

A Feira de Campina Grande é um recorte da autêntica expressão cultural e artística popular paraibana. O seu acervo envolve tradições e costumes preservados há gerações e o seu entorno urbano e arquitetônico, com destaque para o conjunto de edifícios de inestimável valor histórico e social. Se por um lado Campina Grande conserva suas tradições vivas, por outro lado, figura entre as três cidades das cidades mais inovadoras do Brasil, de acordo com o Índice de Cidades Empreendedoras (ICE) 2023.

Intervir nesse contexto urbano requer uma imersão na rotina dos atores que vivenciam a feira, compreendendo suas apropriações, percepções e significações atribuídas ao local. Os comerciantes enfrentam uma rotina intensa, que envolve estacionamento de veículos, carga e descarga de mercadorias e organização dos produtos em suas bancas ou lonas. Os carroceiros posicionam-se estrategicamente próximo às bancas da feira para fornecer apoio aos comerciantes e aos clientes em suas compras. Os clientes, em geral, têm uma conexão afetiva com a feira, motivados pela diversidade de produtos e preços acessíveis. Os artistas populares encontram na feira um espaço para expressar e viver da sua arte, contribuindo para o patrimônio imaterial do lugar com suas manifestações e costumes próprios.

O objetivo desta proposta é contribuir para qualificar os espaços da Feira, tornando a experiência de todos os atores mais significativa, agradável, conveniente e segura. Todos os ambientes e equipamentos que compõem o entorno urbano devem reforçar o conjunto identitário da Feira e torná-la mais amigável aos frequentadores e atrair as novas gerações e estimulá-las a desenvolverem laços afetivos com o lugar.

Para o atendimento desses objetivos utilizamos os conceitos de desempenho morfológico dos lugares e da economia da experiência. Segundo Kohlsdorf & Kohlsdorf, 2017, o espaço deve ser o suporte para a construção de um lugar significativo. Para isso, é preciso compreender e implementar no projeto atributos espaciais (bioclimáticos, copresenciais, econômico/financeiros, expressivo/simbólicos, funcionais e topoceptivos) que correspondem às aspirações e expectativas sociais dos usuários. A economia da experiência, termo definido por Pine e Gilmore, 1998, se refere à forma como as empresas utilizam os sentidos e a experiência para envolver os clientes, fortalecer a identidade, criar lealdade e aumentar a receita através da personalização e da emoção.

A partir destes conceitos são elencadas as diretrizes e ações projetuais da proposta: Propor soluções que promovam a qualidade do ar, conforto térmico, acústico e lumínico; criar espaços que favoreçam a possibilidade de encontros espontâneos, trocas sociais e sensações de afeto e pertencimento; utilizar tecnologias e materiais eficientes que diminuam os custos de produção, implantação, conservação e substituição da infra e superestrutura; inserir elementos que contribuam com a legibilidade e inteligibilidade do espaço, a identificação do lugar e a orientação espacial; projetar com inclusão e ergonomia universal para o atendimento à diversidade dos usuários; distribuir lixeiras para coleta seletiva, em parceria com cooperativas de reciclagem; reaproveitar os resíduos orgânicos para produção de adubo; captar e reusar as águas para uso em banheiros, lavagem dos pátios e irrigação de jardins e sementeiras; implementar placas fotovoltaicas para captação de energia solar; conceber espaço para produção de Agricultura Urbana; respeitar o patrimônio histórico/cultural dos edifícios, entorno e imaterial do lugar.

Espera-se, a partir das decisões de projeto adotadas, que a proposta possa contribuir para a requalificação desta porção tão significativa da cidade de Campina Grande, fortalecendo suas tradições e, ao mesmo tempo, abrindo o caminho para as inovações do nosso tempo.