

## Colaboração entre Design e Nutrição: um projeto para feiras livres

### *Collaboration between Design and Nutrition: a project for Local Street Fairs*

**Ana Luiza Macedo de Souza, Universidade Federal de Juiz de Fora.**

analuiza.macedo@estudante.ufjf.br

**Bruna Assis de Oliveira, Universidade Federal de Juiz de Fora.**

brunaassis.oliveira@estudante.ufjf.br

**Laura da Conceição Camargo, Universidade Federal de Juiz de Fora.**

lauradaconceicao17@gmail.com

**Maria Clara Gualberto Marinho, Universidade Federal de Juiz de Fora.**

mariacgualbertom@gmail.com

**Maria Eduarda Campos Jacob, Universidade Federal de Juiz de Fora.**

eduardajacob.maria@estudante.ufjf.br

Número da sessão temática da submissão – [ 02 ]

#### **Resumo**

As feiras livres são espaços de troca de saberes, valorização cultural e promoção de práticas alimentares equilibradas, relevantes para a segurança alimentar. Este estudo teve como objetivo compreender a dinâmica desses espaços e propor soluções integradas de design e nutrição para atender às demandas dos feirantes. Trata-se de uma pesquisa aplicada, qualitativa e exploratória, realizada por meio de estudo de caso, revisão de literatura e observação direta. A interação com os feirantes permitiu identificar demandas relacionadas à logística, comunicação visual e educação alimentar, resultando em soluções de baixo custo e execução autônoma. Os resultados evidenciam o papel do design, aliado à nutrição, no fortalecimento das feiras livres brasileiras.

**Palavras-chave:** Feira Livre; Nutrição; Design; Estudo de caso.

#### **Abstract**

*Local streets fairs are spaces for knowledge exchange, cultural appreciation, and the promotion of balanced food practices, relevant to food security. This program aims to understand their dynamics and propose integrated design and nutrition solutions to meet vendors' demands. An applied, qualitative, and exploratory approach was adopted through a case study, literature review, and direct observation. Interaction with vendors identified needs related to logistics, visual communication, and food education, resulting in low-cost, autonomously executable solutions. The findings highlight the role of design, combined with nutrition, in strengthening Brazilian local streets fairs.*

**Keywords:** Local Street Fair; Nutrition; Design; Case study.

## 1. Introdução

As Feiras Livres são constituídas pelas trocas de saberes, reforço da cultura, do território e da manutenção de práticas alimentares mais equilibradas, tornando-se uma vivência enriquecedora de coletividade. Elas nasceram como espaço de subsistência, produção familiar e reafirmação local, e assim contribuem para o desenvolvimento sustentável da população e do meio ambiente (Pereira *et. al.*, 2022). O perfil de frequentadores das feiras não podem ser determinados com precisão, já que a circulação das pessoas varia de acordo com a sazonalidade, data e horário. Os espaços de venda de produtos ajudam na movimentação das barracas ou pontos de venda pois existe pluralidade de produtos e, então, de acordo com os gostos atraem uma parcela de “freguesia”, clientes fixos que vão até o feirante semanalmente (Palmeira, 2014).

Pellerano (2014) destaca que o consumo dos indivíduos não vem comumente por causa do instinto, mas sim da história, tipo de local, clima e organização social de um determinado grupo. De acordo com Freitas (2015), as feiras aumentaram sua participação como local de compra em meados dos anos 2000 por oferecer opções de produtos mais frescos, revelando que o comércio de alimentos está em maioria nas despesas mensais das famílias brasileiras. Esse setor ainda luta contra a popularidade de mercados, visto que são as opções mais atrativas por oferecer praticidade na mobilidade urbana e maior pluralidade de produtos regionais. Isso mostra que as iniciativas de apoio às feiras livres, sobretudo por órgãos públicos, e a própria circulação da população, apresenta resultados que devem ser mais incentivados.

A feira é uma ocupação do espaço urbano em constante movimento, mudanças e informalidade. Muitas vezes, com recursos financeiros limitados, solucionam problemas de estrutura e comunicação visual sem profissionais (Sandes e Rocha, 2023). As manifestações de visuais ocorrem, de maneira vernacular na maioria das vezes, a partir do momento em que alguma demanda precisa ser solucionada. Dessa forma, a organização das barracas, produtos e feirantes, busca oferecer conforto aos fregueses e praticidade aos comerciantes, criando uma identidade simples, popular e acessível.

## 2. Procedimentos Metodológicos

Considerando a natureza do tema, a abordagem metodológica traçada trata-se de uma pesquisa aplicada, uma vez que busca compreender a realidade das feiras livres sob o viés do design e da nutrição. O método utilizado foi qualitativo, permitindo a análise interpretativa e subjetiva da realidade (Fonseca, 2002). A pesquisa é de caráter exploratório, que “tem como objetivo proporcionar uma visão geral, de tipo aproximativo, acerca de um determinado fato” (Gil, 2008, p. 27). Dessa forma, foi possível utilizar uma abordagem de relato de caso para explorar as situações, a fim de permitir a execução de projetos de maneira simultânea para uma abrangência coletiva. Sendo assim, a pesquisa foi estruturada da seguinte maneira:

A etapa inicial consistiu no levantamento teórico, com a realização de revisão de literatura relacionada às feiras livres enquanto espaços de comércio e identidade regional, bem como o design sustentável, valores e educação nutricional. Paralelamente, realizou-se a coleta de dados empíricos por meio de observação direta, possibilitando a aproximação com a realidade das feiras livres, permitindo compreender o perfil dos feirantes, suas práticas cotidianas, formas de exposição dos produtos e demandas relacionadas à comunicação visual, organização do espaço e acesso à informação nutricional. Na sequência, desenvolveu-se o relato de caso, que corresponde a uma apresentação de atuação da equipe extensionista em um projeto de extensão universitária, na qual são apresentados o contexto de desenvolvimento do projeto, seus objetivos, a equipe envolvida e os critérios adotados para a concepção das ações propostas. Por fim, a etapa de conclusão baseou-se na reflexão crítica sobre os resultados do projeto, considerando o potencial das soluções propostas para promover maior visibilidade aos feirantes, valorizar seus produtos e fortalecer as feiras livres como espaços que vão além da função comercial, assumindo também um papel educacional, cultural e de identidade regional.

### 3. Resultados

O Programa Feira Livre é um programa de extensão da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) que visa a integração entre os conhecimentos das áreas de design e nutrição às produções e demandas dos feirantes da região da Zona da Mata mineira.

É importante ressaltar inicialmente que o Programa não visa a entrega dos produtos em si, mas sim gerar os materiais necessários para sua produção. Sendo assim, o foco está principalmente em tornar acessível o processo de design para os feirantes, que, como já citado no presente trabalho, costumam desenvolver soluções para suas demandas sem ajuda de um profissional (Sandes e Rocha, 2023). Como resultado, obtiveram-se produtos que atendiam às demandas de maneira adequada à realidade do feirante e mais eficientes utilizando uma abordagem centrada no usuário do método de design.

A respeito do contato com os feirantes, foi possível observar – em primeiro momento – interesse nas propostas de projetos, mas resistência no contato posterior quando se tratava de sugerir reuniões ou preenchimento de formulários para melhor elaboração de um briefing. Diante desse cenário, a estratégia escolhida para tornar os primeiros projetos possíveis foi a realização de “projetos relâmpago”, onde o desenvolvimento do briefing e dos conceitos baseou-se simplesmente na observação do expositor e nos diálogos com o feirante durante a(s) abordagem(ns).

Como exemplo do processo explicado anteriormente, será apresentado o projeto com barraca Sítio Graminha, onde são vendidos principalmente ovos, mas também algumas frutas da estação, cereais e doces caseiros. Dentre as diversas demandas, notou-se a ausência de indicadores de preço dos produtos e falta de suporte para a clientela transportar quantidades pequenas de ovos (entre 4 e 6 unidades) que, segundo o feirante, se tratava de uma demanda crescente. Além disso, percebeu-se a oportunidade para a

produção de uma cartilha com informações sobre ovos que poderia ser fornecida aos clientes. A partir disso foram desenvolvidos os seguintes projetos:

- I. Uma faca para cortar papelão no formato de uma caixa para os clientes transportarem os ovos de forma mais segura. Tal faca foi projetada para ser impressa em 3D.
- II. Placas temáticas para apresentar os preços dos ovos e de outros produtos no expositor de maneira a chamar atenção da clientela.
- III. Cartilha para oferecer aos clientes após a compra sobre de armazenamento, conservação e informações nutricionais a respeito de ovos.

#### 4. Análises dos Resultados e Discussões

Durante o estudo de campo foram identificadas inicialmente diferentes demandas na barraca, contudo, a partir de análises prévias e diálogos com o feirante, descartaram-se propostas que apresentavam alta complexidade produtiva ou custos elevados de manutenção, o que acarretaria em soluções inviáveis para a agricultura familiar. No Quadro 1, as intervenções foram organizadas para facilitar a visualização dos resultados, definindo (i) o tipo de produto, (ii) a função principal e a materialidade e, (iii) a demanda atendida. Sendo assim, foram selecionados ao final três projetos principais, priorizando soluções que unissem o design e a nutrição e que apresentassem viabilidade de execução autônoma.

Quadro 1: Apresentação e análise primária dos projetos desenvolvidos.

| Identificação | Produto                   | Material / Processo | Demanda Atendida |
|---------------|---------------------------|---------------------|------------------|
| 1             | Faca de Corte (Estrutura) | X                   | -                |
| 2             | Placas de Precificação    | X                   | X                |
| 3             | Cartilha Informativa      | -                   | -                |

Fonte: Os autores (2026).

Após a organização das amostras, foi possível classificá-las em três categorias de intervenção, definidas a partir de sua função com base nas observações de campo, representadas pelo Quadro 2.

A análise individual das amostras demonstra como cada material desenvolvido ataca um problema específico da feira, respeitando a dinâmica local.

Primeiramente, a faca de corte (Figura 1) atua como uma ferramenta de autonomia econômica. Ao permitir que o feirante reutilize papelão descartado em vez de comprar embalagens industriais, a solução valida a resistência econômica citada por Pereira *et al.*

(2022), pois reduz a dependência de fornecedores externos. Funcionalmente, a peça soluciona a questão da mobilidade do comprador, oferecendo a mesma facilidade de transporte encontrada nos supermercados, mas com custo zero e menor impacto ambiental.

Quadro 2: Classificação das intervenções projetuais.

| Categoria              | Quantidade | Produtos                     | Caracterização                                                                                          |
|------------------------|------------|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Logística e Transporte | 1          | Faca de corte para embalagem | Protege o produto (ovos) e facilita a mobilidade do cliente, permitindo o reaproveitamento de material. |
| Comunicação no PDV     | 1          | Placas de preço temáticas    | Informam, organizam visualmente o espaço e atraem a atenção em meio ao fluxo de pessoas.                |
| Educação               | 1          | Cartilha nutricional         | Agregam valor imaterial, ensinam sobre consumo e reforçam laços de confiança.                           |

Fonte: Os autores (2026).

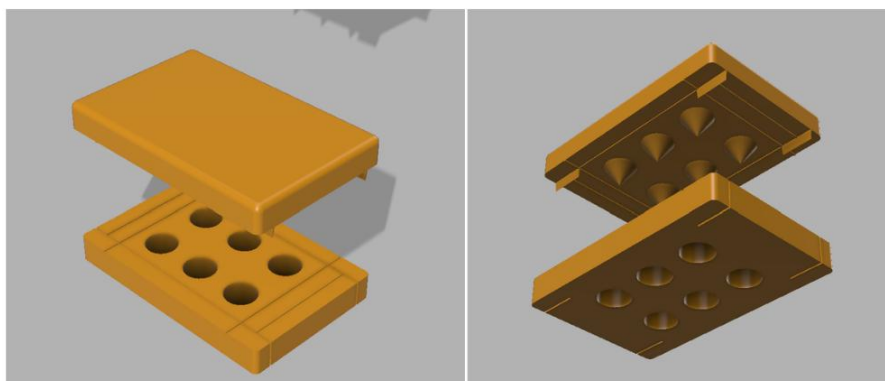


Figura 1: Faca de corte para embalagens. Fonte: Os autores (2026).

Em segundo lugar, a sinalização visual, aplicada tanto para as hortaliças (Figura 2) quanto para os ovos (Figura 3), profissionaliza a comunicação da barraca. O uso de tipografia e cores padronizadas não serve apenas para estética, mas para organizar o olhar do cliente em meio ao fluxo intenso de pessoas. Segundo Sato (2007), a feira possui uma organização de trabalho própria, e as placas ajudam justamente a sistematizar essa venda. Além disso, ao criar uma unidade visual, as peças fortalecem a identidade territorial e as relações do espaço, elementos fundamentais de acordo com Boechat e Santos (2011).



Figura 2: Placas de precificação de hortaliças. Fonte: As autoras (2026).

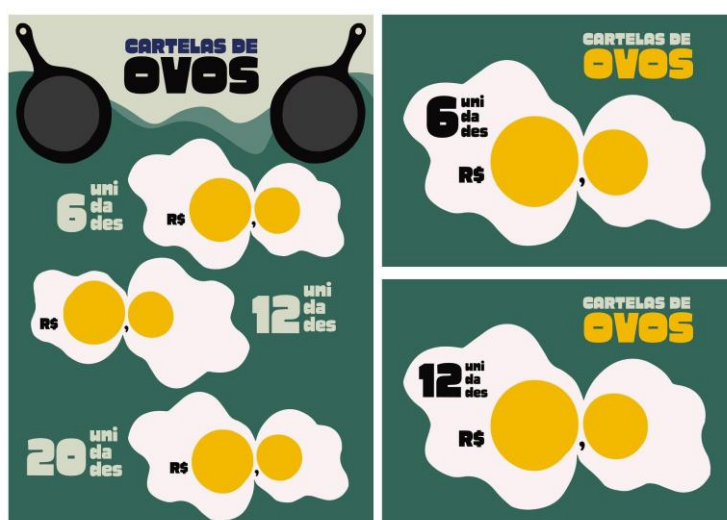


Figura 3: Placas de precificação de ovos. Fonte: As autoras (2026).

Por fim, a cartilha nutricional (Figura 4) transforma a simples venda em prestação de serviço. Ao entregar informações técnicas sobre conservação e nutrição de forma

simplificada, agrega valor imaterial ao produto. Conforme aponta Pellerano (2014), a escolha alimentar é influenciada pela informação e pela história do local; assim, a cartilha educa o consumidor e fideliza a clientela, mostrando que a feira também é um local de conhecimento técnico e segurança alimentar. A Figura 5 apresenta em detalhe a linguagem visual adotada para facilitar essa comunicação.



Figura 4: Layout e identidade visual da cartilha. Fonte: As autoras (2026).



Figura 5: Detalhe das instruções de conservação e consumo. Fonte: As autoras (2026).

## 5. Considerações Finais

Diante do exposto, conclui-se que a pesquisa evidenciou o potencial do design como ferramenta mediadora entre conhecimento técnico e saberes práticos já presentes no cotidiano dos feirantes, reforçando os processos adaptados à realidade da feira livre, respeitando suas dinâmicas próprias, limitações operacionais e formas autônomas de criação de soluções a partir do fortalecimento econômico e ambiental, comunicação visual no espaço da feira e espaço para além da comercialização por meio da incorporação das

dimensões educativas, valorização do alimento e da cultura local. Dessa forma, o estudo soma-se ao conhecimento existente ao evidenciar a feira livre como espaço legítimo de inovação, troca de saberes e aplicação social do design.

### Agradecimentos

As autoras agradecem à bolsa de extensão da UFJF, ao Professor André Mol que nos orienta e possibilita que tenhamos desenvolvimento adequado e aos voluntários que, junto conosco, compõem a equipe do programa.

### Referências

- BOECHAT, P. T. V.; SANTOS, J. L. da S. Feira livre: dinâmicas espaciais e relações identitárias. In: VIII ENCONTRO BAIANO DE GEOGRAFIA, 2011, Vitória da Conquista. **Anais**. Vitória da Conquista: UESB, 2011.
- FONSECA, João José Saraiva da. Metodologia de pesquisa científica. Fortaleza: Universidade Estadual do Ceará, 2002. Apostila.
- FREITAS, Kenyht A. **Mobilidade urbana e hábitos de compra: efeitos na distribuição e na logística para o varejo**. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.
- GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2008.
- PALMEIRA, Moacir. **Feira e Mudança Econômica**. Vibrant Virtual Brazilian Anthropology, v. 11 n. 1 , 2014.
- PELLERANO, Joana. **Embalados e prontos para comer: relações de consumo e incorporação de alimentos industrializados**. PUC, São Paulo, 2014.
- PEREIRA, Samanta B.; BRITO, Tayrine P.; PEREIRA; Viviane G. **Feira-livre como experiência de Bem Viver: uma expressão pulsante das resistências cotidianas**. PerCursos, Florianópolis, v. 53, n. 53, p. 180 - 210, set./dez. 2022.
- SANDES, Ianá; ROCHA, Camila. **O saber fazer popular e a valorização das manifestações gráficas cotidianas: Um percurso pelo bairro da Levada**. 11º Congresso Nacional de Design da Informação, Caruaru, 2023.
- SATO, Leny. **Feira livre: organização, trabalho e sociabilidade**. EdUsp, São Paulo, 2012.
- SATO, Leny. Processos Cotidianos de Organização do Trabalho na Feira Livre. **Psicologia e Sociedade**, São Paulo, v.19, n.1, p. 95-102, 2007.