



acti-
onfor
age

CAPITAL
SOCIAL

O que significa capital social e como é criado

Muito se tem escrito sobre o desaparecimento dos laços sociais sólidos que caracterizavam as comunidades do passado, onde o apoio mútuo e redes de dependência estavam na base daquilo que agora reconhecemos como comunidades ricas em capital social: ou seja, o valor gerado pela coesão social e o investimento pessoal na vida comunitária. Quer esta referência nos remeta para um cenário quase mítico, ou para uma realidade concreta (ainda que limitada a algumas áreas urbanas habitadas por famílias de rendimentos modestos ou comunidades rurais), não deixa de ser importante aferir de que forma laços e vínculos potenciais ou latentes podem ser evidenciados para forjar redes sociais que contribuam, na actualidade, para comunidades unidas e solidárias.

Sites como Facebook e MySpace, que de um dia para o outro tornaram possível aos seus utilizadores manter amizades e outro tipo de relações online, criaram vias de acesso a outras pessoas, desconhecidas ou exteriores à rede existente, permitindo-lhes juntar-se ou estabelecer ligações com base numa actividade ou interesse partilhado.

Com isto em mente, há que olhar para como a sociedade se organiza – o mundo online tende a replicar esta estrutura; numa leitura básica, as comunidades compreendem grupos de indivíduos e organizações ligadas entre si por laços de valor e peso significativos, ainda que de força e intensidade variáveis. Estes elementos constituintes de uma comunidade podem tomar várias formas: igrejas, bibliotecas, correios e centros comunitários são exemplos de organizações de carácter oficial ou instituído. Por outro lado, as relações ou laços de proximidade estabelecidos entre indivíduos advêm de círculos de convívio ou amizade, vizinhos e serviços públicos (como por exemplo os carteiros ou funcionários autárquicos), entre outras esferas.

Laços altamente significativos como estes – capital social – no espaço físico (por oposição ao espaço digital) são decisivos para a construção de comunidades fortes e produtivas, constituindo um ponto de partida sólido para uma abordagem a este brief.

A construção de capital social comunitário é uma ideia que tem vindo a ganhar projecção no plano político e institucional, sendo-lhe reconhecido o potencial para contribuir positivamente para este desafio: como estabelecer conexões sociais com vista a construir uma rede que sustente relações intergeracionais fortes e sustentáveis.

O sucesso das estratégias intergeracionais passa também por encontrar interesses comuns que respondam às necessidades e expectativas de várias gerações.

Mais do que salientar as características típicas da população idosa, importa procurar as pontes culturais que unem as pessoas. Muitas escolhas e preferências têm uma natureza intergeracional: o apoio a clubes de futebol, as actividades balneares, a gastronomia, a participação em eventos no espaço público, a comemoração de festas populares como o Santo António, a Passagem de Ano ou o Carnaval são apenas alguns exemplos.

A adaptação de serviços ou produtos que tradicionalmente são dirigidos a faixas estreitas da população, como a ocupação de tempos livres dos centros de dia, em novos serviços intergeracionais, leva necessariamente a uma transformação profunda dos mesmos. O denominador comum destes novos serviços já não pode ser a necessidade específica de uma determinada geração mas sim um valor cultural abrangente.

O desenvolvimento de actividades culturais apropriadas por toda a comunidade não procura responder directamente às necessidades de integração da população idosa, contudo pode ser em alguns contextos o seu principal agente.