

Agências estudam formatos de trabalho para o pós-pandemia

Apesar da possibilidade de reabertura gradual dos escritórios, empresas de comunicação não querem apressar retorno às suas sedes

Karina Balan Julio

10 de junho de 2020 - 6h00



(foto: Martin-DM/iStock)

Depois de aproximadamente três meses de escritórios fechados por conta da pandemia de Covid-19, as agências de publicidade começam a desenhar estratégias de retorno — embora ainda sem previsões concretas, tanto por parte das empresas quanto do poder público. Os números de casos de contaminação e de mortes pelo novo coronavírus continuam em expansão no Brasil, mas governos estaduais já vislumbram a possibilidade de iniciar a reabertura de alguns segmentos da economia. A prefeitura de São Paulo, cidade que concentra as sedes das principais agências do País, está negociando protocolos de reabertura com 50 setores, incluindo o de comunicação.

A Associação Brasileira de Agências de Publicidade (Abap) criou um protocolo de segurança para o segmento e aguarda a aprovação definitiva desses documentos pela prefeitura da capital paulista. “Buscamos identificar os riscos em cada etapa da relação, seja no lado do anunciante, agência ou produtora”, analisa Alexandre Gibotti, diretor executivo da Abap. Às agências, a entidade recomenda a reabertura gradual e escalonada dos escritórios, começando com apenas 5% da força de trabalho presente, além de uma série de políticas de distanciamento e higiene.

Entretanto, por enquanto, a maioria das agências rechaça a ideia de voltar às suas sedes num futuro próximo, apesar dessa possibilidade iminente. Dirigentes estão agindo com cautela e fazendo análises recorrentes dos cenários possíveis para as próximas semanas, se inspirando em iniciativas de retomada no exterior, mas sem projeções exatas de quando voltar aos escritórios. “Sinto que há uma reabertura forçada de alguns setores por necessidades econômicas. Em nosso caso, não vejo a necessidade de voltar logo para o escritório, já que o trabalho tem funcionado bem remotamente. Além disso, só teremos segurança real quando

houver uma vacina”, analisa Pedro Reiss, CEO da Wunderman Thompson. A DPZ&T também não tem planos para retornar ao escritório pelo menos até agosto. “Não queremos colocar mais pressão nas pessoas, no nosso prédio e no transporte público”, diz o CEO Eduardo Simon.

A FCB, por sua vez, está pautando a volta ao escritório de acordo com as previsões para a reabertura das escolas no Estado de São Paulo. “Enquanto as aulas das crianças não voltarem, penso que não podemos voltar ao escritório, porque assim prejudicaríamos as mães. A previsão do governo é de que as escolas retomarão atividades em agosto, e então só a partir daí podemos pensar em um retorno real”, analisa o CEO da FCB Brasil, Ricardo John.

A Africa também não vai aderir à flexibilização do home office, por enquanto. “A maioria das nossas pessoas, se não fazem parte de grupos de risco, moram com pessoas que fazem parte desses grupos”, justifica Carla Guimarães, diretora de comunicação e gestão de pessoas, que coordena o planejamento para a retomada junto à vice-presidente de atendimento e operações, Carol Boccia. A dupla acompanha a evolução da pandemia e prepara uma série de medidas de prevenção para a volta, como o controle rigoroso de entrada de funcionários, fornecedores e veículos. Também planejam questões como a implementação de ilhas de higienização e estações de alimentação “à prova de contágio”. “Estamos nos orientando também pelas dinâmicas dos clientes, que veem funcionando bem remotamente, então vemos que não existe a necessidade de voltar nesse momento”, diz Carol.

Algumas agências, no entanto, esperam retornar gradualmente às suas sedes assim que o governo autorizar. Uma delas é a Cheil Brasil. “Voltaremos de forma gradativa, com ocupação máxima de 20%, sistema de rodízio de pessoas e priorizando funções e posições que se beneficiam ao trabalhar nas dependências da empresa”, afirma Martin Montoya, chief operating officer da Cheil Brasil. Entre os critérios para definir quem volta ao escritório está a identificação de colaboradores que não estão em grupo de risco e não utilizam transporte público para chegar ao trabalho. Para Montoya, a prova de que é possível trabalhar de forma segura no escritório está na experiência da Cheil na Coreia do Sul, onde os escritórios da rede permaneceram abertos mesmo durante o período mais crítico. “Eles fizeram um ótimo trabalho porque são extremamente disciplinados”, justifica.

A íntegra desta reportagem está publicada na edição semanal de Meio&Mensagem de 08/06/2020.

<https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2020/06/10/agencias-estudam-formatos-de-trabalho-para-o-pos-pandemia.html>