

Responsabilidade Social: as Instituições de Ensino Superior têm Influenciado os Universitários na Participação Direta em Ações Sociais?

Laís da Silva
liliansantos1991@gmail.com
UNINOVE

Letícia da Silva Assunção
leticiasilvarc@gmail.com
UNINOVE

Lilian Santos
liliansantos1991@gmail.com
UNINOVE

Rosiane da Silva Costa
liliansantos1991@gmail.com
UNINOVE

Carlos Alberto Chagas Teixeira
cacteixeira@hotmail.com
UNINOVE

Resumo: A Inclusão social é um dos grandes obstáculos e até mesmo um grande desafio à sociedade em geral. Por essa razão o acúmulo de desigualdade social é fator que vem ganhando grande atenção nos últimos anos. Pode-se entender que o termo ação vem sendo um ponto questionado por todos destinando-se a população que tem acesso reduzido aos bens, (sejam eles culturais, educacionais, materiais etc...). O objetivo da inclusão social é possibilitar que cada indivíduo tenha a oportunidade de adquirir conhecimentos e seus valores, ampliando suas oportunidades no mercado de trabalho. Diante dessas circunstâncias, foi aberta uma questão aos universitários sobre suas opiniões a respeito da contribuição das universidades para a redução desigualdade social. Foi constatado que a maioria dos estudantes possui a mesma linha de pensamento. Um dos pontos que ganharam ênfase foi o oferecimento de palestras e eventos abertos baseados na educação por parte das universidades, com intuito de esclarecer as informações sobre a inclusão de jovens em caminhos que os levam a terem um foco profissional, sem abrir mão da qualidade desse ensino. Outro destaque foi a prestação de serviços pelos próprios universitários, como talvez um incentivo as horas complementares que beneficiam ambas as partes simultaneamente. Também chamou atenção a facilidade que adquirir bolsa de estudos oriunda de universitários renomadas devido o grau de qualidade nos cursos oferecidos. A pesquisa foi realizada em universidades distintas, com o intuito de conhecer o grau de participação das instituições no trabalho de

conscientização dos jovens a participar de modo efetivo nas ações sociais. Foi utilizado o método quantitativo, e os dados analisados foram convertidos em gráficos para melhor demonstrar o contraste das informações coletadas.

Palavras Chave: Resp social - Jovem - Universitário - ações sociais - conscientização

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa aborda a participação das Universidades em influenciar seus alunos na colaboração efetiva em projetos sociais de quaisquer gêneros. Diante da real situação de desigualdade social que se encontra a população, é fundamental que haja uma conscientização por parte dos jovens a respeito da necessidade de mudança do quadro atual encontrado. Contudo, um cenário paralelo a este é o da era da informação, onde tudo ocorre muito rapidamente e há muita competitividade no mercado. Aquele que precisa ingressar neste ambiente tem pressa, o tempo é escasso para demonstrar suas competências técnicas, vivências e habilidades que fazem com que este se destaque entre os demais.

Neste contexto, dificilmente os universitários desenvolvem iniciativa própria de agirem no combate a tantos problemas sociais ao seu redor. Havendo a influência das instituições de ensino superior no propósito de conscientização da urgência por parte das classes carentes em receber auxílio. Desta forma, ocorrerão mais eventos com foco nestes pontos de estrangulamento, acarretando em melhorias no estado econômico e social atual.

Compreende-se que o acesso às informações por todos diminuirá a desigualdade, considerando que o desequilíbrio social sempre irá existir pela devida condição real do país, pois o governo não supre as necessidades básicas da população. Partindo deste princípio, é possível ter em mente que "conhecimento é a chave da oportunidade".

Para estudar esta questão, será elaborada uma pesquisa que abrangerá a participação das universidades na conscientização dos jovens em desenvolver atividades com foco social. A pesquisa também engloba conceitos de responsabilidade social, terceiro setor e jovem universitário.

1 - DELIMITAÇÃO DO TEMA

A contribuição das Instituições de Ensino Superior na conscientização dos universitários em participar diretamente de ações sociais.

2 - JUSTIFICATIVA

O tema justifica-se pela relevância do assunto para a sociedade, principalmente pela participação das universidades em incentivar os universitários a fazerem a diferença sendo solidários. A conscientização e participação desses jovens em atividades que podem contribuir para o desenvolvimento da sociedade são de extrema importância, principalmente para as classes menos favorecidas, que vivem na extrema pobreza.

As universidades possuem poder de influência sobre os estudantes em vários assuntos. Fazer valer esse “poder” incentivando-os a intervir como um cidadão que denuncia o estado de desigualdade social pode trazer bons resultados em vários aspectos, principalmente na melhoria de vida dessas pessoas que estão à margem da sociedade.

3 - PROBLEMA DE PESQUISA

Nos dias de hoje a sociedade vive a chamada era da informação, onde tudo acontece e se espalha muito rapidamente, as pessoas correm cada vez mais, se comunicam cada vez menos fisicamente, com isto o contato entre as pessoas ocorrem muito mais por meios digitais visando sempre economizar tempo. Além desta correria, há também o mercado que busca cada vez mais profissionais completos e antenados com tudo que acontece no mundo.

Como isto as cobranças aumentam e as pessoas correm atrás de espaço, a fim de apresentar suas competências em meio a um ambiente muito competitivo. Todos estes fatores acabam prendendo as pessoas em seus próprios interesses, de modo a não enxergar mais as necessidades sociedade em que vivem.

Em meio a este cenário o que tem sido feito para que os jovens repensem suas atitudes a pergunta problema desta pesquisa é se as Instituições de Ensino Superior têm influenciado os universitários na participação direta em ações sociais?

4 - OBJETIVOS

O intuito deste trabalho é analisar o grau de participação das universidades na formação dos futuros profissionais no desenvolvimento da responsabilidade social, analisando como é feito e mostrar a disposição dos universitários no desenvolvimento dessa função.

4.1 – OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analisar o perfil dos estudantes que integram os movimentos voltados a responsabilidade social.
- Explorar se há uma participação mais efetiva das universidades, principalmente na realização de campanhas sociais.

5 - METODOLOGIA DE PESQUISA

A metodologia será aplicada neste trabalho à técnica qualitativa. Segundo Severino (2007), a pesquisa qualitativa é o método de conhecimento científico, denominado positivista, adequou-se a apreensão e ao manejo do mundo físico, tornando-se assim paradigmáticos para a constituição das ciências inclusive daquelas que pretendiam conhecer também o mundo humano.

O projeto será efetuado em duas fases distintas, sendo a primeira fase, uma pesquisa exploratória e descritiva com dados secundários que se entende como: livros, artigos científicos, teses e dissertações. Para Gil (2009), as pesquisas descritivas são, juntamente com as exploratórias, as que habitualmente realizam os pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática. E a segunda fase será realizada com dados primários a ser explorado em uma pesquisa de campo com as pessoas envolvidas diretamente com o fato abordado através de um questionário semiestruturado voltado a qualificar as informações de forma clara e objetiva.

6- REFERENCIAL TEÓRICO

6.1 – RESPONSABILIDADE SOCIAL

Existem muitos conceitos e ideias a respeito de ‘responsabilidade social’. Ética, sustentabilidade, ações voluntárias, entre outros. Este termo tem ganhado cada vez mais repercussão, ao longo dos anos.

.A assistência, no seu sentido mais lato, significa auxílio, socorro. Onde quer que haja uma necessidade que o interessado não pode resolver por si e não consiga pagar com dinheiro, a assistência tem o seu lugar. Assistência aos famintos, a sedentos, nus, desabrigados, doentes, tristes, ativos, transviados, impacientes, desesperados, mal aconselhados, pobres de pão ou pobres de consolação, tudo é assistência, auxílio, socorro.” (Correia, 1999:13).

Carroll (1999) propõe a ideia de que o conceito de responsabilidade social permanece o mesmo no decorrer do tempo. O que apresentou diferentes aspectos foram as abordagens a respeito do assunto, e a percepção da sociedade e das organizações sobre esta prática.

Há quem discorde das ações tomadas em prol da sociedade por parte das organizações. Friedman (1970) destaca os executivos que possuem interesses sociais como funcionários públicos, que trabalham para a sociedade agindo de acordo com interesses políticos.

“Ultimamente do ponto de vista específico tem obtido cada vez mais aceitação – o de que os altos funcionários das grandes empresas e os líderes trabalhistas têm uma responsabilidade social além dos serviços que devem prestar aos interesses de seus acionistas ou de seus membros. Este ponto de vista mostra uma concepção fundamentalmente errada do caráter e da natureza de uma economia livre. Em tal economia só há uma responsabilidade social do capital – usar seus recursos e dedicar-se à atividades destinadas a aumentar seus lucros até onde permaneça dentro das regras do jogo, o que significa participar de uma competição livre e aberta, sem enganos ou fraude”. Friedman (1985, p. 23)

Do ponto de vista filosófico, Hessen originalmente publicada (1937), coloca a responsabilidade social como uma questão de valores humanos e caráter. As decisões são tomadas de acordo com a condição moral e espiritual.

Segundo Rescher (1969), possui uma abordagem filosófica mais moderna, considera os valores humanos como um fenômeno mental, que relaciona a visão que cada indivíduo possui sobre o que é bom para si, e para as pessoas ou seu redor.

Já para Davis (1973), essa era uma concepção clássica, que foi abrindo espaço para uma visão mais ampla de que as organizações devem se preocupar e contribuir para o desenvolvimento da sociedade, não com objetivos situados na obtenção de lucro, mas com o dever de intervir diretamente em questões de ordem social, minimizando assim os possíveis prejuízos que sua atividade tenha levado ao bem-estar coletivo.

6.2 – TERCEIRO SETOR

Em função da extensão da globalização, nos deparamos nos dias de hoje, com o crescimento das desigualdades sociais, que por sua vez cria riquezas, frisando o a pobreza dos excluídos do processo. Por outro lado, o Estado, supostamente o principal causador desses males, tem sido ineficaz como produtor de maior justiça social. (CANTON, 2002, p. 2). De acordo com Thompson (2005), o problema abordado por esse artigo, é em torno da discussão sobre a identidade do “terceiro setor”. A definição mais simples gira em torno de todas as instituições financeiras sem fins lucrativos, que no âmbito privado, procuram perseguir propósitos de interesse público (THOMPSON, 2005, p. 42).

Para (Fernandes 2005), terceiro setor é o conceito de expressão de linguagem entre outras. Existe um âmbito de discurso e na mídia em que as pessoas reconhecem o seu sentido num texto ou na conversação. Essa expressão é pouco usada no Brasil.

“Foi traduzida do inglês (Third Sector) e faz parte do vocabulário sociológico corrente nos Estados Unidos. No Brasil, começa a ser usada com naturalidade por alguns círculos ainda restritos, como o GIFE”.
(FERNANDES, 2005, p. 26).

Segundo (Arango 2002), o principal objetivo das entidades terceiro setor, vai muito além da caridade. Trata-se fomentar a participação voluntária e organizada dos cidadãos. A democracia é um processo de realização, ou pode-se dizer de distribuição igualitária do bem social. Ou melhor, dizendo, a institucionalização da participação da igualdade social no processo de decisão sobre a sua cidade, ou sobre o seu país.

“Cidadãos iguais, sem distinção de sexo, riqueza, raça ou religião, decidem em conjunto o presente e o futuro de suas cidades, de suas nações.

Que faz parte deste processo decisório? Todos, as fundações também”.
(Arango, 2002, p. 33).

6.2.1 – AÇÕES SOCIAIS

O movimento social no Brasil deu início nos anos 80, onde só se falava sobre movimentos sociais, em encontros, colóquio acadêmico e seminários, era bem claro que esse fenômeno estava se tratando. (Gohn, 2003, p. 33).

De acordo com (Razeto 1993), o movimento chamado: Ação Social dos anos 80 transformou as ações solidárias em alternativas, onde parte das necessidades fosse enfrentada em coletividade não apenas demandadas. Os mandatários eram também os executores da implantação e na gestão serviço reivindicando. Esse fator mudou radicalmente o paradigma da ação social coletiva.

Em complemento, Gohn (2003) destaca ainda os movimentos sociais populares urbanos, onde particularmente aqueles que se vinculam a prática da igreja católica, articulação entre a teologia da libertação. Essa denominação busca contrapor os novos movimentos sociais aos velhos, expressos no modelo clássico da associação de moradores ou das sociedades amigos de bairro.

Para os autores estrangeiros Melucci (1994) e Arato (1994) enfatizam a importância dos movimentos sociais nos dias de hoje, que não estão fazendo análise da conjuntura política de qualquer país, mas sim analisando a forma de desenvolvimento social. Os autores afirmam que os movimentos é a luz que faltava para a solução dos problemas, não apenas por que ao vivenciaram essa situação, mas sim por que apresentam modos alternativos de solução, por que este até seria um caso específico para as ações populares do terceiro mundo, dentre elas, as campanhas sociais.

6.2.2 – COMPANHAS SOCIAIS

Segundo Andreasen (1995), marketing social é definido em duas partes: Pela sua meta e pelo método que ele adota para alcançar essa meta. Andreasen diz que:

(A) “O marketing social é a aplicação das tecnologias de marketing comercial à análise, planejamento, execução e avaliação de propagandas projetados para influenciar o comportamento voluntário de públicos alvos. (B) com intuito de melhorar sem bem estar pessoal e o da sociedade. (Andreasen, 1995, pp. 108).

Laczniak e Murphy (1993), afirmam que o marketing social é importante, para lembrar que a várias questões éticas relativas à manipulação, desperdício, intromissão e justiça.

Na definição de Andreasen (2002), a meta do marketing social, solucionar certos problemas sociais. A campanha social é identificada pela finalidade não comercial que ele busca alcançar.

Para alcançar bons resultados em campanhas sociais, a abordagem deve ser inovadora e persuasiva, que possa atrair diversos públicos, inclusive os jovens.

6.3 – JOVEM

O ser humano passa por inúmeras transformações durante a sua vida, talvez a pior fase seja a de ser jovem e encarar os desafios que a vida lhe planeja.

Rápidas transformações que nos últimos tempos abateram sobre a sociedade faz o jovem ter a capacidade de tomar rápidas decisões em relação ao seu presente visando o futuro, pois é certo concluímos que estamos todos condenados a viver com mudanças contínuas.

Para Peralva (2007), desde o século XIX, na era industrial, o jovem passa a se tornar parte de uma transformação da civilização quando a educação nomeia - se a um grande peso na sua passagem no ciclo da vida, a partir de então a escola (como meio de educação) torna-se definitivamente e mundialmente e importantíssimo na vida humana.

Nesse mesmo sentido, Cardoso (1995) acredita que há uma sequência temporal na triagem juvenil, sendo possível marcar o início da juventude quando a pessoa dá sinais de necessidades de menos proteção da família e começa a assumir responsabilidade e querer ter a sua liberdade, passando a pertencer ao processo de constituição de sujeito que se acaba influenciando no meio social.

Diante a esse cenário onde o jovem incorpora se um personagem desafiador. Ele percebe que o seu futuro associa-se a grupos que se refugiam na busca de status e nisso ele precisa conseguir de alguma forma encarar essa realidade onde a única escolha é de seu futuro na vida universitária.

6.3.1 – JOVEM UNIVEERSITÁRIOS

Segundo Lopes (2007), a ideia de que os jovens terem que passar no período de transição de condições de estudantes e ao mesmo tempo profissional deve ser investigado como um grupo distinto dos demais, devendo identificar se a particularidade de sua inserção no mercado de trabalho e os obstáculos que vivenciam para se manter nesse conceito.

Já Gomes (1999), considera que os jovens que se ingressam na universidade precisam desta mudança, pois além de fazer parte de seu mundo onde passar por mudanças contínuas é de grande importância, eles não se sentem excluídos dessa sociedade que querem o melhor de si.

Segundo Imberón (2000), há necessidades de um projeto humanista na sociedade, pois as desigualdades ressaltantes da competitividade econômica se resultam numa grande ameaça para a geração Y.

Este cenário exige um novo jovem que tem por dever exibir como triunfo vários diferenciais. Devido a essa necessidade, os jovens ingressam no ensino superior, mesmo demonstrando incertezas ou até mesmo imaturidade em relação a que carreira que irão iniciar a partir da entrada na universidade.

6.4 - UNIVERSIDADES

Do latim *universitas*, a universidade é uma instituição de ensino superior que engloba vários graus acadêmicos. Estas instituições podem incluir, para além das faculdades, diversos departamentos, ordens, centros de investigação e outras entidades, como diz Minogue (1977).

Suas características dependem de cada país e do período histórico em questão. Segundo os historiadores, a universidade mais antiga é a Escola Superior que se criou na China durante o período Yu (2257 a.C. até 2208 a.C.). As mais parecidas com as universidades atuais eram as escolas persas de Edessa e Nísibis, desenvolvidas entre o século IV e finais do século.

A noção de universidade moderna está associada ao pensamento empírico e às descobertas científicas que vieram na sequência da revolução industrial iniciada no século XVIII. Para Lyothard (1985), a função primordial da universidade moderna foi à elaboração de metarrelatos legitimadores da relação entre a ciência, à nação e o Estado. Já Readings, diz que:

“A universidade moderna ocupou um lugar central na formação de sujeitos para o Estado-nação, bem como na produção da ideologia que manipulava a questão de seu pertencimento ao Estado-nação (cultura). Ora, uma vez que a noção de cultura não é mais o centro organizador da universidade, mesmo em virtude das modificações sofridas pelo Estado-nação, o modelo humboldiano precisa ser revisto (...). Tal revisão tem sido realizada, sobretudo através da noção de excelência; na verdade, uma forma de otimizar a produção do saber a partir de uma equivalência acrítica entre universidade e mercado”. (ROCHA, 1997).

O desenvolvimento da internet leva-nos a pensar numa evolução das universidades, uma vez que a educação presencial nas aulas físicas pode ser complementada, inclusive substituída pelas aulas à distância e aulas através de vídeo conferências, com o aumento da tecnologia as universidades têm condições para se digitalizarem reduzindo as limitações físicas para o acesso à formação universitária. Conforme Kerr (1964), a ciência estava começando a tomar o lugar da filosofia moral, e a pesquisa, o lugar do ensino.

De acordo com Melo (2002), uma organização formal e complexa, com alunos cada vez mais exigentes, com profissionais altamente capacitados, com tecnologia variada, mas sem perder a responsabilidade social, sendo cada vez mais importante na vida dos seres humanos por sua fonte inesgotável de ensino. Uma das universidades que abrangem todas essas características é a Universidade Nove de Julho.

6.4.1 – HISTORIA DA UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Há mais de 50 anos o casal de professores Storópoli e Lydia Storópoli fundou a escola de datilografia Anchieta localizada na vila Maria, que serviu como base para que posteriormente fosse criado o Centro Universitário Nove de Julho, sendo em 2008 credenciado pelo Ministério da Educação (MEC) como Universidade Nove de Julho, que nos dias de hoje é uma das melhores instituições de ensino do Brasil e uma das maiores no estado de São Paulo. Atualmente administrada pelo filho do casal Prof. Eduardo Storópoli.

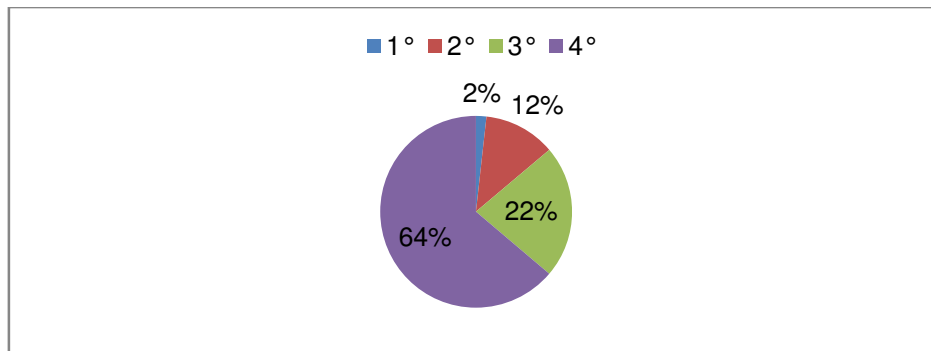
A instituição oferece as estudantes mais de 170 graduações, cursos de extensões, tecnólogos, pós-graduação, mestrados, doutorados, MBA, colégio Uninove, ensino a distância entre outros. Investindo também no incentivo a área de pesquisa acadêmica no momento com 79 grupos de pesquisas formado por professores e alunos certificados pelo Conselho Nacional de Pesquisa e Tecnologia (CNPq), alcançando destaque no meio educacional, incentivando em diversos projetos e ações sociais, que beneficiam inúmeras instituições, entidades sem fins lucrativos e ONGs e ganhando reconhecimento na área de responsabilidade social.

Possui mais de 100 mil alunos, corpo docente formado por elevado número de mestres e doutores, todos altamente conceituados em suas áreas de atuação e ensino. Composto por quatro campus, sendo eles Vila Maria, Memorial, Vergueiro e Santo Amaro, todos localizados em pontos de fácil acesso, pensando sempre na comodidade de seus alunos e colaboradores, tendo também parceria com instituição nas cidades de Bauru, Botucatu, São Manuel e São Roque.

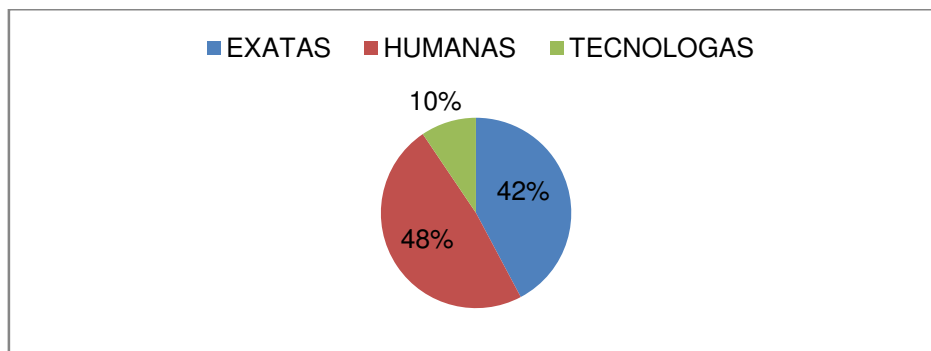
7 – APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

A pesquisa foi elaborada no mês de abril, entre as datas 07 e 10 em cursos aleatórios, tendo como base 119 entrevistados.

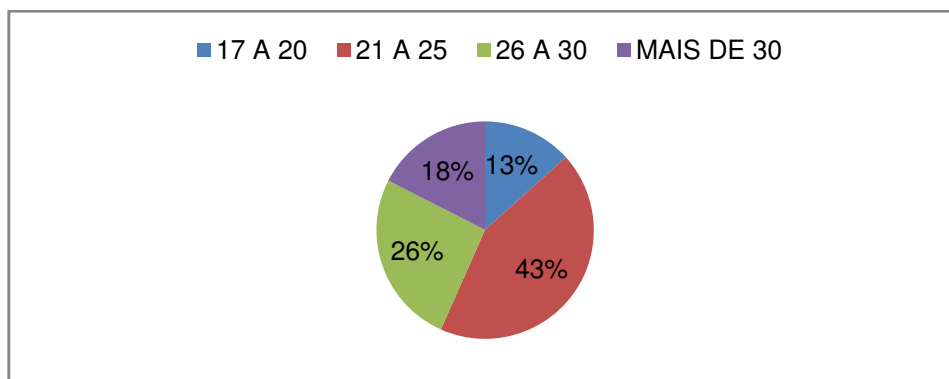
1 – ANO DO CURSO:



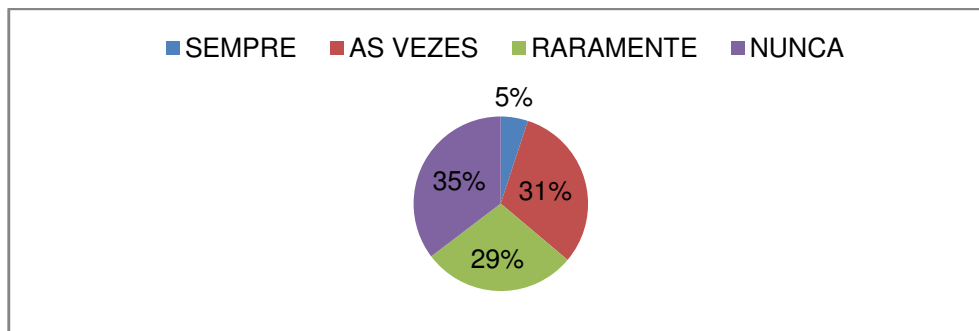
2 – ÁREA DE GRADUAÇÃO:



3 - IDADE:

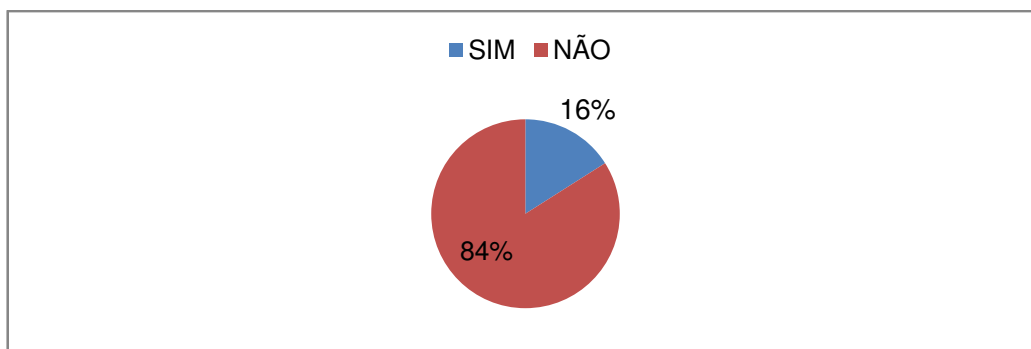


4 – DURANTE O PERÍODO DO CURSO, FORAM INFORMADOS DE ALGUMA AÇÃO SOCIAL REALIZADA PELOS ALUNOS DA UNIVERSIDADE?



De acordo com os dados levantados, 35% dos alunos nunca foram informados de ações sociais realizadas pela universidade que estuda; 29% raramente foram informados; 31% dos alunos tiveram conhecimento às vezes e, por fim, 5% sempre tiveram conhecimento das ações sociais realizadas pela instituição.

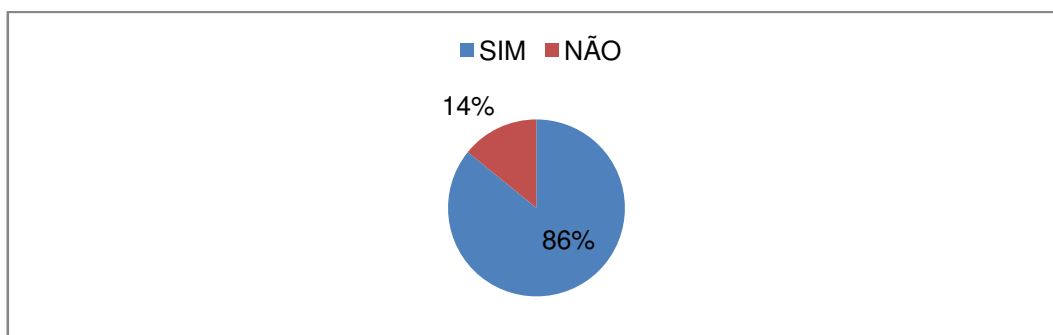
5 - PARTICIPARAM DE AÇÕES SOCIAIS PROMOVIDA PELA INSTITUIÇÃO?



Conforme analisado no gráfico acima, a maioria dos entrevistados (84%) nunca participou de nenhuma ação social promovida pela universidade que estuda.

Todavia, 16% dos alunos já participaram de ações promovidas pelas instituições.

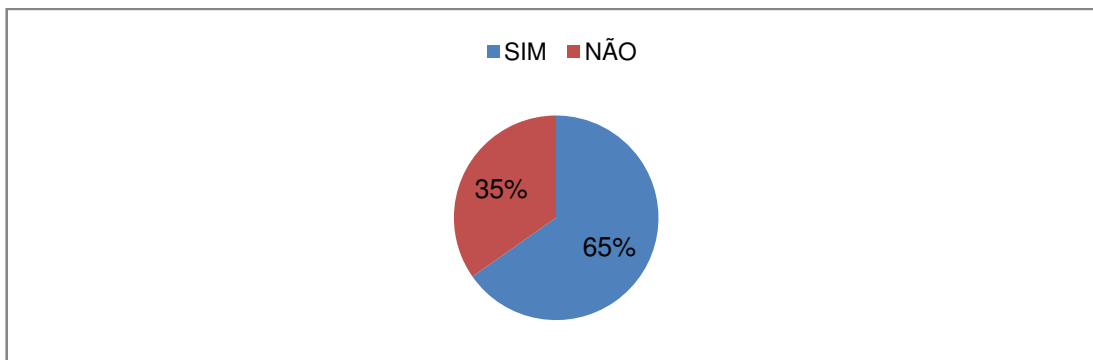
6 – REALIZ AÇÃO SOCIAIS GERA MELHORIAS NA SOCIEDADE ?



De acordo com o gráfico, a maioria (86%) acreditam que realizar práticas sociais resultará em grandes melhorias, sejam elas para suas vidas pessoais, acadêmicas e profissionais.

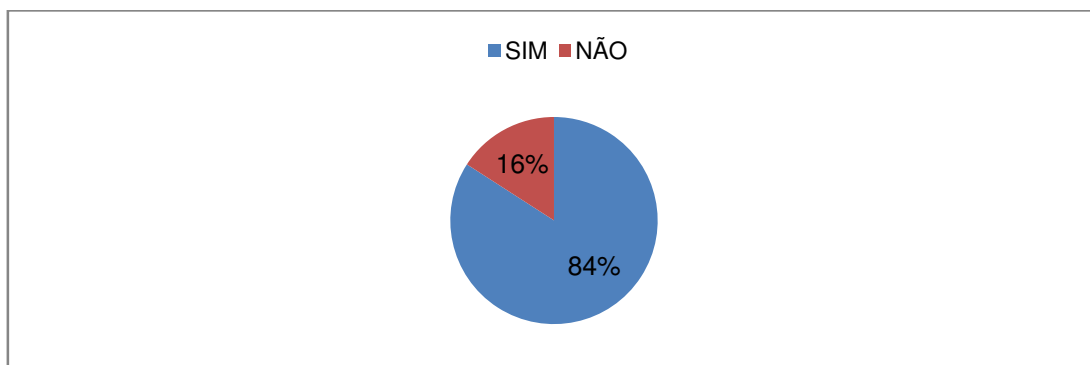
Porém a minoria (14%) discordam que essas ações possam trazer melhorias para a sociedade.

7 – OS UNIVERSITÁRIOS TÊM COMO DEVER PARTICIPAR DE AÇÕES SOCIAIS?



Dos universitários entrevistados, 65% concordam que é um dever participar de ações sociais. Paralelamente, 35% desses jovens não enxergam isto como um dever.

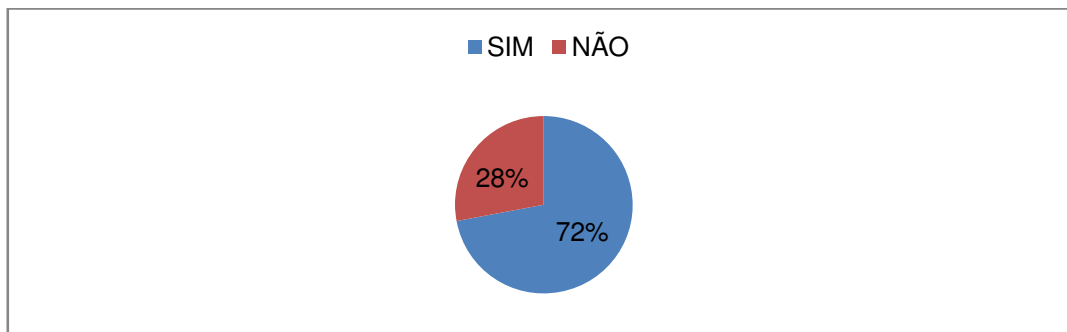
8 - FUTURAMENTE, TERÃO PARTICIPAÇÕES EM AÇÕES SOCIAIS ?



Dos alunos entrevistados, 84% pretendem participar de ações sociais futuramente.

A outra parte, representada por 16% não possui intenção de participar de ações sociais.

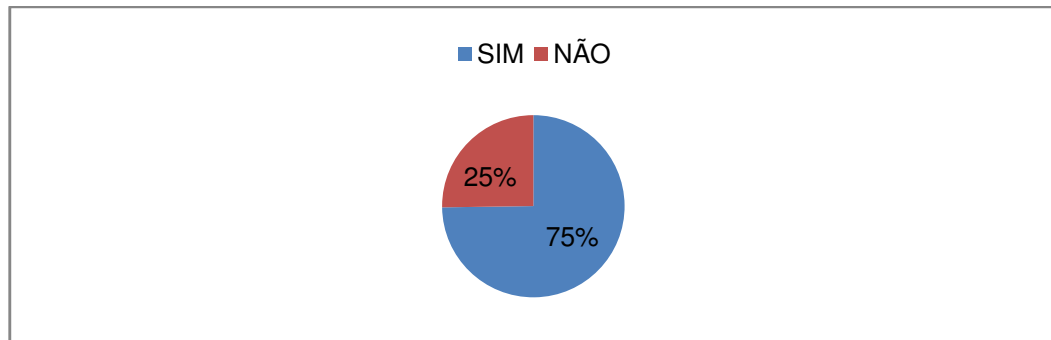
9 - A PARTICIPAÇÃO DOS UNIVERSITÁRIOS EM AÇÕES SOCIAIS AGREGOU VALORES EM SEU DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL?



Com base na pesquisa realizada, 72% dos universitários consideram a participação em ações sociais um aspecto de extrema importância no desenvolvimento profissional. Os universitários acreditam que ao participarem de ações sociais, haverá um crescimento pessoal e profissional, onde aprenderão a lidar com as adversidades do dia-a-dia ajudando ao próximo. Visando a área profissional, pessoas engajadas em atividades sociais costumam ser mais participativas, compreensíveis e convivem melhor com as pessoas, facilitando o trabalho em equipe.

Entretanto, 28% dos entrevistados não concordam que sua participação em ações sociais possa trazer benefícios para a carreira profissional.

10 – AS UNIVERSIDADES PODERIAM CONTRIBUIR COM A REDUÇÃO DA DESIGUALDADE SOCIAL? E DE QUAL FORMA?



O gráfico acima demonstra que 75% dos alunos acreditam que as universidades podem contribuir com a redução da desigualdade social. Dentre as maneiras de cooperação apresentadas, destacam-se o oferecimento de palestras e eventos abertos, com a finalidade de esclarecer as dúvidas sobre a inclusão dos jovens em caminhos que os levam a um foco profissional. Também foram citados programas de inserção de classes menos favorecidas no ensino superior.

Por outro lado, 25% dos respondentes não acreditam que as universidades possam contribuir com a redução da desigualdade.

8 - CONCLUSÃO

Neste trabalho foi abordado o tema responsabilidade social, do qual vem sendo um ponto a ser questionado por todos na sociedade, e destinado então a população que tem acesso reduzido aos bens (sejam materiais, educacionais, culturais, etc.). Sendo então o seu objetivo possibilitar que cada indivíduo tenha a oportunidade de adquirir conhecimentos e agregando seus valores, ampliando assim suas oportunidades como um todo, principalmente no mercado de trabalho.

Foi notado que a sociedade vive hoje uma desigualdade sem limite, sendo esse então o problema que afeta principalmente aqueles que vêm fazendo parte da camada social de baixa renda. Contudo, a melhor forma apontada para equilibrar este cenário provém do investimento a educação.

Neste contexto acredita-se que os jovens são os principais responsáveis para a mudança desta situação, pois vivem cercados de mudanças contínuas e expostos às pressões da sociedade. Diante disso, o jovem define-se desafiador de suas próprias ações, vendo-se obrigado a entrar em um mundo onde, de alguma forma lhe trará benefícios, sejam pessoais ou profissionais.

Em complemento, Gomes (1999), acredita que os jovens precisam dessas mudanças para que eles não se sintam excluídos da sociedade, e Lopes (2007) acrescenta ainda que os jovens precisam se identificar a algum grupo que o melhor o defina.

Dentro desse contexto, as universidades têm a importante responsabilidade de desenvolver o jovem profissionalmente, através de informações que agregam no seu conhecimento intelectual, para que assim eles possam saber lidar com suas dificuldades e frustrações.

Dessa mesma forma, é de suma importância que a mesma passa informações sobre ações solidárias, com intuito de conscientizar os universitários que essas práticas além de fazerem bem para sua vida social, trazem melhoria para o mundo que os cercam. Mas conforme analisado dentro dessa pesquisa apresentada, a maioria das universidades não contribui com esse tipo de atividade, pois no ponto de vista dos jovens entrevistados, acarreta prejuízo indiretamente, ou seja, conforme o pensamento de Fridman (1970) “quem pratica interesse social, tendem a terem interesse visando lucro, ou algo em troca (monetariamente), obtidos com essas práticas.”

Mas há quem acreditem também que essas práticas oriundas de universidades precisam ser tratadas com mais atenção. Conforme Davis (1973), devemos ter em mente que trabalhar com ações sociais trará resultados em prol da sociedade, mas não associando com a obtenção de lucros, com participação voluntária, de forma pacífica, conforme pensamentos de Melucci e Arato (1994).

Portanto, foi concluído através da pesquisa que de um modo geral as universidades na teoria apenas apóiam, mas na prática não influenciam, pois o seu conceito é apenas passar uma imagem de ética e cidadania, ou seja, quando há algum tipo de incentivo, sempre há algo em troca. E isso é notado pelos próprios alunos como um ponto negativo da própria

instituição, que não enxerga a real necessidade da sociedade pensando somente no bem estar como uma empresa.

9 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho foi desenvolvido com a finalidade de demonstrar de forma coerente três assuntos amplos, porém que se interligam, demonstrando a importância que ambos representam.

No princípio foram encontradas algumas dificuldades para desenvolver uma pesquisa adequada, que apresentasse de forma clara e coerente todos os aspectos que deveriam conter no trabalho. Houve alguns desencontros de idéias, que ao longo do processo foram discutidos e acertados. Pode-se perceber que cada integrante cresceu com o desenvolver da pesquisa, se envolvendo e doando o melhor de si para que o trabalho fosse apresentado.

Desta forma, a conclusão da pesquisa proporcionou uma melhor compreensão no assunto, além de observar o crescimento de cada um como pessoa. Foi possível compreender a importância de trabalhar em equipe e respeitar os ritmos e idéias, admitindo erros e reconhecendo o melhor de cada um.

REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

- ANDREASEN, Alan R. **Ética e Marketing Social**, 1ª ed., 2002; pp. 59-61
- ANDREASEN, Alan R., **Marketing Social Change: San Francisco: Jossey – Bass**. 1995; pp. 108
- ARANGO, Manuel, **Philantropy in Mexico – Harvard Review of Lantin America**. 2002; pp. 33-36
- ARATO, Andrew, **Uma Reconstrução da Teoria Hegeliana de Sociedade Civil In: Cambridge, The Mitt Pree**. 1992
- CANTON, Antonia M. **Eventos – Ferramenta de Sustentação para as Organizações do Terceiro Setor**. 1. ed. São Paulo: Roca, 2002; pp. 02-04
- CARDOSO, R.C.L; Sampaio , H.M. S - **Bibliografia sobre a Juventude** – São Paulo – Editora da Universidade de São Paulo – 1995
- GOHN, Maria G. **Os Sem – Terra, Ongs e Cidadania**. 3ª ed., 2003; pp. 26-25
- GOMES, Cândido Alberto - **Afinal, Filosofia para quê? –Revista acadêmica** - Jul/ Dez 2009
- HESSEN, J. F., **Filosofia dos Valores** Trad. L. Cabral de Moncada Coimbra
- IBERÓN, Francisco – **A Educação no século XXI - Os desafios do futuro imediato** - Tradução: Emani Rosa – 2º Edição – Porto Alegre – Artes Médicas Sul – 2000
- KOTLER, Philip & ZALTMAN, Gerald. **Social Marketing: An Approach to Planned Social Change - Journal of Marketing**, 1971, pp. 3-33
- LACZNIAK, Gene R. & MURPHY, Patrick., **Ethical Marketing Decisions: The Higher Road. Upper Saddle Rive: Prentice Hall**. 1993; pp. 245-247
- MELO, Simone Lopes B. & Oliveira, Livia – **A transição de Universidade ao Mercado de trabalho na ótica Jovem** – 2007
- MELUCCI, Alberto, **Sistema Politico, Partiti e Movimenti Sociali**. 1976
- IOSCHPE, Evelyn B. **3º Setor – Desenvolvimento Social Sustentável**. 3ª ed., 2005.; pp. 26-48
- PERALVA , Angelina Teixeira & SPÓSITO, Marília Pontes - **Juventude e Contemporaneidade íColeção Educação para Todos** – Brasília: UNESCO, MEC, ANPED, 2007 – 284 p. – 2007
- RAZETO, Luiz. **Economia de Solidariedade e Organização Popular In: Educação Comunitária e Economia Popular**. 1993; pp. 36-38
- RESCHER, N., **Introduction to Value Theory**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice – Hall, 1969

Sites

Repositorio.unb.br

http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/9420/1/CAPITULO_UniversidadeEmQuestao.pdf

<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/83012/TRABAJOGIRARDI2.pdf?sequence=1>

<http://conceito.de/universidade>

Uninove.br

<http://www.uninove.br/Paginas/aUninove/Sobre.aspx>