Lusíada
Repositório das Universidades Lusíada

Universidades Lusíada

Horta, Ana

Sustainability vs. lifestyle? : a study on the housing market in Portugal

http://hdl.handle.net/11067/8027
https://doi.org/10.34628/ZG48-CB59

Metadados

Data de Publicação	2025
Editor	Universidade Lusíada Editora
Palavras Chave	Construção sustentável, Mercado imobiliário, Preferências do consumidor
Tipo	article
Revisão de Pares	Não
Coleções	[ULL-FAA] RAL, n. especial (2025)

Esta página foi gerada automaticamente em 2026-11-02T14:52:15Z com informação proveniente do Repositório

http://repositorio.ulusiada.pt

Sustainability vs. lifestyle?
A study on the housing market in Portugal



Ana Horta

Universidade de Lisboa, Instituto de Ciências Sociais, Investigadora Auxiliar | Portugal
ana.horta@ics.ulisboa.pt

Abstract

Energy efficiency and, more broadly, the environmental sustainability of buildings have become significant concerns on international political agendas and among stakeholders in the construction, real estate, and other related sectors. Amidst a severe housing crisis, it is important to understand how potential buyers, tenants, and property owners interested in renovation projects perceive these concerns (cf. Williams & Dair, 2006). Based on a sociological approach, this presentation contributes to this literature by examining the current housing market in Portugal through two exploratory empirical studies on new or renovated properties for sale. It analyses the aspects highlighted (and overlooked) in advertisements and websites of developments concerning energy efficiency and building sustainability (cf. Aune, 2012). By focusing on the claims and features emphasized by real estate agents to promote these properties, this presentation aims to characterize the ideals, values, and preferences that are socially perceived as most attractive to potential buyers. In a social context where public attention to sustainability issues related to the built environment is increasing, the analysis contrasts the appreciation of lifestyle and social status with environmental and health concerns.

Keywords: Sustainable buildings, Housing market, Consumer preferences, Discourse analysis, Behaviours.

References

AUNE, M., 2012, Making energy visible in domestic property markets: the influence of advertisements. Building Research & Information, 40(6): 713-723.

WILLIAMS, K. & DAIR, C., 2006, What is stopping sustainable building in England? Barriers experienced by stakeholders in delivering sustain-

DOI: https://doi.org/10.34628/ZG48-CB59

able developments. Sustainable Development, 15(3): 135-147

Bio

Ana Horta
Investigadora auxiliar do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. É licenciada em Sociologia, mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação e doutorada em Sociologia pelo ISCTE-IUL (Instituto Universitário de Lisboa). Desde 2007 tem sido investigadora do ICS, fazendo parte do grupo de investigação Ambiente, Território e Sociedade e do Observa. Faz parte da equipa coordenadora da Secção Ambiente e Sociedade da Associação Portuguesa de Sociologia e é membro da comissão executiva da RN12 Environment and Society da European Sociological Association. Foi membro do Grupo de Trabalho sobre Comportamentos Sociais para o Plano Nacional de Ação para a Eficiência Energética e do Management Committee da Ação COST European Energy Poverty: Agenda co-creation and knowledge innovation (ENGAGER). Os seus principais interesses de investigação centram-se na transição e na pobreza energética, incluindo as práticas e representações dos consumidores e os discursos mediáticos sobre energia e alterações climáticas.