais fotográficos: as fotografias, muitas vezes de dimensões reduzidas, não são adequadas para serem exibidas em paredes. O Muvi contém mais de 7.000 imagens e é visitado por muitos italianos e estrangeiros.

Semanalmente, na emissão da "Radio Popolare" as imagens são acompanhadas por histórias, comentários, contribuições, etc.

Ouvintes e visitantes do site contribuem para a recolha progressiva das imagens: o original permanece com o proprietário e a imagem digital é disponibilizada no Website onde cada história pessoal se enquadra em contextos mais vastos, tornando-se um instrumento para conhecer a história política, económica, social e cultural da Lombardia. Uma vasta secção é dedicada aos temas da imigração e da emigração.

Os objectivos do Muvi podem ser resumidos da seguinte maneira:

- conservação de um património que de outra forma se poderia ter perdido
- criação e difusão de uma memória colectiva
- Fomento à participação activa dos frequentadores de museus

O Muvi foi incluído pela Unesco no "Millenium Guide to Culture Resources on the Web": um CD que acompanha o "World Culture Report 2000", que apresenta os websites mundiais entendidos como exemplos de museus virtuais dedicados à conservação e valorização do património cultural.

Além disso, também está presente em "The Best Italian Web Sites on the History of Italy" da "World Wide Web Virtual Library".

O Muvi também tem outra função social: ao fazer a ligação entre uma vasta gama de *media*, desde os *media* ditos tradicionais, como a rádio aos novos *media* como a Internet, contribui para a literacia tecnológica de pessoas que sem isso poderiam ficar excluídas do mundo das tecnologias de informação e comunicação. Através do Muvi, as pessoas idosas e desempregadas encontram a motivação para interagirem com o computador. Acontece frequentemente famílias inteiras estarem envolvidas no projecto: os mais novos encarregam-se da digitalização das fotografias e de as mandar para o museu virtual e os mais idosos de localizar as fotografias, de as datar e de escrever as histórias.

A TiConUno tem investido cerca de 10% do seu rendimento anual no projecto Muvi nos últimos 5 anos.

Embora o projecto não tenha trazido para a TiConUno benefícios financeiros que se possam avaliar directamente, o Muvi deu à empresa uma forte visibilidade e uma boa imagem num mercado muito competitivo.

4. Utilização em Contexto de Formação

A) Informação Adicional Relevante para a Exploração deste Estudo de Caso em Situações de Formação (critério de relevância: área(s) global(is) de enquadramento das boas práticas de RSE)

Este caso pode ser usado como um exemplo de boas práticas de RSE na área da Comunidade.

B) Sugestões Pedagógicas para a Exploração deste Estudo de Caso em Situações de Formação (critérios de relevância: área(s) global(is) de enquadramento das boas práticas de RSE)

Tópicos para discussão:

- Envolvimento em práticas de RSE versus interesses pessoais / *hobbies* dos envolvidos
- Oportunidade de pôr o *know-how* da empresa ao serviço da comunidade (em vez de desenvolver actividades de RSE “desligadas” do negócio principal da empresa)