



João Bosco Bezerra Bonfim

POR UMA POLÍTICA PÚBLICA PARA A CULTURA

A existência de uma “lei de incentivo à cultura” representa uma das respostas possíveis a uma questão que poderia ser posta do seguinte modo: “Deve ou não o Estado atuar como indutor na área de cultura?” Embora o problema não seja novo na história brasileira, nem inédita a atuação do Estado, somente na década de 1980, sob o título de Lei Sarney (Lei nº 7.505, de 1986), foi adotado esse mecanismo de fomento, por intermédio da renúncia fiscal.

Outras experiências, como a de fundações, autarquias, institutos ou empresas diretamente vinculadas ao Estado (Funarte, Embrafilme), sempre levantaram questionamentos sobre os critérios de escolha das obras e artistas apoiados, quando não deram lugar a especulações sobre a correta aplicação de recursos. Em uma medida extrema, o Governo Collor desestruturou a maior parte dessas instituições, deixando a cultura brasileira ainda mais órfã do amparo estatal.

Ressalte-se que a presença do Estado como indutor em diversos outros segmentos vem sendo empregada desde os tempos coloniais. Foi assim com a cultura do açúcar e do café; igualmente se reproduziu a presença do Estado na industrialização do Sul-Sudeste; não foi outra a atitude quando se resolveu reduzir as desigualdades regionais, com as políticas de incentivos fiscais para o Norte e o Nordeste; e, ainda hoje, as políticas de incentivo fiscal são largamente empregadas para setores econômicos voltados para a exportação. Entretanto, quando se trata da atuação do Estado como indutor da produção cultural, tem sido sempre questionada tal presença, seja porque não há atores sociais tão poderosos quanto os dos segmentos econômicos mencionados, seja porque a cultura é considerada “dispensável” ou sem importância para merecer a atenção do Governo ou o investimento público.

Essa noção de “desimportância” da cultura para o Estado pode ser vista na própria organização da máquina

administrativa brasileira. Se, por um lado, desde os tempos do Império, sempre houve um Ministério “da Fazenda”, por outro, apenas muito recentemente se criou um Ministério da Cultura. Se a Educação mereceu a criação de um ministério específico na década de 1930, somente décadas depois a “cultura” a ele foi incorporada como um “apêndice”.

A lei de incentivo responde também a outra questão, que pode ser formulada da seguinte maneira: “É recomendável – necessário, imprescindível – ou não o aporte de recursos de empresas e pessoas físicas para a produção cultural?” Embora a resposta – positiva – a essa questão já tivesse sido dada desde tempos remotos, até o advento da Lei de Incentivo à Cultura não tinha havido um aporte significativo de recursos. O mecenato cultural, em verdade, terá sido um grande indutor da cultura brasileira desde a Colônia. Esse mecanismo agiu, principalmente, para promover as expressões artísticas vinculadas ao gosto das elites – fosse da nobreza ou da burguesia urbana –, como as artes plásticas e a música erudita.

Entretanto, esse mecenato, baseado na “espontaneidade” de ricos doadores terá sido sempre restrito a eventos ou instituições específicas e localizadas, jamais para a difusão e democratização do fazer cultural.

Se ricos banqueiros e “capitães da indústria” ajudaram a fundar museus dedicados às artes plásticas, por outro lado, as manifestações da cultura popular brasileira tiveram que sobreviver dos poucos recursos de seus realizadores.

Se grandes obras artísticas e arquitetônicas foram erigidas e recuperadas, em benefício de uma visão elitista de cultura e de arte, de outra parte, por não disporem de recursos financeiros, ricas tradições populares foram declinando, ao longo do tempo; ou se mantendo apenas pela persistência e resistência dos grupos populares, como é o caso dos reisados, maracatus, pastorinhas e outras manifestações genuínas da cultura brasileira.

Assim sendo, uma lei de incentivo à cultura, nos moldes da atual – a Lei Rouanet – procura responder, simultaneamente, a todos esses problemas de financiamento e, ao mesmo tempo, potencializar a produção cultural do Brasil, como uma forma de afirmação política da própria nacionalidade brasileira, da identidade cultural, da estima do povo e de sua valorização perante os outros povos do mundo.

Percepções como essa – a da relevância da cultura para a afirmação nacional – já são bastante arraigadas em outros países. Ou seja, a visão de que a produção cultural

não se restringe ao “deleite” e à fruição de prazeres estéticos supérfluos. Ou que investir em cultura não é “jogar dinheiro fora”. Pelo contrário, a produção cultural, além de influir fortemente na identidade de um povo, de uma nação, pode-se revelar um forte indutor da própria economia. Nos Estados Unidos da América, desde o início do século XX, existem leis de incentivos fiscais para a promoção das artes, em que pessoas físicas chegavam a ter reduções de até 100% do imposto a pagar, se investissem em cultura. Para as empresas, os percentuais eram mais modestos. Mas apenas recentemente houve limitação a esses incentivos; mas isso ocorreu somente quando se tinha já uma “indústria cultural” vigorosa e auto-sustentável. A par disso, nos EUA foi erigida a maior indústria de entretenimento do planeta, grande indutora da sua economia interna e grande exportadora de bens culturais. Dessa potência produtora e exportadora, os Estados Unidos auferem não apenas recursos financeiros, mas também influenciam os valores e os costumes de todos os outros países do globo.

No Brasil, ao se verificar que a “espontaneidade” do mecenato não era tão forte e que a intervenção direta do Estado como financiador de projetos culturais poderia ser fonte de questionamentos, optou-se por um padrão vinculado a valores de “mercado”, mas com a participação

Assim sendo, uma lei de incentivo à cultura, nos moldes da atual – a Lei Rouanet – procura responder, simultaneamente, a todos esses problemas de financiamento e, ao mesmo tempo, potencializar a produção cultural do Brasil, como uma forma de afirmação política da própria nacionalidade brasileira, da identidade cultural, da estima do povo e de sua valorização perante os outros povos do mundo.

estatal. Essas escolhas estiveram na formulação original das leis de incentivo à cultura.

Por um lado, o recurso é público – já que provém da renúncia de impostos que, de outro modo, iriam para os cofres do Estado, e ali empregados indiferenciadamente; por outro, esse dinheiro sai diretamente dos cofres das empresas, públicas e privadas. O Estado participa da seleção dos projetos a serem patrocinados; mas as empresas – sob forte orientação dos departamentos de

marketing – têm o direito de escolher os projetos que apoiarão.

Uma vez que os recursos são limitados, os produtores culturais e artistas acabam entrando numa espécie de “competição” pelos patrocínios, o que funciona também como elemento depurador dos produtos e eventos que serão merecedores de tais recursos. Esse tipo de depuração, por sua vez, pode redundar em outro problema, que é a orientação de quais projetos e artistas escolher, pois as empresas querem o maior retorno em imagem para seus investimentos. Com isso, há o risco de se privilegiar artistas, eventos e espaços mais conhecidos, de grandes centros, em detrimento de outros artistas, eventos e espaços que

seriam igualmente – ou mais – merecedores de apoio.

Essa equação tríplice Estado–Empresas–Produtores apresenta, obviamente, aspectos negativos e positivos. Mas, no momento, tem sido a resposta possível à questão do aporte de recursos para a cultura. Para as empresas, representa o benefício de permitir que estas associem suas respectivas imagens a produções artísticas, como parte de suas estratégias publicitárias. Para o Estado, o proveito de, com uma máquina administrativa reduzida, poder multiplicar sua atuação. Para os produtores, um acesso menos difícil aos recursos. Como ganho adicional, traz para o setor uma consistência e uma organicidade maior, visto que as produções e eventos precisam de uma estrutura “profissionalizada” para atuar na elaboração de

projetos, captação dos recursos, gestão e prestação de contas. Mas essa tríplice aliança apresenta um senão: uma vez que se trata de uma **política pública**, é necessário que os usuários ou potenciais usuários da cultura (espectadores, leitores, apreciadores) sejam também considerados, isto é, que os projetos apoiados com recursos públicos sirvam, de fato, para democratizar o acesso à cultura.

A Lei de Incentivo à Cultura

A primeira versão dessa política de incentivo à Cultura foi a chamada Lei Sarney, de 1986. Posteriormente, foram realizadas alterações resultando na que hoje conhecemos por Lei Rouanet ou Lei de Incentivo à Cultura – a Lei nº 8.313, de 1991–, que institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC) e dá outras providências.

O Pronac tem a finalidade de captar e canalizar recursos para facilitar e permitir os meios de acesso à cultura; deve, também, estimular a regionalização da produção cultural, difundir as manifestações culturais e seus criadores, assim como preservar os bens materiais e imateriais do patrimônio cultural e histórico brasileiro, entre outros objetivos (art. 1º).

Seu funcionamento ocorre por intermédio de três mecanismos: o Fundo Nacional da Cultura (FNC); os Fundos de Investimento Cultural e Artístico (FICART); e o Incentivo a projetos culturais. Para que recebam os incentivos da lei, uma série de critérios e mecanismos é estabelecida, como se verá adiante.

O Fundo Nacional da Cultura (FNC) – de natureza contábil, com prazo indeterminado de duração, atua sob as formas de apoio a fundo perdido ou de empréstimos reembolsáveis. Suas fontes de recursos provêm, especialmente, do Tesouro Nacional, de doações e de percentual – 3% – da arrecadação bruta dos concursos de prognósticos e loterias federais. Para ele também podem convergir legados, subvenções e auxílios de entidades de qualquer natureza, inclusive de organismos internacionais. Em linhas gerais, o FNC pode financiar até 80% do custo total de cada projeto aprovado, desde que o proponente comprove dispor do complemento.

Os Fundos de Investimento Cultural e Artístico (FICART) – a lei autoriza a constituição de Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart). Tais fundos podem ser constituídos para a produção comercial de



(...) a produção cultural, além de influir fortemente na identidade de um povo, de uma nação, pode-se revelar um forte indutor da própria economia.

eventos e produtos nas áreas cinematográfica, musical, de teatro e dança, obras científicas e literárias, além de ambientes para exibição de arte e espetáculos. Mecanismo semelhante está previsto na Medida Provisória nº 2.288-1, de 06 de setembro de 2001, o Fundo de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional (Funcine).

O Incentivo a Projetos Culturais – Pessoas físicas ou jurídicas podem efetuar doações ou patrocínios tanto como apoio direto a projetos culturais, quanto por contribuições ao FNC. Tais doações ou patrocínios são dedutíveis do Imposto de Renda devido, e podem ser destinados a artes cênicas, livros de valor artístico, literário ou humanístico, música erudita ou instrumental, circulação de exposições de artes plásticas, acervos para bibliotecas públicas e para museus.

A Lei Rouanet (art. 25) determina que os projetos, para poderem receber sua chancela, devem ter como objetivo desenvolver as formas de expressão, os modos de criar e fazer, os processos de preservação e proteção do patrimônio cultural brasileiro; do mesmo modo, devem favorecer os estudos e métodos de interpretação da realidade cultural. Os projetos deverão, ademais, tornar acessível à população o conhecimento dos bens de valor artístico e cultural. Numa relação de 12 categorias, poderão ser apresentados projetos de artes cênicas, cinema, literatura, música, artes plásticas, patrimônio cultural, humanidades e programas de rádio e televisão de natureza educativa e cultural (que não tenham caráter comercial). Uma ressalva é feita em relação às produções cinematográficas, videográficas, fotográficas ou discográficas, que só poderão beneficiar produtores independentes; ou, então, produções educativo-culturais realizadas por empresas de rádio e televisão.

Para a dedução do imposto devido, há limites estabelecidos pela legislação do Imposto sobre a Renda vigente. As pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real não poderão deduzir o valor da doação ou do patrocínio de alguns dos itens apoiados como despesa operacional.

Os projetos culturais previstos na Lei de Incentivo à Cultura serão apresentados ao Ministério da Cultura, ou a quem este delegar atribuição, acompanhados do orçamento analítico, para aprovação de seu enquadramento nos objetivos do Pronac. Uma vez aprovado, será publicado ato oficial contendo o título do projeto aprovado e a instituição por ele responsável, o valor autorizado para obtenção de doação ou patrocínio e o prazo de validade da autorização.

Patrocínio – a lei considera como patrocínio a transferência de numerário, com finalidade promocional. Outra forma, esta para o contribuinte do Imposto sobre a Renda e proventos de qualquer natureza, é a cobertura de gastos para a realização de atividade cultural. Além da cobertura de gastos, é possível também a cessão de uso de bem móvel ou imóvel do patrocinador. Tais transferências a título de patrocínio não estão sujeitas ao recolhimento do Imposto sobre a Renda na fonte (art. 23, § 2º). O patrocinador, por sua vez, está impedido de receber qualquer vantagem financeira ou material em decorrência do patrocínio que efetuar.

Doações – as distribuições gratuitas de ingressos para eventos de caráter artístico-cultural por pessoa jurídica a seus empregados e dependentes legais são consideradas como sendo doação. Também são vistas como doações as despesas efetuadas por pessoas físicas ou jurídicas com o objetivo de conservar, preservar ou restaurar bens de sua propriedade ou sob sua posse legítima, tombados pelo Governo Federal. Mas esta última hipótese só poderá ocorrer se observadas regras e aprovações do órgão de patrimônio cultural.

Deduções – as deduções referentes a doações ou patrocínios (art. 26) obedecerão a percentuais variáveis. As pessoas físicas poderão abater 80% das doações e 60% dos patrocínios; as pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real, 40% das doações e 30% dos patrocínios. Neste último caso, as empresas poderão abater as doações e patrocínios como se fossem despesa operacional. Para artes cênicas, livros de valor artístico, literário ou humanístico, música erudita ou instrumental, circulação de exposições de artes plásticas, doações para bibliotecas públicas e museus, o abatimento é de 100% da doação. Esses valores, de todo o modo, não poderão ser superiores a 4% do imposto devido, para empresas e a 6% para pessoas físicas. O teto para tais doações é fixado anualmente pelo Presidente da República, com base em um percentual da renda tributável das pessoas físicas e do imposto devido por pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real.



O agenciamento – a elaboração de projetos para a obtenção de doação, patrocínio ou investimento, assim como a captação de recursos ou a sua execução por pessoa jurídica de natureza cultural são consideradas como atividades de agenciamento, para as quais poderá haver também remuneração provinda da doação ou patrocínio (art. 28).

A Lei do Audiovisual

O outro mecanismo de incentivo à cultura é a chamada Lei do Audiovisual. A Lei nº 8.685, de 1993, criou mecanismos de fomento à atividade audiovisual, pela qual contribuintes podem deduzir, do Imposto de Renda devido, as quantias investidas na produção independente de audiovisuais, isto é, para aquelas obras cujo produtor majoritário não seja vinculado a empresas concessionárias de televisão ou rádio.

A dedução pode ser de 3% do IR devido pelas pessoas físicas e 1% pelas pessoas jurídicas, sendo que a pessoa jurídica tributada com base no lucro real poderá, também, abater o total dos investimentos efetuados na forma deste artigo como despesa operacional. Uma vez que podem ser utilizados, concomitantemente, os benefícios da Lei Rouanet, as deduções para as pessoas jurídicas podem chegar a 5%.

Outro mecanismo criado pela lei é a taxação das remessas de rendimentos da exploração de obras audiovisuais estrangeiras em 25% do IR na fonte. Em compensação, essas mesmas remessas terão um desconto de 70% do IR devido se os investirem no desenvolvimento de obras brasileiras: longas metragens, telefilmes e minisséries, e produções independentes.

Leis de Incentivo à Cultura nos Estados e Municípios

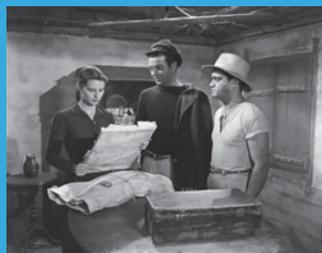
Pelo menos 16 Estados brasileiros dispõem de leis de incentivo à cultura, tanto pelos mecanismos dos Fundos como pela renúncia fiscal, neste caso, do ICMS. Segundo estimativa da revista eletrônica *Cultura e Mercado* (<http://culturaemercado.terra.com.br/>), os estados da Federação destinam cerca de 166 milhões de reais à cultura, um valor superior ao orçamento do MinC (Ministério da Cultura) para 2004, que é de R\$ 130 milhões.

Um exemplo é o Estado de Minas Gerais, que permite, sob certas condições, a dedução de até 3% do ICMS devido para o patrocínio de atividades culturais. Funciona à semelhança da Lei Rouanet, com a prévia aprovação de projetos pelo Estado e a captação junto aos contribuintes. Em seis anos de funcionamento, estima-se que essa lei terá injetado na cultura cerca de cem milhões de reais. As leis de incentivo da Bahia, do Rio Grande do Sul e de Mato Grosso têm funcionamento semelhante.

No Ceará (Lei Jereissati), além do incentivo direto, há um fundo estadual de cultura, constituído também com recursos do ICMS. De igual modo, procedem o Distrito Federal e Pernambuco.

Em São Paulo, a Lei Estadual de Incentivo à Cultura não está vinculada a impostos. Os recursos fazem parte do orçamento estadual. O mecanismo abre a possibilidade de financiamento para até 80% dos projetos a ele submetidos e aprovados.

Alguns municípios, principalmente os de capitais, contam também com leis semelhantes, pela renúncia do ISS e do IPTU. É o caso de Aracaju (SE), Belo Horizonte (MG), Curitiba (PR), Rio de Janeiro (RJ), São Paulo (SP), Teresina (PI) e Vitória (ES).



Cinematográfica Vera Cruz Ltda

Impacto das Leis de Incentivo à Cultura

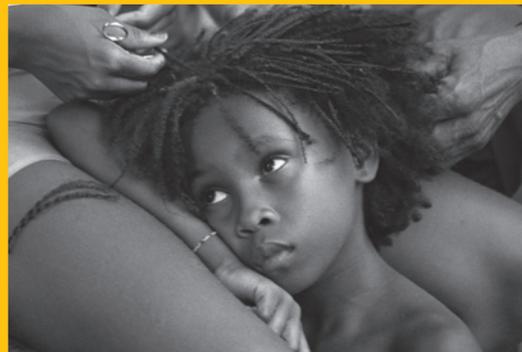
As leis de incentivo à cultura têm permitido um acréscimo substancial na oferta de recursos e, conseqüentemente, de projetos culturais patrocinados, em todas as áreas.

Em 1990, as empresas brasileiras investiam apenas R\$ 33 milhões em atividades artísticas ou culturais; uma década depois, em 2001, esse valor chegou a R\$ 384 milhões. Tais empresas, além de poderem deduzir o valor dos impostos devidos, obtêm um retorno de imagem significativo perante os públicos consumidores e a sociedade em geral. Em pesquisa realizada pelo MinC (2001-2002), 65% dos investidores revelaram que percebiam alguma melhora em sua imagem institucional e 28% opinaram que, com os patrocínios, estavam agregando valor à marca da empresa.

Do ponto de vista da economia brasileira, estima-se que a produção cultural não chegue a alcançar 1% do PIB nacional. Entretanto, apesar de a receita ser modesta, o setor tem permitido a abertura de novas oportunidades de trabalho e a qualificação de mão-de-obra. Segundo estimativa do MinC, de cada milhão de reais investindo na área, criam-se 160 empregos diretos e indiretos. Em 1994, o Brasil tinha 510 mil empregos na produção cultural, 80% deles na iniciativa privada.

Embora os investimentos em cultura não sejam cumulativos, estima-se que, atualmente, haja mais de 800 mil pessoas ligadas à produção e à comercialização de arte e cultura no País. Em estudo da Fundação João Pinheiro (1998), no setor cultural havia mais postos de trabalho que nas indústrias eletroeletrônica, automobilística e de autopeças, juntas. Ainda que os postos de trabalho na área de cultura não tenham a mesma formalidade e consistência que a daqueles setores, seu número é bastante expressivo e chega a ser o dobro do que empregam os bancos em todo o País.

Por intermédio dos mecanismos da Lei Rouanet e da Lei do Audiovisual, de 1996 a 2002, foram captados para a cultura cerca de R\$ 3,3 bilhões. Apenas em 2003, com o benefício da Renúncia Fiscal, foram captados recursos da ordem de R\$ 419 milhões para projetos culturais de todo o País, um montante de recursos que dificilmente seria



alocado pelo orçamento público ou pela espontaneidade das empresas.

A confiança dos produtores também tem crescido, visto que, em 1996 – ano de expressivo incremento da utilização da lei – foram apresentados 2.351 projetos, número que chegou a 4.068 em 2001.

Perspectivas

Neste momento, estão sendo discutidas algumas mudanças na Lei de Incentivo à Cultura, com vistas a aperfeiçoá-la, tornando-a mais democrática, e reduzindo a concentração de incentivos. São propostas calcadas em avaliações do funcionamento da lei, por intermédio de seminários promovidos em todo o País, no presente ano, e que apontam para o seu aperfeiçoamento.

Um dos mecanismos passíveis de aperfeiçoamento é o aumento do teto de isenção para as empresas. Hoje, uma empresa só pode investir até 4% do Imposto de Renda a pagar; na proposta do Ministério, esse limite poderá ser estendido para 10%. Essa alteração poderá ser feita mediante decreto presidencial, como autoriza a lei em vigor.

Uma das mais importantes alterações pretendidas diz respeito à distribuição mais equânime dos recursos incentivados nas diferentes regiões do País. A proposta, que implica mudança na legislação em vigor, deve estabelecer limites para os investimentos em cada região, variáveis de ano para ano, sempre com reajustes que superem a arrecadação regional do ano anterior. Em 2003, por exemplo, foram investidos efetivamente R\$ 385 milhões em obras culturais com base na Lei de Incentivo à Cultura, um recorde histórico de captação. Entretanto, R\$ 293 milhões ficaram na região Sudeste, ao passo que, para o Sul, seguiram somente R\$ 41 milhões, enquanto o Nordeste ficava com apenas R\$ 27 milhões. De modo eloqüente, as

cifras baixam mais ainda quando chegamos ao Centro-Oeste e ao Norte, com R\$ 17 milhões e R\$ 5 milhões, respectivamente.

Pela nova proposta do MinC, não haverá prejuízo para as áreas mais bem aquinhoadas atualmente – Rio e São Paulo. O principal indício de que não haverá redução no volume de recursos desses estados é que o teto da isenção fiscal, que era de R\$ 160 milhões até 2003, foi elevado para R\$ 320 milhões, em 2004; e há boas perspectivas para que possa chegar em breve ao limite de R\$ 401 milhões. Por isso, será possível passar a investir em áreas carentes, sem prejudicar os setores hoje atendidos.

Outra medida que visaria reduzir as desigualdades regionais é a possibilidade de dedução de percentuais maiores do Imposto de Renda nas regiões onde hoje há pouca aplicação. Essa proposta leva em consideração que a arrecadação na região Sudeste é muito superior à das demais regiões. A alternativa, então, seria estabelecer tetos regionalmente adaptados, e não um único para todo o País.

Outra modificação proposta – a ser proximamente encaminhada pelo Executivo ao Congresso Nacional – é a de limitar a dedução com patrocínios feita pelas grandes empresas. Isso porque, hoje, uma grande empresa pode deduzir até 100% dos recursos que aplicar em patrocínio a projeto de música instrumental ou erudita, artes cênicas, exposições de artes plásticas, livros artísticos, ou doações para museus. No mesmo sentido de evitar a concentração, o MinC pretende baixar esse percentual para faixas entre 30% e 90%. Mas as empresas de pequeno e médio porte poderiam continuar a usufruir a possibilidade de deduzir 100% do que efetivamente gastem com tais projetos.

Para as pessoas físicas, também haveria mudanças. Hoje elas só podem abater o limite de 6% do Imposto de Renda a pagar, o que pode representar valores muito baixos em moeda corrente. A alternativa apontada pelo MinC é de elevar esse percentual para 10% do imposto devido, a fim de tornar essa quantia um pouco mais elevada.

Da mesma forma, no intuito de vincular oferta e procura, o MinC poderá lançar editais para fins específicos – a restauração de um prédio histórico, por exemplo; e as empresas poderiam aportar recursos para esses projetos específicos. Com isso, a oferta de patrocínio e a respectiva procura estariam associadas.

A adoção dessas medidas, anunciadas pelo MinC, deverá ser para breve, a maior parte delas por decretos e portarias. No conjunto, representam as medidas possíveis, no momento, para aperfeiçoar a legislação de incentivos culturais.

Nota: As fotos das páginas 30 e 31 foram gentilmente cedidas pela Ânima Cultural Agência de Projetos S/C Ltda, agência de comunicação que trabalha na criação e desenvolvimento de ações que promovam uma experiência real entre marcas e indivíduos, utilizando como matéria-prima produtos de diversos segmentos culturais.

www.animacultural.com.br

Página 30 – Projeto recuperação do Acervo da Companhia Vera Cruz. Fotos de Eliane Lage, Mário Sérgio e Carlos Vergueiro no filme *Caiçara*; Eliane Lage e Anselmo Duarte no filme *Sinhá Moça*; e Eliane Lage e Marina Freitas no Filme *Sinhá Moça*.

Página 31 – Projeto Quilombos (documentação etno-fotográfica)



João Bosco Bezerra Bonfim é consultor legislativo do Senado Federal, professor, bacharel em Letras (UnB), mestre em Lingüística (UnB); foi assessor pedagógico do Movimento de Educação de Base (MEB), professor de Literatura (Ensino Médio) e assessor legislativo da Câmara Legislativa do DF.