



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 2.878-A, DE 2022

(Do Sr. Luis Miranda)

Institui o Dia do Influenciador Digital e revoga o art. o artigo 4º da Lei nº 12.345, de 9 de dezembro de 2010, que fixa critério para instituição de datas comemorativas; tendo parecer da Comissão de Cultura, pela rejeição (relator: DEP. DIEGO GARCIA).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

CULTURA; E

CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD).

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

S U M Á R I O

I - Projeto inicial

II - Na Comissão de Cultura:

- Parecer do relator
- Parecer da Comissão

PROJETO DE LEI Nº , DE 2022

(Do Sr. LUIS MIRANDA)

Institui o Dia do Influenciador Digital e revoga o art. o artigo 4º da Lei nº 12.345, de 9 de dezembro de 2010, que fixa critério para instituição de datas comemorativas.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei institui o Dia Nacional do Influenciador Digital e revoga o artigo que fixa critério para instituição de datas comemorativas.

Art. 2º É instituído o Dia Nacional do Influenciador Digital, a ser comemorado, anualmente, em 30 de novembro.

Parágrafo único. Durante o Dia Nacional do Influenciador, serão realizadas atividades com vistas a divulgar a importância do trabalho do influenciador digital na disseminação de informação e conteúdo de qualidade nas mídias digitais, bem como promover os valores que devem nortear esta atividade, como a transparência, a autenticidade, a veracidade da informação, a responsabilidade em manter uma conduta social ética e moral e o pensamento crítico, bem como o combate às notícias falsas e à desinformação.

Art. 3º Revoga-se o artigo 4º da Lei nº 12.345, de 9 de dezembro de 2010.

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O influenciador digital está para os tempos modernos como o ator de telenovela estava para a sociedade pré-digital, ou seja, os anos que antecederam o advento da internet. A partir de sua visibilidade no meio de



comunicação social de massa, o ator de novelas tinha uma grande responsabilidade em tudo que dizia, fazia e como se comportava, pois sua vida era seguida por milhares de pessoas, que copiavam o seu estilo e se inspiravam em suas ideias para seguir adiante.

Com a ascensão da internet, pessoas que não tinham qualquer formação em televisão ou outros meios de comunicação simplesmente se tornaram celebridades do dia para a noite, por força de características do meio digital, como a instantaneidade e, sobretudo, a autenticidade. Tendo em conta que a comunicação na rede é de um para muitos, um influenciador nada mais é do que uma pessoa capaz de criar conteúdo de forma incessante, baseado em inovação, humor, velocidade de raciocínio, carisma, poder político e, de preferência, beleza.

Com isso, a internet tornou-se um novo nicho de mercado para pessoas que conseguem vender produtos e criar padrões de comportamento, ainda que sejam apenas modismos (hábitos temporários), sem ter um produto específico para vender ou sem estarem atuando numa telenovela. Eles, simplesmente, “são o próprio produto”, como afirmam os estudiosos da matéria.

O lado positivo do influenciador digital é a mobilidade que essa atuação trouxe para diversas pessoas, que saíram das camadas mais baixas da população e conseguem hoje ganhar a vida na internet a partir da lógica do reconhecimento e da autenticidade que se espera desses disseminadores de conteúdo. Segundo o site Meio e Mensagem, especializado em assuntos da comunicação, 76% dos usuários da internet no Brasil já consumiram produtos ou serviços após a indicação de influenciadores digitais, o que mostrar a importância do papel desses atores para a economia digital e o comércio online¹.

A pesquisa citada pelo site Meio e Mensagem, realizada em novembro de 2019 pelo Instituto Qualibest, em parceria com a Spark, também demonstra que, ainda que saibam que o conteúdo publicado é patrocinado, os usuários confiam em seus influenciadores digitais, sendo crianças e

¹ https://www.meioemensagem.com.br/home/opinia0/2019/11/07/o-poder-da-influencia-digital.html?gclid=EAlalQobChMI6bSc6vbM-wIVYuhcCh3y2ABQEAMYASAAEgJaLPD_BwE



adolescentes, em sua maioria. De acordo com a reportagem, os influenciadores têm um poder imenso de mudar comportamentos, o que traz consigo grandes responsabilidades.

A presente proposta de lei inspira-se neste ensinamento para estabelecer um marco comemorativo no calendário para que esta atividade possa ser reconhecida, celebrada, valorizada e se possa refletir sobre os valores, princípios e o desempenho dessa função, bem como o papel dos influenciadores digitais na sociedade. Como sugestão de data, seguimos a indicação do FLUVIP, grupo líder de Influencer Marketing na América Latina e Estados Unidos, que estabeleceu o dia 30 de novembro como o Dia do Digital Influencer².

A relevância do tema está refletida no número de acesso à internet no Brasil. Em 2021, o número de domicílios com acesso à internet no Brasil chegou a 90,0%, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios. Em termos absolutos, são 65,6 milhões de domicílios conectados, 5,8 milhões a mais do que em 2019.

No quesito uso de redes sociais, conforme o site Resultados Digitais³, no Brasil, são 171,5 milhões de usuários ativos nas redes sociais, 79,9% da população brasileira. Esse número representa um crescimento de 14,3% ou de 21 milhões de usuários de 2021 para 2022.

No que diz respeito às datas comemorativas, sabendo que existe um óbice legal para a instituição de datas dessa natureza, propomos a revogação do artigo 4º da Lei nº 12.345, de 9 de dezembro de 2010, que vedado ao parlamentar apresentar projeto de lei com o objetivo de instituir data comemorativa, a não ser que este esteja acompanhado de comprovação da realização de consulta e/ou audiência pública.

A justificativa para a supressão do artigo é o fato de que esse apoio popular a esta atividade já está demonstrada pelo número de seguidores que cada influenciador possui, na casa de milhões de pessoas, o que comprava o quão popular esses atores são e o elevado grau de relevância

2 <https://maisqinerds.com/2016/11/30/30-de-novembro-dia-do-digital-influencer/>

3 <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/estatisticas-redes-sociais/#:~:text=No%20Brasil%2C%20s%C3%A3o%20171%2C5,usu%C3%A1rios%20de%202021%20para%202022.>



social do conteúdo que postal, que atingem uma audiência muito maior do que da televisão, por exemplo, veículo este considerado como de comunicação de massa. Assim, a realização de audiências ou consultas torna-se dispensável, em razão do elevado número de seguidores desses perfis.

Pelo exposto, considerando que a denominada Era da Informação representa um momento pautado pela troca de informação por meio do compartilhamento e conectividade entre pessoas e Nações, o que eleva a responsabilidade deste Parlamento de atualizar a legislação a respeito do tema, pedimos o apoio dos Nobres Deputados para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em de de 2022.

Deputado LUIS MIRANDA

2022-10663



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 12.345, DE 9 DE DEZEMBRO DE 2010

Fixa critério para instituição de datas comemorativas.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º A instituição de datas comemorativas que vigorem no território nacional obedecerá ao critério de alta significação para os diferentes segmentos profissionais, políticos, religiosos, culturais e étnicos que compõem a sociedade brasileira.

Art. 2º A definição do critério de alta significação será dada, em cada caso, por meio de consultas e audiências públicas realizadas, devidamente documentadas, com organizações e associações legalmente reconhecidas e vinculadas aos segmentos interessados.

Art. 3º A abertura e os resultados das consultas e audiências públicas para a definição do critério de alta significação serão objeto de ampla divulgação pelos meios oficiais, facultando-se a participação dos veículos de comunicação social privados.

Art. 4º A proposição de data comemorativa será objeto de projeto de lei, acompanhado de comprovação da realização de consultas e/ou audiências públicas a amplos setores da população, conforme estabelecido no art. 2º desta Lei.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 9 de dezembro de 2010; 189º da Independência e 122º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
João Luiz Silva Ferreira

COMISSÃO DE CULTURA

PROJETO DE LEI Nº 2.878, DE 2022

Institui o Dia do Influenciador Digital e revoga o art. o artigo 4º da Lei nº 12.345, de 9 de dezembro de 2010, que fixa critério para instituição de datas comemorativas.

Autor: Deputado LUIS MIRANDA

Relator: Deputado DIEGO GARCIA

I - RELATÓRIO

O projeto de Lei em exame institui o Dia Nacional do Influenciador Digital a ser comemorado anualmente em 30 de novembro. Além disso, revoga o art 4º da Lei nº 12.345, de 9 de dezembro de 2010, dispositivo que exige que proposições legislativas de data comemorativa devem ser acompanhadas de comprovação da realização de consultas e/ou audiências públicas a amplos setores da população.

A matéria encontra-se distribuída às Comissões de Cultura (CCult); para exame conclusivo de mérito nos termos do art. 24, II, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados (RICD); e à Comissão de Constituição, de Justiça e de Cidadania, para exame da constitucionalidade e juridicidade da matéria, em parecer terminativo (art. 54, RICD). O regime de tramitação é o ordinário.

Não foram apresentadas emendas no prazo regimental.

É o relatório



II - VOTO DO RELATOR

A iniciativa em exame institui data comemorativa para homenagear o Influenciador Digital.

Nos termos da justificção, o objetivo é “divulgar a importância do trabalho do influenciador digital na disseminação de informação e conteúdo de qualidade nas mídias digitais”.

É inegável que o tema desperta interesse e dialoga com fenômenos sociais contemporâneos. O papel desempenhado pelos influenciadores digitais na formação de opinião, divulgação de produtos e disseminação de conteúdo informativo e cultural é notório e crescente, refletindo transformações significativas nas formas de comunicação e interação social.

Além disso, a presente proposição busca revogar o art. 4º da Lei Nº 12.345/2010, que estabelece a necessidade de comprovação da realização de consultas ou audiências públicas para a proposição de datas comemorativas.

Assim, a análise dessa proposição demanda a necessidade de avaliar não apenas o mérito da instituição da data requerida, como também o mérito do supramencionado artigo.

Entendo que o art. 4º da Lei Nº 12.345/2010 representa um importante mecanismo de valorização da participação social e de qualificação do debate legislativo, não sendo adequada a sua revogação.

Quanto ao mérito da data, é importante reconhecer o papel crescente que os influenciadores digitais exercem na sociedade contemporânea. Trata-se de um fenômeno comunicacional com grande impacto cultural, especialmente entre as novas gerações, que cada vez mais consomem conteúdos, ideias e produtos mediados por essas figuras.

Justamente por sua capacidade de alcance e mobilização, os influenciadores ocupam posição estratégica na difusão de valores, comportamentos e práticas sociais. Reconhecê-los, inclusive por meio de



iniciativas simbólicas como datas comemorativas, pode ser também uma oportunidade de fomentar a reflexão sobre a responsabilidade que detêm na condução de seu conteúdo, incentivando o uso ético e consciente das plataformas digitais.

Entretanto, no caso específico desta proposição, até o presente momento não foi realizada audiência pública sobre o tema no âmbito desta Comissão, o que impossibilita aferir, de forma objetiva e institucional, a significância da data proposta. Além disso, esse requisito também é elencado como recomendação na Súmula 01/2025 desta comissão, de forma que mesmo não sendo o caso de observarmos o dispositivo legal, a própria súmula representaria óbice à aprovação do projeto de lei.

Dessa forma, considerando a ausência desse requisito e a importância de se preservar o diálogo com a sociedade nas matérias de natureza simbólica e cultural, entendemos que não é possível avançar com a aprovação da proposição.

Diante do exposto, nosso voto é pela rejeição do Projeto de Lei nº 2.878, de 2022, de autoria do nobre Deputado Luis Miranda.

Sala da Comissão, em de de 2025.

Deputado DIEGO GARCIA
Relator





Câmara dos Deputados

COMISSÃO DE CULTURA

PROJETO DE LEI Nº 2.878, DE 2022

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Cultura, em reunião extraordinária realizada hoje, mediante votação ocorrida por processo simbólico, concluiu pela rejeição do Projeto de Lei nº 2.878/2022, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Diego Garcia.

Registraram presença à reunião os seguintes membros:

Denise Pessôa - Presidente, Benedita da Silva e Tarcísio Motta - Vice-Presidentes, Alfredinho, Raimundo Santos, Tiririca, Aureo Ribeiro, Bohn Gass, Diego Garcia, Gustavo Gayer, Juliana Cardoso, Lenir de Assis, Pastor Henrique Vieira, Talíria Petrone e Waldenor Pereira.

Sala da Comissão, em 27 de agosto de 2025.

Deputada DENISE PESSÔA
Presidente

