

**Revelando Mudanças nas Preferências Habitacionais Pós-COVID-19:  
Impactos na Gestão Urbana e no Direito à Cidade**

*Revealing Changes in Housing Preferences Post-COVID-19: Impacts on Urban  
Management and the Right to the City*

*Revelación de Cambios en las Preferencias de Vivienda Post-COVID-19: Impactos en la  
Gestión Urbana y el Derecho a la Ciudad*

**Ricardo Henryque Reginato Quevedo Melo**

Doutorando, PROPUR - UFRGS, Brasil  
ricardohquevedo@gmail.com

**Tassiele Francescon**

Mestranda, PROPUR - UFRGS, Brasil  
tassi.francescon@gmail.com

**Rodrigo Henryque Reginato Quevedo Melo**

Doutorando, PPGCI - UFRGS, Brasil  
rodrigohquevedo@gmail.com

**Evanisa Fátima Reginato Quevedo Melo**

Doutora, UFSM, Brasil  
evanisa9@gmail.com

**RESUMO**

A sociedade é dinâmica, influenciada pela tecnologia e cultura, resultando em evolução nas percepções de valor ao longo do tempo. Em relação às habitações, não existe um consenso universal sobre o que é mais importante e é um cenário explorado pelo marketing. Contudo, a pandemia de COVID-19 surpreendeu ao revelar mudanças nas preferências habitacionais que até então não eram consideradas relevantes. Este estudo buscou criar um mapa hierárquico da percepção de valor em habitações no cenário pós-COVID-19 para entender as mudanças identificadas pelos meios de comunicação e pesquisas acadêmicas. Por meio da realização de mais de cem pesquisas anônimas com grupos diversos, onde os participantes expressaram até cinco críticas e ou elogios sobre as habitações apresentadas. E suas respostas foram categorizadas e indexadas na ferramenta *UX Tool* para gerar o mapa de hierarquia de valor. Atenta-se ao fato de que as habitações eram distintas em métodos construtivos, localização urbana, poder aquisitivo, sensação de segurança, qualidade de vida e contato com a natureza. Permitindo obter os resultados que destacaram uma tendência de maior valor percebido nas moradias localizadas no campo, afastadas dos desafios e comodidades urbanas. Assim este estudo fornece insights valiosos para planejadores urbanos, profissionais do setor imobiliário e pesquisadores, destacando a importância de considerar as preferências em constante evolução dos moradores ao projetar habitações no cenário pós-pandêmico.

**PALAVRAS-CHAVE:** Percepção de Valor em Habitações. Mudanças Pós-COVID-19. Urbanismo Ecológico.

**SUMMARY**

*Society is dynamic, influenced by technology and culture, resulting in evolving perceptions of value over time. Regarding housing, there is no universal consensus on what is most important, and it is a scenario explored by marketing. However, the COVID-19 pandemic surprised by revealing changes in housing preferences that were not previously considered relevant. This study sought to create a hierarchical map of the perception of value in housing in the post-COVID-19 scenario to understand the changes identified by the media and academic research. By conducting over a hundred anonymous surveys with diverse groups, where participants expressed up to five criticisms and/or praises about the presented homes. And their responses were categorized and indexed in the UX Tool to generate the hierarchy of value map. It is noteworthy that the homes were distinct in construction methods, urban location, purchasing power, sense of security, quality of life, and contact with nature. This allowed us to obtain results that highlighted a trend of higher perceived value in homes located in rural areas, away from urban challenges and amenities. Thus, this study provides valuable insights for urban planners, real estate professionals, and researchers, emphasizing the importance of considering residents' constantly evolving preferences when designing homes in the post-pandemic scenario.*

**KEYWORDS:** Perception of Value in Housing. Post-COVID-19 Changes. Ecological Urbanism.

**RESUMEN**

*La sociedad es dinámica, influenciada por la tecnología y la cultura, lo que resulta en percepciones cambiantes del valor a lo largo del tiempo. En cuanto a la vivienda, no existe un consenso universal sobre lo que es más importante, y es un escenario explorado por el marketing. Sin embargo, la pandemia de COVID-19 sorprendió al revelar cambios en las preferencias de vivienda que antes no se consideraban relevantes. Este estudio buscó crear un mapa jerárquico de la percepción de valor en la vivienda en el escenario post-COVID-19 para comprender los cambios identificados por los medios de comunicación y la investigación académica. Mediante la realización de más de cien encuestas anónimas con grupos diversos, donde los participantes expresaron hasta cinco críticas y/o elogios sobre las viviendas presentadas. Y sus respuestas se categorizaron e indexaron en la herramienta UX Tool para generar el mapa de jerarquía de valor. Es importante destacar que las viviendas eran distintas en métodos de construcción, ubicación urbana, poder adquisitivo, sensación de seguridad, calidad de vida y contacto con la naturaleza. Esto permitió obtener resultados que resaltaron una tendencia de mayor valor percibido en las viviendas ubicadas en zonas rurales, alejadas de los desafíos y comodidades urbanas. Por lo tanto, este estudio proporciona ideas valiosas para urbanistas, profesionales del sector inmobiliario e investigadores, enfatizando la importancia de considerar las preferencias en constante evolución de los residentes al diseñar viviendas en el escenario postpandémico.*

**PALABRAS CLAVE:** : Percepción de Valor en Viviendas. Cambios Post-COVID-19. Urbanismo Ecológico.

## 1 INTRODUÇÃO

A percepção de valor no ambiente construído desempenha um papel fundamental na qualidade de vida das pessoas, na economia e na sustentabilidade ambiental. Este artigo se propõe a explorar os impactos do valor percebido em uma variedade de moradias, adotando uma abordagem avaliativa por meio do método de laddering.

Em um cenário pós-COVID-19, as preferências habitacionais vêm passando por mudanças significativas, revelando a necessidade de uma análise aprofundada. Este estudo abordará essa questão, recorrendo a uma amostra anônima diversificada, composta por indivíduos de diferentes localidades, sem distinção de classes sociais, faixas etárias ou origens geográficas. Através de formulários online, os participantes serão convidados a compartilhar suas experiências e percepções sobre diversos tipos de moradias, incluindo casas, apartamentos, casas de campo e moradias populares.

Antecipamos que os resultados deste estudo revelarão aspectos cruciais da percepção de valor nas moradias, englobando não apenas fatores físicos, como segurança, conforto e conveniência, mas também dimensões sociais e pessoais, como interação social, senso de comunidade e conexão com a natureza.

A relevância deste estudo transcende a esfera acadêmica, estendendo-se ao planejamento e desenvolvimento de ambientes construídos que sejam inclusivos e sustentáveis. Os planejadores urbanos e os profissionais do setor imobiliário devem considerar cuidadosamente os fatores físicos, sociais e pessoais que moldam a percepção de valor ao conceber espaços habitacionais.

Ao integrar esses elementos, é possível criar ambientes construídos que não apenas atendam às necessidades, mas também sejam genuinamente valorizados pelas pessoas, promovendo uma melhor qualidade de vida e contribuindo para um futuro mais sustentável.

Em suma, este artigo explora o conceito crítico do valor percebido no ambiente construído e sua influência no comportamento humano e no desenvolvimento das comunidades. A percepção de valor, como veremos, não apenas molda nossas escolhas individuais, mas também tem o potencial de moldar um mundo construído mais harmonioso e sustentável.

## 2 OBJETIVOS

A pesquisa foi realizada sobre dois objetivos centrais:

1. **Analisar mudanças nas preferências habitacionais pós-covid-19**
2. **Identificar os fatores que moldam a percepção de valor nas moradias**

## 2 REVISÃO DA LITERATURA

O estudo da percepção de valor no ambiente construído é um campo interdisciplinar que desvenda as complexidades subjacentes à maneira como os indivíduos interagem com e atribuem significado aos espaços que habitam. Ao longo das décadas, acadêmicos e pesquisadores têm explorado inúmeras teorias e conceitos que lançam luz sobre as nuances desse fenômeno. Esta seção de revisão de literatura tem o objetivo de proporcionar uma exploração abrangente das principais teorias e abordagens que compõem o alicerce do nosso

entendimento sobre a percepção de valor no ambiente construído.

Ao nos aprofundarmos nesse terreno fértil de conhecimento, é importante reconhecer que a percepção de valor transcende as barreiras das disciplinas, abrangendo campos que vão desde a psicologia ambiental até o planejamento urbano, da sociologia à arquitetura. A intrincada tapeçaria da percepção de valor é tecida por fios de conceitos como percepção ambiental, significado do lugar, imagem mental do espaço e psicologia ambiental. Cada um desses fios contribui para a compreensão de como os espaços construídos são apreendidos e avaliados por aqueles que os habitam.

Além disso, a percepção de valor é profundamente enraizada em aspectos emocionais e culturais que moldam a maneira como os indivíduos se conectam com seus ambientes. Questões de segurança, conforto e identificação emocional com o espaço habitacional desempenham papéis cruciais na formação dessa percepção. Além disso, símbolos culturais, sociais e históricos atribuem significados e contextos aos espaços urbanos e às moradias, afetando nossa preferência por determinados ambientes construídos.

As teorias da qualidade de vida urbana, por sua vez, proporcionam uma lente valiosa para analisar como a percepção de valor em relação às moradias influencia a qualidade de vida mais ampla em um contexto urbano. Essas teorias examinam aspectos como infraestrutura, acessibilidade e serviços, revelando a interconexão entre o ambiente construído e a qualidade de vida nas cidades.

À medida que avançamos nesta revisão de literatura, também exploraremos as abordagens e métodos utilizados para analisar a percepção de valor no ambiente construído, destacando estudos anteriores que empregaram técnicas como entrevistas e questionários. E, por fim, consideraremos as tendências contemporâneas na gestão de projetos urbanos, que ressaltam a importância de alinhar os projetos às expectativas e preferências dos moradores, bem como às complexas camadas de percepção de valor que permeiam nossas experiências habitacionais.

### **Introdução à Percepção de Valor no Ambiente Construído**

A percepção de valor no ambiente construído é um conceito fundamental que permeia diversas áreas do conhecimento, desde a psicologia ambiental até o planejamento urbano. Para compreendermos seu impacto nas escolhas individuais e no desenvolvimento de comunidades sustentáveis, é crucial explorar as teorias e conceitos subjacentes. Esta revisão de literatura abordará as teorias da percepção de valor, a influência da psicologia ambiental, as teorias da qualidade de vida urbana e os efeitos socioculturais associados ao ambiente construído.

### **Teorias da Percepção de Valor no Ambiente Construído**

A percepção ambiental é uma das teorias-chave que delineiam como os indivíduos percebem e atribuem valor aos espaços construídos. Gibson (1979) desenvolveu a teoria da percepção ambiental, que enfatiza a importância da percepção sensorial na compreensão do ambiente. Além disso, a teoria do significado do lugar (RELPH, 1976) explora como o contexto cultural e histórico de um local influencia a percepção de valor associada a ele. Outro conceito relevante é a imagem mental do espaço, que se refere às representações cognitivas que as pessoas têm de seus ambientes (LYNCH, 1960).

### **Psicologia Ambiental e sua Relevância para o Ambiente Construído**

A psicologia ambiental fornece insights valiosos sobre como as pessoas interagem emocional e cognitivamente com o ambiente construído. Kaplan e Kaplan (1989) introduziram o conceito de *restorativeness*, que descreve a capacidade de um ambiente de restaurar a atenção e reduzir o estresse. Isso está intrinsecamente ligado à percepção de valor de espaços que proporcionam conforto e bem-estar emocional. Além disso, a teoria da identidade do lugar (PROSHANSKY, FABIAN, & KAMINOFF, 1983) destaca a importância da conexão emocional das pessoas com seu ambiente habitacional.

### **Teorias da Qualidade de Vida Urbana e seu Vínculo com o Ambiente Construído**

As teorias que avaliam a qualidade de vida nas cidades também têm implicações significativas para o ambiente construído. A abordagem de Amartya Sen (1987) sobre as capacidades humanas enfatiza a importância de proporcionar oportunidades de escolha e participação nas decisões urbanas, relacionando-se diretamente à percepção de valor em relação às moradias. Além disso, a teoria da justiça espacial (SOJA, 2010) destaca como a distribuição equitativa de recursos e acesso ao ambiente construído afetam a qualidade de vida urbana.

### **Efeitos Socioculturais e Símbolos Associados ao Ambiente Construído**

Símbolos culturais, sociais e históricos desempenham um papel fundamental na atribuição de significados às moradias e espaços urbanos. A obra de Bourdieu (1984) sobre o *habitus* e o campo social demonstra como as preferências e percepções são moldadas por contextos culturais e sociais específicos. Exemplos históricos, como o conceito de casa na cultura japonesa (INOUE, 1996), ilustram como símbolos culturais podem influenciar a percepção de valor das moradias.

### **Abordagens de Análise de Valor no Ambiente Construído**

A análise da percepção de valor no ambiente construído envolve uma variedade de abordagens metodológicas. Entrevistas semiestruturadas (PATTON, 2002) têm sido amplamente utilizadas para explorar as percepções e experiências dos moradores em relação a suas moradias. Além disso, questionários (KAPLAN & KAPLAN, 1989) permitem a coleta sistemática de dados sobre a percepção de valor em espaços construídos.

### **Tendências Contemporâneas na Gestão de Projetos Urbanos**

As tendências contemporâneas na gestão de projetos urbanos enfatizam a necessidade de alinhar os projetos às expectativas e preferências dos moradores. Abordagens participativas, como o planejamento colaborativo (HEALEY, 2006), promovem a inclusão das vozes da comunidade na tomada de decisões urbanas. Além disso, a adoção de princípios de design centrado no usuário (NORMAN, 2013) reflete a importância de considerar a percepção de valor dos moradores na concepção de ambientes construídos.

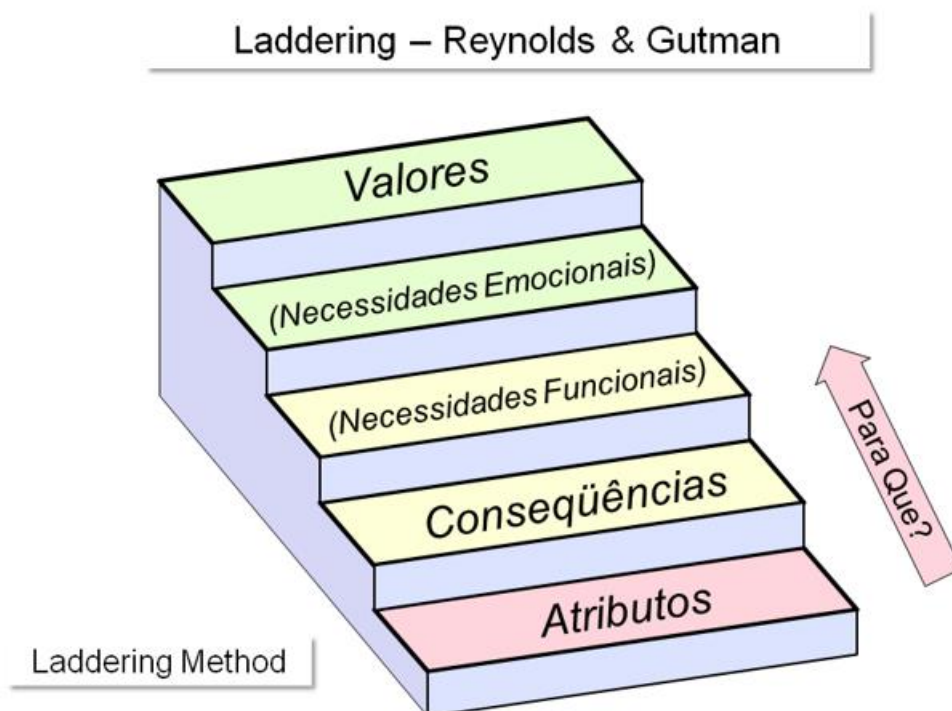
### 3 METODOLOGIA

Nesta seção, apresentaremos a metodologia utilizada para investigar a percepção de valor no ambiente construído, destacando a técnica de laddering como abordagem avaliativa, o processo de realização das entrevistas anônimas via Google Forms e a proposta "5 até 5 em 5 domicílios". Além disso, será apresentada a ferramenta Ladder UX Tool, que desempenhou um papel fundamental na coleta e análise dos dados.

#### Técnica de Laddering como Abordagem Avaliativa

A técnica de laddering é uma abordagem qualitativa que se mostrou eficaz na investigação da percepção de valor em diferentes contextos, incluindo o ambiente construído. Esta metodologia permite identificar os valores subjacentes que influenciam as escolhas e atitudes das pessoas em relação a espaços e edificações (GUTMAN, 1982; REYNOLDS & GUTMAN, 1988).

Figura 1 – Técnica de Laddering



Fonte: CRIAVIVA, 2012

#### Processo de Realização das Entrevistas Anônimas via Google Forms

Para coletar dados sobre a percepção de valor em relação a diferentes tipos de moradias, optamos por realizar entrevistas anônimas utilizando a plataforma Google Forms. Esse método oferece uma maneira conveniente e acessível de coletar informações de uma amostra diversificada de participantes.

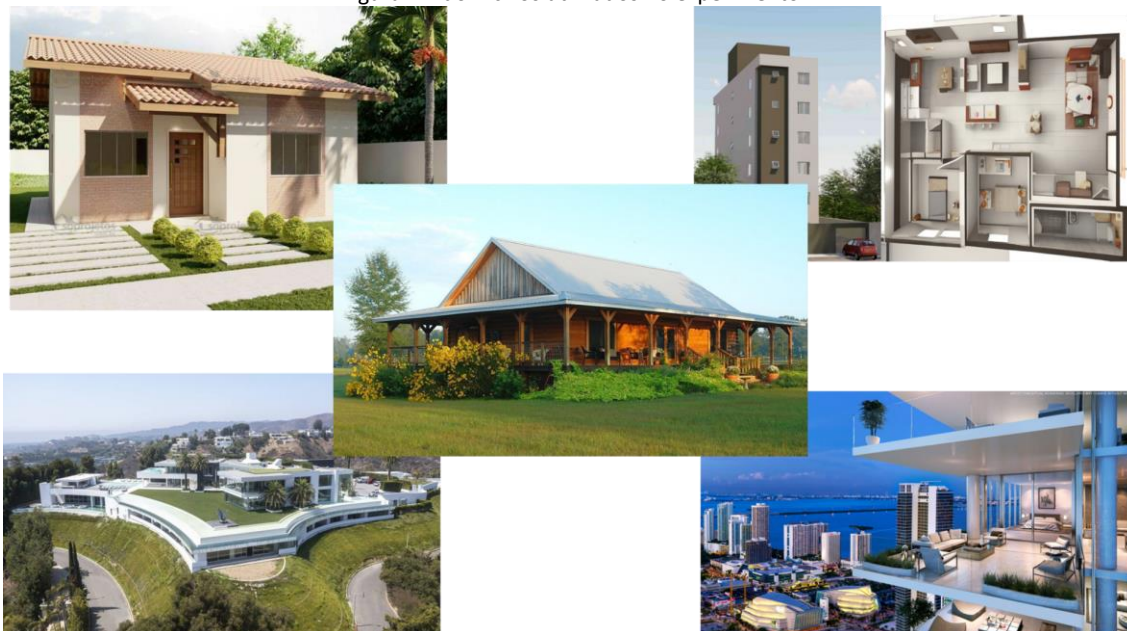
Respeitando as normativas do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), a coleta de dados embasou a total anonimidade dos participantes na resolução do Conselho Nacional de Saúde

(CNS) 510 de 2016 para ser considerada válida em pesquisa.

### Proposta "5 até 5 em 5 Domicílios"

Para obter insights abrangentes sobre a percepção de valor em moradias, desenvolvemos a proposta "5 até 5 em 5 domicílios".

Figura 2 – domicílios utilizados no experimento



Fonte: imagens do google, 2023

Essa abordagem envolveu a participação de mais de cem entrevistados, cada um dos quais foi convidado a expressar até cinco críticas e/ou elogios sobre os diferentes tipos de moradias apresentadas. Essa estratégia permitiu uma coleta rica e variada de dados sobre a percepção de valor.

### Apresentação da Ferramenta Ladder UX Tool

A ferramenta Ladder UX Tool desempenhou um papel essencial na organização e análise dos dados coletados. Essa ferramenta possibilitou a categorização e indexação das respostas dos participantes, resultando na criação de um mapa hierárquico de valores em relação às moradias estudadas. A Ladder UX Tool permitiu a análise sistemática dos dados, identificando tendências e insights valiosos.

Figura 2 – Ferramenta Ladder UX



Fonte: ladderux 2023

#### 4 RESULTADOS

Os resultados iniciam de trás para frente, pois inicialmente é necessário definir os conceitos a serem utilizados na ferramenta UX Tool, desta forma foi determinado por meio das consultas bibliográficas e debate entre os autores as seguintes definições:

**Atributos Concretos:** São características tangíveis e observáveis de um produto, serviço ou, no seu caso, de um elemento urbano. No contexto do planejamento urbano, isso pode se referir a aspectos físicos como tamanho, forma, cor, material de construção, infraestrutura, acessibilidade, entre outros. Os atributos concretos são geralmente a base para as camadas superiores da hierarquia de valor (JACOBS, 1961; LYNCH, 1964; ALEXANDER, 1977; APPLEYARD, GERSON & LINTELL, 1981; GEHL, 2013).

**Atributos Abstratos:** São características menos tangíveis e mais subjetivas de um elemento urbano. Esses atributos envolvem sensações, emoções e percepções relacionadas ao ambiente urbano. Exemplos podem incluir a sensação de segurança, a atmosfera da área, a identidade cultural ou a sensação de pertencimento. Os atributos abstratos geralmente estão ligados às camadas mais altas da hierarquia de valor (LYNCH, 1964; WHYTE, 1980; WHISTON, ANNE, 1999; SENNETT, 1998; GEHL, 2013).

**Consequências Funcionais:** São os resultados práticos e objetivos que as pessoas associam aos atributos concretos de um elemento urbano. Por exemplo, um atributo concreto de um parque urbano pode ser a presença de bancos. A consequência funcional disso seria que as pessoas podem descansar confortavelmente no parque (JACOBS, 1961; WHYTE, 1980; APPLEYARD, GERSON & LINTELL, 1981; FLORIDA, 2002; GEHL, 2013).

**Consequências Psicossociais:** São os resultados emocionais, sociais e psicológicos que as pessoas associam aos atributos abstratos e funcionais de um elemento urbano. Usando o exemplo do parque urbano com bancos, uma consequência psicossocial poderia ser que as pessoas se sentem mais conectadas à comunidade porque podem interagir com outras pessoas no parque (WHYTE, 1980; RAPOPORT, 1982; SENNETT, 1998; GEHL, 2013).

**Valores Instrumentais:** São os objetivos práticos ou metas que as pessoas buscam alcançar ao valorizar um elemento urbano. Por exemplo, alguém pode valorizar um sistema de transporte público eficiente (atributo concreto) para economizar tempo (consequência funcional) e reduzir o estresse (consequência psicossocial) ao chegar ao trabalho (JACOBS, 1961; GRUEN, 1964; FLORIDA, 2002; SHOUP, 2005; GEHL, 2013).

**Valores Terminais:** São os valores mais profundos e essenciais que as pessoas buscam ao valorizar um elemento urbano. Estes estão relacionados com as necessidades e aspirações fundamentais. Em termos de planejamento urbano, podem incluir valores como a qualidade de vida, a sustentabilidade, o senso de comunidade ou a preservação do patrimônio cultural (MASLOW, 1954; JACOBS, 1961; MUMFORD, 1961; FLORIDA, 2002; GEHL, 2013).

Assim, para melhor aplicação na ferramenta UXTool, as classificações foram unificadas em pares, o que possibilitou determinar os termos e respostas atribuídas nos três níveis da técnica Laddering, sendo eles:



Quadro 1- Classificação dos termos

Atributos	Consequências	Valores
Fachada	Calmaria	Aconchegante
Projeto arquitetônico	Funcional	Apreciação
Tipologia construtiva		Liberdade
		Natureza
		Paisagismo

Fonte: Autores, 2023.

Onde cada termo é a tradução realizada pelos autores sobre as respostas obtidas nos formulários. O qual apresentava uma breve explicação do objetivo central do trabalho que é a busca pela compreensão do valor percebido pelas pessoas sobre edificações em um cenário de êxodo urbano após a pandemia da covid-19 (NOSZCZYK, 2022)

### 5 DISCUSSÃO

O debate foi realizado sobre o mapa hierárquico de valor obtido da habitação “Casa de campo”, contendo no primeiro mapa somente os elogios e no segundo somente as críticas.

Figura 2.a – Elogios da Casa de campo

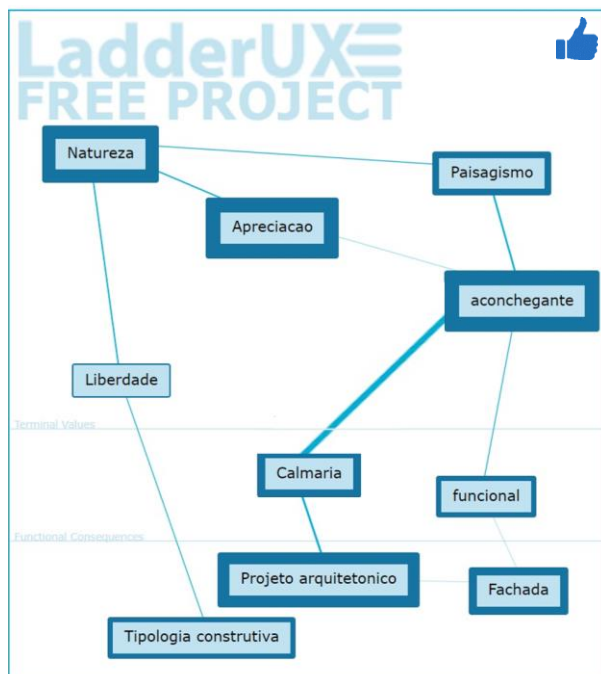
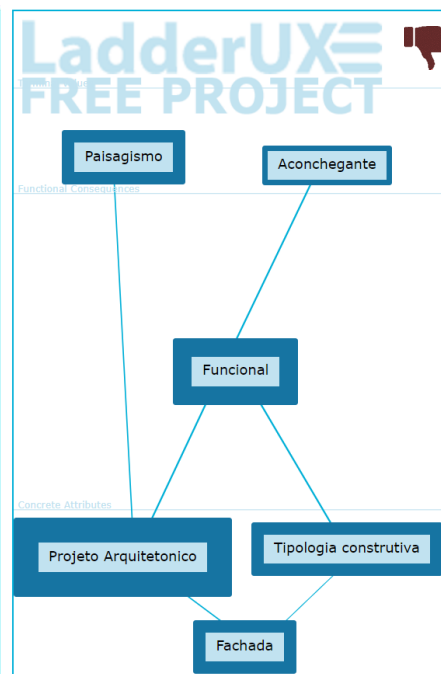


Figura 2.b – Críticas da Casa de campo



Fonte: Autores, 2023

Tal resultado, possibilitou o início do trabalho de compreensão nas análises das mudanças nas preferências habitações após a pandemia da Covid-19, onde estudos como do Infomoney (2022) e IBM Institute for Business Value (IBV), demonstram uma tendência do êxodo urbano das grandes capitais. Pois, após o censo brasileiro de 2023, foi acesso um sinal de alerta ao verificar a redução da população urbana em todas as capitais do Sul e Sudeste do país, os quais migraram para cidades do interior, menores e ou litorâneas. Muito em virtude da viabilidade do trabalho *home-office* e a opção por moradias com maior metro quadrado, com

melhores condições de vida no âmbito familiar e no conceito de acessibilidade da cidade de 15 minutos (Ribeiro, Silva, Oliveira, 2022).

Assim, foi verificado uma importância positiva para os fatores diretamente correlacionados à natureza em conjunto da sensação de liberdade, características abstratas de apreciação e o paisagismo, com a questão da sensação de conforto possibilitado pelo projeto arquitetônico (STEG, BERG & GROOT, 2012).

Isto é, foi identificado ao comparar os resultados positivos aos negativos, a necessidade de ter um domicílio "Funcional". Fator que está diretamente ligado ao seu projeto arquitetônico e sua tipologia construtiva, para promover a sensação de conforto dos moradores (BORDIEU, 1979; DUARTE, 2013).

Ou seja, é necessário realizar uma busca aprofundada sobre a dimensão social e pessoal de cada um dos participantes para buscar compreender a percepção de valor dos tipos de clientes desejados pelas empresas. Pois a metodologia empregada, não distingue ideologia de gênero, classe social, poder aquisitivo, grau de instrução e ou idade, sendo uma busca abrangente e aleatorizada para identificar evidências para realizar a busca com uma amostragem diversificada e representativa (BORDIEU, 1979; DUARTE, 2013).

Em termos de contribuir para o planejamento urbano, na gestão urbana, os direitos na cidade, o desenvolvimento sustentável e principalmente a busca para promover a melhor qualidade de vida e sustentabilidade dentro do contexto imobiliário de gestão (SOUZA, 2008; ROLNIK, 2013).

## **6 CONCLUSÃO**

O presente estudo se propôs a analisar as mudanças nas preferências habitacionais no cenário pós-COVID-19 e identificar os fatores que moldam a percepção de valor nas moradias. Os resultados obtidos fornecem insights valiosos que contribuem para uma compreensão mais aprofundada da percepção de valor no ambiente construído e suas implicações para o planejamento urbano, desenvolvimento sustentável e qualidade de vida nas cidades.

Uma das descobertas mais significativas deste estudo é a tendência de êxodo urbano observada após a pandemia de COVID-19. O aumento do trabalho home-office e a busca por moradias com maior espaço e qualidade de vida têm influenciado diretamente as escolhas habitacionais das pessoas. Isso não apenas reforça a importância das mudanças nas preferências habitacionais, mas também destaca a necessidade de adaptação por parte das áreas urbanas para atender a essas novas demandas.

Além disso, os resultados ressaltam a relevância de fatores relacionados à natureza e ao projeto arquitetônico na percepção de valor das moradias. A conexão com a natureza, a sensação de liberdade e o paisagismo desempenham papéis cruciais na formação do conforto e da apreciação dos moradores em relação ao ambiente construído. Portanto, projetos arquitetônicos que incorporam elementos naturais e promovem um ambiente mais próximo à natureza podem ser altamente valorizados pelos habitantes.

A necessidade de considerar a dimensão social e pessoal de cada indivíduo ao analisar a percepção de valor também é enfatizada neste estudo. A diversidade de participantes e a busca por uma amostragem diversificada e representativa demonstram a complexidade desse fenômeno e a importância de compreender as preferências habitacionais de grupos diversos.

Em última análise, este estudo não apenas responde aos objetivos estabelecidos, mas

também destaca a importância de continuar a explorar e entender a percepção de valor no ambiente construído em um mundo em constante evolução. Suas descobertas têm implicações práticas para o planejamento urbano, gestão urbana e desenvolvimento sustentável, promovendo a criação de ambientes construídos que não apenas atendam às necessidades, mas também melhorem a qualidade de vida e contribuam para um futuro mais sustentável.

À medida que as preferências habitacionais continuam a evoluir e os desafios urbanos se transformam, a pesquisa nesta área permanece essencial para orientar a criação de comunidades mais inclusivas, resilientes e adaptadas às necessidades em constante mudança de seus habitantes.

## 7 REFERÊNCIAS

ALEXANDER, CHRISTOPHER. **A Pattern Language: Towns, Buildings, Construction**. New York: Oxford University Press, 1977

APPLEYARD, D.; GERSON, M. S.; LINTELL, M. **Livable Streets**. University of California Press, 1981.

BERG, R. VAN DEN. **Planejamento urbano e epidemias: os efeitos da Covid-19 na gestão urbana**. 17 abr. 2020.

BOURDIEU, P. **La distinction: critique sociale du jugement**. Paris: Minuit. 1979.

BOURDIEU, PIERRE. **O poder simbólico**. Tradução de Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

CRIAVIVA, E. G. **Facilitador de Workshop de Inovação: Como Descobrir Necessidades dos Clientes e Consumidores - Laddering Method**. Facilitador de Workshop de Inovação, 2012. Disponível em: <<http://facilitadordeworkshopdeinovacao.blogspot.com/2012/03/como-descobrir-necessidades-dos.html>>. Acesso em: 24 set. 2023

DINO. **Êxodo urbano pós-pandemia faz campo virar opção de moradia**. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/exodo-urbano-pos-pandemia-faz-campo-virar-opcao-de-moradia,e2e8c2607103c4d92404ac581bec9442uelll3cq.html>>. Acesso em: 24 set. 2023.

DUARTE, F. **La casa y la ciudad: una perspectiva sociológica**. Barcelona: Bellaterra. 2013.

FEITOZA, B. M.; SIMÕES, J. H. S. **Êxodo Urbano: Uma nova forma de morar**. ÁTRIO, v. 2, n. 1, 14 ago. 2023.

FLORIDA, RICHARD. **The Rise of the Creative Class**. New York: Basic Books, 2002.

GEHL, J. **Cities for People**. Island Press, 2013.

GIBSON, JAMES J. **The ecological approach to visual perception**. Boston: Houghton Mifflin, 1979.

GRUEN, VICTOR. **The Heart of Our Cities: The Urban Crisis: Diagnosis and Cure**. New York: Simon and Schuster, 1964.

GUTMAN, J. **a means-end chain model based on consumer categorization processes**. journal of marketing, v. 46, n. 2, p. 60–72, 1982.

HEALEY, PATSY. **Urban design and the challenge of sustainability**. Londres: Routledge, 2010.

INOUE, MITSURU. **Arquitetura e cidades: uma abordagem antropológica**. São Paulo: Studio Nobel, 1991.

JACOBS, JANE. **The Death and Life of Great American Cities**. New York: Random House, 1961.

KAPLAN, STEPHEN. **Attention and the restoration of the self**. Nova Iorque: Springer-Verlag, 1987.

KAPLAN, STEPHEN; KAPLAN, RACHEL. **The experience of nature: A psychological perspective**. Nova Iorque: Cambridge university Press, 1989.

LYNCH, KEVIN. **The image of the city**. Cambridge, MA: MIT Press, 1960.

MASLOW, ABRAHAM H. **Motivation and Personality**. New York: Harper & Row, 1954.

MOURA, R. **Evolução do metro quadrado na pandemia** - Estadão imóveis. Imóveis - Estadão, 20 jul. 2022. Disponível em: <<https://imoveis.estadao.com.br/noticias/estudo-analisa-evolucao-do-metro-quadrado-na-capital-paulista-aolong-da-pandemia/>>. Acesso em: 24 set. 2023

MUMFORD, LEWIS. **The City in History**. New York: Harcourt, Brace & World, 1961.

NORMAN, DONALD A. **The design of everyday things**. Nova Iorque: Basic Books, 2021.

NOSZCZYK, T. ET AL. **The impact of the COVID-19 pandemic on the importance of urban green spaces to the public**. Land Use Policy, v. 113, p. 105925, fev. 2022.

PATTON, MICHAEL QUINN. **Qualitative research & evaluation methods**. Thousand Oaks, CA: Sage, 2002.

PROSHANSKY, HAROLD M.; ITTELSON, WILLIAM H.; RIVLIN, LEANNE G. **Environmental psychology: Man and his physical setting**. Nova Iorque: Holt, Rinehart & Winston, 1976.

RAPOPORT, AMOS. **The Meaning of the Built Environment**. New York: The MIT Press, 1982.

RELPH, EDWARD C. **Place and placelessness**. Londres: Pion, 1976.

REYNOLDS, T. J.; GUTMAN, J. **Laddering theory, method, analysis, and interpretation**. Journal of Advertising Research, v. 28, n. 1, p. 11-31, 1988.

RIBEIRO, FELIPE; SILVA, MARIA; OLIVEIRA, JOÃO. **Êxodo urbano pós-pandemia: o que explica a mudança de comportamento?** Revista de Administração da Universidade de São Paulo, v. 57, n. 1, p. 1-19, 2022.

ROLNIK, RAQUEL. **The right to the city and sustainable development**. International Journal of Urban and Regional Research, v. 37, n. 2, p. 286-303, 2013.

SEN, AMARTYA. **Desenvolvimento como liberdade**. Tradução de Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

SENNETT, RICHARD. **The Corrosion of Character: The Personal Consequences of Work in the New Capitalism**. New York: W.W. Norton & Company, 1998.

SHOUP, DONALD C. **The High Cost of Free Parking**. Chicago: Planners Press, American Planning Association, 2005.

SOJO, EDWARD W. **Postmetropolis: Critical studies of cities and regions**. Nova Iorque: Wiley-Blackwell, 2010.

SOUZA, MARIA LÚCIA. **A importância da participação pública no planejamento urbano**. Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais, v. 10, n. 1, p. 11-26, 2008.

STEG, LINDA; VAN DEN BERG, A. E.; DE GROOT, J. I. M. **The relationship between nature and psychological well-being**. Environment and Behavior, v. 44, n. 1, p. 106-123, 2012.

WHISTON SPIRN, ANNE. **The Language of Landscape**. New York: Basic Books, 1999.

WHYTE, WILLIAM H. **The Social Life of Small Urban Spaces**. New York: The Free Press, 1980.