

FÓRUM

Submetido 01.08.2017. Aprovado 26.12.2017

Avaliado pelo sistema *double blind review*. Editores Científicos Convidados: Marina Heck, Jeffrey Pilcher, Krishnendu Ray e Eliane Brito
Versão traduzida

DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020180308>

EMPREENDEDORISMO COMO ATIVISMO? RESISTINDO À GENTRIFICAÇÃO EM OAKLAND, CALIFÓRNIA

Entrepreneurship as activism? Resisting gentrification in Oakland, California
¿Iniciativa empresarial como activismo? Resistencia al aburguesamiento en Oakland, California

RESUMO

Este artigo investiga a política cultural de empreendedorismo como uma forma de oposição à gentrificação em Oakland, Califórnia. Com base no trabalho fundamental de Watkins e Caldwell (2004), examino a relação entre projetos políticos – resistindo à gentrificação e disparidades raciais e econômicas – e o que significa, em termos culturais, a presença permanente de uma comunidade em meio ao deslocamento físico e a glorificação dos recém-chegados. Com base em 30 entrevistas com funcionários de organizações sem fins lucrativos de justiça alimentar, empresas sociais e agências governamentais relevantes da cidade, defendo que ativistas promovam o empreendedorismo de base alimentar a fim de criar empregos e oportunidades de negócios para residentes de longa data que possam permitir-lhes permanecer na sua cidade natal. Ao fazê-lo, destaco as contribuições de comunidades de longa data para as diversas culturas alimentares de Oakland, num momento em que essas comunidades estão sendo desvalorizadas e deslocadas. No entanto, os valores das propriedades estão aumentando tão rapidamente que mesmo essas oportunidades não asseguram que as comunidades de longa data possam permanecer. Por esse motivo, concluo oferecendo exemplos de ação direta e advocacia política que podem complementar essas abordagens empresariais.

PALAVRAS-CHAVE | Empreendedorismo, justiça alimentar, política cultural, ativismo, gentrificação.

ABSTRACT

This article investigates the cultural politics of entrepreneurship as a form of opposition to gentrification in Oakland, California. Building on Watkins and Caldwell's (2004) foundational work, I examine the relationship between political projects—resisting gentrification, racial and economic disparities—and the cultural work of signifying a community's continued presence amidst displacement and glorification of newcomers. Based on 30 interviews with employees of food justice non-profit organizations, social enterprises, and government agencies, I argue that activists promote food-based entrepreneurship to create employment and business opportunities for long-term residents that enables them to stay in their hometown. In doing so, the contributions of long-standing communities to Oakland's diverse food cultures are highlighted. However, property values are rising rapidly that even these opportunities cannot ensure that long-term communities remain. For this reason, I conclude by offering examples of direct action and policy advocacy that can supplement these entrepreneurial approaches.

KEYWORDS | Entrepreneurship, food justice, cultural politics, activism, gentrification.

RESUMEN

Este artículo investiga la política cultural de la iniciativa empresarial como forma de oposición al aburguesamiento en Oakland, California. Basándome en el trabajo fundacional de Watkins y Caldwell (2004), analizo la relación entre proyectos políticos -resistencia al aburguesamiento y las disparidades raciales y económicas- y el trabajo cultural de significar una presencia continuada de comunidad en medio al desplazamiento físico y la glorificación de recién llegados. Con base en 30 entrevistas con empleados de organizaciones sin fines de lucro de justicia alimentaria, iniciativas sociales y agencias gubernamentales relevantes de la ciudad, planteo que los activistas promueven la iniciativa empresarial basada en alimentos para crear oportunidades de empleo y de propiedad empresarial para residentes a largo plazo que pueden permitirles permanecer en su ciudad natal. Al hacerlo, destacan las contribuciones de comunidades duraderas a las diversas culturas gastronómicas de Oakland en un momento en que estas comunidades están siendo desvalorizadas y desplazadas. Sin embargo, los valores de las propiedades están aumentando tan rápidamente que ni siquiera estas oportunidades pueden asegurar que permanezcan comunidades a largo plazo. Por este motivo, concluyo brindando ejemplos de acción directa y apoyo de políticas que pueden complementar estos abordajes emprendedores.

PALABRAS CLAVE | Iniciativa empresarial, justicia alimentaria, política cultural, activismo, aburguesamiento.

ALISON HOPE ALKON¹

aalkon@pacific.edu

ORCID: 0000-0002-8913-2776

¹University of the Pacific,
Department of Psychology,
Stockton, CA, Estados Unidos
da América

INTRODUÇÃO

Em uma coluna do *New York Times* de 2006, o escritor de gastronomia Michael Pollan descreveu o ativismo gastronômico como uma espécie de "romance híbrido: um mercado-como-movimento". Diferente dos muitos movimentos sociais dos séculos XX e XXI que têm atravancado as exigências do capitalismo (Polanyi, 2001), o ativismo gastronômico procura apoiar uma alternativa "verde", adquirindo produtos de agricultores orgânicos locais e vendedores de produtos cozidos e de valor agregado. Em vez de confrontar o sistema industrial, isso estimula um tipo de revolução por atrito, em que ativistas podem tentar se alijar do sistema alimentar industrial por meio de suas escolhas de consumo (Alkon, 2012; Meyers & Sbicca, 2015). Os ativistas da justiça alimentar, que implementam sistemas de alimentação alternativa como meio de criar oportunidades econômicas e dirimir disparidades de saúde em comunidades negras de baixa renda (Alkon & Agyeman, 2011), adotaram também essa estratégia, apelando ao apoio a empresários locais de comida que são negros.

Nos últimos anos, a gentrificação tornou-se um desafio importante para o movimento de justiça alimentar. Os agricultores, mercados e lojas de alimentos saudáveis que os ativistas criaram em comunidades negras foram apropriados por agitadores culturais que visavam atrair brancos ricos para esses bairros. Por exemplo, a lista de Movoto de *35 reasons you need to move to Oakland* inclui fazendas urbanas no número 19 (Nelson, n. d., tradução nossa):

Você acabou de passar [...] por uma fazenda? Sim. Oakland é um hotspot para a agricultura urbana, com comunidades inteiras se unindo para plantar e cultivar. Isso não é ótimo somente para desenvolver a comunidade, mas também ajuda as crianças (e adultos) a aprenderem a importância da natureza, dos alimentos saudáveis, e a trabalharem juntos.

Apesar de a gentrificação trazer novos residentes que, muitas vezes, apoiam os projetos locais de alimentação, os ativistas alimentares de Oakland entendem isso como uma ameaça ao deslocamento da sua comunidade, e procuram reagir. As estratégias por meio das quais fazem isso são predominantemente empresariais.

Watson e Caldwell definem a política cultural alimentar como uma abordagem que exige dos pesquisadores que "se concentrem especificamente na alimentação como uma

janela para a política [...] As práticas alimentares integram um complexo campo de relacionamentos, expectativas e escolhas que são contestadas, negociadas, e muitas vezes desiguais" (2004, p. 1, tradução nossa). Neste artigo, aplicamos essa perspectiva para investigar os caminhos pelos quais os ativistas alimentares, empresários sociais e oficiais da cidade entendem o empreendedorismo como forma de oposição à gentrificação em Oakland, Califórnia. Aqueles com quem falamos veem o emprego e as oportunidades de negócio no setor alimentar como um caminho para residentes de longa duração serem capazes de manter a residência em Oakland, bem como receber reconhecimento pelo papel em sua comunidade na formação de uma cultura alimentar diversa da cidade. No entanto, os empreendimentos e a especulação influenciaram tanto os valores de propriedades residenciais e de varejo que essas oportunidades não conseguem garantir em longo prazo a capacidade de as comunidades de permanecerem em sua cidade natal, então formas empresariais de oposição devem ser complementadas com ação direta e apoio político. Com esta análise, enfatizamos como os projetos políticos são inextricáveis, como a resistência à gentrificação, do trabalho simbólico de nossos respondentes, proclamando a presença e as contribuições de uma comunidade ameaçada com deslocamento para a cultura ampliada da cidade e seus hábitos alimentares. O deslocamento, então, torna-se não só a expulsão da cidade, mas também o apagamento, e a resistência à gentrificação torna-se não só permanecer, mas também ser visto.

Movimentos alimentares e empreendedorismo

Embora existam antecedentes, particularmente entre os povos indígenas e os agricultores e jardineiros que não podiam pagar insumos agrícolas, Waren Belasco (1989) descreve o movimento contemporâneo de reforma e transformação do sistema alimentar ao crescimento da contracultura dos anos 1960. Os tipos jovens da contracultura "voltaram para a terra", em busca de um estilo de vida mais orgânico, formando comunidades e fazendas. Muitos deles foram de curta duração, mas os que permanecem até hoje tornaram-se negócios de sucesso (Meyers, 2005). Os primeiros apoiantes esperavam que, com o crescimento do movimento, esses sistemas alimentares alternativos substituíssem o modelo industrial dominante (Alkon, 2012; Meyers & Sbicca, 2015). No entanto, a relação entre negócios alimentares grandes e pequenos tornou-se muito mais complexa.

Comida é um grande negócio. Os totais de vendas no varejo e serviços alimentares nos EUA superaram US\$ 5 trilhões em 2015

(Statista, 2015). A indústria de alimentos orgânicos cresceu 11% em 2015, excedendo de longe a taxa geral da indústria alimentar, de 3% (McNeil, 2016). Na indústria alimentar como um todo e subsetor orgânico, as grandes marcas de legado dominam. As lojas de comida natural foram o principal distribuidor de produtos orgânicos na década de 1990, mas, em 2008, quase metade dessa comida foi comprada em cadeias de supermercados como *Walmart e Safeway* (Dimitri & Oberholtzer, 2009). Os estudiosos chamam esse processo de convencionalização; grandes marcas entraram no mercado orgânico e empregaram as mesmas práticas que utilizam na agricultura convencional e processamento industrial de alimentos (Buck, Getz, & Guthman 1997). Isso levou ao surgimento de marcas de orgânicos como o molho de tomate Muir Glen (General Mills) e os *smoothies* Odwalla (Coca-Cola), que já são nomes conhecidos.

Mas estes são também tempos promissores para os pequenos empresários de alimentos. O movimento criou uma crescente desconfiança das grandes marcas, e uma tendência para os negócios de alimentos pequenos, locais e artesanais. Um recente artigo do *New York Times* fez um perfil de vários empresários de alimentos que foram apoiados por capitalistas de risco e aceleradores ao estilo Vale do Silício, ansiosos para financiar e apoiar empresas independentes (Strom, 2015). Esse investimento, juntamente com a maturação da geração Y e preocupações de saúde dos *baby boomers*, tem feito grandes marcas perderem cada vez mais fatias de mercado para menores (Jefferies, 2012). Algumas grandes marcas responderam comprando seus concorrentes menores. É notório que Muir Glen e Odwalla começaram como iniciativas independentes, de pequena escala, antes de serem compradas por gigantes do varejo de alimentos (Trotter, 2016). Os apoiadores do movimento alimentar não estão sempre conscientes disso, denunciando esses vendidos, continuando a defender marcas de proprietários locais. Contudo, muitos outros não sabem dessa consolidação ou até torcem pelo crescimento de empresas éticas.

Desde o início da década de 2000, um grupo de ativistas trabalhando sob a bandeira da justiça alimentar têm problematizado cada vez mais o elitismo do movimento alimentar, argumentando que a atenção do movimento se concentra predominantemente em agricultores brancos, *chefs* e artesãos alimentares. Na melhor das hipóteses, ignora as antigas tradições alimentares das comunidades negras ou, na pior das hipóteses, apropria-se delas. Os ativistas alimentares reconhecem que, há muito tempo, os negros têm sido discriminados quanto à alimentação e agricultura. Por exemplo, a política histórica do Departamento de Agricultura dos EUA (U.S. Department of Agriculture [USDA], 2014) de negar empréstimos para agricultores

negros e latinos tem sido o tema de vários processos (Gilbert, Sharp, & Felin, 2002; Minkoff-Zern & Sloat, 2016). Além disso, a imigração e as políticas de trabalho impediram os negros de possuírem terras e fazendas, limitando tanto a participação na agricultura quanto a aquisição de riqueza (Minkoff-Zern, Peluso, Sowerwine, & Getz, 2011).

Os empresários negros do setor de alimentação são menos propensos a conseguirem se basear em recursos familiares para começar seus negócios e são menos propensos a receber empréstimos tradicionais e investimentos de capital (Fairlie & Robb, 2008). Some-se a isso o fato de que os fazendeiros brancos e empresários de alimentos tendem a beneficiar-se de publicidade desproporcionada na retórica e escrita do movimento alimentar, mesmo quando há negros fazendo trabalhos semelhantes (Cohen & Reynolds, 2016). Reconhecendo essas disparidades, os ativistas da justiça alimentar procuram gerar subsídios para agricultores e empresários negros, enquanto respondem à insegurança alimentar e às disparidades relacionadas à saúde em suas comunidades (Alkon & Agyeman, 2011). Associar os agricultores marginalizados às comunidades em situação de insegurança alimentar é vantajoso para ambos – uma fonte de lucros para o primeiro, e de alimentos para o último (Alkon & Guthman, 2017). Isso também se baseia nas antigas tradições de empreendedorismo das comunidades negras; elas têm, muitas vezes, se voltado para a produção de alimentos em pequena escala, de origens culturais, devido a barreiras no mercado de trabalho tradicional (Abarca, 2006; Williams-Forsen, 2006; Ray, 2016). No entanto, os ativistas da justiça alimentar têm lutado para atrair um número significativo de clientes de baixa renda. Apesar das intenções em contrário, seus clientes tendem a ser de classe média, brancos e, muitas vezes, relativamente novos na vizinhança.

Isso acontece, em parte, porque o movimento de justiça alimentar fixou algumas de suas raízes mais profundas nas cidades e bairros que estão se gentrificando rapidamente (Alkon & Cadjji, 2015). A gentrificação é um processo por meio do qual os bairros da classe trabalhadora urbana passam a ser habitados por residentes mais ricos, deslocando os habitantes de longo prazo, mudando, assim, a natureza das cidades (Lees, Slater, & Wyly, 2007; Quastel, 2009; Slater, 2006). Embora isso seja comumente discutido quanto às preferências de consumo dos novos residentes, a gentrificação é fundamentalmente um processo estrutural. Com a gentrificação, o capital se expande pela reprodução do espaço urbano, guiado pela cidade e política regional (Hackworth & Smith, 2001; Smith, 2008). É também um processo racial, baseado no desinvestimento anterior do núcleo urbano, que caracterizou a segregação (Lees et al., 2007;

Alison Hope Alkon

Shaw, 2007). O deslocamento e a violência são duas das suas principais características; as comunidades negras estão cada vez mais sujeitas à vigilância policial a mando dos novos residentes (Ospina, 2015; Shaw, 2015), e são empurradas para fora de suas casas. Na melhor das hipóteses, reinstalam-se em áreas menos caras e, na pior das hipóteses, ficam sem abrigo (Applied Survey Research, 2015; Slater, 2006).

Ainda mais, os urbanistas apelam para as preferências do consumidor a fim de promover bairros que estão se gentrificando. Alimentos, particularmente orgânicos e cozinha étnica, têm estado por muito tempo na lista de conveniências que atraíram as primeiras ondas de artistas e outros criativos para as comunidades de baixa renda (Zukin, 1995). Os cafés são, muitas vezes, as primeiras empresas que novos residentes abrem em seus novos bairros, criando espaços de reunião para os primeiros gentrificadores (Sullivan & Shaw, 2011). A comida é também importante para as etapas finais da gentrificação, ao passo que a contracultura é acompanhada e, às vezes, deslocada pelo desenvolvimento em grande escala (Lees et al., 2007). Na cultura popular de hoje, focada na alimentação, os restaurantes e fazendas urbanas de sucesso são um elemento essencial dos esforços das cidades para se projetarem como modernos, criativos, verdes e atraentes (Burnett, 2014; Hyde, 2014). Os investidores buscam esse tipo de varejo de alimentos como um sinal de que o bairro está maduro para a renovação. De acordo com Stan Humphries, o economista-chefe do mercado imobiliário *on-line* Zillow, “a entrada de um café numa localização assume uma função de sinalização para outros tipos de investidores [...] de que esse bairro chegou e está aberto para negócios de uma forma que não era antes” (como citado em Kohli, 2015, tradução nossa). Entendendo isso, um grupo de agentes imobiliários do Harlem uniu-se para abrir cafeterias e restaurantes no andar térreo para que pudessem aumentar os preços das unidades residenciais acima (Clarke, 2014). Da mesma forma, os frutos do trabalho dos ativistas da justiça alimentar, incluindo os mercados de agricultores, hortas comunitárias e varejo de comida saudável, costumam ser algumas das conveniências que corretores de imóveis e outros agitadores culturais usam como argumentos de venda (Alkon & Cadji, 2015).

A gentrificação traz oportunidades e desafios para as organizações de justiça alimentar. Enquanto os ativistas da justiça alimentar melhoram os bairros em que trabalham, criam espaços agradáveis para novos residentes já interessados em alimentos locais e orgânicos. Esses novos residentes apoiam os empreendedores da justiça alimentar comprando comida, oferecendo trabalho voluntário e doando fundos. Para muitos as organizações de justiça alimentar com quem falei em Oakland, o

suporte ao cliente desses novos residentes é crucial para as metas de arrecadação das organizações, bem como sua capacidade de angariar lucros para pequenos agricultores e empresários de alimentos. Esses benefícios, no entanto, são tênues. O deslocamento dos residentes de longa duração dos bairros onde acontecem projetos de justiça alimentar torna impossível para os ativistas seguir suas missões. Ironicamente, como os ativistas da justiça alimentar melhoram o acesso aos alimentos em bairros historicamente marginalizados, as comunidades inseguras que eles procuram servir são forçadas a sair. Amplamente motivados por uma análise ressaltando a necessidade de justiça racial, econômica e ambiental, os ativistas da justiça alimentar reconheceram que a gentrificação traz violência a suas comunidades (Crouch, 2012; Markham, 2014; Massey, 2017), e estão trabalhando para contrabalançar isso de diversas maneiras. Argumentam que, como a alimentação é tão profundamente enraizada na gentrificação, ela constitui uma importante lente através da qual se desenvolve resistência contra deslocamento. Sua principal estratégia popular é o desenvolvimento econômico pela geração de empregos e oportunidades empresariais em longo prazo para antigos membros da comunidade. Ao fazê-lo, eles aumentam os recursos e a visibilidade desses grupos. No entanto, as oportunidades não são inteiramente capazes de contrabalançar as pressões de deslocamento. Por essa razão, também descrevemos abordagens políticas que podem complementar estratégias empresariais.

METODOLOGIA

Este artigo é parte de um projeto maior, que analisa a relação entre comida e gentrificação em Oakland, Califórnia. Tudo começou quando Alkon orientou a tese de mestrado de Josh Cadji, que buscava compreender a política racial que acentuava a percepção dos mercados de agricultores e alimentação alternativa como espaços brancos. Enquanto ele estava conduzindo a observação participante, a organização de justiça alimentar sem fins lucrativos com a qual ele trabalhou viu uma empresa imobiliária destacar seu mercado de agricultores e horta comunitária em um vídeo projetado a fim de atrair novos residentes para sua vizinhança, que se gentrificava rapidamente. Isso motivou sua organização a envolver-se em debates críticos sobre o papel do ativismo gastronômico e dos sistemas alimentares sustentáveis na promoção da gentrificação, que se tornou o tema de sua tese.

Reconhecendo que outras organizações de justiça alimentar experimentaram dinâmica semelhante, conduzimos 30 entrevistas com uma variedade de habitantes de Oakland dedicada à justiça

Alison Hope Alkon

alimentar, incluindo funcionários de organizações sem fins lucrativos, donos de restaurantes e empreendedores sociais. As entrevistas geralmente duraram de uma a duas horas e foram gravadas utilizando um aplicativo no iPhone, e foram posteriormente transcritas. Usamos uma amostra de bola de neve, começando com uma base comunitária sem fins lucrativos e fazendo um trabalho semelhante ao de Josh. Meu acesso foi facilitado pela reputação de Josh como um dedicado ativista, assim como por contatos de pesquisas anteriores. Mais tarde, ampliamos o escopo para empresas sociais sem fins lucrativos e empresas de alimentos que foram mencionadas pelas empresas não lucrativas como de ideias similares ou que descreviam o trabalho delas como justiça alimentar e/ou empoderamento comunitário. Eu parei quando considerei que havia “saturação”, significando que a obtenção de novos dados não conseguiria produzir *insights* adicionais (Glaser & Strauss, 1999). Escolhi os exemplos abaixo descritos, entre minhas 30 entrevistas como essas, que mais claramente iluminaram a política cultural de empreendedorismo. Todavia, o apoio aos empresários como forma de resistência à gentrificação apareceu em quase todas as entrevistas.

Codificamos os dados a mão, usando Microsoft Word, lendo e relendo as transcrições para procurar padrões emergentes de modo a garantir que os nossos dados dessem origem à nossa análise. O apoio ao empreendedorismo foi um tema comum, pois era o principal caminho pelo qual as organizações com e sem fins lucrativos buscavam canalizar a sua oposição à gentrificação. Dentro daquela categoria, eu codifiquei para tipos de apoio, incluindo postos de trabalho, propriedade e representação, corrida. Estes tornaram-se os principais nós em torno dos quais esta análise se uniu.

RESULTADOS

Em 2008, o ativista de justiça social Van Jones (2008), baseado em Oakland, publicou *The Green Collar economy: How One Solution Can Fix Our Two Biggest Problems*. Esse aclamado *best-seller* do *New York Times* defendeu um “novo acordo verde”, que criaria milhares de postos de trabalho em energias alternativas e conservação de recursos. Já que esses empregos não poderiam ser terceirizados, Jones afirmou que eles poderiam ajudar comunidades marginalizadas a “saírem da pobreza”, garantindo que “a onda verde que se aproxima levanta *todos os barcos*”. A visão de Jones de uma economia do colarinho verde ficou popular e logo caiu no esquecimento. O próprio Jones foi contratado pela administração Obama como um “conselheiro de empregos verdes”, mas se demitiu devido à demonização da direita por

ações que podem consideradas apenas infrações menores e irrelevantes. Mas seu conceito de “empregos verdes” se instalou no setor alimentar sustentável em sua cidade natal, Oakland.

Configurações sem fins lucrativos

Uma das maiores organizações sem fins lucrativos trabalhando para um sistema alimentar justo e sustentável em Oakland é a *Planting Justice*. Gerar emprego é parte da missão da organização, juntamente com a democratização do acesso a alimentos a preços acessíveis e garantia da sustentabilidade ambiental. *Planting Justice* gerencia vários negócios sociais que arrecadam dinheiro para a organização, incluindo uma empresa de jardinagem e um viveiro de mudas. Segundo o cofundador Gavin Raiders, o emprego que garanta o básico é parte central da transformação dos sistemas alimentares, assim como sistemas de desigualdade mais amplos:

[Nosso objetivo é criar] planos empresariais que funcionem, que gerem receitas suficientes para criar empregos assalariados que não sejam dependentes de auxílios. Quando investigamos o movimento de justiça alimentar em Oakland e outros lugares, muito do trabalho que está sendo feito por voluntários [e] por pessoas com nível universitário que são contratadas de todo o país [...] pode-se ter apenas duas pessoas em uma organização que são da comunidade e recebem salário.

Para transformar os sistemas, precisamos de modelos de negócio escaláveis e replicáveis. Trata-se de um projeto de décadas, mas pretendemos ajudar a *Planting Justice* a se estabelecer em dezenas de cidades nos EUA ao longo da nossa vida, e possivelmente ter milhares de pessoas com empregos assalariados, que poderiam, em outras situações, estar presas, nas ruas, passando dificuldades ou mesmo mortas, devido à violência existente em nosso sistema.

Se vamos mudar o sistema alimentar ou econômico, ou vamos ajudar as pessoas a ficarem em suas casas, ou ajudar as pessoas a ficarem em Oakland ou qualquer outra cidade onde nasceram e se criaram e onde querem continuar vivendo, devemos ter modelos econômicos que funcionem. (tradução nossa)

Alison Hope Alkon

A *Planting Justice* emprega 35 pessoas. Aproximadamente dois terços delas são negros, e 60% estiveram presos anteriormente. Gavin associa os empregos assalariados à transformação de vidas. “Contratamos ex-presidiários desde 2010”, disse ele com orgulho, “e nenhuma pessoa foi presa novamente por um crime em todo esse tempo”.

A equipe da *Planting Justice* também trabalha para encontrar serviços de apoio como moradia. Enquanto Deep East Oakland, de onde é a maior parte dos funcionários da *Planting Justice*, ainda não foi sujeita às mesmas pressões de moradia como foram outras partes da cidade; esses trabalhadores negros, ex-presidiários, enfrentam grande discriminação quanto à moradia. A *Planting Justice* oferece cartas de emprego e de referência, e está começando o processo de licenciamento para que seus recém-adquiridos viveiros de mudas possam ser alocados para moradia. Apesar dessas estratégias, vários funcionários estão desabrigados, vivendo em seus carros ou com amigos e família.

Mesmo quando eles demonstram forte apoio a algum dos residentes de Oakland mais marginalizado, o modelo de negócios da *Planting Justice* depende de uma clientela de maior renda. Sua empresa de paisagismo comestível *Transform Your Yard* construiu aproximadamente 400 jardins em Oakland. Enquanto 25% desses jardins foram para pessoas de baixa renda a taxas reduzidas (e a organização se recusa a trabalhar com corretores e especuladores), a maioria de seus jardins é para clientes pagantes cujos investimentos em suas propriedades são recompensados com maior valor de propriedade.

A fim de facilitar relações positivas entre clientes e funcionários, *Planting Justice* analisa os primeiros para se certificar de que eles combinam com os valores da organização.

Recusamos clientes que não partilham de nossos valores. Entrevistamos pessoas [que querem nos contratar]. Qualquer um que esteja trabalhando para donos de propriedades [sabe] que há todo tipo de indecências de poder e privilégio que não são boas [...] não queremos pôr a nós mesmos ou qualquer dos nossos funcionários nessas posições, especialmente quando há outro trauma e outras coisas em jogo nessas situações.

Esse processo de seleção demonstra o trabalho cultural envolvido na promoção do empreendedorismo —neste caso, empregos verdes— como resposta à gentrificação. A *Planting Justice* tem de atuar como uma espécie de tradutor entre sua mão de obra de ex-presidiários e sua base de clientes

relativamente rica. Apresenta uma narrativa sobre quem são os seus trabalhadores enfatizando suas boas intenções, enquanto reconhece as barreiras sistêmicas que enfrenta. Por seu turno, os clientes são educados sobre esses obstáculos e são testados para garantir a construção de relacionamentos de sucesso.

Outra organização de justiça alimentar sem fins lucrativos que vê a criação de postos de trabalho para antigos moradores de Oakland como essencial para sua missão é a *Mandela Marketplace*. Para a Mandela, o objetivo não são apenas empregos assalariados, mas a propriedade de ativos alimentares comunitários. A *Mandela Marketplace* é um hub alimentar sem fins lucrativos cujo eixo principal é a *Mandela Food Cooperative*, com fins lucrativos e gerenciada por funcionários. A diretora de Empreendedorismo Social da *Mandela Marketplace*, Mariela Cedeño, descreve como essa relação permite a propriedade comunitária de empresas de alimentos:

Se você olhar ao redor de *Bay Area*, são principalmente brancos que ou têm uma estrutura de recursos ou suas próprias finanças pessoais, ou são capazes de começar este tipo de negócio [...] A razão por que nós nos estabelecemos como uma organização sem fins lucrativos para dar apoio e incubar a *Mandela Foods* foi porque empregadores de trabalhadores de West Oakland não tinham o crédito ou as redes ou o acesso ao tipo de financiamento de que precisariam para construir algo que iria custar US\$ 750.000,00 enquanto uma organização sem fins lucrativos tem o tipo de competência necessária para trabalhar em rede por meio de subvenções ou fornecer garantias para ajudá-los a obter financiamento. (tradução nossa)

É digno de nota que todos os empregadores da *Mandela Foods Co-op* são afro-americanos, enquanto o pessoal sem fins lucrativos é racialmente diverso. Os empregadores compartilham os lucros da organização, ao passo que a organização sem fins lucrativos pode arrecadar fundos para cobrir eventuais perdas. Assim, a organização sem fins lucrativos serve como uma espécie de anjo investidor na cooperativa. A cooperativa estabilizou-se pela primeira vez em 2012, um ano antes de seu plano de negócios, e lucrou pela primeira vez em 2014. O poder decisório da mercearia está principalmente com os empregadores; cada um deles tem voto nas políticas de trabalho. A organização sem fins lucrativos também tem um voto coletivo, o que lhe permite ter voz, mas não controle.

Alison Hope Alkon

No entanto, clientes na cooperativa são predominantemente brancos, e até mesmo os clientes negros são geralmente novos no bairro. Mariela explica como o apoio dos novos moradores é essencial para a cooperativa de lucros:

O objetivo final [da cooperativa] é tornar a alimentação saudável acessível para moradores da comunidade, e, assim, mudar os indicadores de saúde e a dinâmica desta comunidade. E, então, garantir que os alimentos saudáveis e mercadorias a granel, como feijão e grãos, sejam acessíveis é importante para eles. Mas eles também vão servir a quem possa torná-lo lucrativo. Então, eles também vão vender um queijo sofisticado ou frango de aviário ou uma garrafa de mel de 10 dólares. (tradução nossa)

Há muito tempo acostumados a ver empresas em sua área de propriedade de não negros, esses vizinhos estão particularmente animados para aprender que aqueles que trabalham na loja também são. O empregador James Burke, que cresceu em West Oakland, descreveu como os antigos residentes ficam impressionados quando percebem isso. “Eles dizem, ‘Oh, sim todos vocês são donos da loja?’ E eles contam aos filhos, ‘Oh, eles são donos dessa loja’”. Outro empregador, Adrionna Fike, diz mais sobre as razões pelas quais a propriedade de negros importa:

Isso importa pela representação, importa, pelo desenvolvimento comunitário, que os construtores se pareçam conosco, que estejamos crescendo. Importa em termos de autodeterminação; expressar, demonstrar, ensinar. Importa para o legado de todos os comerciantes; os comerciantes negros que vieram antes nas comunidades negras. Importa para os legados seguirem adiante, importa apenas por comunidades negras em todo o mundo, para as pessoas que tentam transformar os sistemas alimentares ou participar de sua própria soberania, de sua independência. Importa quando os negros estiverem tentando fazer isso e eles tiverem exemplos de negros que já estão tentando. Você não pode me dizer que é uma coisa de brancos, pois estamos aqui! (tradução nossa)

A Mandela pode oferecer “queijo sofisticado ou frango criado livremente” para agradar moradores novos, de maior renda,

mas eles também proclamam sua identidade como um negócio de propriedade de negros dedicado a apoiar os produtores negros.

Os funcionários da Mandela têm pensado muito em gentrificação, tanto na cooperativa quanto na organização sem fins lucrativos. Uma importante estratégia por meio da qual reagirão contra essa força é disponibilizando uma oportunidade para a propriedade comunitária de um negócio que reconhecidamente beneficia o afluxo de novos residentes. Mariela explica:

Falamos muito sobre gentrificação, e o que isso significa em West Oakland. Somos uma cooperativa, mas estamos trabalhando em um sistema capitalista. O que isso nos permite fazer é nos certificarmos de que moradores da comunidade, que foram parte da história de West Oakland, podem possuir a economia de modo que possam permanecer nela e lucrar com as pessoas que estão chegando e que têm renda mais alta.

[A gentrificação] é uma dinâmica que não queremos que aconteça com eles. Queremos que eles sejam parte disso. E acho que eles são um modelo exemplar dos membros da comunidade locais [podem fazer] para construir sua qualidade de vida por meio do aumento da renda e do acesso a comida mais saudável, mas também do lucro com o fato de as pessoas quererem se mudar para a comunidade. Sabe, Burke cresceu aqui, (*apontando para James Burke, um dos empregadores*), e *Mandela Marketplace* vai se tornar lucrativa, e ele vai ter uma parte desses lucros e ter renda o suficiente para ficar em West Oakland. Isso faz parte de elaborar um modelo nacional sobre como enfrentar essas dinâmicas e trabalhar dentro do sistema apesar das falhas.

Para organizações sem fins lucrativos como a *Planting Justice* e a *Mandela Marketplace*, que se beneficiam do afluxo de novos residentes para Oakland, o emprego e a propriedade comunitária são formas de possibilitar aos antigos residentes que respondam à ameaça de deslocamento. Ao mesmo tempo, levantam o perfil de negros que participam de sistemas alimentares comunitários, interferindo na narrativa de que alimentos locais e orgânicos são a província de brancos ricos. Enquanto a gentrificação muda a demografia racial de Oakland, a presença desses antigos moradores significa que as comunidades

Alison Hope Alkon

negras permanecem em Oakland e contribuem para as suas comunidades de maneira positiva.

Configurações pró-lucro

Há também um número crescente de restaurantes e empresas de alimentos sociais que se esforçam para criar empregos verdes e oportunidades empresariais por antigos membros da comunidade. Talvez o mais importante deles é o *Red Bay Coffee*. Fundado por Keba Konte, artista, ativista e sócio de cafés bem-sucedidos em Berkeley e São Francisco, *Red Bay* destaca “a origem única, o comércio justo e direto, orgânico, sustentável e cafés [e] prevê um mundo em que o café seja um veículo para a inclusão social, econômica e o empoderamento, o empreendedorismo, a inovação e a sustentabilidade ambiental” (tradução nossa). Keba fundou o *Red Bay* em 2014, e rapidamente se tornou uma das mais visíveis marcas da East Bay, disponível em muitos cafés locais e mercados de agricultores, e vende no atacado para grandes varejistas, como Whole Foods e empresas de tecnologia como Twitter e Salesforce.

Red Bay também gerencia um café na área residencial de Oakland, um epicentro de gentrificação. Instalado em um contêiner reciclado e decorado com madeira reciclada, arte e suculentas, mantém uma estética que se tornou sinônimo de afluxo de *hipsters* brancos. Keba reconhece o papel que empresas de alimentos de alta qualidade como a sua tiveram na mudança dos bairros. “Uma das coisas com as quais eu lutava foi: ‘Se eu abrisse uma cafeteria em Oakland central, seria um ímã para a gentrificação? Eu estaria deixando o problema pior?’” (tradução nossa).

Sendo um homem afro-americano, Keba alega que sua presença como um empresário ajuda a diversificar o mundo predominantemente branco, masculino dos cafés especiais. Mas a ética de justiça social de *Red Bay* vai além das identidades de seu fundador e dos agricultores. O objetivo de Keba é “povoar o café com jovens negros e pardos que estão lutando para ficar na cidade — metade deles seriam ex-presidiários”. O modelo de negócios de *Red Bay* oferece salários razoáveis. Trabalhadores iniciantes ganham salários, dicas e uma parte dos lucros, por um total de cerca de US\$ 20,00 por hora, apesar de ainda não se saber se isso é o suficiente para manter funcionários em Oakland. “Trata-se de uma proposta arriscada, e ainda estamos analisando a complexidade do desafio”, diz ele. “Mas eu sinto que poderia engrenar. Oakland poderia ser um modelo de resistência ao efeito de deslocamento de gentrificação”.

The Town Kitchen é outro negócio alimentar pró-lucro que visa assegurar que a cidade nova possa beneficiar antigos

membros da comunidade. Em seu *site*, *The Town Kitchen* descreve-se como um “uma empresa alimentar administrada pela comunidade [que] entrega almoço produzido localmente [e gera] empregos a salários justos e dá faculdade a jovens de baixa renda”. Eles se baseiam em artesãs alimentares que são mulheres, negras, em grande parte baseadas em Oakland. Seus clientes de entrega incluem uma série de empresas de tecnologia e negócios, de impacto social e grandes eventos, incluindo o Super Bowl de 2016. Como um artigo promocional informa, “jovens pobres recebem um bom salário e treinamento culinário, e as empresas de tecnologia da *Bay Area* recebem seus almoços sofisticados. Todo mundo ganha” (tradução nossa). A cofundadora Sabrina Mutukisna tem experiência em desenvolvimento de jovens sem fins lucrativos e trabalha para garantir que os jovens empregados por *The Town Kitchen* recebam o apoio de que necessitam, incluindo ajuda com a faculdade e ajuda financeira, moradia e outras necessidades. Ela estimou que 80% dos empregados estão também matriculados na faculdade ou tendo aulas preparatórias para a universidade no ensino médio, e vários deles saíram do emprego para frequentarem universidades.

Apesar de nenhum dos fundadores ter sido criado em Oakland, a cidade oferece não só a missão da empresa, mas também um aspecto importante de sua marca: “a cidade” tem sido um apelido para Oakland há muito tempo, distinguindo-a da “cidade” de São Francisco. Isso tem a ver com a modernidade da cena de alimentos sustentáveis de Oakland, bem como o objetivo dos fundadores de aumentar a visibilidade de negros em Oakland. Sabrina descreve o nome de sua empresa como uma resposta direta à gentrificação:

Oakland está em um lugar onde a gentrificação é realmente um grande tema. Falar sobre coisas como antropologia e gentrificação alimentares [...] essas grandes questões de como preservamos nossa cultura, o que é a cultura de Oakland, como vemos isso por meio de nossa comida, e como podemos ver isso em nossos jovens, e garantir que os jovens possam permanecer em Oakland, possam comprar uma casa em Oakland, possam começar empresas em Oakland. O que estamos fazendo para criar isso?

The Town Kitchen e *Red Bay Coffee* estão na vanguarda de um esforço dos empreendedores sociais alimentares de Oakland para garantir que alguns dos benefícios da cena dinâmica e sustentável da comida da cidade prosperem para os antigos membros da comunidade, destacando suas contribuições

Alison Hope Alkon

para a cultura local, fornecendo empregos verdes assalariados. A tendência para empregar jovens negros com limitadas perspectivas de emprego é um fenômeno recente, e aqueles que fazem uso dessa abordagem esperam que isso possa ajudar antigos moradores a resistirem a pressões de moradia geradas pela gentrificação.

Novos empresários como Keba em *Red Bay* e Sabrina em *The Town Kitchen* esperam que seus funcionários sejam também capazes de permanecer na cidade. Mas Sabrina relata que, para ao menos alguns dos jovens com quem ela trabalha, já é tarde demais. Suas famílias foram deslocadas, e eles se dirigem do subúrbio até a cidade por até uma hora. Isso tem a ver com a qualidade de seu trabalho, mas também com a incapacidade de mesmo bons empregos verdes combaterem a gentrificação enquanto as pressões do mercado imobiliário continuam a se intensificar.

DISCUSSÃO

Apesar de ter muito apoio popular, a criação de empregos no mercado alimentar é uma abordagem limitada à resistência contra o deslocamento. Pode ajudar comunidades antigas a se verem refletidas na cena alimentar próspera de Oakland, mas não se garante que mesmo esses salários possam suportar o mercado imobiliário da cidade. Considerando que as comunidades emergentes também estão enfrentando pressões de deslocamento, parece improvável que antigos moradores possam ser apoiados em navegar na paisagem atual. Se o deslocamento é para ser evitado, a própria paisagem deve ser deslocada. Várias políticas da cidade foram recentemente iniciadas para começar esse trabalho.

Oakland não é estranha ao ativismo contra a gentrificação. Uma recente campanha de destaque envolveu um lote de um acre da cidade no bairro East Lake. Quando a prefeitura tentou vender esse lote para ser desenvolvido como uma torre de apartamentos de luxo, protestos eclodiram, interrompendo reuniões na câmara municipal. Devido à oposição da comunidade, o desenvolvedor concordou em construir unidades acessíveis no local. Outra campanha recente resultou na passagem da Medida JJ em 2016, que expande a cidade as medidas de moradia e aluguel acessíveis e limita os aumentos de aluguel. Como vários membros da comunidade, muitos dos ativistas de justiça alimentar e empresários participaram nessas lutas, mas as próprias organizações eram praticamente inexistentes.

No entanto, as organizações têm-se envolvido na elaboração de políticas para integrar a igualdade na saúde e

a habitação a preços acessíveis no processo de licenciamento de edifícios. Duas organizações proeminentes, o *Oakland Food Policy Council* [Conselho de Política Alimentar de Oakland] e a *Hope Collaborative*, têm trabalhado com as Secretarias de Planejamento e de Saúde Pública para desenvolver orientações de desenvolvimento saudável para a Prefeitura de Oakland.

A Diretora Executiva da *Hope Collaborative*, Sabrina Wu, descreve a intenção geral dessas orientações e a motivação de sua organização em participar de seu desenvolvimento:

Deveria ser uma ferramenta de melhoria da saúde pública que identificaria impactos potencialmente negativos sobre a saúde de empreendimentos propostos antes de serem aprovados. Nos encontramos sempre do outro lado da luta. A cidade já aprovou o projeto, por que a comunidade não diz nada? Agora vamos lutar contra isso, vamos entrar com uma ação judicial. É tarde demais porque você não apareceu nas reuniões públicas das quais eles nunca nos falaram.

Isto é algo que acontece repetidas vezes. O que estamos ouvindo de nossos membros é que realmente precisamos de algo mais rápido no processo de aprovação. Não vamos contar com a Prefeitura para sempre nos avisar quando o comentário público for “Quando vamos nos envolver?”. Eles não sabem fazer isso. Tem de haver algum tipo de controle. Eles não são orientados a pensar sobre “Como esta proposta de empreendimento que estou recebendo na mesa do licenciamento influencia a saúde desta comunidade?”. Não é assim que eles são treinados. Eles realmente necessitam de uma ferramenta que os guiará [por esse processo]. Ela considera o impacto na moradia, transporte, comida, espaço, arte e cultura. É muito ampla e abrangente. (tradução nossa)

As orientações de desenvolvimento saudável fazem uma abordagem abrangente, incluindo recomendações sobre saúde ambiental, oportunidades econômicas, cultura comunitária e segurança, alimentação saudável, transporte, moradia e recreação. No que diz respeito à comida, as orientações propõem que a cidade imponha ou incentive construtores a apoiarem um programa de parques comestíveis, a aumentarem o acesso da

Alison Hope Alkon

população à comida saudável pelos mercados de agricultores, a produzir barracas ou mercearias, e a dedicar espaço para jardins permanentes e visíveis. As orientações também defendem a ampliação do acesso à habitação a preços acessíveis, particularmente para as populações vulneráveis. As estratégias incluem uma taxa de impacto de trabalho/moradia, apoio à manutenção de moradias existentes e acessíveis, a instituição de preferências em projetos de moradia acessível assistidos pela Prefeitura para pessoas que vivem ou trabalham em Oakland, aqueles que foram deslocados, sem-teto e famílias de renda muito baixa, assim como uma política de zoneamento inclusivo para projetos de empreendimentos que apoiem oportunidades de propriedade em longo prazo, acessíveis para moradores locais. Isso também inclui suporte para alguns dos programas de empreendedorismo descritos acima, tais como empregos assalariados e a incubação de negócios de proprietários locais.

Se e quando forem aprovadas, as orientações de desenvolvimento saudável serão uma importante ferramenta para criar empreendimentos que satisfaçam as necessidades dos moradores atuais de Oakland enquanto minimizam o deslocamento. Mas seus criadores reconhecem que isso será controverso, e que os funcionários eleitos têm favorecido o recrutamento de empresas de tecnologia e empreendimentos imobiliários de luxo. Por ora, eles estão começando pela ênfase às orientações que não exigem novas leis. Alguns destas são mais superficiais, como exigir lixeiras em áreas de empreendimentos. Outros alertam o Departamento de Planejamento sobre leis municipais e estaduais de moradia que não estavam anteriormente no radar deles, uma omissão que alguns construtores usam a seu favor. Ao mesmo tempo, o Departamento de Planejamento busca orientações adicionais, começando com as menos controversas, para apoiar aquelas cuja adoção pode ser mais complicada. Se e quando forem aprovadas, as orientações de desenvolvimento saudável são o tipo de política que pode ajudar a prevenir o deslocamento de média e baixa renda de moradores de Oakland, em que pese o número cada vez maior de residentes mais ricos vivendo na cidade, e as empresas – alimentares e outras – atendem às necessidades dos recém-chegados.

CONCLUSÃO

Desde o seu ressurgimento na década de 1960, o ativismo gastronômico evoluiu de suas raízes anticapitalistas para promover a produção e o consumo de produtos orgânicos e locais. Defende a justiça alimentar enquanto destaca sistemicamente

as maneiras como os sistemas industrial e alimentar reproduzem as desigualdades raciais, e persegue seus objetivos por meio do apoio aos empresários. Ele promove empresários de alimentos negros colocando seus produtos nos mercados de agricultores e lojas de alimentos saudáveis, e gerando empregos verdes em comunidades marginalizadas. Quando confrontados com os desafios trazidos pela gentrificação, os ativistas da justiça alimentar continuam a destacar o empreendedorismo. Eles argumentam que a geração de empregos assalariados verdes e oportunidades de propriedade para comunidades ameaçadas pelo deslocamento reúne benefícios para esses grupos, permitindo que permaneçam na cidade, enfatizando sua visibilidade e contribuições às culturas alimentares de suas cidades. Isso associa o trabalho cultural de representação ao objetivo material de melhorar a distribuição de recursos.

No entanto, essas estratégias empresariais reforçam noções neoliberais de desenvolvimento de negócios e soluções de mercado para os problemas sociais, como o racismo e injustiça ambiental. O neoliberalismo é uma filosofia política e econômica que afirma que o bem-estar humano pode ser mais facilmente alcançado se o chamado “livre” mercado for autorizado a funcionar livre da intervenção estatal (Harvey, 2005, p. 2). Cientistas sociais renomados argumentaram que os modos atuais do ativismo alimentar podem se opor expressamente a essa filosofia. Mesmo assim, tenderam a assumir formas neoliberais de governança, incluindo a dependência de mercados para buscar a mudança (Allen, 2008; Allen, Fitzsimmons, Goodman, & Warner, 2003; Brown & Getz, 2008; Guthman, 2008; Harrison, 2008). Os defensores da justiça alimentar chamam a atenção para décadas de padrões de desenvolvimento institucionalmente racistas (McClintock, 2011). Mas, em vez de exigir investimentos do governo nessas áreas, eles argumentam que as comunidades podem criar empreendimentos populares por meio de sistemas alimentares locais. Essa abordagem sugere que as pessoas comuns podem trabalhar juntas para resolver problemas sociais. Enquanto isso certamente pode ser empoderador, a falta de um papel para a política governamental ajuda a aliviar o Estado de sua responsabilidade para fornecer proteção ambiental e uma rede de segurança social, uma responsabilidade que é particularmente importante à luz do papel do Estado de perseguir e permitir a destruição de comunidades e ambientes em primeiro lugar.

Além de seu trabalho abertamente político, movimentos sociais como o da justiça alimentar ajudam a moldar um sentido de individualidade e cidadania. Muitos ativistas alimentares abraçam e perpetuam irreflexivamente ideias compatíveis com noções neoliberais de boa cidadania por meio de sua ênfase na autorresponsabilidade, individualismo e empreendedorismo

Alison Hope Alkon

(Bondi & Laurie, 2005; Dean, 2014; Lerner & Craig, 2005; Rose, 1999). O suporte para empresários de alimentos locais não só dá sustentação à responsabilidade individual por sua própria situação econômica, mas também admite que a diminuição do apoio político aos programas de benefícios sociais é muitas vezes ridicularizada e considerada como esmola (Allen, 1999). Além disso, eles se esquecem de que as pequenas empresas são competitivas e costumam falhar, tornando-as pobres substitutas para a assistência direta.

As organizações alimentares procuram dar suporte a locais de negócios via arrecadação, prestação de assistência técnica, incubação e outros apoios; contudo, são incapazes de garantir que os empresários com quem trabalham são capazes de suportar o deslocamento. Para ter certeza, essas estratégias sociais e empreendimentos são relativamente recentes e não podem ainda ser estudados de maneira sistemática. Todavia, o desalojamento de vários funcionários da *Planting Justice* e o desalojamento de algumas pessoas da força de trabalho de *The Town Kitchen* representam o desafio de manter os moradores de baixa renda de Oakland, mesmo com empregos que pagam US\$ 20 por hora. Um estudo recente da organização sem fins lucrativos Policy Link (2016) verificou que o número de unidades em Oakland a preços acessíveis para trabalhadores assalariados e professores de nível iniciante é o mesmo: zero.

É evidente que os empregos assalariados e as oportunidades empresariais são importantes para as comunidades que suportaram décadas de segregação, renovação urbana e desinvestimento geral, mesmo se eles não conseguem suportar o atual *boom* imobiliário especulativo. No entanto, os ativistas da justiça alimentar que procuram enfrentar a gentrificação fariam bem em adicionar estratégias a seu léxico. Em sua origem, a gentrificação é um processo político-econômico por meio do qual os investidores e outros aumentam seus lucros com a ajuda da política da cidade. E, enquanto política da cidade é muitas vezes usada para atrair construtores, ela também pode ser utilizada para fazer exigências. As orientações de desenvolvimento saudável descritas acima são um claro e completo exemplo disso, e alguns ativistas alimentares foram envolvidos em sua elaboração. Os ativistas alimentares fariam bem em promover essas orientações entre os seus apoiadores, incluindo os antigos membros da comunidade que eles visam a apoiar e os residentes mais recentes, de maior renda, que podem atuar como aliados politicamente poderosos. Dessa forma, os ativistas da justiça alimentar podem usar suas abordagens empresariais não só para comprar e vender comida e para dar sentido à presença remanescente de antigas comunidades, mas também para construir poder para afetar mudanças políticas mais amplas.

REFERÊNCIAS

- Abarca, M. (2006). *Voices in the kitchen: Views of food and the world from working-class Mexican and Mexican-American women*. College Station, USA: Texas A&M Press.
- Alkon, A. (2012). *Black, white and green: Farmers markets, race and the green economy*. Athens, GA: UGA Press.
- Alkon, A., & Agyeman, J. (2011). *Cultivating food justice: Race, class, and sustainability*. Cambridge, USA: MIT Press.
- Alkon, A., & Cadji, J. (2015). One day, the white people are going to want these houses again: Understanding gentrification through the North Oakland farmers market. In S. Zavetoski, & J. Agyeman (Eds.), *Incomplete streets*. New York, USA: Routledge.
- Alkon, A., & Guthman, J. (2017). *The new food activism: Opposition, cooperation, and collective action*. Berkeley, USA: UC Press.
- Allen, P. (1999). Reweaving the food security safety net: Mediating entitlement and entrepreneurship. *Agriculture and Human Values*, 16(2), 117-129. doi:10.1023/A:1007593210496
- Allen, P. (2008). Mining for justice in the food system: Perceptions, practices, and possibilities. *Agriculture and Human Values*, 25(2), 157-161. doi:10.1007/s10460-008-9120-6
- Allen, P., Fitzsimmons, M., Goodman, M. K., & Warner, K. (2003). Shifting plates in the agrifood landscape: The tectonics of alternative agrifood initiatives in California. *Journal of Rural Studies*, 19(1), 61-75. doi:10.1016/S0743-0167(02)00047-5
- Applied Survey Research. (2015). *San Francisco homeless point-in-time count and survey*. Recuperado de <http://www.appliedsurveyresearch.org/homelessness-reports/2014/8/13/san-francisco-homeless-homeless-point-in-time-count-and-survey>
- Belasco, W. (1989). *Appetite for change: How the counterculture took on the food industry*. Ithaca, USA: Cornell University Press.
- Bondi, L., & Laurie, N. (2005). Introduction. *Antipode*, 37(3), 393-401. doi:10.1111/j.0066-4812.2005.00503.x
- Brown, S., & Getz, C. (2008). Privatizing farm worker justice: Regulating labor through voluntary certification and labeling. *Geoforum*, 39(3), 1184-1196. doi:10.1016/j.geoforum.2007.01.002
- Buck, D., Getz, C., & Guthman, J. (1997). From farm to table: The organic vegetable commodity chain of Northern California. *Sociologia Ruralis*, 37(1), 3-20. doi:10.1111/1467-9523.00033
- Burnett, K. (2014). Commodifying poverty: Gentrification and consumption in Vancouver's Downtown Eastside. *Urban Geography*, 35(2), 157-176. doi:10.1080/02723638.2013.867669
- Clarke, K. (2014). Brokers give gentrification a push by opening coffee shops in Harlem. *Daily News*. Recuperado de <http://www.nydailynews.com/life-style/real-estate/latte-change-harlem-article-1.1903758>
- Cohen, N., & Reynolds, K. (2016). *Beyond the kale*. Athens, GA: UGA Press.
- Crouch, P. (2012). Evolution or gentrification: Do urban farms lead to higher rents? *Grist*. Recuperado de <http://grist.org/food/evolution-or-gentrification-do-urban-farms-lead-to-higher-rents/>
- Dean, A. B. (2014). Michael Pollan: Our food is dishonestly priced. *Moyers and Company*. Recuperado de <http://billmoyers.com/2014/02/03/michael-pollan-our-food-is-dishonestly-priced/>
- Dimitri, C., & Oberholtzer, L. (2009). Marketing US organic foods: Recent trends from farms to consumers. *Economic Information Bulletin No. (EIB-58)*. Recuperado de <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/58615/2/eib58.pdf>

Alison Hope Alkon

- Fairlie, R. W., & Robb, A. M. (2008). *Race and entrepreneurial success*. Cambridge, USA: MIT Press.
- Gilbert, J., Sharp, G., & Felin, S. (2002). The loss and persistence of black-owned farms and farmland: A review of the research literature and its implications. *Southern Rural Sociology*, 18(2), 1-30.
- Glaser, B., & Strauss, A. (1999). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. New York, USA: Routledge.
- Guthman, J. (2008). Bringing good food to others: Investigating the subjects of alternative food practice. *Cultural Geographies*, 15(4), 431-447. doi:10.1177/1474474008094315
- Hackworth, J., & Smith, N. (2001). The changing state of gentrification. *Journal of Economic and Social Geography*, 92(4), 464-477. doi:10.1111/1467-9663.00172
- Harrison, J. L. (2008). Lessons learned from pesticide drift: A call to bring production agriculture, farm labor, and social justice back into agrifood research and activism. *Agriculture and Human Values*, 25(2), 163-167. doi:10.1007/s10460-008-9121-5
- Harvey, D. (2005). *A brief history of neoliberalism*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Hyde, Z. (2014). Omnivorous gentrification: Restaurant reviews and neighborhood change in the Downtown Eastside of Vancouver. *City & Community*, 13(4), 341-359. doi:10.1111/cico.12088
- Jefferies. (2012). *Industry update: Trouble in Aisle 5*. Recuperado de http://www.jefferies.com/CMSFiles/Jefferies.com/files/PressReleases/2012/TroubleinAisles_062712.pdf
- Jones, V. (2008). *The green collar economy: How one solution can fix our two biggest problems*. New York, USA: Harper One.
- Kohli, S. (2015). Developers have found the secret sauce for gentrifying. *Quartz*. Recuperado de <https://qz.com/408986/developers-have-figured-out-the-secret-sauce-to-gentrification/>
- Larner, W., & Craig, D. (2005). After neoliberalism? Community action and local partnerships in Aotearoa, New Zealand. *Antipode*, 37(3), 402-424. doi:10.1111/j.0066-4812.2005.00504.x
- Lees, L., Slater, T., & Wyly, E. (2007). *Gentrification*. New York, USA: Routledge.
- Markham, L. (2014). Gentrification and the urban garden. *The New Yorker*. Recuperado de <http://www.newyorker.com/business/currency/gentrification-and-the-urban-garden>
- Massey, B. (2017). DC's urban farms wrestle with gentrification and displacement. *Civil Eats*. Recuperado de <http://civileats.com/2017/02/27/d-c-s-urban-farms-wrestle-with-gentrification-and-displacement/>
- McClintock, N. (2011). From industrial garden to food desert: Demarcated devaluation in the flatlands of Oakland, California. In A. Alkon, & J. Agyeman (Eds.), *Cultivating food justice: Race, class and sustainability* (pp. 89-120). Cambridge, USA: The MIT Press.
- McNeil, M. (2016). US organic sales post new record of \$43.3 Billion in 2015. *Organic Trade Association*. Recuperado de <https://www.ota.com/news/press-releases/19031>
- Meyers, J., & Sbicca, J. (2015). Bridging good food and good jobs: From secession to confrontation within alternative food movement politics. *Geoforum*, 61, 17-26. doi:10.1016/j.geoforum.2015.02.003
- Meyers, J. S. M. (2005). Workplace democracy comes of age: Economic stability, growth, and workforce diversity. In V. Smith (Ed.), *Worker participation: Current research and future trends* (Research in the Sociology of Work, Vol. 16, pp. 205- 237). Bradford, UK: Emerald Group Publishing Limited.
- Minkoff-Zern, L., Peluso, N., Sowerwine, J., & Getz, C. (2011). Race and regulation: Asian immigrants in California agriculture. In A. Alkon, & J. Agyeman (Eds.), *Cultivating food justice: Race, class, and sustainability* (pp. 65-86). Cambridge, USA: MIT Press.
- Minkoff-Zern, L., & Sloat, S. (2016). A new era of civil rights? Latino immigrant farmers and exclusion at the United States Department of Agriculture. *Agriculture and Human Values*, 34(3), 631-643. doi:10.1007/s10460-016-9756-6
- Nelson, R. (n. d.). 35 reasons you need to move to Oakland. *Movoto*. Recuperado de <http://www.movoto.com/guide/oakland-ca/moving-to-oakland/>
- Ospina, T. (2015). *Racially profiled, drummers make noise about gentrification in Oakland*. Recuperado de <http://blog.oaklandxings.com/2015/10/racially-profiled-drummers-make-noise-about-gentrification-in-oakland/>
- Polanyi, K. (2001). *The great transformation*. New York, USA: Beacon.
- Policy Link. (2016). Oakland's Displacement Crisis as Told by the Numbers. Recuperado de <http://www.policylink.org/sites/default/files/PolicyLink%20Oakland's%20Displacement%20Crisis%20by%20the%20numbers.pdf>
- Quastel, N. (2009). Political ecologies of gentrification. *Urban Geography*, 30(7), 694-725. doi:10.2747/0272-3638.30.7.694
- Ray, K. (2016). *The ethnic restaurateur*. New York, USA: Bloomsbury.
- Rose, N. (1999). *Powers of freedom: Reframing political thought*. Cambridge, USA: Cambridge University Press.
- Shaw, A. R. (2015). Whites who gentrified Oakland are calling the police on innocent Black residents. *Rolling Out*. Recuperado de <http://rollingout.com/2015/10/16/whites-gentrified-oakland-calling-police-innocent-black-residents/>
- Shaw, W. S. (2007). *Cities of Whiteness*. Malden, USA: Blackwell.
- Slater, T. (2006). The eviction of critical perspectives from gentrification research. *International Journal of Urban and Regional Research*, 30(4), 737-757. doi:10.1111/j.1468-2427.2006.00689.x
- Smith, N. (2008). *Uneven development: Nature, capital and the production of space*. Athens, GA: UGA Press.
- Statista. (2015). *Total retail and food services sales in the United States from 1992 to 2015*. Recuperado de <https://www.statista.com/statistics/197569/annual-retail-and-food-services-sales-in-the-us-since-1992/>
- Strom, S. (2015, August 24). Small food brands, big successes. *New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2015/08/26/dining/start-up-food-business-changing-appetites.html>
- Sullivan, D. M., & Shaw, S. C. (2011). Retail gentrification and race: The case of Alberta Street in Portland, Oregon. *Urban Affairs Review*, 47(3), 413-432. doi:10.1177/1078087410393472
- Trotter, G. (2016). As tastes shift, Big Food devours smaller, health-focused companies to survive. *Chicago Tribune*. Recuperado de <http://www.chicagotribune.com/business/ct-big-food-gobbles-small-companies-0515-biz-20160514-story.html>
- United States Department of Agriculture. (2014). *New data reflects the continued demand for farmers markets*. Recuperado de <https://www.usda.gov/media/press-releases/2014/08/04/new-data-reflects-continued-demand-farmers-markets>
- Watkins, J., & Caldwell, M. (2004). *The cultural politics of food and eating*. New York, USA: Wiley.
- Williams-Forsion, P. (2006). *Building houses out of chicken legs*. Chapel Hill, USA: UNC Press.
- Zukin, S. (1995). *The culture of cities*. New York, USA: Blackwell.