



TEMA DE REDAÇÃO

Consequências do PayWall para o acesso à informação digital no Brasil

14 de julho de 2026



Proposta de Redação

A partir da leitura dos textos motivadores e com base nos conhecimentos construídos ao longo de sua formação, redija um **texto dissertativo-argumentativo** em modalidade escrita formal da língua portuguesa sobre o tema **“Consequências do PayWall para o acesso à informação digital no Brasil”**, apresentando proposta de intervenção que respeite os direitos humanos. Selecione, organize e relacione, de forma coerente e coesa, argumentos e fatos para a defesa de seu ponto de vista.

TEXTO I

Estamos caminhando para a Era do Paywall?

Mais e mais veículos de mídia impedem o acesso gratuito a conteúdo original e/ou jornalístico; o mais recente a aderir ao paywall é o Wired, que limitou o acesso em cinco textos livres por mês.

A piadinha do “jornalismo de qualidade exige recursos” está perdendo a graça. O que antes era uma exceção está aos poucos caminhando para se tornar a regra, com cada vez mais veículos de mídia se convencendo de que não é viável oferecer conteúdo original e/ou jornalístico de forma gratuita. Assim, o antipático paywall está se tornando cada vez mais presente.

Não é segredo para ninguém que nos últimos tempos as agências de mídia e notícias estão sangrando loucamente, principalmente porque o público rompeu a noção de séculos de que a informação tem um preço. Manter uma redação e profissionais não é barato e é imperativo que o leitor pague para manter tais custos. Sempre foi assim com jornais, revistas, rádio, TV e por consequência, deveria ser assim com a internet. Mas a princípio não foi.

Em geral os veículos de mídia foram arrastados para a web a força e nunca gostaram de oferecer seus conteúdos livremente, mas por pelo menos duas décadas esse foi o formato e muitas editoras se resignaram a ganhar dinheiro de outras formas, com anúncios e parcerias. No geral, apenas indexadores como o Google fazem dinheiro com notícias, algo que não agrada os grandes barões da mídia.

Só que de 2011 para cá as coisas começaram a mudar: quando o The Wall Street Journal anunciou que ia fechar o acesso ao jornal digital e instituir um sistema de assinatura mensal, muita gente correu para o Google para buscar o significado do termo “paywall” utilizado na ocasião. A desculpa dada foi simples, a redação jogou com o prestígio do jornal impresso e credibilidade conquistada durante os anos para justificar o passo dado, de que o leitor teria que tirar o escorpião do bolso se quisesse acessar artigos que o jornal considerava de primeira qualidade.

O fato é que com o tempo, foi comprovado de realmente boa parte do público está disposta a pagar para ler artigos (até mesmo no Brasil): de lá para cá vários outros sites aderiram ao paywall e fecharam o acesso gratuito: Financial Times, The Atlantic, The New Yorker, The Washington Post e mais recentemente a bíblia geek, a Wired também abraçou o modelo de assinaturas: desde 1º de fevereiro visitantes podem acessar apenas cinco artigos especiais por mês, conforme o plano do atual editor-chefe Nick Thompson.

Depois de seis anos no The New Yorker, ao assumir a cadeira na Wired uma de suas primeiras atitudes foi instituir a implementação do paywall, sob seu mantra de que “o modelo torna o conteúdo melhor”. De certa forma ele tem razão, ao instituir um modelo de assinatura o site se compromete a manter ou elevar o nível de suas publicações e conteúdo original, de forma a justificar o investimento do leitor que se dignou a pagar.

No Brasil o movimento é semelhante: vários veículos, da Folha ao Estado de S. Paulo, passando pelo Globo e Valor Econômico, entre outros aderiram totalmente ao modelo de assinatura e limitação do acesso a visitantes não-pagantes, se baseando no pretexto de que é preciso que o leitor pague se deseja consumir conteúdo. A diferença é que tal modelo que seria um convite ao desastre 15 anos atrás é viável hoje em dia, tanto que Apple e Facebook flexibilizaram suas plataformas de notícias de modo a dar suporte ao paywall.

Claro que tal estratégia gera antipatia no público, e alguns veículos procuram outras formas de se manterem: alguns oferecem campanhas de patronato, como nós através do Padrim; outros monetizam seus conteúdos através de vídeos no YouTube (que anda fechando a torneira) ou através de anúncios de empresas parceiras em posts patrocinados ou podcasts; outros criam versões sem anúncios de seus sites que são acessados através de assinaturas, sem bloquear o conteúdo ou até mesmo apelam para mineradores de criptomoedas, capturando (de forma clara ou não) o poder de processamento dos computadores de seus visitantes.

De qualquer forma, há quem esteja disposto a pagar de uma forma ou de outra e há aqueles que defendem a falácia de que “a informação quer ser livre”, que é só uma parte da citação de Stewart Brand na 1ª Conferência de Hackers realizada em 1984, tirada de uma conversa com Steve Wozniak:

“De um lado a informação quer ser cara, porque é valiosa demais (...); a informação certa no lugar certo pode mudar a sua vida. Por outro lado, porém a informação quer ser livre/gratuita, porque o custo de publicá-la está caindo dia após dia. Então você tem essas duas forças em conflito.”

Trinta e quatro anos depois o conflito permanece: a informação é valiosa demais para ser gratuita, e ao mesmo tempo luta para chegar ao maior número de pessoas e não pode ser cara demais. O segredo para o sucesso do paywall e de outros métodos de monetização como modelo de negócios está em convencer o leitor de que está investindo em conteúdo de qualidade e não jogando dinheiro fora, ao mesmo tempo em que tenta embutir a ideia de que ele está colaborando com a manutenção de seus veículos favoritos. Porém, só veremos os resultados dessa experiência num futuro próximo.

Fonte: <https://meiobit.com/381467/era-do-paywall-numero-veiculos-de-midia-que-cobram-pelo-acesso-a-conteudo-original-ou-jornalistico-esta-aumentando-wired-o-mais-recente-a-aderir/>

TEXTO II

Abril libera acesso a todos os seus conteúdos por causa das enchentes no RS

A tragédia impede a entrega das revistas às bancas e assinantes gaúchos e a circulação de informação em um momento vital. Ao longo desta semana, não haverá paywall nos apps e sites da Editora.

As chuvas torrenciais no Rio Grande do Sul já deixaram 83 mortos, 111 desaparecidos e 130 mil desalojados. Dos 497 municípios do estado, 332 foram atingidos de alguma forma.

As enchentes, evidentemente, inviabilizam a entrega das revistas da Editora Abril às bancas de jornal e às casas dos assinantes gaúchos – um problema logístico que impede a informação de circular justamente quando ela é mais necessária.

Por isso, tomamos a decisão de liberar o acesso aos sites de todos títulos da Abril ao longo dos próximos dias: Veja, Claudia, Superinteressante, Quatro Rodas, Você S/A, Você RH, Veja Rio, Veja SP, Veja Saúde, Viagem e Turismo, Capricho, Guia do Estudante, Bebê.com, Boa Forma, Casacor, Bravo! e Elástica.

Os aplicativos das revistas Veja, Claudia, Superinteressante, Quatro Rodas, Você S/A e Você RH também estão liberados. É possível baixá-los nas app stores de aparelhos iOS ou Android.

Fonte: <https://super.abril.com.br/ideias/abril-libera-acesso-a-todos-os-seus-conteudos-por-causa-das-enchentes-no-rs/>

TEXTO III



Fonte: <https://www.almanaquesos.com/como-ler-as-materias-dos-sites-que-bloqueiam-o-acesso-depois-de-alguns-textos-lidos/>

Treine esse tema e receba correção por competência: envie sua redação em **imaginie.com.br**.

INTRODUÇÃO	• 1º parágrafo com +/- 6 linhas;
	• Sua introdução deve contextualizar o tema na íntegra;
	• Você deve apresentar uma tese, que representa o seu ponto de vista (de forma impessoal) sobre as causas do problema a ser discutido;
	• É importante ressaltar que você não deve, ainda, desenvolver suas ideias. Seja breve e objetivo na introdução.
01	
02	
03	
04	
05	
06	
DESENVOLVIMENTO	• 2º e 3º parágrafos com +/- 7 linhas cada;
	• Apresente o problema (tópico frasal);
	• Comprove o problema (fundamentação);
	• Exemplifique como a situação acontece;
	• Conclua a ideia do parágrafo retomando a resposta ao tema (dica: "Isso demonstra, portanto,...").
07	
08	
09	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
CONCLUSÃO	• 4º parágrafo com +/- 6 linhas;
	• Há 5 partes importantes da proposta: AÇÃO interventiva: "O que é preciso fazer para resolver o problema?" > AGENTE: "Quem pode fazer isso?" > MODO/MEIO: "De que forma será feito, ou seja, por quais meios?" > EFEITO: "Qual é o propósito desta intervenção, quais serão os efeitos dela?" > DETALHAMENTO: "Qual informação adicional posso acrescentar sobre um dos elementos anteriores?"
25	
26	
27	
28	
29	
30	