

Ressaltou que a administração pública, por razões estratégicas e de segurança, não deve depender de uma única empresa contratada para prestação de serviços de TI. Convém que esses serviços sejam licitados e contratados separadamente, que os serviços operacionais não sejam prestados pela mesma empresa responsável pelos serviços de monitoração, supervisão ou segurança. Sustentou que a licitação e contratação em separado, além de reduzir a dependência e aumentar a segurança da administração pública, incentiva a competitividade, diminui custos e promove a especialização das empresas no mercado. Em suma, a administração pública poderá se beneficiar de serviços melhores, a menor preço, com mais segurança.

Outro ponto mencionado por Sherman diz respeito a medidas visando à extinção do pagamento dos serviços de TI em “horas trabalhadas”. Afirmou que essa é a “pior forma de pagamento possível”, vez que incentiva as empresas contratadas a prestar o serviço com pessoal menos qualificado e, portanto, com maior número de horas trabalhadas, maior preço, maior custo para o erário. Em síntese, serviços de TI pagos em horas trabalhadas são, em geral, serviços de maior custo, de maior prazo e, possivelmente, de menor qualidade, ante o uso de profissionais de menor experiência. Por isso, o pagamento de serviços de TI há de ser, sempre que possível, por medição de resultado, mediante a adoção das métricas apropriadas a cada serviço.

Audiência pública discute publicidade oficial

O ministro Marcos Vinícios Vilaça promoveu audiência pública para discutir assuntos relativos à publicidade oficial. A iniciativa é inédita no Tribunal de Contas da União (TCU) e teve o objetivo de fornecer subsídios para apreciação de processo que trata de auditorias nos contratos de propaganda e publicidade em diversos órgãos e entidades da administração pública federal.

O evento contou com a participação de autoridades e servidores do TCU, e de representantes de todos os segmentos do processo de contratação e execução de serviços de propaganda e publicidade, entre anunciantes, agências, mídias e produtores. A qualidade da publicidade brasileira, a importância do Conselho Executivo das Normas-Padrão (Cenp) e a regulação da concorrência no mercado publicitário foram alguns dos pontos ressaltados pelos representantes dos órgãos e entidades. Foi destacada, também, a questão da legalidade do bônus de volume e a influência das agências de publicidade como grandes pagadoras de impostos. Os representantes ainda frisaram que a decisão do tribunal irá afetar pequenas e médias agências de publicidade em todo o País.

