

ESTUDOS  
*Sociedade e Agricultura*

Estudos Sociedade e Agricultura  
ISSN: 1413-0580  
estudoscpda@gmail.com  
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Brasil

Junqueira, Antonio Hélio; do Amaral Moretti, Sérgio Luiz  
*Comunidade que Sustenta a Agricultura (CSA): tecnologia social de venda direta de alimentos e de revalorização das identidades alimentares territoriais*  
Estudos Sociedade e Agricultura, vol. 26, núm. 3, 2018, Outubro-, pp. 517-538  
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Brasil

DOI: <https://doi.org/10.36920/esa-v26n3-2>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=599963785002>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais informações do artigo
- ▶ Site da revista em [redalyc.org](http://redalyc.org)

redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc  
Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal  
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa  
acesso aberto

Antonio Hélio Junqueira<sup>1</sup>  
Sérgio Luiz do Amaral Moretti<sup>2</sup>

## *Comunidade que Sustenta a Agricultura (CSA): tecnologia social de venda direta de alimentos e de revalorização das identidades alimentares territoriais*

### **Introdução**

Iniciativas sociais focadas na rearticulação e na reorganização das conexões diretas entre produção e consumo de alimentos têm ocorrido com frequência e regularidade crescentes em múltiplos continentes e países, ao longo das últimas décadas (ALLEN; GUTHMAN; MORRIS, 2006). Nelas, nitidamente se reconhecem elementos de resistência aos modelos tradicionais e massivos de produção e suprimento dos gêneros alimentícios, ao mesmo tempo que também se identificam tentativas de reconexão com as dimensões agroecológicas e socioculturais do local, em contraposição aos mercados globais, impessoais e padronizados em larga escala (CASTRO, 2017; ESTEVE, 2017).

Neste contexto, o consumo alimentar é conformado como arena de disputa política por novas práticas e sentidos sociais, agregando diferentes possibilidades de organização e de modelos de negócios, em que se destacam o formato associativo, o fortalecimento dos laços sociais, a pequena escala, o baixo nível de capitalização, o uso preferencial da mão de obra familiar e o estabelecimento da confiança como atributo estruturante das relações entre produtores e consumidores.

Entram em cena não apenas necessidades, demandas e expectativas dos consumidores quanto à oferta de alimentos mais saudáveis, íntegros, frescos

---

<sup>1</sup> Doutorado em Ciências da Comunicação, pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), com pós-doutorado e mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), professor colaborador do Mestrado Profissional em Gestão de Alimentos e Bebidas, da Universidade Anhembi Morumbi (UAM) e pesquisador membro da Red de Cultura alimentaria, conocimiento local y comunicaci3n. E-mail: helio@hortica.com.br.

<sup>2</sup> Pós-doutorado pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (USP), professor do Programa de Mestrado e Doutorado em Hospitalidade e coordenador do Mestrado Profissional em Administração – Gestão em Alimentos e Bebidas da Universidade Anhembi Morumbi (UAM). E-mail: semoretti@anhembi.br.

e naturais, mas também formas alternativas de organização dos circuitos de distribuição agroalimentar e expressões políticas ativas em relação a defesa, promoção e proteção da biodiversidade, da economia familiar, do desenvolvimento sustentável e endógeno do local e do combate aos desperdícios, à poluição ambiental e ao uso abusivo ou desregrado dos recursos naturais.

Orquestram-se, neste contexto, modos relativamente autônomos de organização associativa entre agentes do mercado, nos quais esses atores movimentam-se, conectam-se e trocam valores materiais e simbólicos alheios às lógicas e às regras de funcionamento e operação dos mercados tradicionais e massivos. Trata-se do alinhamento de novas táticas de produção e consumo alimentar, em boa medida desassociadas das grandes superfícies e plataformas logísticas, organizadas e operadas a partir da intensa padronização de produtos e processos, da gestão industrial das cadeias de suprimento e da maximização do lucro (CASTRO, 2017).

A modalidade de organização denominada Comunidade que Sustenta a Agricultura (CSA) é considerada uma tecnologia social inovadora nas relações que se estabelecem entre produtores rurais de alimentos e os consumidores urbanos de seus produtos, não apenas no que se refere às vendas diretas entre ambos – consolidadas em circuitos curtos de suprimento no mercado –, mas também quanto ao restabelecimento e fortalecimento de práticas coletivas de cooperação e de atuação política favorável à defesa do desenvolvimento socioeconômico endógeno, à revalorização das culturas alimentares identitárias e territoriais, ao comércio justo e à defesa e proteção do bem comum, especialmente no que tange ao meio ambiente (AUBRI; CHIFFOLEAU, 2009; CHAFFOTE; CHIFFOLEAU, 2007; ERTMAŃSKA, 2015).

A tecnologia social, conforme aqui a entendemos, transcende a visão estática e normativa de produto para constituir-se, em si mesma, em processo político de construção social da existência, a partir da ação local empreendida interativamente pelos atores envolvidos e diretamente interessados (DAGNINO; BRANDÃO; NOVAES, 2004). Reconhecida e premiada pela Fundação Banco do Brasil como a mais destacada tecnologia social inclusiva de 2017, a CSA se conforma como iniciativa que conecta tanto os pequenos produtores da agricultura familiar em busca de uma comercialização justa e adequadamente remuneradora dos gêneros alimentícios que produzem quanto consumidores interessados em uma alimentação diferenciada, saudável, fresca, baseada na segurança e na credibilidade da origem e dos modos de produção empregados.

Relatos de experiências brasileiras começaram a ser difundidos apenas a partir de 2015, como os realizados: i) sobre a CSA de São Carlos, SP (TORUNSKY; FERREIRA NETO; AMORIM, 2015), na modalidade de economia associativa e cuidados ambientais; ii) o do bairro Barão Geraldo, distrito de Campinas (SP), que relata o envolvimento entre produtores e consumidores

na praça central daquele município, ressaltando o espírito comunitário do empreendimento (BENINI, 2017), e iii) o de uma abordagem geral sobre as CSAs no estado de São Paulo (FERREIRA NETO; TORUNSKY; AMORIM; MOLINA, 2016).

O objetivo deste artigo é preencher uma lacuna na produção nacional de conhecimentos sobre a CSA, demonstrando sua importância para o desenvolvimento agrícola sustentável (LEFF, 2016) como nova perspectiva para a organização produtiva da cadeia de alimentos, diretamente do consumidor. A seguir, são apresentadas os principais vetores deste processo, os desafios para o futuro e as considerações finais sobre essa investigação.

### **Alimentação e território: os circuitos econômicos e a construção social dos mercados**

O conceito dos circuitos econômicos como elementos estruturantes da construção social dos mercados e dos territórios (MALUF, 2004; FERRARI, 2011; CONTRERAS; GRACIA, 2011; DAROLT, 2012) está presente e é elemento recorrente na vasta obra do geógrafo brasileiro Milton Santos, nos anos 1960 a 1990. Nela se definem e mostram a complexidade de suas interrelações, os chamados circuitos superiores e inferiores da economia, em contextos dos países subdesenvolvidos (SANTOS, 2008). São chamados circuitos superiores aqueles formados pelos agentes e relações comerciais, que assumem dimensões globais, como os super e hipermercados, enquanto que os circuitos inferiores se organizam em torno da exploração produtiva, distributiva e comercial de gêneros e serviços locais, concentrados em torno de feiras livres, pequenos mercados tradicionais e outros equipamentos de naturezas afins.

A superposição e dominância dos primeiros sobre os segundos impõem, ao longo do tempo, mudanças substanciais no consumo, entre as quais se destacam o elevado nível da padronização estética das mercadorias (HAUG, 1997) e a homogeneização dos hábitos e das práticas alimentares (CASTRO, 2017). Subordinados aos ditames, interesses e lógicas operativas empresariais do grande capital, os alimentos progressivamente vão assumindo e impondo, entre outras importantes mazelas socioeconômicas, culturais e ambientais: i) padrões industriais de produção, acondicionamento, apresentação e consumo; ii) eliminação de itens locais e regionais; iii) redução da biodiversidade alimentar; iv) aumento, em escala global, da padronização dos gostos, aceitação e preferências; v) ampliação do uso de insumos agroquímicos e aditivos agroindustriais; e vi) crescimento dos desperdícios.

Em contraposição, a busca por alternativas alimentares mais saudáveis e amigáveis ao meio ambiente e a proteção da pequena agricultura familiar e das economias locais vêm se expandindo por todos os continentes, encontrando repercussão também no Brasil (MALUF, 2004; PLOEGP, 2008; FERRARI, 2011). Nelas, se visam essencialmente às novas formas de obtenção

dos gêneros, baseadas – a depender de cada caso – em princípios da agricultura orgânica, biodinâmica, no agroreflorestamento e nas boas práticas agrícolas e na sustentabilidade, como também em maior nível de proteção e amparo aos agricultores locais e suas famílias e na estruturação de um comércio mais justo e inclusivo.

Nesse contexto, a aproximação direta entre produtores e consumidores, e a consequente eliminação ou minimização da intermediação comercial, adquire centralidade estruturante das novas práticas comerciais alternativas. Observa-se, deste modo, significativa retomada operativa dos conceitos dos circuitos econômicos focados nas relações de proximidade entre produtores e consumidores, os quais passam a receber diferentes denominações nas literaturas nacional e internacional. Entre essas, destacam-se, conforme apontado por Darolt, Lamine e Brandenburg (2013), as de circuito curto (CC) em contraposição às de circuito longo (CL) (CHAFFOTE; CHIFFOLEAU, 2007), circuitos de proximidade (AUBRI; CHIFFOLEAU, 2009), circuitos locais (MARECHAL, 2008), circuitos regionais de produção, distribuição e consumo de alimentos (MALUF, 2004), circuitos alternativos (DEVERRE, LAMINE, 2010), *Short Food Supply Chain – SFSC* (RENTING; MARSDEN, BANKS, 2003; DUARTE; TOMÉ, 2015), ou ainda circuitos curtos de produção e abastecimento de alimentos – CCPAA (JUNQUEIRA; GIMENES-MINASSE, 2017).

Em comum a todas essas diferentes abordagens está a concepção das novas iniciativas redutoras dos circuitos produtivos e comerciais como importantes articuladoras e dinamizadoras da reconstrução e da revalorização do território, como espaço multidimensional fundamental para a criação e recriação das práticas ecológicas, econômicas e culturais das comunidades (ESCOBAR, 1998; LEFF, 2016).

Incremento no interesse pela organização e enraizamento de mercados e circuitos alternativos de abastecimento adquire especial interesse e atenção em momentos de crises e de inseguranças alimentares (WILKINSON, 2002, 2010, 2011), situações essas cada vez mais recorrentes no mundo contemporâneo e no interior das quais aumenta a busca social por valores, confiança e qualidade nos gêneros e nas relações sociais, éticas e solidárias de produção e distribuição (BECKERT; ASPERS, 2011). Trata-se de mercados diferenciados, constituídos com base em elementos distintivos, que concedem *status* aos participantes, por aportarem valores e signos sociais, morais e estéticos (WILKINSON, 2002, 2010, 2011), diferenciados diante da padronização dos produtos e das práticas de consumo prevalecentes nos mercados de massa (CASTRO, 2017; ESTEVE, 2017).

## **Origens conceituais das CSAs**

Originalmente denominadas, em língua inglesa, *Community-supported Agriculture*, as CSAs foram efetivamente introduzidas no Brasil em 2011, na Fazenda Demétria, na cidade paulista de Botucatu, como reflexo das

tendências mundiais para a sua dispersão, por iniciativa de Julio Bernardes, que lidera o movimento da expansão da tecnologia social pelo país. O fenômeno da sua chegada ao campo brasileiro ocorreu a partir a realização do Fórum Mundial Social, em Porto Alegre (RS), naquele ano. Do ponto de vista do interesse histórico, registra-se, contudo, que a primeira implantação de uma CSA brasileira ocorreu na cidade de Fortaleza (CE), pela Associação para o Desenvolvimento da Agropecuária Orgânica (ADAO), em 1997 (DAROLT, 2012).

Conceitualmente, essas iniciativas empreendedoras decorrem das experiências que tiveram lugar no Japão, ainda na década de 1960, no bojo das primeiras movimentações em prol da agricultura orgânica e no âmbito das quais grupos de mulheres – frente à crescente contaminação dos alimentos por agroquímicos e mercúrio – procuravam obter alimentos mais seguros para si e para suas famílias diretamente de agricultores locais, em troca de valores financeiros de pequena monta. Essas primitivas conexões comerciais entre produtores e consumidores receberam o nome de Teikei (WILKINSON, 2001), que significa, em japonês, cooperação ou parceria.

Aponta-se como pioneiro da iniciativa o líder nipônico de cooperativas agrícolas, Teruo Ichiraku. Registra-se, também naquele país, o protótipo do modelo das CSAs como contemporaneamente conhecidas, através do trabalho de Yoshinori Kaneko, que realizou o primeiro acordo coletivo de produção, envolvendo dez famílias de agricultores, em 1975. Porém, é reconhecível a vinculação da tecnologia social aos princípios da agricultura biodinâmica, conforme mundialmente propostos pelo filósofo austríaco Rudolf Steiner (2006), nos anos 1920. Cabe reconhecer, ainda, a notável influência do próprio Steiner na disseminação das primeiras CSAs pela Europa, ao longo dos anos 1980 e, a partir de 1984, no continente norte-americano, por iniciativa do suíço Jan Vander Tuin, na Indian Line Farm, Massachusetts (WILKINSON, 2001; ALLEN; GUTHMAN; MORRIS, 2006), e, em 1986, em New Hampshire, no Temple/Wilton Community Farm (ADAM, 2006).

Em seus pensamentos seminais, Steiner, criador da antroposofia, tratou de abordar a economia do ponto de vista de seu caráter orgânico e único. Nela, enxergava, portanto, dinâmicas para além das fronteiras nacionais e afeitas às leituras e às interpretações em contextos de permanente movimento e avessas à rigidez dos conceitos estáticos, pouco flexíveis ou maleáveis. O filósofo aborda a ciência econômica negando-se a assumir seus conceitos fundantes como valor e preço. E é neste discurso seminal que os atuais promotores e gestores das CSAs vão buscar inspiração para uma de suas máximas principais, ou seja, o da “economia baseada no apreço e não no preço”, que tem caracterizado suas ações filosóficas e comunicacionais contemporâneas. Em âmbito mundial, o pensamento e as teorias formuladas por Steiner influenciarão diferentes tipos de iniciativas, com predomínio das

comunidades organizadas em torno da economia associativa, cujo funcionamento, operacionalidade e importância constituem objeto deste estudo.

Contemporaneamente, as CSAs são consideradas como modelo consolidado de negócio agroalimentar em âmbito mundial, envolvendo, apenas nos Estados Unidos, mais de 12 mil fazendas de produção. Estão também significativamente presentes no Japão, na Alemanha, Bélgica, França, Itália, em Portugal, no Canadá, Marrocos, na China e em Cuba, entre muitos outros países. A denominação CSA generalizou-se nos Estados Unidos e no Brasil, porém a iniciativa manteve a nomenclatura original de Teikei no Japão, enquanto assumiu outras como *Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne* (AMAP), na França, Relação de Cidadania entre Produtores e Consumidores (RE.CI.PRO.CO), em Portugal, *Agriculture Supported by the Community* (ASC), no Canadá e *Agricultura Sostenida por la Comunidad*, na Espanha e em Cuba.

### **CSA na contemporaneidade**

Nos Estados Unidos – país onde essa tecnologia social adquire, há décadas, notáveis proporções –, as CSAs surgem tanto organizadas, implementadas e geridas por produtores quanto por consumidores. Os participantes são denominados *members* (WOREN, 2000, 2004), *shareholders* ou *subscribers* (WILKINSON, 2001). As experiências lideradas e operadas por produtores (*farm-driven*) são denominadas *subscription CSA*, enquanto aquelas incentivadas e administradas por consumidores (*consumer-driven*) são chamadas de *shareholders CSA*. No caso das primeiras, além de serem responsáveis pela criação e gestão das CSAs, os produtores tomam a maior parte das decisões sobre o que plantar e os modos de cultivo a serem adotados. Os consumidores não são chamados a prestar seus trabalhos na produção ou distribuição dos gêneros. Em alguns casos, mais de um produtor pode assumir o empreendimento em formatos associativos ou cooperativos. Nos Estados Unidos, em 2006, tal modalidade representava 75% do total das CSAs (ADAM, 2006).

Já no caso das *shareholders CSA* predomina a existência de um grupo de consumidores que tomam as decisões e orientam os produtores. Os membros podem apresentar-se organizados em Organizações Não Governamentais (ONGs) ou outras formas de associações comunitárias sem fins lucrativos. Registram-se, nos Estados Unidos, casos em que tais organizações compram, alugam ou arrendam propriedades rurais para a produção agrícola (ADAM, 2006).

A análise de experiências de CSAs nos mercados norte-americano e europeu revela a ocorrência de diferentes formas de solicitações funcionais ao emprego do trabalho cooperativo dos consumidores. Tais atividades costumam incluir desde a participação direta no trabalho agrícola, nos

plantios, cultivos, colheitas, preparo e entrega dos alimentos, até marketing, conquista de novos associados e vendas, especialmente a partir do uso de tecnologias e mídias digitais.

Entre os princípios envolvidos nas relações comerciais estabelecidas entre produtores e consumidores no âmbito das articulações das CSAs, em todos os países onde a experiência ocorre, destaca-se especialmente a confiança entre as partes. Neste caso, a confiança está pressuposta não apenas em relação ao estrito cumprimento dos contratos – formais e/ou informais, verbais ou escritos –, mas também quanto à credibilidade nos atributos de qualidade intrínseca dos alimentos produzidos e ofertados no sistema, os quais privilegiam os modos orgânicos de produção.

De modo geral, estudos desenvolvidos em diferentes países apontam como principais vantagens das CSAs o fortalecimento dos vínculos sociais entre agentes urbanos e rurais e a recuperação das práticas alimentares tradicionais, sob a ótica da participação política e comunitária, em prol da sustentabilidade e da proteção do meio ambiente e dos recursos naturais. Por outro lado, questionamentos são feitos sobre os limites das CSAs em aportarem efetivamente alternativas de suprimento de gêneros ao mercado, especialmente para famílias de baixa renda. No caso brasileiro, a iniciativa de implantação e desenvolvimento das CSAs apresenta-se imersa na valorização de produtos de qualidade diferenciada determinada essencialmente pelo modo orgânico de sua obtenção (WILKINSON, 2008, 2010, 2011) e pela revalorização de elementos constituintes da identidade territorial (LEFF, 2016).

### Aspectos metodológicos

Objetivando preencher uma lacuna na produção nacional de conhecimentos sobre as CSAs, a presente pesquisa concentrou-se, em um primeiro momento, na realização de um extenso e abrangente levantamento bibliográfico e documental sobre as experiências conduzidas nos principais países onde a iniciativa já se encontra consolidada e, também, nos primeiros e incipientes estudos realizados no Brasil, com vistas à construção de um panorama do estado da arte dessa tecnologia social inovadora. Em seguida, foi realizada uma pesquisa *survey*, visando à obtenção de dados quantitativos, nas 50 CSAs existentes no país, entre os meses de maio e julho de 2017, com taxa de retorno de 64%, além de entrevistas com coordenadores responsáveis por diferentes experiências estaduais. Os principais resultados obtidos deram origem à Figura 1 e aos Quadros 1 e 2, bem como aos comentários, análises e considerações que se elencam ao longo do texto.

## CSAs no Brasil



No Brasil, experiências de conexão comercial direta entre produtores e consumidores generalizaram-se no contexto das constantes crises de desabastecimento e carestia de gêneros alimentícios, ao longo das décadas de 1980 e 1990 (JUNQUEIRA, 1984; BAUMFELD, 1987; JUNQUEIRA; PEETZ, 2015). Tais iniciativas visavam, essencialmente, à redução dos preços alimentares, a partir da eliminação dos custos da intermediação comercial, de modo a viabilizar melhores condições de acesso dos estratos menos favorecidos da população a uma cesta alimentar minimamente suficiente e, se possível, nutricionalmente satisfatória.

Neste mesmo período, porém com intensidade menos marcante, iniciaram-se também projetos isolados de entregas de cestas alimentares em residências, locais de trabalho, ou pontos pré-estipulados da cidade. Essas eram, basicamente, compostas por frutas e hortaliças produzidas de forma orgânica (BRANDENBURG, 2002), às quais se associavam, em alguns casos, méis, ovos, geleias, doces, pães e outros produtos artesanais e orgânicos. Tratava-se, porém, de iniciativas tomadas de forma independente pelos próprios produtores ou suas associações e cooperativas, sem envolver relações diretas e mutuamente comprometidas entre produtores e consumidores, como veio mais tarde se consolidar no âmbito das CSAs.

No Brasil, as CSAs constituem-se iniciativas autônomas da sociedade civil, que se consolidam em organizações não governamentais, sem fins lucrativos, e que não contam com regulamentação jurídica formal. Ademais, não possuem qualquer tipo de vinculação político-partidária, sindical, religiosa ou a qualquer outra esfera institucional de fiscalização, certificação ou controle. As regras de funcionamento e eventuais contratos entre partes são decididos exclusivamente por cada grupo. Em todo o país, as CSAs têm sido instituídas, organizadas e coordenadas quase que exclusivamente por consumidores urbanos (coprodutores). Esses consumidores são, em sua quase totalidade, professores e profissionais liberais de diferentes carreiras, com formação superior completa e pertencentes às classes sociais A e B, conforme o Critério de Classificação Econômica Brasil 2018, definido pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP, 2018). São compostas por 52,2% de indivíduos do sexo masculino e 47,8% do sexo feminino. Até o primeiro semestre de 2017, contabilizavam-se 400 famílias urbanas participantes, que davam suporte às famílias produtoras livremente associadas às iniciativas estudadas.

Entendida como modelo de negócio, a CSA adapta-se a diferentes propósitos e particularidades, a depender dos interesses específicos das comunidades associadas de produtores e consumidores. No entanto, algumas características são constituintes da relação que se estabelece entre esses atores e estão sempre presentes, quais sejam: i) venda direta entre produtores e consumidores, sem intermediação comercial, ou com a máxima redução possível desta; ii) estabelecimento e fortalecimento de laços sociais de união,

cooperação e de solidariedade entre as partes conectadas em mercados de proximidade, favorecendo a ação política local, o desenvolvimento endógeno e a revalorização da identidade alimentar territorial; iii) incentivo à organização, à cooperação e ao compartilhamento de riscos e benefícios entre os atores sociais envolvidos; iv) negociação aberta e plena das condições de produção e distribuição final das mercadorias em padrões sustentáveis; v) estímulo à adoção de boas práticas agrícolas, à adesão aos padrões orgânicos de produção, à sustentabilidade e à proteção do meio ambiente e da biodiversidade alimentar; e vi) redução dos desperdícios, dados os menores níveis de exigência em relação aos padrões estéticos das mercadorias, maior nível de adaptação ecológica da produção e garantia de pleno escoamento das safras.

No âmbito das CSAs, os consumidores – denominados coprodutores – assumem para si a responsabilidade de financiar produtores locais, por determinados períodos de tempo, geralmente entre seis meses e um ano, e sob condições preestabelecidas, garantindo o direito das visitas e inspeções aos locais de produção e o amplo conhecimento dos métodos agrícolas empregados. Desta forma, assumem parte relevante dos riscos econômico-financeiros da atividade agrícola e, em muitas ocasiões, também os da comercialização e distribuição das mercadorias.

Observa-se, no caso brasileiro, que praticamente a totalidade das iniciativas de implantação das CSAs provém de consumidores urbanos, haja vista que menos de 5% delas são originárias da liderança de produtores rurais. No entanto, não podem ser tipicamente caracterizadas como experiências *consumer-driven*, posto que as decisões estratégicas e gerenciais são tomadas coletivamente em assembleias periodicamente realizadas, em 100% dos casos investigados.

Escolhas sobre quais alimentos serão cultivados a cada temporada são tomadas nessas reuniões das quais participam, com idênticos poderes de voto, tanto produtores quanto consumidores. Ainda assim, na quase totalidade dos casos estudados, os coprodutores (consumidores) acatam plena e totalmente as sugestões e posições apresentadas e defendidas pelos produtores, por entenderem que são eles os detentores dos conhecimentos e das práticas necessárias, ao mesmo tempo que não se sentem minimamente preparados para contribuir nesta direção. Fazem parte das decisões neste campo não apenas a opção pela produção em moldes orgânicos e sustentáveis, mas também as medidas para contornar e ajustar os efeitos das sazonalidades de plantios, cultivos e colheitas e seus ajustes, bem como a máxima diversificação possível dos gêneros alimentares incluídos na oferta da CSA.

Está incluída, ainda, na pauta dessas assembleias, a apresentação por parte dos produtores de planilhas, cálculos e estimativas dos seus custos de produção e dos investimentos mínimos necessários, a cada período

considerado entre reuniões. A respeito desses cálculos e planilhas, as assembleias estipulam taxas periódicas de contribuição adicional às administrações da CSA e da organização nacional (Associação Comunitária CSA Brasil) e a um fundo de reserva para cobertura de acidentes, deficiências e imprevistos de toda ordem. Os valores assim obtidos são rateados em cotas, a serem assumidas individual ou cumulativamente pelos consumidores (coprodutores), ao longo de períodos previamente acordados entre as partes.

É importante considerar, portanto, que esse acordo sobre os valores transacionados não se caracteriza como processo típico de formação de preços dos mercados tradicionais, posto que não contabiliza variáveis como embalagens, transporte, armazenagem, remuneração dos trabalhos de marketing, conquista e fidelização de consumidores, entre outros. Trata-se, mais propriamente, de uma modalidade de rateio de despesas e investimentos entre parceiros.

Os rateios, por cotas, entre os consumidores (coprodutores) implica o compromisso implícito da sustentação das contribuições financeiras durante o período acordado. No entanto, são frequentes as situações em que, por diferentes motivos (férias, viagens, mudanças etc.), os consumidores deixam de honrar seus compromissos com a comunidade, o que acarreta lacunas relevantes, normalmente preenchidas com o socorro de recursos do fundo de reserva.

Os preços pagos aos produtores não se referem a itens isolados, sujeitos às oscilações estacionais e a outras determinantes das lógicas dos mercados tradicionais. Em realidade, são fixados, conforme já visto, segundo diferentes cotas de valores a serem pagas mensalmente, as quais garantem o suprimento de quantidades pré-estipuladas de alimentos, variáveis conforme as condições climáticas e acidentes meteorológicos. De modo geral, cada CSA oferece de duas a três cotas de preços opcionais para livre eleição pelos consumidores, de acordo com o tamanho das suas respectivas famílias e outras condicionantes e conveniências domésticas e operacionais cotidianas.

O produtor, por sua vez, compromete-se com a oferta direta de seus produtos em quantidade, qualidade, níveis de processamento, formatos de apresentação e de acondicionamento previamente acordados com seus consumidores cativos, o que lhes garante estabilidade e segurança de renda e de pleno escoamento das colheitas no mercado e disponibilidade para concentrar-se em sua função agrícola principal, que é a de produzir no campo. Em todos os casos estudados, a frequência da confecção e entrega das cestas de alimentos pelos produtores é semanal.

Essa tecnologia social pressupõe a eliminação da intermediação agrícola, bem como a adoção de métodos sustentáveis de produção baseados na minimização dos desperdícios, no respeito às condições agroecológicas locais - que impõem ciclos sazonais específicos - e no uso de boas práticas

agrícolas, que em muitos casos evoluem para a adoção de métodos orgânicos de obtenção dos alimentos.

Ao estabelecer relações fora do âmbito e da lógica funcional dos mercados agroalimentares tradicionais, as CSAs possibilitam a exploração de relações comerciais relativamente autônomas entre os parceiros, já não mais baseadas nos preços e nas suas oscilações nas praças atacadistas agrícolas. Visando dar suporte organizacional, tecnológico e educacional a essas novas comunidades empreendedoras, foi criada, no país, em 2014, uma instituição sem fins lucrativos denominada Associação CSA Brasil (<http://www.csabrasil.org/csa/>). No início de 2017, segundo essa associação, já se contabilizavam 50 CSAs distribuídas por dez estados da federação brasileira e no Distrito Federal, conforme demonstrado no Quadro 1.

**Quadro 1** – CSAs existentes no Brasil, por regiões, em maio de 2017

Regiões	Estados	nº CSAs
Sudeste	São Paulo	30
	Rio de Janeiro	4
	Minas Gerais	4
	Subtotal	38
Sul	Santa Catarina	3
	Paraná	2
	Rio Grande do Sul	2
	Subtotal	7
Centro-Oeste	Distrito Federal	1
	Mato Grosso do Sul	1
	Subtotal	2
Nordeste	Pernambuco	2
	Subtotal	2
Norte	Amazonas	1
	Subtotal	1
<b>Total</b>		<b>50</b>

**Fonte:** Associação Comunitária CSA Brasil (<http://www.csabrasil.org/csa/>).

Os valores financeiros transacionados entre produtores e consumidores, nesse contexto, costumam ser, assim, inferiores aos preços correntes do mercado, principalmente por se tratar de modalidade de comercialização direta, que não envolve os custos tradicionais da comercialização, da intermediação e da distribuição, além de refletir uma substancial redução das perdas e dos desperdícios alimentares. No caso de ocorrência de excedentes, é usual que as mercadorias que sobram sejam direcionadas a

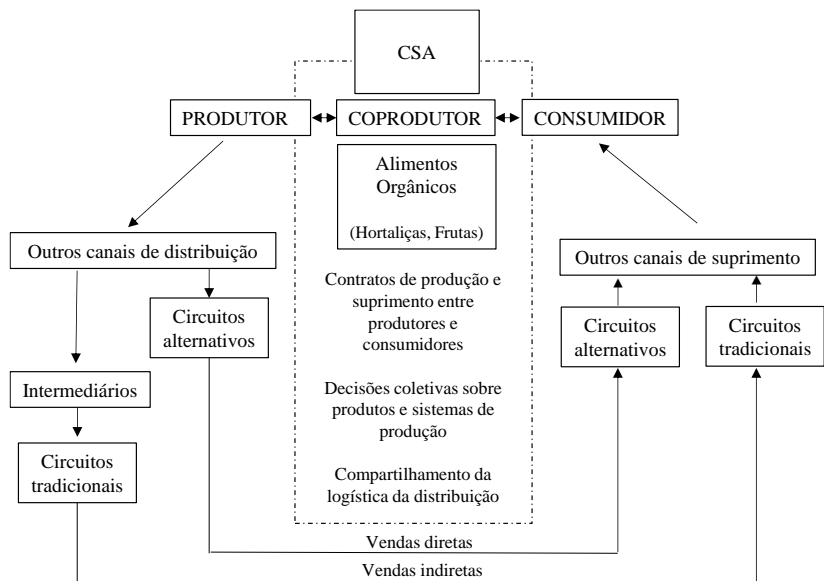
bancos de alimentos ou projetos sociais, a depender das intenções e preferências da própria comunidade.

Para a maior parte das CSAs entrevistadas (47%), o número de famílias atendidas de consumidores urbanos fica entre 25 a 35, por empreendimento. Nas comunidades mais maduras e consolidadas, este número eleva-se para 60 (12%). Em apenas um dos casos estudados, a CSA, que é a mais antiga de todas, chega a beneficiar 140 famílias de consumidores.

Por outro lado, na maioria dos casos, a organização e a estruturação da CSA são realizadas em torno de uma única família de produtores rurais (42%). Duas, três ou cinco famílias produtoras também são alternativas frequentes (32%) e, em apenas dois casos, esses números elevaram-se para 35 e 40, respectivamente. Outras situações também encontradas apontaram para o abastecimento comunitário decorrente do trabalho de grupos de 15 a 16 produtores rurais familiares (20%).

A Figura 1 mostra o enquadramento das CSAs no âmbito do sistema agroalimentar brasileiro contemporâneo, a partir da análise de informações de fontes bibliográficas e documentais sobre a experiência de comunidades existentes e atuantes em diversas partes do território nacional, bem como dos resultados da pesquisa *survey* aplicada em campo, em todo o Brasil, entre os meses de maio e junho de 2017.

**Figura 1** - Enquadramento das CSAs no mercado agroalimentar brasileiro contemporâneo



Fonte: Elaborado pelos autores.

É possível observar, em primeiro lugar, que essa tecnologia social sustenta, perante as estruturas dominantes do mercado, uma autonomia apenas parcial e relativa dos produtores e consumidores articulados, ainda quando se trata do abastecimento dos gêneros alimentícios a que se dedicam com prioridade, quais sejam frutas e hortaliças produzidas em sistemas orgânicos. Tais empreendimentos sociais configuram o que tem sido denominado no cenário econômico contemporâneo de mercado aninhado ou mercado encaixado, ou seja, o comércio de proximidade entre agentes produtores e consumidores, capaz de expressões socioeconômicas e culturais apenas localizadas, inseridas no conjunto das relações macroeconômicas envolventes, com as quais mantém relações fracamente articuladas.

No caso das CSAs brasileiras, os circuitos curtos de abastecimento alimentar pertencem as feiras de produtor orgânico, entregas domiciliares ou empresariais de cestas particulares, pequenas lojas de produtores, mercados municipais e distritais, espaços e boxes orgânicos em centrais atacadistas de abastecimento, restaurantes em empreendimentos de turismo no meio rural, programas governamentais e/ou institucionais de aquisição de alimentos para a merenda escolar, entre outros. Distinguem-se dos circuitos longos tradicionais ou massivos por comportarem informações e elementos distintivos em relação à qualidade, aos padrões e aos valores simbólicos de natureza estética, política e social.

Ainda que inovadoras e focadas em relações distintas das lógicas operativas tradicionais dos mercados de massa, as CSAs constroem-se engastadas no tecido socioeconômico das cadeias agroindustriais de suprimento alimentar, exigindo para a sua completa e competente análise de seu funcionamento e desempenho um olhar atento sobre as “relações de poder e a distribuição social dos ganhos entre os atores envolvidos” (DAROLT *et al.*, 2016, p. 2), que se estabelecem favorecendo produtores e consumidores, em detrimento dos benefícios tradicionalmente auferidos por grandes atacadistas, varejistas e agentes intermediários.

O levantamento realizado pelos autores, nas 32 CSAs, revelou que nem todos os produtores integrantes das CSAs brasileiras sobrevivem apenas das suas vendas diretas aos consumidores comunitariamente associados. Em parte relevante dos casos estudados, as cestas distribuídas pelas CSAs chegam a responder por 30% a 60% das suas receitas totais. A complementação comercial costuma ser obtida pelas entregas feitas tanto em circuitos alternativos, como feiras de produtores orgânicos, pousadas, pizzarias, restaurantes, pequenas lojas especializadas, quanto em canais tradicionais, como mercados municipais, centrais atacadistas de alimentos, super e hipermercados,

lojas de varejo e restaurantes tradicionais. Para 10% das CSAs entrevistadas, o percentual de participação das cestas das CSAs fica entre 15% e 20% do escoamento total das colheitas dos produtores.

Essa parcela de renda fixa obtida é, via de regra, suficiente para gerar estabilidade e segurança aos produtores engajados na comunidade, viabilizando o planejamento e a execução de pequenos investimentos na própria produção e no armazenamento de mercadorias e no custeio agrícola, através da aquisição de sementes e insumos.

Para os consumidores, também chamados, como vimos, de coprodutores, as principais vantagens obtidas com o arranjo comunitário refere-se às possibilidades de obtenção de alimentos frescos, saudáveis, seguros, íntegros, da produção dos quais participa desde o planejamento até a tomada de decisões sobre variedades e tipos cultivados, modos, técnicas e insumos a serem empregados. Assim, além das vantagens da procedência conhecida, o sistema agrega ainda segurança e confiança ao consumo alimentar.

Diferente de outros formatos presentes nos circuitos alternativos de suprimento do mercado, as CSAs implicam aumento na responsabilidade e comprometimento dos consumidores para o sucesso do empreendimento social. Suas tarefas costumam incluir a logística da recepção e distribuição final dos alimentos, assim como o financiamento e o planejamento da produção e a partilha dos riscos inerentes à atividade agrícola, que podem, sob determinadas condições, limitar a oferta de gêneros. No caso das primeiras atividades apontadas, a pesquisa identificou que para 56% das CSAs respondentes, as entregas das cestas alimentares semanais competem exclusivamente aos produtores, enquanto para os restantes 44% a função é compartilhada entre produtores e consumidores. A Figura 1 mostra o enquadramento das CSAs no mercado alimentar brasileiro atual.

Do ponto de vista dos custos de infraestrutura e operações, as CSAs geram economias substanciais ao eliminarem a intermediação e dispensarem o uso de embalagens individualizadas para os produtos, equipamentos, depósitos e instalações físicas entre produtores e consumidores, já que as entregas são realizadas de forma direta e integrada, com amplo envolvimento das partes. Nesse mesmo processo, são eliminados, diminuídos ou minimizados os desperdícios alimentares, uma vez que a manipulação dos gêneros é reduzida, os produtos são aceitos sem as exigências de padronização e de aparência estética comuns aos mercados massivos tradicionais (HAUG, 1997; CASTRO, 2017) e as colheitas são melhor adaptadas às condições ecológicas ditas a cada diferente temporada agrícola.

## Desafios para as CSAs

A participação das comunidades organizadas em torno das CSAs deve necessariamente implicar consciência e atividade política e social, posto que não se rege pelas lógicas operativas dos mercados tradicionais. Significa dizer que a segurança sobre a qualidade e a diversidade dos alimentos obtidos para consumo e os ganhos socioculturais e políticos devem se sobrepor às expectativas de natureza econômica e financeira, que nem sempre são asseguradas por esta tecnologia social.

Acidentes climáticos e as próprias variações naturais nas condições agroecológicas provocam oscilações na oferta sazonal dos gêneros, fazendo com que determinados itens deixem de ser temporariamente encontrados, ou que sua aparência e conservação se tornem mais problemáticas diante dos mesmos produtos oferecidos pelo mercado tradicional, abastecido por fluxos de longa distância e conexões globalizadas. Nestas condições, as cestas de aquisição semanal podem tornar-se mais minguadas, desinteressantes ou repetitivas em determinados períodos, e, ainda, serem compostas por itens menos desejados no cotidiano de consumo.

As iniciativas das CSAs são apontadas por 32% dos entrevistados como vantajosas para os consumidores por permitirem a fixação de valores e dias específicos para a obtenção dos gêneros alimentícios, o que favorece o planejamento no âmbito da economia doméstica familiar. De modo geral, os preços são considerados competitivos em relação ao mercado tradicional. Contudo, ainda não se dispõe de evidências empíricas que comprovem que esses circuitos curtos de produção e abastecimento possam colaborar no acesso aos alimentos de qualidade pelas populações economicamente menos favorecidas.

Do lado do produtor, sua consciência em relação ao bem coletivo deve consolidar uma visão de fidelidade e de estreitamento dos laços da confiança em longo prazo, capaz de inibir as tentações momentâneas da exploração oportunista de vantagens ocasionais surgidas no mercado tradicional. Observa-se, para as CSAs brasileiras, a generalização da produção de um ampliado conjunto de alimentos, especialmente hortaliças e frutas produzidas de modo orgânico, entre as quais se incluem as chamadas plantas alimentícias não convencionais (Panc). As frutas, contudo, são ofertadas em quantidades e variedade via de regra aquém do desejo manifesto dos consumidores, o que costuma gerar atritos e descontamentos. Em um segundo plano, são produzidos e ofertados grãos e cereais integrais e orgânicos, produtos de origem animal – especialmente ovos e méis – e alimentos artesanais como pães, bolos, biscoitos, geleias e doces. Apenas no caso das CSAs mais antigas e estruturadas, observa-se a inclusão de outros produtos artesanais, como sabonetes e outros itens de utilidade doméstica, higiene e limpeza.



O Quadro 2 apresenta as características das CSAs no Brasil, na ordem de importância em que foram citadas no levantamento realizado com 32 empresas (64% do total de CSAs), regionalmente quantificadas e mostradas no Quadro 1.

**Quadro 2** – Principais vantagens e limitações das CSAs no Brasil, em ordem decrescente de importância, segundo as comunidades entrevistadas, maio-junho de 2017

<b>Vantagens e limitações</b>	<b>Participação nas respostas</b>	<b>Descrição</b>
Vantagens para o produtor	94%	Obtenção de renda fixa e estável, que estimula o planejamento anual e a concentração do trabalho no cultivo agrícola
	66%	Minimização dos riscos da comercialização, eliminação da intermediação e das perdas e exploração simultânea de múltiplos canais de escoamento da produção
	36%	Maior grau de liberdade na tomada de decisões sobre o que e como plantar
	32%	Estreitamento dos relacionamentos e dos laços sociais entre consumidores urbanos e produtores rurais, estimulando a solidariedade
	24%	Reconhecimento, valorização social e aumento do apreço pelo trabalho do produtor e de seus produtos
	6%	Recebimentos bancários dos pagamentos, eliminando o uso de dinheiro em espécie, aumentando a segurança
Vantagens para o consumidor	100%	Acesso a alimentos locais, frescos, saudáveis e de procedência conhecida, principalmente orgânicos
	52%	Estreitamento dos relacionamentos e dos laços sociais entre consumidores urbanos e produtores rurais, estimulando a solidariedade
	38%	Conscientização e atuação política e cultural no território, com estímulos às práticas coletivas do comércio justo e de defesa do bem comum, especialmente nas questões ambientais
	32%	Oferta de preços fixos e entregas em dias programados, facilitando a organização e o planejamento da economia doméstica familiar
	22%	Obtenção de poder de influência sobre as decisões dos plantios dos alimentos
	19%	Oportunidades de visitas lúdicas, recreativas e educativas ao meio rural
	18%	Aproximação, valorização e redescoberta das culturas alimentares tradicionais e territoriais
	2%	Pagamentos bancários, eliminando o uso de dinheiro em espécie, aumentando a segurança

Desafios e limitações para produtores e consumidores	94%	Garantir e sustentar, de forma permanente, a credibilidade, a confiança e o cumprimento de acordos e compromissos firmados nas relações entre produtores e consumidores
	47%	Conduzir negociações permanentes de gestão e de práticas cooperativas que impõem submissão a decisões coletivas, especialmente em relação a questões divergentes e ao compartilhamento dos riscos
	28%	Corresponsabilizar todos os atores pela logística da distribuição em circuitos de proximidade
	26%	Competir com os canais tradicionais de suprimento, capazes de oferecer preços mais competitivos e abastecimento não sazonal e mais diversificado de gêneros
	21%	Aceitar as limitações climáticas, sazonalidades, carências de suprimento e ofertas de produtos menos conhecidos ou apreciados

Fonte: Dados do levantamento de campo realizado pelos autores, maio-junho de 2017.

### Considerações finais

Para além das vantagens econômicas e financeiras tangíveis, a organização comunitária de produtores e consumidores, por intermédio das CSAs, reveste-se de importantes dimensões culturais e políticas. O contexto criado viabiliza a emergência das discussões e ações para a promoção, defesa e desenvolvimento da realidade local, estimulando posturas críticas e participativas, especialmente no que diz respeito ao espaço agrícola, ao meio ambiente e às questões sociais de emprego, ocupação, renda, saúde e educação, nas quais se integram as dimensões dos universos da criança, do jovem e da mulher.

Da perspectiva cultural, observa-se que iniciativas como as das CSAs têm colaborado ativamente para a recuperação de práticas e saberes ancestrais de agricultura e alimentação, fato que se reveste de efetiva importância na promoção da defesa da biodiversidade e da revalorização de populações tradicionais, marginalizadas no âmbito dos circuitos e fluxos massivos nas condições dominantes do mercado. Nesses contextos, produtos alimentares obtidos pela pequena produção familiar são direcionados não apenas às residências urbanas locais, mas abastecem e dinamizam também pequenas agroindústrias artesanais, o mercado de restauração no âmbito do turismo rural, do ecoturismo e do agroturismo.

As contribuições deste estudo vão no sentido de mapear a ocorrência, compreender as dinâmicas e desafios, estimular o debate e incentivar o aprofundamento dos estudos sobre as CSAs, como alternativas para o desenvolvimento dos circuitos curtos de produção e abastecimento de alimentos no Brasil. Ressaltamos nosso entendimento de que a organização de produtores e consumidores, através de circuitos curtos de

produção e abastecimento de alimentos, deve ser entendida como tecnologia social de elevados impactos econômicos e culturais, capazes de promover e estimular posturas reflexivas, educativas, críticas e participativas das comunidades organizadas em relação ao próprio meio em que vivem, alterando as condições de vida prevaletentes no local.

## **Referências bibliográficas**

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA (Abep). *Critério de Classificação Economia Brasil 2018*. Disponível em: <http://www.abep.org/criterio-brasil>. Acesso em: 29 mai. 2018.
- ADAM, K. L. Community-Supported Agriculture - ATTRA. *National Sustainable Agriculture Information Service*. National Center for Appropriate Technology (NCAT), United States Department of Agriculture, 2006, p. 1-16.
- ALLEN, P.; GUTHMAN, J.; MORRIS, A. W. *Meeting Farm and Food Security Needs Through Community-Supported Agriculture and Farmers' Markets in California*. Center for Agroecology & Sustainable Food Systems, University of California, EUA, 2006.
- AUBRI, C.; CHIFFOLEAU, Y. Le développement des circuits courts et l'agriculture péri-urbaine: histoire, évolution en cours et questions actuelles. *Innovations Agronomiques*, v. 5, p. 53-67, 2009.
- BAUMFELD, C. M. A experiência das feirinhas da FAMERJ – significado e limites do abastecimento direto e atitudes face ao aparelho de Estado. In: MINAYO, N. C. S. (Org.). *Raízes da fome*, 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1987.
- BECKERT, J.; ASPERS, P. *The Worth of Goods: Valuation and pricing in the economy*. Nova Iorque: Oxford University Press, 2011.
- BENINI, M. L. A. Entre lugares e espaços: uma caminhada no grupo de CSA (Community Supported Agriculture) de Barão Geraldo. *Cadernos de Agroecologia*, v. 11, n. 2, 2017.
- CASTRO, N. *La dictadura de los supermercados*. Cómo los grandes distribuidores deciden lo que consumimos. Madrid: Ediciones Akal, 2017.
- CHAFFOTE, L.; CHIFFOLEAU, Y. Vente directe et circuits courts: évaluations, définitions et typologie. Les Caa organização comunitária de produtores e consumidores através das CSAshiers de l'Observatoire. *CROC*, v. 1, 2007.
- CONTRERAS, J.; GRACIA, M. Alimentação, sociedade e cultura. *Alimentação, sociedade e cultura*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2011.

- DAGNINO, R.; BRANDÃO, F. C.; NOVAES, H. T. Sobre o marco analítico-conceitual da Tecnologia Social. In: *Tecnologia Social: uma estratégia para o desenvolvimento*, p. 15-64. Rio de Janeiro: Fundação Banco do Brasil, 2004.
- DAROLT, M. R. *Conexão Ecológica: novas relações entre agricultores e consumidores*. Londrina: Instituto Agrônômico do Paraná, 2012.
- DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDENBURG, A.; ALENCAR, M. C. F.; ABREU, L. S. Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil. *Ambiente & Sociedade*, v. 19, n. 2, 2016.
- DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDENBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. *Construção Social dos Mercados*, v. 10, n. 2, p. 8, 2013.
- DEVERRE, C.; LAMINE, C. Les systèmes agroalimentaires alternatifs: une revue de travaux anglophones en sciences sociales. *Economie Rurale*, v. 3, p. 57-73, 2010.
- DUARTE, S. C. L.; THOMÉ, K. M. Short food supply chain: estado da arte na academia brasileira. *Estudos Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, v. 23, n. 2, p. 315-340, 2015.
- ERTMAŃSKA, K. Community Supported Agriculture (CSA) as a form of sustainable consumption. *Acta Scientiarum Polonorum, Oeconomia*, v. 14, n. 2, 2015.
- ESCOBAR, A. Whose knowledge, whose nature? Biodiversity conservation and political ecology of social movements. *Journal of Political Ecology*, v. 5, n. 1, p. 53-82, 1998.
- ESTEVE, E. V. *O negócio da comida: quem controla nossa alimentação?* São Paulo: Expressão Popular, 2017.
- FERRARI, D. *Cadeias agroalimentares curtas: a construção social dos mercados de qualidade pelos agricultores familiares de Santa Catarina*. 2011. 347 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) - Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.
- FERREIRA NETO, D. N.; TORUNSKY, F.; AMORM, J. O. L.; MOLINA, A. A. Financiamento da produção agroecológica a partir do modelo de CSA (Comunidade que Sustenta a Agricultura): um panorama no estado de São Paulo. *Cadernos de Agroecologia*, v. 10, n. 3, 2016.
- HAUG, W. F. *Crítica da estética da mercadoria*. São Paulo: Editora da Unesp, 1997.
- JUNQUEIRA, A. H. *A experiência da Associação de Compras Comunitárias de São Bernardo do Campo na aproximação e nas vendas diretas entre produtores e consumidores de alimentos*. CNPq. Relatório de Pesquisa de Especialização no País. São Paulo: CNPq/FEA-USP, 1984.

- JUNQUEIRA, A. H.; GIMENES-MINASSE, M. H. S. G. Gastronomia no turismo rural: oportunidades e desafios para os circuitos curtos de produção e distribuição de alimentos (CCPAA) no Brasil. *In: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, XIV. Anais...* Balneário Camboriú, set. de 2017.
- JUNQUEIRA, A. H.; PEETZ, M. S. *100 anos de feiras livres na cidade de São Paulo*. São Paulo: Via Imprensa Edições de Arte, 2015.
- LEFF, E. *A aposta pela vida: imaginação sociológica e imaginários sociais nos territórios ambientais do Sul*. Tradução de João Batista Kreuch. Petrópolis: Vozes, 2016.
- MALUF, R. Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. *Ensaio FEE*, Porto Alegre, v. 25, n. 1, 2004.
- MARECHAL, G. *Les circuits courts alimentaires: bien manger dans les territoires*. Educagri éditions, 2008.
- MUNDLER, P.; LAUGHEA, S. The contributions of short food supply chains to territorial development: a study of three Quebec territories. *Journal of Rural Studies*, v. 45, p. 218-219, 2016.
- RENTING, H.; MARSDEN, T. K.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environmental and Planning A*, v. 5, n. 3, p. 393-411, 2003.
- SANTOS, M. O espaço dividido: os dois circuitos da economia. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.
- STEINER R. *Economia viva: o mundo como organismo econômico único*. 3. ed. São Paulo: Antroposófica, 2006.
- TORUNSKY, F.; FERREIRA NETO, D.; AMORIM, J. O. CSA: Comunidade que Sustenta Agricultura, uma experiência em São Carlos. *Cadernos de Agroecologia*, v. 10, n. 3, 2016.
- VAN DER PLOEG, J. D. *Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização*. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2008.
- WILKINSON, J. Community Supported Agriculture. *OCD Technote*, 20, p. 1-2, 2001.
- WILKINSON, J. Economic and Agrofood studies in Brazil. *Economic Sociology, The European Electronic Newsletter*, v. 11, n. 2, p. 3-9, 2010.
- WILKINSON, J. From fair trade to responsible soy: social movements and the qualification of agrofood markets. *Environment and Planning A*, v. 43, n. 9, p. 2012-2026, 2011.
- WILKINSON, J. *Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar*. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

WILKINSON, J. Sociologia econômica, a teoria das convenções e o funcionamento dos mercados: “inputs” para analisar os micro e pequenos empreendimentos agroindustriais no Brasil. *Ensaio FEE*, v. 23, n. 2, p. 805-824, 2002.

WORDEN, E. C. *Community-supported Agriculture: land tenure, social context, production systems and grower perspectives*. 2000. Dissertação (Mestrado) – School of Forestry and Environmental Studies, Yale University, 2000.

WORDEN, E. C. Grower perspectives in Community-supported Agriculture. *HorTechnology*, v. 14, n. 3, p. 322-325, 2004.

JUNQUEIRA, Antonio Hélio; MORETTI, Sérgio Luiz do Amaral. Comunidade que Sustenta a Agricultura (CSA): tecnologia social de venda direta de alimentos e de revalorização das identidades alimentares territoriais. *Estudos Sociedade e Agricultura*, v. 26, n. 3, p. 517-538, out. 2018.

**Resumo:** (*Comunidade que Sustenta a Agricultura (CSA)*): tecnologia social de venda direta de alimentos e de revalorização das identidades alimentares territoriais). Comunidade que Sustenta a Agricultura (CSA) é uma tecnologia social inovadora nas relações que se estabelecem entre produtores rurais de alimentos e os consumidores urbanos de seus produtos. O processo busca consolidar circuitos curtos de suprimento no mercado como, também, o restabelecimento e fortalecimento de práticas coletivas de cooperação e de atuação política favorável à defesa do desenvolvimento socioeconômico endógeno, à revalorização das culturas alimentares identitárias e territoriais, ao comércio justo e à defesa e proteção do bem comum, especialmente no que tange à sustentabilidade e ao meio ambiente. Neste contexto, o objetivo deste artigo é preencher uma lacuna na produção nacional de conhecimentos sobre a CSA, revelando sua importância para o desenvolvimento agrícola sustentável, como uma nova perspectiva para a organização produtiva da cadeia de alimentos, especialmente os orgânicos. Metodologicamente, esse estudo é composto por pesquisa bibliográfica e documental como procedimento para apresentar o estado da arte sobre o tema no Brasil e de pesquisa *survey* respondida por 32 CSAs de todo o país, que corresponderam a 64% do total de experiências existentes. Os resultados obtidos mostram que, além das vantagens econômicas e financeiras tangíveis, a organização comunitária de produtores e consumidores, por intermédio das CSAs, reveste-se de importantes dimensões culturais e políticas, contribuindo

para a promoção, defesa e desenvolvimento do local, bem como estimulando posturas críticas e participativas das comunidades organizadas.

**Palavras-chave:** Comunidade que Sustenta a Agricultura; venda direta; tecnologia social; territorialidade alimentar; circuito curto de abastecimento alimentar.

**Abstract:** (*Community-supported Agriculture (CSA)*: social technology for the direct sale of food and for the revaluation of territorial food identities). Community-supported Agriculture (CSA) is an innovative social technology in the relationships established between rural food producers and the urban consumers of their products. The process seeks to consolidate short circuits of food supply in the market, as well as the reestablishment and strengthening of collective practices of cooperation and political action favorable to the defense of endogenous socioeconomic development, to the revaluation of the identity and territorial food cultures, to fair trade and to defense. In this context, the purpose of this article is to fill a gap in national knowledge production on CSA, revealing its importance for sustainable agricultural development, as a new perspective for the productive organization of the food chain, especially those that are organic. Methodologically, this study is composed of bibliographical and documentary research as a procedure to present the state of the art on the subject in Brazil and a survey answered by 32 CSAs from all over the country, which corresponded to 64% of the total of existing experiences. The results show that, besides the tangible economic and financial advantages, the community organization of producers and consumers through the CSAs, has important cultural and political dimensions, contributing to the promotion, defense and development of place, as well as stimulating critical and participatory postures of organized communities.

**Keywords:** Community-supported agriculture; direct sales; social technology; food territoriality; short food supply chain.

Recebido em maio de 2018.  
Aceito em setembro de 2018.