

# VÍDEO TRÊS

O fácil, o difícil e o diferente de  
trabalhar com jornalismo e  
produto



---

## ✓ Características do jornalistas que ajudam no dia a dia de produto

- **COMUNICAÇÃO.** Jornalistas e pessoas de produto são contadoras de histórias, cada uma a sua forma;
- **RESOLUÇÃO DE PROBLEMA.** O dinamismo da pauta faz com que jornalistas tenham flexibilidade, pensem rápido e de forma criativa;
- **AJUDA.** Algumas pautas requerem colaboração de experts. Transitar por temas complexos não é novidade;
- **BOM SENSO.** O jornalista tem um senso bem apurado para desconfiar de situações e fazer as perguntas certas;
- **ENTREVISTAS.** Parte da vida de uma pessoa de produto é conversando com usuários. Jornalistas estão acostumados a esse tipo de situação;
- **ATENÇÃO AO DETALHE.** É no detalhe que pode estar a solução de um problema complexo.

## Características do jornalistas que atrapalham no dia a dia de produto

- **AMOR AO CAOS.** É comum que jornalistas estejam pouco acostumados a processos e se apoiem na imprevisibilidade do noticiário para não criar rotinas;
- **NOVOS MUNDOS.** Trabalhar com produto nos coloca em contato com um universo de termos e tecnologias que pode parecer indecifrável no início. É preciso estar aberto a isso;
- **PLANILHAS E MATEMÁTICA.** Nem todo jornalista se sente confortável com demandas quantitativas. Pessoas de produto vivem de planilhas;
- **MAIS HUMILDADE.** Nós não sabemos o que é melhor para o nosso cliente. Precisamos assumir que não sabemos e perguntar. Ah, e quando alguém concede uma entrevista, essa pessoa está fazendo um favor.

## Objecções comuns

“Isso dá certo em tecnologia.  
Em jornalismo são outros 500.

“Eu tenho a intuição que isso vai  
dar certo. Para que dados?

“Já entreguei. Além disso, agora  
eu tenho que medir?

“Vocês criam muita burocracia.  
Está tudo na minha cabeça!

“Você planeja a  
semana e aí um  
ministro pede  
demissão. O  
planejamento  
vai para o  
espaço. É da  
natureza do que  
a gente faz.

## Mudanças na mentalidade

- **NOÇÃO DE PRONTO.** No jornalismo, uma história está pronta quando não se tem mais dúvidas sobre ela. Em produtos digitais, no entanto, não existe perfeição, já que trabalhamos com a ideia de melhoria contínua;
- **COLABORAÇÃO.** Enquanto as redações incentivam a competição entre repórteres, em ambientes em que se desenvolve produtos digitais, você não vai conseguir chegar muito longe sem colaboração interdisciplinar;
- **PROXIMIDADE COM A AUDIÊNCIA.** Muitos jornalistas têm medo de se aproximar da audiência, sob pena de comprometer sua liberdade editorial. Como estar longe do usuário não é uma opção, podemos separar quem escreve textos e de quem tem esse contato;

### SAIBA MAIS

Parte dos argumentos ao lado estão no meu texto "6 motivos por que é tão difícil desenvolver produtos digitais no jornalismo e como podemos vencer esses desafios".

## Mudanças na mentalidade

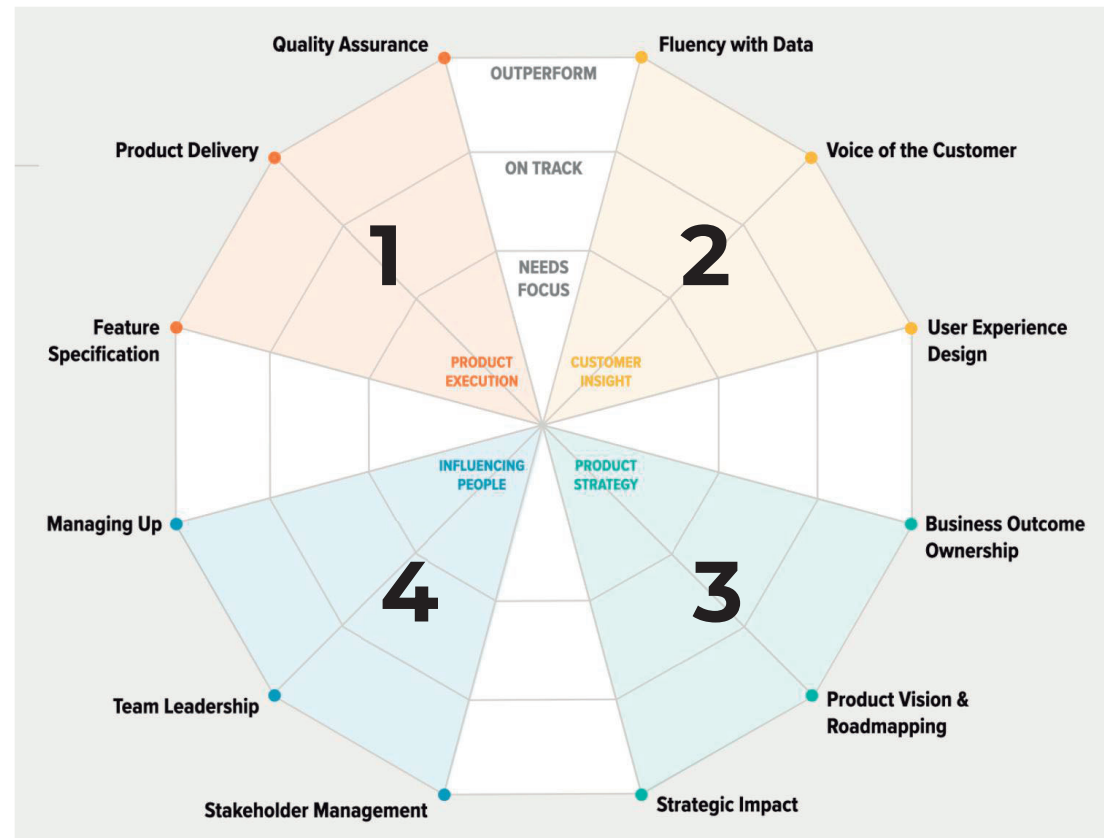
- **INSPIRAÇÃO QUE VEM DE FORA.** Empresas de mídia, em geral, não têm oferecido uma experiência digital tão boa quanto as de outras indústrias. Estamos disputando espaço com empresas de tecnologia. Devemos buscar referências nelas;
- **COMPETIDORES.** Se sua empresa está em um mercado de nicho, ela provavelmente compete na interseção de duas indústrias, a da informação e a do nicho. Considerar como concorrente apenas os colegas da mídia limita nossa avaliação;
- **PREDILEÇÃO POR PROJETOS.** Produto requer desenvolvimento constante, com o objetivo de obter faturamento recorrente e esforços escaláveis. Jornalistas têm [mais facilidade de pensar em projetos](#), que são iniciativas com início, meio e fim.

# Carreira de produto na tecnologia

[Abordagem proposta por Ravi Metha](#) mostra as competências necessárias para se tornar uma pessoa de produto.

Os pilares são: **EXECUÇÃO, VOZ DO CLIENTE, ESTRATÉGIA** e **INFLUÊNCIA**.

A sequência natural de obtenção dessas skills é diferente na tecnologia e no jornalismo.



# Carreira de produto no jornalismo

No jornalismo, como ainda estamos numa fase de implementar a visão de produto nas organizações, a ordem costuma ser **ao contrário**.





## Onde buscar ajuda

A **News Product Alliance** é uma comunidade que apoia profissionais do universo do jornalismo a passarem a trabalhar com produto. Existe um [Slack](#) para troca de experiências, uma [biblioteca de recursos](#) (inclusive em português!) e outras iniciativas –tudo gratuito.

The screenshot shows the homepage of the News Product Resource Library. At the top left is the logo for 'news product alliance'. To the right of the logo are navigation links: 'Library', 'Learning Paths', 'About', and 'Go to NPA' with an external link icon. A red-bordered button labeled 'Submit a resource!' is located in the top right corner. The main heading is 'News Product Resource Library'. Below the heading is a sub-heading: 'Learn how to align business, technology, audience and editorial needs in media with over 200 free resources curated by our community of experts.' A search bar with a magnifying glass icon and the text 'Search' is positioned below the sub-heading. To the right of the search bar is a red 'Search' button. Below the search bar are two rows of category buttons: 'Audience Engagement & Listening', 'Business Models & Monetization', 'Diversity & Inclusion', and 'Fundamentals of Product Thinking' in the first row; and 'Leadership & People Management', 'Product Design', 'Product Marketing', 'Product Strategy', and 'Technology' in the second row.