



# *Câmara Municipal de Assis*

*Estado de São Paulo*

Rua José Bonifácio, 1001 – CEP 19800-072 – Fone/Fax: (18) 3302-4144

Site: [www.assis.sp.leg.br](http://www.assis.sp.leg.br) – e-mail: [cmassis@camaraassis.sp.gov.br](mailto:cmassis@camaraassis.sp.gov.br)

Fls. 1

## **PROJETO DE LEI Nº 62/2024**

**Institui e inclui no Calendário Oficial do Município de Assis o "Dia Municipal do(a) Influenciador(a) Digital" e dá outras providências**

Art. 1º Fica instituído e incluído no Calendário Oficial do Município de Assis o "Dia Municipal do(a) Influenciador(a) Digital", a ser comemorado, anualmente, no dia 07 de abril.

Art. 2º O Dia Municipal do(a) Influenciador(a) Digital tem por finalidade homenagear, reconhecer, valorizar, incentivar e celebrar o(a) Influenciador(a) Digital, como profissional responsável por comunicar, educar e influenciar o público em diversos segmentos sociais.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Assis, 28 de março de 2024.

**FERNANDO AUGUSTO VIEIRA DE SOUZA**  
Vereador - MDB





# Câmara Municipal de Assis

Estado de São Paulo

Rua José Bonifácio, 1001 – CEP 19800-072 – Fone/Fax: (18) 3302-4144

Site: [www.assis.sp.leg.br](http://www.assis.sp.leg.br) – e-mail: [cmassis@camaraassis.sp.gov.br](mailto:cmassis@camaraassis.sp.gov.br)

Fls. 2

## EXPOSIÇÃO DE MOTIVOS

O presente Projeto de Lei almeja homenagear, reconhecer e valorizar o (a) Influenciador(a) digital, como profissional responsável por comunicar, educar e influenciar o público em diversos segmentos sociais. De acordo com informações disponíveis em sítios da internet, algumas observações auxiliam no conceito, características, peculiaridades referentes ao profissional da comunicação em ambiente digital/ virtual.

Influenciadores digitais são pessoas que, por meio da produção de conteúdo em canais e plataformas online, como redes sociais e blogs, atraem uma quantidade massiva de seguidores. Como o próprio nome já sugere, eles podem influenciar o comportamento e as decisões de compra de seus seguidores.

Por conta dessa popularização, essas personalidades também se tornaram formadores de opinião. O conceito de influenciar é complexo, mas consideramos que se dá por meio de atos que devem gerar responsabilidades, sejam elas sociais ou civis. É dizer que todos devem responder e ter consciência daquilo que defendem. A ação perpassa uma ação psicológica de caráter social e/ou civil sobre algo ou alguém. No mesmo sentido, entendemos que aquele que influencia é capaz de inspirar comportamentos, criar tendências, servir como fonte de informação que tem efeito direto nas decisões de quem o segue, no estilo de vida, nas opiniões, no consumo, questões políticas, econômicas, de meio ambiente, religiosas ou sociais e **tendências e padrões de consumo**, dentre outros, independentemente da idade daqueles que o seguem.

Dados de uma pesquisa da Opinion Box, 67% dos usuários do Instagram seguem, ao menos, um *influencer* **nessa rede social**. E mais: 55% dos entrevistados disseram já ter comprado algum produto que um influenciador digital estava indicando ou usando no seu perfil. Dessa maneira, os **influenciadores digitais** já são considerados como a segunda maior fonte de informações para tomadas de decisão no que diz respeito a compras — perdendo o primeiro lugar apenas para a categoria “família e amigos”.

Na tentativa de dimensionar o tamanho da influência e alcance, temos as seguintes categorias:

- .- **Mega-influenciador**: mais de 1 milhão
- .- **Macro-influenciador** entre 500 mil e 1 milhão
- .- **Influenciador**: entre 100 mil e 500 mil
- .- **Micro-influenciador**: entre 10 mil e 100 mil
- .- **Nano-influenciador**: até 10 mil.





# Câmara Municipal de Assis

Estado de São Paulo

Rua José Bonifácio, 1001 – CEP 19800-072 – Fone/Fax: (18) 3302-4144

Site: [www.assis.sp.leg.br](http://www.assis.sp.leg.br) – e-mail: [cmassis@camaraassis.sp.gov.br](mailto:cmassis@camaraassis.sp.gov.br)

Fls. 3

Continuando nas questões acerca do grau da influência, consideram-se três fatores:

.-**Alcance:** o potencial de pessoas que podem ser afetados por um influenciador. É determinado por meio do número de seguidores

.-**Relevância:** é a importância e o grau de relacionamento que o influenciador tem com o público. Normalmente, é mensurado por meio de métricas de engajamento

.-**Ressonância:** diz respeito ao quanto os seguidores do influenciador estão dispostos a repassar a mensagem. É comumente associado a ações sociais como compartilhamentos e menções sociais.

E por fim, os influenciadores são classificados por tipo. São eles:

1. Top Celeb
2. Fit Celeb
3. Autoridade
4. Ecosistema
5. Trendsetter
6. Jornalista
7. Influenciador interno

De forma sintética, essas são algumas das características mais comuns relacionadas aos influenciadores digitais e que está em construção, podendo ser alterada, modificada à medida que a sociedade almeja.

Acerca da data selecionada para a homenagem, destacamos que estamos seguindo projeto de lei que tramita na Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo, cuja indicação do dia 7 de abril faz referência ao surgimento da internet no ano de 1969. A internet permitiu o surgimento dos influenciadores digitais, uma abordagem que consiste em praticar ações focadas em indivíduos que exerçam influência ou liderança sobre potenciais clientes de marca ou a sociedade em geral.

Ante o exposto e diante dos relevantes motivos que norteiam a matéria, contamos com o imprescindível apoio dos nobres pares para aprovação da proposição.

Assis, 28 de março de 2024.

**FERNANDO AUGUSTO VIEIRA DE SOUZA**  
Vereador - MDB

