

A Realidade Virtual e a Realidade Aumentada na Gestão da Cultura Organizacional: Uma Revisão Sistemática da Literatura e Análise de Conteúdo Online

Correia, T.¹, Carneiro, A.¹, Costa, D.¹, Ferreira, P.^{2,3}, Figueiredo, C.¹, Lopes, L.¹, Marques, A.⁴, Meirinhos, V.³, Rodrigues, A.C.³, Santos, M.¹, Seixas, D.¹, Silva, M.¹, Torres, M.¹, Valente, M.¹

¹ ISCAP, Polytechnic of Porto

² University Portucalense

³ CEOS.PP / ISCAP / P.Porto

⁴ School of Health, Polytechnic of Porto

O conceito “virtual” emerge a cada dia num mundo cada vez mais tecnológico e globalizado, em que se procura, de forma incessante, diferentes formas de comunicar e interagir. As novas tecnologias ganham relevo ao resultarem numa convergência de artes e técnicas distintas, como é o caso da fotografia, a imagem a três dimensões, o vídeo ou o áudio ou a realidade aumentada e é essa diversidade de soluções que pode resultar em experiências interpretativas mais completas e estimulantes (Conceição, 2012).

O conceito de Realidade Virtual surge, com um impacto extremo nas organizações, a partir da última década, não só como um instrumento de imersão, com características lúdicas, a fim de melhorar os processos produtivos e de *performance*, como também como um mecanismo focado nos colaboradores e na sua identificação com a cultura organizacional. Ao contrário das ferramentas vulgarmente utilizadas na *web 2.0*, a tecnologia de Realidade Virtual permite a criação de ambientes virtuais, imersivos, possibilitando às organizações a promoção da sua cultura, a partir de representações visuais e auditivas, capazes de envolver os colaboradores na mensagem que a organização permite transmitir. Assim, o desafio passa pela criação de ambientes virtuais que promovam um entendimento de "como é que nós funcionamos aqui" e "como nos comportamos".

HR Powered by VR surge no âmbito de um projeto académico, cujo objetivo geral passa por identificar as potencialidades da Realidade Virtual e da Realidade Aumentada na Gestão e Desenvolvimento de Recursos Humanos e, particularmente, compreender as potencialidades da tecnologia de Realidade Virtual e da Realidade Aumentada na Gestão da Cultura Organizacional.

Para esta conferência, propomos abordar a primeira e segunda fase deste trabalho, ao focar os pontos essenciais de cada uma delas. Numa primeira etapa, o caminho metodológico escolhido passa por uma revisão sistemática da literatura e, numa segunda, uma análise do conteúdo online disponível, relacionado com a temática.

Nesse sentido, a recolha de informação científica foi realizada a partir do Repositório Científico de Acesso Aberto de Portugal (RCAAP) e da Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência (DGEEC), de forma a ser possível identificar e analisar o que se encontra a ser estudado e desenvolvido em Portugal, no que respeita a esta área de investigação. Outra das estratégias delineadas, passou pela utilização como fonte de informação científica as bases de dados *Scopus* e *ISI Web Of Science*, com o objetivo primário de obter estudos fidedignos e pertinentes. Em cada uma destas fontes, foram utilizados 17 pares de termos específicos, relacionados com a temática.

Da segunda etapa, relativa à análise do conteúdo online disponível sobre o tema da Realidade Virtual e Gestão da Cultura Organizacional, o objetivo específico passa por conhecer as soluções e desenvolvimentos da Realidade Virtual e Realidade Aumentada na Gestão da Cultura Organizacional. Para isso, utilizaram-se os mesmos pares de termos da primeira fase. Foram aplicados diferentes filtros de pesquisa, de forma a apurar os resultados mais relevantes para o estudo.

Após a recolha e análise dos *outputs* devidamente selecionados e revistos interpares e por 3 juizes, com a aplicação de diferentes critérios de exclusão, apresentar-se-ão os diferentes resultados desta análise. Entre eles, destacam-se os autores mais estudados e citados, o tipo de documentos obtidos, o tipo de estudos, as metodologias adotadas em cada uma das produções científicas, os setores de investigação, os recursos mobilizados, os diferentes públicos-alvo e o impacto de cada um no seio académico e profissional.

Palavras-chave

Realidade Virtual, Realidade Aumentada, Gestão de Recursos Humanos, Cultura Organizacional, Revisão Sistemática da Literatura, Análise de conteúdo *on-line*