

Mourão, S., & Miranda, S. (2014, abril, 13-16). A comunicação organizacional no âmbito da metodologia 360º: uma abordagem exploratória. Comunicação apresentada no II Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana: "Os desafios da internacionalização". Universidade do Minho, Braga, Portugal.

Resumo: A avaliação de desempenho e a comunicação organizacional assumem um papel central nas organizações, sendo responsáveis por uma maior eficácia organizacional (Proctor & Doukakis, 2003).

A comunicação organizacional assume um papel de destaque, devido a fatores como a globalização e a crescente competitividade dos mercados, que exigem um contacto pessoal e profissional mais permanente entre os colaboradores (Miller, 2011). Portanto, esta comunicação constitui-se relevante no seio organizacional, pois permite uma coordenação do trabalho realizado pelos colaboradores, possibilitando que estes conheçam o trabalho dos restantes colegas (Taylor & Every, 2003). Por sua vez, a avaliação de desempenho torna-se responsável pela tomada de determinado tipo de decisões, quer sejam de carácter administrativo (e.g. incrementos salariais), quer sejam de carácter de desenvolvimento (e.g. identificar necessidades de formação) (e.g. Bracken, Timmreck, Fleenor & Summers, 2001). Contudo, algumas limitações da avaliação de desempenho tradicional/top-down, realizada somente pelas chefias (e.g. erros cognitivos dos avaliadores, provenientes das suas idiosincrasias) e o aparecimento das novas tecnologias (e.g. intranet) têm vindo a incitar avaliações provenientes de outras fontes, para além da chefia (Kondrasuk, 2012). Assim, surge a necessidade de ser considerada a metodologia 360º/feedback 360º, método avaliativo específico que se distingue do método top-down por considerar a perspetiva de diferentes atores organizacionais (McCarthy & Garavan, 2001). Consensualmente na literatura, são incluídos neste processo avaliativo o próprio colaborador (i.e., auto-avaliação), os pares (i.e., colegas) e o(s) supervisor(es)/chefia(s) (e.g. Bracken et al., 2001), sendo considerados os atores organizacionais críticos do feedback 360º.

Tem vindo a verificar-se que a perspetiva de diferentes colaboradores, proporcionada pelo feedback 360º, poderá ser vantajosa para as Organizações. Isto porque tal método avaliativo promove a concretização de uma comunicação organizacional horizontal que possibilita um clima de maior interacção e confiança entre os colaboradores (Mamatoglu, 2008) e, conseqüentemente, desempenhos profissionais individuais e grupais mais eficazes (Carson, 2006). Tal vantagem poderá dever-se ao facto do feedback 360º ser, tendencialmente, aplicado em organizações culturalmente recetivas à partilha de poder (Shiper & Rotondo, 2007). Assim, este método avaliativo poderá possibilitar uma redução de distorções comunicativas, uma vez que em organizações hierarquicamente pouco marcadas, os inferiores hierárquicos sentem-se menos inibidos em comunicar com os seus superiores (Felts, 1992).

Será nesse contexto que surge a necessidade da realização de estudos sobre a comunicação organizacional, no âmbito da aplicação da metodologia 360º. Neste caso e, tendo por base a literatura da especialidade, entrevistas exploratórias e focus group, irá aventar-se um modelo teórico de análise integrativo. O principal objetivo da construção deste modelo será perceber quais as variáveis dependentes e independentes enquadradas na aplicação do feedback 360º e qual o papel que a comunicação organizacional poderá assumir aquando dessa aplicação.

Palavras-chave: Comunicação Organizacional; Metodologia 360º, Avaliação de Desempenho.

---

