

O ecossistema das bancas de jornal: um estudo sobre uma espécie em extinção

The ecosystem of newsstands: a study about a species in extinction

Luciano Ferreira da Silva¹, Jocely Santos Figueiredo² e Bruno Quintiliano dos Santos³

¹Doutorando, Pesquisa, PUCSP, São Paulo, SP, Brasil

²Mestre, Docência, UNINOVE, São Paulo, SP, Brasil

³Graduando, Discente, FEA-USP, São Paulo, SP, Brasil

Resumo

Esta pesquisa teve como objetivo analisar as mudanças no mercado das bancas de jornal por meio dos conceitos da Teoria da Ecologia das Populações Organizacionais (FREEMAN; HANNAN, 2005; CUNHA, 1999; BAUM, 1999; SWAMINATHAN, 1996). Para tanto, este estudo foi conduzido pelo método dedutivo do tipo exploratório, sendo realizado pela abordagem qualitativa por meio da análise de conteúdo nos dados coletados de fontes secundárias e entrevistas. Com base nestas análises, pôde ser percebido que os gestores das organizações pesquisadas tentam adaptar estas para a sobrevivência. No entanto, por mais que os proprietários das bancas de jornal e outros atores envolvidos como o setor público tentem impor uma racionalidade que incorpore outros produtos e mude a forma de dispor os mesmos, estas, como espécie, passam por um processo de extinção. Deste modo, com a mudança nesta população organizacional se faz necessário outro tratamento gerencial, legal e mercadológico, pois devem ser levados em conta os fatores ligados à racionalidade do ambiente.

Palavras-chave: Ecologia Organizacional. Concorrência. Ambiente; Bancas de Jornal. Estratégia.

Abstract

This study aimed to analyze changes in market newsstands through the concepts of the Theory of Organizational Ecology of Populations (FREEMAN; HANNAN, 2005; CUNHA, 1999; BAUM, 1999; SWAMINATHAN, 1996). Therefore, this study was conducted using the deductive method of exploratory mode, being conducted by qualitative approach through content analysis on data collected from secondary sources and interviews. Based on these analyzes could be perceived that managers of organizations surveyed try to adapt these for survival. However, as much as the owners of the newsagents and other stakeholders as the public sector try to impose a rationality that incorporates other products and change the way of arranging them, as these species undergo a process of extinction. Thus, with the change in this population is necessary organizational another managerial, legal and marketing treatment because they must be taken into account factors related to the rationality of the environment.

Keywords: Organizational Ecology. Competition; Environment. Newsstand. Strategy.

I INTRODUÇÃO

Neste início do século XXI pode ser verificado que a racionalidade da organização, construída por meio de uma visão fragmentadora utilizada em seus processos e sua estrutura, fica cada vez mais dependente da racionalidade do ambiente em que esta organização estiver inserida (CASTELLS, 1999; DE MASI, 1999; FRIEDMAN, 2004).

Deste modo, construir somente processos com base em uma visão interna da organização relacionada ao curto prazo dificulta desenvolver vantagens competitivas, pois há uma dependência para a efetivação destes processos com os diversos elementos e fatores externos. Sendo que estes podem ou não concorrer para o alcance dos objetivos organizacionais (TORODOVA; DURISIN, 2007).

Com base nestes aspectos, a Teoria da Ecologia das Populações Organizacionais proporciona subsídios conceituais e colabora com o desenvolvimento de estratégias, pois sensibiliza os teóricos e os gestores sobre as relações de causa-efeito ligadas ao meio ambiente (FREEMAN; HANNAN, 2005; CUNHA, 1999; BAUM, 1999; SWAMINATHAN, 1996).

Além disso, esta teoria trata do nascimento e da evolução das organizações, bem como das limitações dos gestores na manutenção das suas capacidades adaptativas. Sendo que um ponto importante nesta teoria é que as organizações são tratadas como um item coletivo e não individual, o que aparece quando da leitura do ambiente como uma realidade socialmente construída e institucionalizada (QUINELLO, 2007; CLEGG; HARDY; NORD, 1999). Nesta pesquisa, a teoria da Ecologia das Populações Organizacionais auxilia a entender as mudanças na população de bancas de jornal.

Pode-se dizer que o mercado editorial impresso de periódicos como jornais e revistas são uma das formas mais simples e rápidas das pessoas adquirirem informações ou buscarem entretenimento. Assim, ocorreu a constituição e a propagação de pequenas organizações que ocuparam o espaço público. Estas que são conhecidas como bancas de jornal e que ainda podem ser encontradas em esquinas, em praças ou mesmo nas principais vias dos bairros ou dos grandes centros comerciais (AZEVEDO, 2009).

Isto era uma realidade antes do advento da internet e da mobilidade conquistada com celulares, *tablets* ou mesmo com os computadores. Diante deste cenário, a presente pesquisa é orientada para responder a seguinte questão: Como a Teoria da Ecologia Organizacional pode explicar as diversas mudanças no mercado das bancas de jornal?

Para isto, constitui-se como principal objetivo desta pesquisa analisar as mudanças no ecossistema de bancas de jornal por meio dos conceitos propostos pela Teoria da Ecologia das Populações Organizacionais. E para alcançar este objetivo procurou-se concluir os seguintes objetivos específicos: levantar os principais conceitos sobre a Teoria da Ecologia Organizacional; descrever o mercado editorial relacionado aos jornais e revistas; identificar a população de bancas de jornal e a estagnação quanto espécie com base na Teoria da Ecologia Organizacional.

Esta pesquisa justifica-se pela sua preocupação em analisar mudanças específicas ocorridas no mercado de informações e entretenimento por meio de jornais e revistas, que por sua vez levaram ao surgimento de um novo modelo de organização focado em novas formas de operar. Além disso, esta análise permite fazer analogias com outras espécies de organizações, assim podendo entender os aspectos relacionados ao isomorfismo e a inércia das organizações (SHARIFIRAD, 2010). Este fato pode ser observado à luz da Teoria da Ecologia Organizacional, o que reforça a sinergia entre o arcabouço conceitual teórico e o mundo empresarial.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

TEORIA DA ECOLOGIA DAS POPULAÇÕES ORGANIZACIONAIS

As organizações são percebidas e discutidas de diversas formas, ora como máquinas se movimentando de forma precisa e rotinizada em um ambiente previsível e controlado; ora como organismos vivos que são compostos de sistemas interconectados e interdependentes, além de interagirem com o macrossistema do ambiente externo, que se apresenta dinâmico e mutável (MORGAN, 1996; SANTOS, 2013).

A visão das organizações como organismos vivos ajuda a compreender o ecossistema organizacional, pois este dá subsídios para entender como uma organização se adapta ou não ao ambiente com

vistas a sobreviver. Estas ideias são fundamentadas no campo da biologia, sendo esta uma ciência que estuda as espécies de plantas e animais, sua evolução através da interação e dependência de recursos do meio ambiente (FRIEDMAN, 2004; FREEMAN; HANNAN, 2005).

Para tanto, de forma análoga a teoria da ecologia organizacional visa estudar as populações de organizações para explicar como o meio ambiente influencia as organizações. Assim, as populações de organizações são entendidas como um conjunto de espécies que executam atividades idênticas e usam padrões similares na obtenção dos recursos necessários à sua sobrevivência em sua interação com o ambiente externo (BAUM, 1999; SWAMINATHAN, 1996; FREEMAN; HANNAN, 2005).

Para compreender essa relação entre organização e o ambiente, Robalo (1995) apresenta a existência de fatores como o poder e a impessoalidade do ambiente externo como uma entidade ajustada de forma abstrata e independente. Estes entre outros fatores competem para a seleção das organizações mais aptas à sobrevivência. Assim, o modelo ecológico de analisar as organizações sustenta que o desenvolvimento das espécies depende da natureza e da distribuição de recursos no meio que estão inseridas.

Não obstante, um ponto importante da teoria da ecologia organizacional é que o objeto de análise não são as unidades organizacionais, mas a população de organizações que compõem uma espécie. Deste modo, a análise não está na organização em sua individualidade, mas em seu coletivo ou na população de organizações de uma determinada espécie (ZACCARELLI; FISCHMANN, 1977; SALIMATH; JONES, 2011).

Robalo (1995) ainda descreve que esta relação organização-ambiente conduz a um isomorfismo organizacional, ou seja, mesmo com diferenças aparentes as organizações são semelhantes em sua essência. Isto quer dizer que estas organizações possuem uma forma igual, ou fazem parte da mesma espécie, sendo evidenciada esta característica pelo comportamento de uma população de organizações. Este isomorfismo organizacional é também destacado pelas ideias de Freeman e Hannan (2005), que inclusive defendem que a seleção é oposta a adaptação.

A adaptação da diversidade estrutural das organizações é vista como o resultado de um processo consciente que relaciona as estratégias e as mudanças ambientais (LAWRENCE; LORSH, 1967). Já a seleção leva em conta a disputa por recursos que são finitos e independem da estratégia gerencial para uma espécie de organização, tal situação determina que por mais que uma organização tente mudar por meio do processo consciente, ela estará refém da escassez dos recursos e de transação.

Portanto, o ponto central de discussão para as organizações é a dependência de recursos, pois se pode considerar que os fluxos de recursos que são cruciais e escassos no ambiente exercem uma influência crítica nas organizações. Destaca-se que estes recursos são tanto intangíveis quanto intangíveis que estão disponíveis para as organizações no ambiente (MORGAN, 1996; SALIMATH; JONES, 2011; BARNEY, 1991).

Outro ponto importante desta teoria é que o nível de análise situa-se nas relações interorganizacionais, pois na perspectiva da dependência de recursos as organizações tentam manipular o ambiente em que atuam para seu próprio benefício. Esta relação leva a decisões estratégicas para se adequar ao ambiente, apesar de que somente as organizações que possuem maior capacidade de interagir com as restrições, incertezas e contingências do ambiente obtêm maior poder de sobrevivência (CUNHA, 1999; LEE, 2012; WEGNER; MAEHER, 2012).

Uma organização que atua em um ambiente mais competitivo exige uma reestruturação das antigas formas organizacionais marcadas pela hierarquia e verticalização. Este ambiente pede organizações mais flexíveis e capazes de se adaptarem às crescentes complexidades ambientais mais rapidamente. Este aspecto faz com que as organizações mudem de uma estrutura e estratégia inadequadas para adequadas ao ambiente (LAWRENCE; LORSH, 1967; WEGNER; MAEHER, 2012).

Todavia, Freeman e Hannan (2005) defendem que são os processos de seleção que determinam a vida das organizações, sendo que a adaptação é virtualmente impossível devido a uma série de forças que levam à inércia estrutural. Portanto, a adaptação da organização ao ambiente é limitada pelas pressões inerciais, sendo que sua estrutura organizacional sofre pressões de elementos internos (arranjos estruturais) e externos (restrições ambientais) que causam inércia a estas adaptações.

Aldrich e Pfeffer (1976) delinearão as pressões internas como sendo os investimentos em fábricas, equipamentos, profissionais especializados, informações em posse dos tomadores de decisão, políticas internas e a cultura organizacional. E as pressões externas podem ser compreendidas pelas barreiras legais ou fiscais dos mercados, informações do ambiente externo, legitimidade da organização para

com o ambiente, estabelecimento de estratégias em um ambiente competitivo.

Como este modelo é idêntico à seleção natural, Aldrich e Pfeffer (1976) realçaram a existência de três estágios para a seleção das organizações. O primeiro refere-se à variação das formas organizacionais conduzidas em função das pressões ambientais. O segundo estágio é a seleção, na qual somente algumas formas organizacionais se ajustam ao ambiente. O terceiro e último estágio é o da retenção, em que as formas selecionadas são preservadas, duplicadas e reproduzidas. De tal modo, o estudo da inércia estrutural se torna uma rica fonte de informações para a escolha entre um modelo de adaptação e um de seleção (BAUM, 1999; SHARIFIRAD, 2010).

Entretanto, cabe destacar que os conceitos relacionados a seleção são contrários a adaptação defendida pela teoria da Contingência (LAURENCE; LORSH, 1967). A teoria da ecologia das populações organizacionais reforça que o ambiente é um fator crítico na definição de quais organizações terão sucesso ou quais falharão, o que leva a um processo de darwinismo organizacional (FREEMAN; HANNAN, 2005).

Donaldson (*apud* CUNHA, 1999) destaca alguns aspectos relevantes sobre a teoria da ecologia organizacional, a saber:

o ambiente externo é “proativo” e cabe aos gestores um papel passivo e de resistência quanto às mudanças impostas por este ambiente;

b) o processo de seleção das organizações se desenvolve de uma forma supraorganizacional, o que retira dos gestores o status de principal agente na adaptação organizacional;

c) levando em conta que são as populações de organizações que mudam, e não suas unidades, esta teoria não serve como uma teoria prescritiva no que concerne às atividades de adaptação organizacional;

d) a utilização da teoria darwiniana nos estudos organizacionais deve ser feito com precaução, pois esta mostrou ter grande potencial para análise como metáfora. Contudo, alguns aspectos devem ser levados em conta como o fato das organizações não herdarem qualquer tipo de patrimônio genético de outras organizações.

Quanto ao papel do gestor nos resultados da organização, esta teoria não nega sua importância, mas ressalta o aspecto de que a influência do ambiente e a racionalidade organizacional diluem-se na racionalidade populacional das organizações no meio ambiente externo (CUNHA, 1999).

A teoria da ecologia das populações organizacionais dá subsídios e colabora com o desenvolvimento de estratégias organizacionais, pois sensibiliza os teóricos e os gestores sobre as relações de causa-efeito. Isto é possível por que as organizações são tratadas como um item coletivo e não individual, o que aparece quando da leitura do ambiente como uma realidade socialmente construída e institucionalizada (QUINELLO, 2007; MOTTA; VASCONCELOS, 2004; CLEGG; HARDY; NORD, 1999).

Deste modo, o arcabouço conceitual apresentado na teoria da ecologia organizacional mostra que a adequação das formas organizacionais ao meio, não é tão importante para sua sobrevivência. Sendo assim as organizações não se adaptam ao meio ambiente, pelo contrário, elas tendem à inércia conservando suas formas originais (FREEMAN; HANNAN, 2005; LEE, 2012). Portanto, as organizações são selecionadas pelo meio ambiente, ou seja, as espécies mais aptas à sobrevivência são àquelas que vão perdurar ao longo do tempo.

Assim, quando o ambiente se transforma, novas espécies de organizações surgem com características diferentes das anteriores, que por sua vez tendem a diminuir e a desaparecer como em um processo de extinção. Para tanto, as diversas informações que são colhidas do ambiente demonstram que no início do ciclo de vida de uma população organizacional, as organizações mais aptas tendem a crescerem lentamente e substituírem progressivamente a espécie predominante anterior.

Após a conquista de certo grau de confiabilidade e legitimidade do setor, esta nova espécie de população de organizações passa a um crescimento rápido e espetacular atingindo seu pico. Na sequência, por motivo da maior competição por recursos, há uma queda brusca no número de organizações o que tende a estabilizar até que ocorram mudanças nos fatores ambientais (BERNARDES; MARCONDES, 2003; SWAMINATHAN, 1996; ROSSONI, 2012).

Deste modo, pode-se depreender que em dada região ou setor, o número de espécies não cresce além de um máximo permitido, por efeito da resistência ambiental ou fator inercial (SANTOS,

2013). Segundo Bernardes e Marcondes (2003), os elementos que estão diretamente ligados à sobrevivência e ao funcionamento de uma organização são denominados de agentes ecológicos, quais sejam: clientes, fornecedores, concorrentes, bancos, mão de obra, governo etc. Já a variação de determinada atividade destes agentes para a operacionalização de uma organização é chamado de fator ecológico.

Não obstante, a análise das variações dos fatores ecológicos determinam uma faixa de tolerância e um ponto ótimo. E a identificação deste ponto levará ao estabelecimento de um ponto forte, que é entendido como uma diferenciação conseguida por uma categoria de organizações, o que lhe dá vantagem operacional em seu ecossistema (MATITZ; BULGACOC, 2011; FREEMAN; HANNAN, 2005; BERNARDES; MARCONDES, 2003).

Como salientado anteriormente, a força da teoria da ecologia organizacional está em determinar a importância do ambiente na sobrevivência das organizações. O foco desta teoria está em observar as espécies organizacionais e quais os elementos ou fatores que contribuem para o seu bom desempenho. Como no ecossistema animal, se faltar alimentos para uma espécie afeta toda a cadeia alimentar. Da mesma forma, o destino de uma organização é compartilhado com o mesmo destino de sua espécie.

2.2 - DO JORNAL IMPRESSO ÀS NOTÍCIAS DIGITAIS

No ano de 1447, com a invenção da máquina de impressão de **Gutenberg**, foi inaugurada a era da impressão moderna. Após este fato, a partir do século XVII começaram a surgir as primeiras publicações periódicas em países da Europa. Em Londres em 1621 foi publicado o **primeiro jornal** com o título, o *Corante*. Em 1631 na França surgia o *Gazette* (JORNAL ONLINE, 2013).

No Brasil, a imprensa chegou com a vinda da família real portuguesa em 1808, sendo **este o primeiro jornal impresso em solo brasileiro, seu nome era “Gazeta do Rio de Janeiro”**. Todavia, este não é considerado o primeiro jornal do país por que em junho de 1808, o brasileiro Hipólito José da Costa, que estava exilado em Londres, criou o **Correio Brasiliense**, sendo este o primeiro jornal brasileiro fora do país (JORNAL ONLINE, 2013).

A historiadora Abreu (1996, p. 17 apud AZEVEDO, 2009), em seu levantamento sobre os jornais brasileiros elaborou uma lista cronológica, como segue:

O Jornal do Commercio foi fundado em 1827, e *O Estado de S. Paulo*, de 1875; imediatamente após a implantação da República, temos o *Brasil*, em 1891, e o *Correio da Manhã*, em 1901. Já neste século apareceram *O Jornal*, fundado em 1919, e os jornais da década de 20, como a *Folha da Noite*, de 1921, que deu origem à *Folha da Tarde* em 1924 e à *Folha da Manhã* em 1925. Também em 1925 foi fundado O Globo. *O Estado de Minas* e o *Diário Carioca* surgiram em 1928, e o *Diário de Notícias*, em 1930. Em seguida temos *A Manhã*, criada em 1941, mas que teve vida curta, desaparecendo em 1953.

Como puderam ser percebidos, estes jornais acompanharam a vida da sociedade no Brasil apresentando em suas páginas os principais acontecimentos do país e do mundo. Contudo, manter uma empresa jornalística tendo como base o jornal impresso em um contexto em que surgem diversas TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação) é muito difícil (ZUFFO, 2003; CASTELLS, 1999). Um exemplo desta realidade está na notícia de que o Facebook vai lançar um serviço agregador dos principais conteúdos na internet. Este não será somente de publicações e partilhas pessoais, mas espera-se que se torne a “banca de jornais” no bolso dos usuários (TEK, 2013).

Embora estes eventos afetem a publicação de jornais impressos, esta não foi a primeira influência na história destes periódicos, já nos anos de 1920 ocorreu a entrada nos lares brasileiros do rádio, neste momento os **jornais** temeram perder o seu papel como principal fonte de informação da sociedade brasileira. A entrada do rádio fez com que os jornais sofressem algumas mudanças para torná-los mais atraentes. Deste modo, novos formatos foram idealizados e a cobertura jornalística passou a ser mais ampla e intensa (ANJ, 2013a). Depois do rádio apareceu a televisão e novamente os jornais impressos tiveram que se revitalizar para manter o seu público fiel.

Como já salientado o evento que se tornou impactante na circulação dos jornais impresso foi o aparecimento de novos equipamentos como *tablets*, *e-readers* e os próprios celulares. Estes equi-

pamentos e o surgimento da internet, principalmente a internet banda larga, fez com que muitas pessoas adotassem estes como fonte de informação. Pois, os jornais online oferecem informações em tempo real (ASSIS; PEREIRA, 2013; IVC, 2013; ANJ, 2013b).

Um fator que corrobora com esta situação é o ranking dos quinze sites mais acessados em 2012, sendo que seis deles têm como principal atrativo as notícias. E o que é mais interessante nesta situação, é que nenhum destes esteve ligado ou teve origem com a uma versão impressa de um jornal e/ou periódico (ASSIS; PEREIRA, 2013; IVC, 2013).

Embora o jornal impresso tenha resistido às diversas mudanças nas mídias, este início do século XXI será um período constituído de grandes desafios e oportunidades para as empresas jornalísticas (ANJ, 2013b). Por isso a diretoria da ANJ (Associação Nacional de Jornais) compôs em 2010 o Comitê de Estratégias Digitais para discutir soluções frente esta nova realidade.

Vale ressaltar a relevância desta preocupação da ANJ, pois o ritmo acelerado da vida moderna faz com que o comportamento dos leitores mude. Assim, os textos que preenchiam as páginas impressas, já não podem ser muito longos ou com argumentações muito profundas. Uma vez que o leitor tem tantas mensagens e estímulos que pedem a sua atenção, este se sentirá tentado a não terminar de ler a matéria (CARRERA, 2008).

Desta forma, esse novo cenário em que a mídia de forma geral ganha um novo formato, velocidade e perecibilidade, o jornal ou outro periódico impresso se torna um sobrevivente em um ambiente mutável e imprevisível. Para tanto, o destaque neste estudo vai para o seu distribuidor: a banca de jornais.

2.2.1 O mercado de bancas de jornal

As bancas de jornal aparecem como um novo elemento na paisagem urbana de todo o país nas primeiras décadas do século XX, sendo que esta pode ser descrita como um ambiente em que o consumidor busca artigos vinculados ao mercado editorial, principalmente jornais, revistas, entre outros produtos deste setor (CHAGAS, 2011a; 2011b).

As bancas de jornal são constituídas por um espaço que é cedido e regulado pelo poder público, sendo que seu usufruto sucede por comerciantes individuais. Esta atividade é licenciada e fiscalizada pela prefeitura e deve seguir uma legislação específica.

No artigo 13 da Lei nº 10.072, de 09 de junho de 1986, é descrito que a atividade destinada ao dono de uma banca de jornal é “Expor e vender jornais, revistas, livros culturais, guias, figurinos, almanaques, opúsculos de leis, outras publicações de interesse público e cartões postais”. Esta atividade ainda é delimitada no texto do artigo 14 da mesma lei que traz: “É vedado ao permissionário: I - Distribuir, expor, vender ou trocar quaisquer materiais que não se enquadrem nesta lei ou não constem de sua regulamentação”.

Contudo, no Decreto nº 40.184, 26 de dezembro de 2000 (SÃO PAULO, 2000) são revistas algumas das exigências quanto à comercialização de produtos, como segue:

CONSIDERANDO que, em recente levantamento da situação de todas as bancas de jornal e revistas no Município de São Paulo, foi constatada a necessidade de adequação da legislação atual à modernização das bancas e mudanças de hábitos da população; CONSIDERANDO que as bancas de jornal e revistas têm como parte importante do seu faturamento o resultado da venda de alguns produtos comestíveis embalados industrialmente, os quais incentivam as dos demais itens da banca; CONSIDERANDO a necessidade de definição de espaço próprio para esses produtos, de forma a não descaracterizar a atividade principal; [...] (SÃO PAULO, 2000).

Esta nova realidade descrita pelo decreto nº 40.184 também é discutida no projeto do vereador Américo que se torna a Lei nº 15.895/13 (SÃO PAULO, 2013), pois este dá um novo tratamento às bancas de jornal para a comercialização de bens e serviços. Este permite o dono da banca utilizar do espaço para outras atividades, assim as bancas poderiam vender todos os produtos encontrados em lojas de conveniência de postos de combustíveis e em minimercados. Além disso, poderão também ser expostos produtos e serviços de papelaria e equipamentos eletrônicos.

A finalidade das bancas de jornal é o principal mote de discussão entre os donos destes estabelecimentos e o setor público, pois existe a urgência por parte destes empresários da aprovação de projetos para liberação de venda para outros produtos, como o apresentado por Américo. Isto pode ser percebido na fala de Nelson Genesini, “Todo mundo esperava essa autorização há muito tempo. Aqui, 40% do meu faturamento vêm das recargas de celular”. E também na fala de Celso Ferranti, dono de uma banca na Praça da Sé, quando este salienta que tal projeto salvaria os jornalheiros. “Pedi autorização para colocar aqui uma geladeira em 2007, mas a Prefeitura nunca respondeu” (ZANCHETTA, 2013).

A situação descrita nas falas dos donos de bancas pode também ser evidenciada em uma pesquisa conduzida pela empresa ToolBoxTM, consultoria especializada em PDV (ponto de venda). Esta pesquisa revelou que grande parte dos estabelecimentos está se tornando também um canal de conveniência (SINDJORSP, 2013; TOOBOXTM, 2010). Os dados de julho de 2010 demonstraram que 68% das bancas visitadas comercializam gomas e confeitos e 52% bebidas refrigeradas. Além disso, o serviço de fotocópia está presente em 12% delas (TOOBOXTM, 2010).

Casado (2013) salienta que o presidente do Sindicato dos Jornaleiros de São Paulo (Sindjorsp) diz que por volta de 2003 havia 20 mil bancas no país e o faturamento do setor era de R\$ 140 milhões. Hoje são 15 mil pontos de venda que faturam R\$ 80 milhões. “Como vou ser exclusivo de jornal e revista se não sou o único ponto de venda?”, questiona Mantovani.

O diretor de desenvolvimento da ToolBoxTM, Luiz Sedeh enfatiza que “O que nós percebemos com essa pesquisa é que as bancas de jornal têm demanda para se tornar um canal de conveniência com inúmeras oportunidades de negócios. O gargalo está na mentalidade do empreendedor em inovar. Ele precisa deixar de ser apenas um jornaleiro para ser um varejista” (SINDJORSP, 2013).

Esta resistência sofrerá influência de um fator impulsionador que faz com que os donos das bancas tenham uma postura proativa para virar um varejista. Embora esta postura garanta a sobrevivência de algumas bancas, pode ser verificada uma difícil realidade que é apresentada pela SindjorSP (Sindicato dos Vendedores de Jornais e Revistas de São Paulo), quando ela aponta que a cada dia útil uma banca fecha ou é ameaçada de fechamento na capital paulista (URSINI, 2012).

Ainda segundo a SindjorSP em 2007 a capital paulista tinha mais de cinco mil bancas. Em 2012 este número se resumiu a menos de 3,9 mil estabelecimentos abertos. Sendo que os eventos que são apontados como causas para estes fechamentos são diversos, como a mudança do hábito de leitura dos paulistanos e o surgimento de novos pontos de venda como supermercados, livrarias e lojas de conveniência. No entanto, a maior causa apontada é a legislação e a ação da prefeitura na cassação dos TPUs (Termo de Permissão de Uso) (URSINI, 2012; PAULISTA900, 2012),

O dono de uma banca de jornal tem que apostar em novas formas para aumentar sua receita, como descreve Nathalie Mendonça de Menezes, vendedora na Banca Top Center, quando esta descreve o sentimento de seus clientes: “[...] o pessoal fala que jornal do dia é notícia velha, pois um dia antes já tiveram acesso pela internet. A não ser aquela pessoa que tem o hábito mesmo de pegar no papel ou quer para algum trabalho específico” (PAULISTA900, 2012).

Outros depoimentos que ilustram a realidade das bancas de jornal podem ser verificados no trecho da reportagem a seguir:

Marcos Tadeu Cândido, gerente da Banca Gazeta, 900 está no ramo há mais de 18 anos. Ele conta que há 15 anos seu estabelecimento vendia, aos fins de semana, entre 300 e 500 jornais de O Estado de São Paulo. Hoje, quando muito, vende 50 exemplares. Ricardo Lourenço do Carmo, presidente do Sindjorsp, “nos últimos 5 anos as vendas de revistas e jornais nestes pontos de venda (PDVs) caíram 20% em todo Estado de São Paulo. Tínhamos 5 mil bancas e mais de 1 mil fecharam. Elas precisam se modernizar. Deixar de ser jornaleiro para ser empreendedor, buscar novas ferramentas. As vendas de jornais e revistas representam menos de 50% do faturamento atualmente. Quem só depende de jornal e revista não consegue sobreviver” (PAULISTA 900, 2012).

Esta modernização ou busca de novas formas de receita fez com que o Sindicato das lojas de conveniência cobrasse por uma igualdade no tratamento, pois como salienta o presidente do Sincopetro-

-SP (Sindicato do Comércio Varejista de Derivados de Petróleo), José Alberto Paiva Gouveia, a venda dos novos produtos em bancas deve ser regulamentada e fiscalizada com o mesmo rigor que ocorre nas lojas de conveniência (CHAVES, 2013).

As lojas de conveniência e supermercados seguem regras para garantir a qualidade e a segurança alimentar. O trabalho com alimentos e bebidas requer cuidados, como descreve Gouveia, “As lojas [de conveniência] ficam em ambientes fechados, com ar-condicionado. As bancas normalmente ficam abertas, entra poeira, é preciso ver como isso vai ser regulamentado. Não questiono o fato de ter a concorrência, mas ela não pode ser desigual porque meu setor é fiscalizado” (CHAVES, 2013).

Além da concorrência com novas categorias de empresas, os espaços destinados às bancas de jornal devem ser analisados pela perspectiva do planejamento urbano levando em conta arborização, implantação de cestas de lixo, passagem de veículos, entre outros (CUSTÓDIO et al., 2011; CHAGAS, 2011b).

3 Metodologia

Este estudo foi desenvolvido pelo método dedutivo, o que permitiu por meio do raciocínio em ordem descendente, partindo de premissa geral retirada de reflexão teórica sobre a ecologia das populações organizacionais (FREEMAN; HANNAN, 2005; BERNARDES; MARCONDES, 2003), responder por meio do levantamento de conceitos específicos os objetivos inicialmente propostos (GONÇALVES, 2005).

Esta pesquisa está classificada como exploratória por ter proporcionado maior familiaridade sobre o assunto proposto por meio do levantamento e análise de diversas fontes de evidências (GIL, 2010; VERGARA, 1997). Tripodi, Fellin e Mayers (1981) salientam que o estudo exploratório fornece um quadro referencial que facilita o processo de dedução para construir conceitos e levantar hipóteses na investigação de determinado fenômeno.

No primeiro momento deste estudo foi empregada para obtenção dos dados a pesquisa bibliográfica e documental. Esta parte do trabalho foi primordial para a organização do componente conceitual deste estudo e a construção das categorias de análise descritas no quadro 1.

Quadro 1 - Categorias de análise

CATEGORIA	AUTORES
Ecossistema organizacional	FREEMAN; HANNAN, 2005; CUNHA, 1999; BAUM, 1999; SWAMINATHAN, 1996; MATITZ; BULGACOC, 2011.
Inércia Organizacional	SWAMINATHAN, 1996; QUINELLO, 2007; SANTOS, 2013; ZACCARELLI; FISCHMANN, 1977; BAUM, 1999; SHARIFIRAD, 2010.
Espécie de organizações	DIMAGGIO; POWEL, 2005; CUNHA, 1999; LEE, 2012; SANTOS, 2013; SALIMATH; JONES, 2011
Fatores ecológicos	FREEMAN; HANNAN, 2005; BERNARDES; MARCONDES, 2003; SWAMINATHAN, 1996; ROSSONI, 2012; SANTOS, 2013.
Agentes ecológicos	FREEMAN; HANNAN, 2005; BERNARDES; MARCONDES, 2003; SWAMINATHAN, 1996; ROSSONI, 2012; SANTOS, 2013.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2014.

Estas categorias permitiram criar indicadores qualitativos, que permitiram a inferência dos

conhecimentos obtidos das coletas de dados (GODOY, 1995; YIN, 2005). A abordagem qualitativa utilizada neste estudo ajudou a compreender o fenômeno do ecossistema das bancas de jornal, pois nesta abordagem o foco é a compreensão dos processos sociais que ocorrem em determinado cenário ou contexto (GODOY, 1995; YIN, 2005; SANTOS; NORONHA, 2005).

Aliás, é válido ressaltar que o universo das organizações é multiparadigmático o que determina a apresentação de diversas realidades (GODOY, 2010; MORGAN, 1996). Deste modo, o uso de métodos qualitativos neste tipo de pesquisa se torna uma forma de acesso às realidades sociais a fim de explorar pontos de vistas dos diversos atores envolvidos no contexto desta investigação.

A fase de levantamento bibliográfico e documental também permitiu a formulação do questionário com perguntas semiestruturadas, cujo propósito foi preparar a entrevista posteriormente aplicada (VERGARA, 1997; GONÇALVES, 2005). Segundo Lakatos e Marconi (1996), a preparação da entrevista consiste em uma das etapas mais importantes da pesquisa, pois esta requer: planejamento; a escolha dos entrevistados; a oportunidade das entrevistas; e, a preparação específica que consiste em montar o roteiro ou formulário com as questões pertinentes.

Destaca-se ainda que o tipo de entrevista escolhido foi a entrevista “em profundidade” de forma semiestruturada, pois esta garantiu maior flexibilidade e permitiu ao entrevistado construir suas respostas sem ficar preso a um nível mais rigoroso de respostas como ocorre no uso de questionários estruturados e instrumentos do tipo *survey* (OLIVEIRA; MARTINS; VASCONCELOS, 2012).

Ainda segundo Lakatos e Marconi (1996) e também Godoi e Mattos (2010) neste tipo de entrevista as perguntas são ordenadas e redigidas por igual para que todos os entrevistados possam responder de forma aberta. Isto ocorre para que não se perca o foco do objeto de pesquisa, assim a entrevista é realizada de forma padronizada e aberta para todos os respondentes. As perguntas elaboradas para condução desta entrevista foram:

Há quantos anos esta banca de jornais existe? Há quantos anos você trabalha com banca de jornais?

Como você avaliaria o desempenho de uma banca de jornais hoje? Explique.

Que mudanças ocorreram no mercado e no comportamento dos consumidores que você acha que interferiram nos resultados da banca?

Uma banca de jornais consegue sobreviver hoje em dia sem incorporar novos produtos ou serviços? Por quê?

Quem você considera um concorrente da banca de jornais quando são incorporados novos produtos?

Você acha que a banca de jornais ou o local em que ela está instalada tem estrutura para trabalhar com novos produtos? Por quê?

Qual é o percentual que você estima que outros produtos trazem (ou poderiam trazer) para sua receita mensal na banca de jornais?

Como as ações do governo (poder público e/ou seus representantes) podem influenciar no sucesso da banca de jornais?

Vale a pena reforçar que estas perguntas poderiam sofrer variações de acordo com a conversa, sendo que o fato de não trabalhar com um roteiro estaticamente conduzido estimulou o entrevistado a falar. Este aspecto visa promover uma interação linguística com a finalidade exploratória, principalmente quando abordado temas relacionados a sua experiência e/ou pontos de vistas sobre o assunto proposto (OLIVEIRA; MARTINS; VASCONCELOS, 2012).

Assim, as entrevistas foram conduzidas com oito questões-chave que ajudaram a definir o assunto da conversa, sendo que estas tiveram como base as categorias analíticas pré-definidas. Destaca-se que a entrevista deve focar no conteúdo conversacional mesmo que o movimento da conversa se torne repetitivo ou redundante (GODOY, 2010). Deste modo, após a elaboração do questionário, foram realizadas as entrevistas com dez pessoas que estavam trabalhando na banca de jornais. A escolha desta amostra se deu por acessibilidade de forma não probabilística (GIL, 2010).

Após a realização das entrevistas, os dados coletados foram analisados pelo processo de análise de conteúdo com uma abordagem qualitativa. Sendo esta composta por um conjunto de técnicas utilizadas para a análise da comunicação, o que é realizado por procedimentos sistemáticos e objetivos

de descrição dos conteúdos das mensagens (BARDIN, 1977). Neste momento houve a triangulação com as diversas fontes de evidências, como a mídia e associações. Este tipo de abordagem possui por finalidade deduções lógicas e justificadas.

Isto posto, foi realizada a comparação entre os dados coletados com a pesquisa bibliográfica e documental inicialmente levantados e a entrevista com os indivíduos, sendo que isto foi feito por meio de parafraseamento (GODOY, 1995; GODOY, 2010; YIN, 2005). O que facilitou a construção dos elementos necessários para a análise da entrevista. E estas informações serviram de embasamento a fim de contribuir para responder o problema pesquisado.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

4.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS COLETADOS NAS ENTREVISTAS

As entrevistas seguiram no mês de junho do ano de 2013 com dez pessoas que estavam trabalhando nas bancas de jornal, sendo quase todas elas proprietárias do estabelecimento. Destas pessoas, duas delas trabalham nesta atividade entre 10 e 20 anos, quatro trabalham entre 20 e 30 anos, e quatro trabalham a mais de 30 anos.

Quando questionado sobre o desempenho da banca de jornais os respondentes são unânimes em dizer que o faturamento já foi melhor, cinco deles classificam como bom seu desempenho e os outros cinco classificam como regular e péssimo.

Complementar à este questionamento perguntou-se se uma banca de jornais poderia sobreviver sem incorporar outros produtos ou serviços. As respostas convergiram totalmente para uma negativa, sendo que quando perguntado sobre os outros produtos um em específico se sobressaiu. Este foi a venda de créditos eletrônicos, no caso de São Paulo são as recargas de celular e os créditos para o bilhete único utilizado no transporte públicos.

Além disso, um dos respondentes destacou que este serviço não deixa uma boa margem, mas atrai compradores para outros produtos e chama a atenção para a banca. Vale destacar que alguns dos respondentes disseram que a recarga de celular contribui bastante com o faturamento da banca por que recebesse pouco por operação, mas como a circulação de pessoas é alta se atinge um grande volume.

Os outros produtos observados pelos entrevistadores e descritos pelos respondentes foram: cigarros, balas, doces, livros usados, jogo do bicho, bichos de pelúcia, brinquedos, artigos de perfumaria (exposto ou via catálogo), salgadinhos, sorvetes, artigos para celular, artigos de papelaria, serviços de cópias e internet, entre outros.

Outra questão pedia para que os entrevistados avaliassem em percentual a participação de outros produtos no seu resultado financeiro. Somente dois dos entrevistados situaram seu faturamento abaixo de 50% advindos de outros produtos que não do mercado editorial, sendo que um deles disse representar 40%. Os outros oito respondentes destacam que os outros produtos representam mais que 50% de seu faturamento, sendo que a maioria disse não sobreviver sem eles.

Na fala dos entrevistados é evidente a visão de que com jornais e revistas não se sobrevive em uma banca de jornais, inclusive um dos respondentes deixa bem claro que as pessoas quase não procuram jornais e revistas. Outro respondente salienta que da atividade da banca com produtos editoriais somente sobrou o ponto.

Quando perguntado sobre quem poderia ser concorrente das bancas de jornal quando se incorpora novos produtos, as respostas construíram um ambiente concorrencial complexo. Esta situação se dá por que são “considerados” concorrentes as padarias, os mercados, as farmácias, as lojas de conveniências, os bares, os restaurantes, as lanchonetes, camelô, entre outros.

Outra questão colocava em destaque a infraestrutura da banca e do ambiente em que ela está inserida. Os respondentes, em sua maioria, estão mais preocupados com a circulação de pessoas. Quanto à alocar os produtos no espaço interno ou externo da banca, os respondentes não percebem nenhum problema, pois segundo eles é só colocar vitrines, geladeiras ou outros equipamentos no espaço da banca. Um deles salientou que se fosse permitido aumentaria dois metros da banca para vender salgados e café como em uma lanchonete. Nenhum dos entrevistados citou a falta de lixeiras, bancos ou mesmo espaço no ambiente externo da loja para as pessoas trafegarem.

O assunto sobre a liberação de outros produtos apareceu em diversos momentos. Um dos entre-

vistados disse que com esta liberação as bancas poderão se organizar melhor para competir com os concorrentes dependendo do lugar em que se encontram. Em algumas localidades uma banca poderá ter produtos de informática e em outros brinquedos ou café.

Durante a entrevista uma questão discutida foi sobre as mudanças ocorridas no mercado ou no comportamento do consumidor que influenciaram nos resultados das bancas. O resultado das conversas destacou dois momentos importantes, um deles foi a concorrência criada pelas próprias editoras de jornais e revistas com a venda de assinaturas. Neste momento um número considerável de clientes abandonou a ida até a banca, pois além da comodidade de receber os produtos em casa poderiam pagar mais barato e receber algum brinde. O outro fator impactante foi à internet, pois o acesso à uma quantidade imensa de informações e formas de entretenimento fez com que os consumidores não precisassem comprar jornais e revistas.

A mudança no comportamento dos consumidores em buscar informações ou se entreter é destacada por diversas vezes. Como salientado por um dos respondentes as pessoas se aproveitam do acesso fácil em equipamentos moveis como celulares e tablets ou o uso dos computadores. Deste modo, pode-se dizer que comprar um jornal ou uma revista é receber um conteúdo que já está disponível na internet.

A última questão tratava sobre a relação do poder público com sua atividade. Esta questão visava entender como o governo e seus representantes influenciam ou podem influenciar as atividades da banca de jornais. Os respondentes destacaram como pontos principais a regulamentação, a fiscalização e a cobrança de impostos. Um dos entrevistados disse que uma menor taxaço sobre os seus serviços poderia contribuir para um maior investimento na própria banca. Outro destacou que a fiscalização não funciona de forma homogênea, sendo que em alguns lugares os fiscais permitem determinados produtos e em outros não.

4.2 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS DA PESQUISA

Com base nas informações coletadas pode-se perceber que o tipo de organização categorizada como “banca de jornais” está institucionalizada e convencionada entre seus proprietários, os empregados, o governo e o mercado consumidor. Isto pode ser apreendido nos dados coletados na pesquisa bibliográfica e documental, além do conteúdo observado nos discursos dos respondentes, o que de fato evidencia a existência da espécie “banca de jornais”.

Contudo, também há evidências de que fatores externos do ambiente provocaram uma mudança nesta população de organizações, sendo que isto afetou suas estruturas e a forma como estas organizações interagem e obtém recursos do ambiente externo (ANJ, 2013a; ASSIS; PEREIRA, 2013; IVC, 2013; ANJ, 2013b; FREEMAN; HANNAN, 2005, ROBALO, 1995). Esta evidência comprova a força da racionalidade do ambiente para o processo de tomada de decisões para os gestores.

Quadro 2 – Agentes e fatores ecológicos no ecossistema das bancas de jornal

Agentes ecológicos	Fatores Ecológicos
Cientes	<ul style="list-style-type: none"> Mudança no consumo dos produtos editoriais e de entretenimento com o advento da internet.
Fornecedores	<ul style="list-style-type: none"> Editoras com políticas unilaterais de ganhos.
Concorrentes	<ul style="list-style-type: none"> Editora de jornais e revistas com a venda de assinaturas; Quando incorporados novos produtos são consideradas outras organizações como: as farmácias, os mercados, os camelôs, as padarias, as lanchonetes etc.
Governo	<ul style="list-style-type: none"> Regulamentação: liberação da venda de outros produtos; Fiscalização: uniformidade no ato; Tributação: políticas de incentivos ou desoneração.

Fonte: elaborado pelos autores, 2014.

Como descrito anteriormente e apresentado de forma resumida no quadro 2, ocorreram diversas mudanças no ecossistema organizacional das bancas de jornal, sendo que estas mudanças são descritas como fatores ecológicos e que podem determinar a sobrevivência desta espécie. Este é um aspecto importante de análise, pois uma organização depende de uma adaptação em sua estrutura para a obtenção de novos recursos como clientes e faturamento.

Bernardes e Marcondes (2003) salientam que os agentes e os fatores ecológicos influenciam a vida das espécies de organizações de tal forma que as mais aptas a responder as variações do ambiente conquistam uma vantagem operacional em seu ecossistema. Embora ocorra uma adaptação de produtos e espaço nas bancas de jornal, vale lembrar que a teoria da ecologia das populações organizacionais descreve que o ambiente é que determina as espécies sobreviventes (CUNHA, 1999; SWAMINATHAN, 1999; LEE, 2012).

Deste modo, apesar das diversas mudanças que podem ser depreendidas das fontes de evidências obtidas, as bancas de jornal como espécie permanecem semelhantes em sua essência mesmo com diferenças aparentes. Como caracterizada na legislação pertinente, que no município de São Paulo é tratada pela Lei nº 10.072/86 (SÃO PAULO, 1986) e a Lei nº 15.895/13 (SÃO PAULO, 2013). Estas dispõem sobre como estas organizações são constituídas para usufruir do espaço público tendo como base uma atividade específica.

Embora tenha ocorrido a incorporação de novos produtos e serviços como: cigarros, balas, doces, livros usados, jogo do bicho, bichos de pelúcia, brinquedos, artigos de perfumaria (exposto ou via catálogo), salgadinhos, sorvetes, artigos para celular, artigos de papelaria, serviços de cópias e internet, entre outros. Pode-se dizer que a adaptação do espaço da banca de jornal e do ambiente em que ela está instalada para garantir funcionalidade à estes novos produtos ou serviços, não necessariamente modifica a espécie de banca de jornais.

No entanto, se estas transformações caracterizarem uma mudança, pode-se inferir que esta deixa de ser qualificada como fazendo parte da população originária. Esta constatação leva a exigência de mudanças na estrutura do espaço público, ou seja, no ambiente externo como lixeiras, pias, banheiros, cadeiras etc. Além de mudanças na estrutura interna, como o aumento dos abrigos e a instalação de novos equipamentos como geladeiras, freezers, estufas, máquinas de café, entre outros.

Robalo (1995), Freeman e Hannan (2005) e Dimaggio e Powell (2005), descrevem que esta relação organização-ambiente conduz à um isomorfismo organizacional. Quer dizer que estas organizações possuem uma forma igual, ou fazem parte de uma mesma espécie. Este isomorfismo organizacional gerado pelos processos de seleção determina a vida das organizações, sendo que a adaptação é virtualmente impossível devido a uma série de forças que levam à inércia estrutural. Deste modo, as adaptações pelos gestores e a mudança na legislação criam uma contradição de função para estas organizações.

Destaca-se neste ponto que os elementos que configuram o isomorfismo e a inércia organizacional podem ser percebidos quando da complexidade para categorizar um tipo de concorrente para as bancas de jornal. Como descrito anteriormente a concorrência pode ser encontrada entre: mercados, lanchonetes, bares, lojas de conveniência, entre outros. Deste modo, acontece a perda de diferencial competitivo pela falta de identidade, o que faz com que tanto proprietário, quanto os consumidores ou o poder público não consigam fixar planos de longo prazo para sua atividade principal.

Quando o assunto são os produtos editoriais parece que a grande parte dos proprietários das bancas de jornal não dá muita importância, mas isto não pode deixar de ser discutido. O que é feito pela diretoria da ANJ (Associação Nacional de Jornais), quando ela compõe já em 2010 o Comitê de Estratégias Digitais para discutir soluções à esta nova realidade. Contudo, estas discussões levam a mudanças no produto impresso, o que deixa para segundo plano os estabelecimentos físicos.

5. CONCLUSÕES

Ao final desta pesquisa pode-se dizer que os objetivos propostos foram alcançados. Pois, de acordo com os conceitos descritos sobre a teoria da ecologia organizacional, a análise deve ser realizada não de forma individual, mas das populações de organizações. Com base neste aspecto pôde ser constatado que a população de bancas de jornal está constituindo um novo tipo de organização ou se transformando nas populações já existentes de organizações como lojas de conveniência, lanchonetes

ou minimercados.

Um aspecto importante relacionado às bancas de jornal é que estes estabelecimentos tem um papel relativamente passivo na dinâmica do espaço urbano, no entanto o seu funcionamento afeta o tecido urbano, principalmente quando da incorporação de outras atividades com a permissão do poder público.

Contudo, esta realidade decorre da ideia de que o espaço público é espaço de todos e como tal pode estar condicionado à interesses privados, mas deve haver um cuidado para que estes não prejudiquem o aproveitamento coletivo dos espaços.

Deste modo, a não preocupação com o fato de os produtos ficarem dentro ou fora da banca, além do desejo de colocar mesas e cadeiras ao redor da mesma sem se preocupar com uma possível obstrução da calçada, demonstra uma falta de preocupação com a circulação dos pedestres. Embora a banca dependa da circulação das pessoas, este excesso de uso da calçada poderia inclusive afastar parte deste fluxo, ou seja, clientes em potencial.

Vale a pena destacar que a discussão para manter as bancas de jornal em operação incorporando outras atividades se torna uma armadilha. Isto se dá pela falta de visão de longo prazo, ou seja, o pensamento está no curto prazo pela racionalidade da organização para a obtenção de receitas. Contudo, a racionalidade do ambiente impõe uma realidade que não sustenta a tomada de decisão do poder público ou dos gestores quanto à conquista de clientes ou esta obtenção de receitas.

Assim, o papel do gestor nos resultados destas organizações fica ancorado aos aspectos relacionados à inércia estrutural que influencia a existência da espécie banca de jornal. Além disso, os fatores ecológicos se sobrepõem a racionalidade organizacional sendo que esta racionalidade se dilui na racionalidade populacional das organizações existentes no meio ambiente externo, ou seja, o seu ecossistema.

Ao final deste trabalho, pode-se dizer que foram atingidos todos os objetivos propostos, pois se evidenciou a existência de uma espécie de organização caracterizada como banca de jornal. Além disso, foram descritas mudanças no ecossistema organizacional que impactaram na obtenção de recursos, o que levou a uma adaptação e conseqüentemente à uma nova seleção de organizações. Sendo que esta última tem um poder maior sobre a sobrevivência destas organizações.

Vale destacar que a não observância na mudança das espécies gera um problema econômico financeiro para os proprietários destes estabelecimentos, além do problema público legal que advém de uma regulamentação e fiscalização falhas quando da utilização do espaço público.

Uma das principais proposições deste estudo está em realizar uma pesquisa de forma mais abrangente visando à categorização dos estabelecimentos, a fim de verificar como podem ser classificadas as bancas de jornal. Sendo este um caminho para redesenhar o ecossistema organizacional destas organizações.

6. REFERÊNCIAS

ANJ, **História do jornal**, 2013a – Disponível em: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/historiano-mundo/historiadijornal.pdf>> Acesso em: 31.05.2013.

ANJ, **Cenário**, 2013b – Disponível em: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/comentarios-sobre-o-meio-jornal>> Acesso em: 31.05.2013.

ASSIS, Leonardo; PEREIRA, Wagner. **No ano de 2050, haverá livros, revistas e jornais impressos em papel?**, 2013. – Disponível em: <<http://knowledge.othink.com/index.php/brasil-2050/104-no-ano-2050-havera-livros-revistas-e-jornais-impressos-em-papel>> Acesso em: 01.06.2013.

ALDRICH, H.E.; PFFEFER, J. Environments of organizations. **Annual Review of Sociology**, n.2, p.79-105, 1976.

AZEVEDO, Dúnya. A evolução técnica e as transformações gráficas nos jornais brasileiros. **Mediação**, Belo Horizonte, v. 9, n. 9, jul./dez. de 2009. – Disponível em: <www.fumec.br/%2Frevistas%2Findex.php%2Fmediacao%2Farticle%2Fdownload%2F296%2F293&ei=aWqqUcvuEaPG0QH7koCIAw&usg=AFQjCNFV3b1Ly>

[hjiWmMUoSBS0MH_Badh5Q&bvm=bv.47244034,d.dmQ](http://www.sbs0mh_badh5Q&bvm=bv.47244034,d.dmQ)> Acesso em: 31.05.2013.

BARNEY, J. B. Firm resource and sustained competitive advantage. **Jornal of Manangement. New York**, v. 17, n. 1, p. 99-120, 1991.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUM, J.A.C. **Ecologia organizacional**. In: CLEGG, S. R.; HARDY, C.; NORD, Walter R. (Org). **Handbook de estudos organizacionais: modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, 1999, p.137-195.

CARRERA, Fernanda Ariane Silva. A evolução do sentido da notícia: um estudo sobre o percurso discursivo das matérias significantes no jornalismo impresso. **Revista do Centro de Artes, Humanidades e Letras**, vol. 2 (1), 2008 – Disponível em: <<http://www.ufrb.edu.br/reconcovos/edicoes/n02/pdf/Fernanda%20Carrera.pdf>> Acesso em: 31.05.2013.

CASADO, Leticia. Banca de jornal tenta aumentar o portfólio, 2013 – Disponível em: <<http://www.valor.com.br/empresas/3171634/banca-de-jornal-tenta-aumentar-o-portfolio>> Acesso em: 01.07.2013.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6º ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAGAS, Viktor H. C. de S. Economia informal e legislação sobre bancas de jornal: urbanismo, urbanidade e disputas fraternas pelo uso do espaço público. 2011a. Rio de Janeiro: **IV Encontro de Compolítica, Universidade d Estado do Rio de Janeiro**, 13 a 15 de abril de 2011. - Disponível em: <<http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/03/Viktor-Chagas.pdf>> Acesso em: 02.06.2013.

_____. O jornalista como objeto: institucionalização histórica, economia e política das bancas de jornal. **Revista Científica A Barriguda**, v. 1, n. 3, 2011b.

_____. **EXTRA! EXTRA! Os jornalheiros e as bancas de jornal como espaço de disputas pelo controle da distribuição da imprensa e da economia política dos meios**. Rio de Janeiro: FGV, 2013. (tese)

CHAVES, Adriana. **Bancas de jornal vão vender até eletrônicos**. 2013. – Disponível em: <<http://www.dia-riosp.com.br/noticia/detalhe/48288/Bancas+de+jornal+vao+vender+ate+eletronicos>> Acesso em: 01.06.2013.

CUNHA, Miguel Pina. Ecologia Organizacional: implicações para a gestão e algumas pistas para a superação de seu caráter *anti-managemente*. **RAE**, v. 39, n. 4, out/dez 1999, p. 21-28.

CUSTÓDIO, Vanderli *et al.*. Planejamento urbano e realização da esfera pública geral nos sistemas de espaços livres de cidades médias e metrópoles brasileiras. **XIV Encontro Nacional da ANPUR**, maio de 2011. –Disponível em < <http://www.anpur.org.br/revista/rbeur/index.php/anais/article/view/2824/2761>> Acesso em: 02.06.2013.

DE MASI, Domenico. **A sociedade pós-industrial**. São Paulo: Senac, 1999.

DIMAGGIO, Paul J.; POWELL, Walter W. A gaiola de ferro revisitada: o isomorfismos institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais. **RAE**, v. 45, n. 2, abril/junho de 2005, p. 74-89.

DONALDSON, L. American anti-management theories of organization: a critique of paradigm proliferation. **Cambridge University Press**, 1995. In: CUNHA, Miguel Pina. Ecologia Organizacional: implicações para a gestão e algumas pistas para a superação de seu caráter *anti-managemente*. **RAE**, v. 39, n. 4, out/dez 1999, p. 21-28

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5º ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GODOY, Arilda Schmidt. **Estudo de caso qualitativo**. In: **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais:**

paradigmas, estratégias e métodos. 2^o ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

_____. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **RAE**, v. 35, n. 3, maio/junho 1995, p. 20-29.

GONÇALVES, Hortência de Abreu. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: Avercamp, 2005.

FREEMAN, Jonh; HANNAN, Michael T. Ecologia das populações organizacionais. **RAE**, v. 45, n. 3, jul/set 2005.

FRIEDMANN, Reinhard. **Gestión y Organización de empresas em el siglo XXI**. Santiago: RIL, 2004.

IVC. **Estudo sobre audiência de websites: Base IVC: Jan 2011-Dez 2012, 2013** - Disponível em: <http://www.ivcbrasil.org.br/conteudos/pesquisas_estudos/AudienciaWeb2012.pdf> Acesso em: 31.05.2013.

JORNAL ONLINE. **A história do jornal no Brasil**. disponível em: <<http://jornalonline.net/historia-jornal-no-brasil>> Acesso em: 31.05.2013.

LAWRENCE, P.; LORSCH, J. **Organization and environment**. Cambridge, MA: Harvard Graduate School of Business Administration, 1967.

LEE, Sheng-Hsien. A study of the form of organizations: Toward an integrative framework of population ecology and institutionalism. **International Journal of Business and Management**, v. 7 n. 10, 2012, p. 108-115. Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/1019966255?accountid=43603>> Acesso em: 20.08.2013.

MATITZ, Queila Regina Souza; BULGACOV, Sergio. O conceito desempenho em estudos organizacionais e estratégia: um modelo de análise multidimensional. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 4, 2011.

MORGAN, Gareth. **Imagens da Organização**. São Paulo: Atlas, 1996.

MOTTA, Fernando Cláudio Prestes; VASCONCELOS, Isabela Francisca Freitas Gouveia de.

Teoria Geral da Administração. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

OLIVEIRA; Verônica Macário de; MARTINS, Maria de Fatima; VASCONCELOS, Ana Cecília Feitosa. Entrevista “em Profundidade” na pesquisa qualitativa em administração: pistas teóricas e metodológicas. **XV SIMPOI - Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais**, 2012. – Disponível em: <http://www.simpoi.fgvsp.br/arquivo/2012/artigos/E2012_T00259_PCN02976.pdf> Acesso em: 04.07.2013.

PAULISTA900. **Como serão as bancas de jornal no futuro?** – Disponível em: <<http://www.paulista900.com.br/?p=8083>> Acesso em: 01.06.2013.

QUINELLO, Robson. **A Teoria Institucional Aplicada à Administração**: Entenda como o mundo invisível impacta na gestão dos negócios. São Paulo: Novatec, 2007.

ROBALO, Antonio. Ecologia das Populações organizacionais. **Revista Portuguesa de Gestão**, Lisboa, III-IV, 1995, p. 5-1. Disponível em: <<http://repositorio-iul.iscte.pt/handle/10071/1421>> Acesso em: 09/03/2013.

ROSSONI, Luciano. What is Organizational Legitimacy?. **Available at SSRN**, 2012.

SALIMATH, Manjula S; JONES, Raymond. Population ecology theory: Implications for sustainability. **Management Decision**, 49(6), 2011, p. 874-910. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1108/00251741111143595>> Acesso em: 20.07.2013.

SANTOS, Ana Clarissa. Evolução das organizações por meio das abordagens institucional, ecologia das orga-

nizações e equilíbrio pontuado. **Revista de Administração da UFSM**, v. 6, n. 1, p. 91-102, 2013.

SÃO PAULO (Município). **Lei nº 10.205 - de 04 de dezembro de 1986** – Disponível em: <<http://www.sindjorsp.org.br/legislacao/leis-e-decretos>> Acesso em: 31.05.2013.

_____. **Decreto nº 40.184, 26 de dezembro de 2000** – Disponível em: <<http://www.sindjorsp.org.br/legislacao/leis-e-decretos>> Acesso em: 31.05.2013.

_____. **Lei nº 15.895 – de 08 de novembro de 2013** – Disponível em: <<http://dobuscadireta.imprensaoficial.com.br/default.aspx?DataPublicacao=20131109&Caderno=DOC&NumeroPagina=1>> Acesso em: 13.12.2013.

SINDJORSP. **Pesquisa revela o perfil das bancas de jornal do País**, 2103. – Disponível em: <<http://www.sindjorsp.org.br/noticias/105>> Acesso em: 31.05.2013.

SHARIFIRAD, Mohammad Sadegh. Relationship between knowledge inertia and organizational learning. **International Journal of information Technology and Knowledge management**, v. 2, n. 2, p. 323-327, 2010.

SWAMINATHAN, Anand. Organizational ecology: Neither straightjacket nor big tent. **Administrative Science Quarterly**, 41(3), 1996, p. 543-543. - Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/203942807?accountid=43603>> Acesso em: 01.07.2013.

TEK, **Facebook pode lançar banca de jornais para dispositivos móveis**, 2013 – Disponível em: <http://tek.sapo.pt/tek/mobile/apps/facebook_pode_lancar_banca_de_jornais_para_di_1323739.html> Acesso em: 01.07.2013.

TOOLBOXTM. **Perfil de bancas de jornal e revistas no Brasil**, 2010. – Disponível em: <<http://www.toolboxtm.com.br/web/index.php/pesquisa/lista?page=2>> Acesso em: 31.05.2013.

TORODOVA, G.; DURISIN, B. Absorptive Capacity: valuing a reconceptualization. **Academy of Management Review**, v. 32, n. 3, p. 774-786, 2007.

URSINI, Nathalie. **SP perde uma banca ao dia; editoras lamentam**. 2012 -

Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2012/08/14/SP-perde-uma-banca-ao-dia-editoras-lamentam.html>> Acesso em: 31.05.2013.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

WEGNER, Douglas; MAEHLER, Alison Eduardo. Desempenho de empresas participantes de rede interorganizacionais: a influência do capital social e da capacidade absorptiva. **Revista Gestão e Planejamento**, Salvador, v. 13, n. 2, p. 191-211, maio/ago 2012.

YIN, Roberto K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3º ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZACCARELLI, Sérgio Batista; FISCHMANN, Adalberto Américo. Ecologia de empresas. **Revista de administração**, v. 12, n. 1, abril-julho de 1977, p. 45-60.

ZANCHETTA, Diego. **Bancas de jornal poderão virar minimercados**. 2013. – Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,bancas-de-jornal-poderao- virar-minimercados-1016700,0.htm>> Acesso em: 31.05.2013.

ZUFFO, João Antonio. **A sociedade e a economia no novo milênio: os Empregos e as empresas no turbulento alvorecer do século XXI, livro I: a tecnologia e a infossociedade**. Barueri: Manole, 2003.