

## LEMBRANÇAS AFETIVAS NA VIVÊNCIA HUMANA CONTEMPORÂNEA

Ana Célia Carneiro Oliveira<sup>1</sup>

Nadja Maria Mourão<sup>2</sup>

Rosilene Conceição Maciel<sup>3</sup>

### Resumo

O papel da memória na construção da felicidade humana na contemporaneidade é umas das questões do estudo sobre a existência de lembranças afetivas. Busca-se compreender a importância das relações afetivas entre os seres humanos e os seus objetos biográficos do cotidiano, para contribuir na formação do conhecimento. Com o advento da modernização, o design atua como construtor de objetificações na sociedade. A memória é um elemento central na formação da identidade, capaz de conduzir elementos para a construção da felicidade. A metodologia se constitui na pesquisa bibliográfica descritiva e análise qualitativa dos dados da temática. Como resultados apresentam-se as linhas de pensamento dos autores pesquisados, tratando-as como referencial para o diálogo construído na pesquisa. Verificou-se que o ser humano cria significados para as ações do cotidiano e acumula experiências para utilizá-las durante a vida. São demonstrados fatores sobre a relevância das lembranças afetivas dos objetos na formação da memória do indivíduo. Eles são parâmetros para a transmissão entre gerações, pelos valores tangíveis e intangíveis de felicidade. Para a educação, as lembranças afetivas podem contribuir no processo de aprendizagem dos indivíduos, sensibilizados pelas emoções. O produto e o espaço se tornam afetivos, em considerações finais, a partir do momento que eles adquirem importância para o usuário, a ponto de desenvolverem relações de afetos memoráveis, independentemente da sua natureza.

**Palavras-chave:** Objetos biográficos; memória; afetividade; felicidade; ensino.

---

<sup>1</sup> Mestra em Design pela UEMG: [anaceliadesign@gmail.com](mailto:anaceliadesign@gmail.com).

<sup>2</sup> Doutoranda em Design pela UEMG: [nadjamourao@gmail.com](mailto:nadjamourao@gmail.com).

<sup>3</sup> Doutoranda em Design pela UEMG: [rmaciela@gmail.com](mailto:rmaciela@gmail.com).

## 1. Introdução

Em tempos atuais, o papel da memória na construção da felicidade humana é umas das questões do estudo sobre a existência de lembranças afetivas. É uma prática social familiar vivenciar suas tradições e repassar seus costumes para as próximas gerações, utilizando sua cultura e seus objetos biográficos. Como seus avôs, os pais guardam objetos afetivos, principalmente de sua infância para serem repassados para seus filhos. São símbolos da família, laços de descendência, vividos, conforme Maluf (1995).

Nesse trabalho, busca-se compreender a importância das relações afetivas entre os seres humanos e os seus objetos biográficos do cotidiano, na perspectiva de contribuir na formação do conhecimento. Em pesquisa, observa-se em relatos que as lembranças clareiam a infância das pessoas em imagens do ambiente vivido: o que foi dito, ouvido, como os sons das vozes que ecoam em suas memórias em frases como: “quando eu era do seu tamanho”, “no meu tempo”, “já não existe mais”. Essas lembranças dos mais velhos representam a fonte, de onde emana o coração da cultura, marco onde o passado se permanece e o presente se apronta. Benjamin (1985) relata que se esconde o sentido somente daquilo que no presente não é entendido, como apontado pelo passado.

Ao rememorar e reconstruir espaços e lugares, como a residência da infância ou de outro período vivido, cada ser humano determina dentro do espaço recriado, o lugar dos objetos e das ações que os acompanham. Que histórias lembram cada objeto aparentemente sem atrativos? Quantas experiências vividas estão possivelmente representadas em cada objeto.

São histórias orais que tecem um fio da memória individual e conseqüentemente promove a construção da memória coletiva e vice-versa. “Memória individual é um ponto de vista da memória coletiva, e esse ponto de vista de acordo com o lugar social que é ocupado; este lugar, por sua vez, muda em função das relações que se tem com outros meios sociais” (BARROS, 1989, p. 31).

Para Bosi (1994) os suportes materiais da memória vão sendo destruídos pela sociedade capitalista que bloqueia os caminhos da lembrança, arranca seus marcos e apaga seus rastros. A memória das sociedades antigas apoiava-se em valores ligados às práxis coletivas como a vizinhança, aos familiares (que eram muitos), atitude de apego a certos objetos biográficos, arrimos em que a memória sempre apoiou. Segundo a autora, a memória não é suprimida somente por desaparecimento dos objetos cotidianos, nem porque o velho é pouco ouvido, mas porque a história dos vencedores esconde a lembrança dos vencidos.

Para Blondel (1966), o passado oferece continuidade, consistência e objetividade não por causa da memória individual, mas devido à intervenção de fatores sociais. Tais fatores permitem ao sujeito registrar sua experiência em quadros coletivos de memória, nos quais compartilha com membros de seu grupo os eventos vividos.

## 2. Desenvolvimento

### 2.1. Estudo dos objetos biográficos: lembranças afetivas

Em contato com objetos biográficos o ser humano busca lembranças afetivas, que construíram e constroem a sua memória individual ou coletiva. São luzes que iluminam a vida desde a infância. Imagens de espaços de vivências de suas e de nossos espaços socializadores como escolas, igrejas e espaços de lazer. Espaços que nos ensinam, onde foi dito e ouvido os sons das vozes que ecoam em nossa memória.

É possível encontrar nos espaços familiares, objetos que representam experiências vividas, histórias de aventuras afetivas de seus moradores. Os objetos são transformados em suporte para lembranças de um grupo família. Ou seja, do ponto de vista tangível, tornam-se narrativas que historicam a memória de um microcosmo social que, desponta um olhar cuidado e sensível.

Maciel (2004) relata que todos os objetos do mundo comum, ainda que as funções permaneçam independentes das aparências. Podem ser resignificados e até mesmo

adquirirem outras relações, dependendo da sensibilidade de quem se utiliza desses objetos, alterando o seu valor e sua simbologia.

Neste sentido, objetos familiares e biográficos, não perdem sua forma mais tangível, isto é, sua referencialidade. Esses objetos, como signos, respondem a um propósito de outra ordem, qual seja: tornar possível que o objeto seja um registro da existência humana. São muitos objetos cheios de rastros e vestígios de uso cotidiano e de momentos memoráveis de vivências individuais e em grupos. Como exemplo, as cerâmicas da Grécia Antiga. Elas eram pinturas com temas do dia-a-dia, mitológicos ou eróticos, contando-nos os hábitos e as crenças dessa sociedade (figura1).

Figura 1: Cerâmicas - objetos memoráveis da cultura antiga da Grécia.



Fonte: <<https://br.pinterest.com/pin/528469337494336399/?lp=true>>.

Bosi (1994) trata a função dos objetos de uso diário conferindo foco à dimensão afetiva. Assim, quanto mais direcionados ao uso cotidiano, mais expressivos são os objetos: os metais se arredondam, se ovalam, os cabos de madeira brilham pelo contato com as mãos. Observa-se que para conforto do uso humano os materiais perdem as arestas e se abrandam.

Com pensamentos aproximados, Baudrillard (2000) salienta o valor afetivo das coisas, uma vez que objetos, muito além de sua finalidade prática, servem para diferenciar as relações humanas.

Admitamos que nossos objetos cotidianos sejam, com efeito, os objetos de uma paixão, a da propriedade privada, cujo investimento afetivo não fica atrás em nada àquela das paixões humanas. [...] os

objetos nesse sentido são, fora da prática que deles temos, num dado momento, algo diverso, profundamente relacionado com o indivíduo, não unicamente um corpo material que resiste, mas uma cerca mental onde reino, algo de que sou o sentido, uma propriedade, uma paixão (BAUDRILLARD, 2000, p. 93).

Assim, acredita-se que o ser humano possui o desejo de cercar-se de produtos que os ajudam a criar um sentimento de conforto, segurança e afeto. Os vínculos afetivos podem alterar os processos de pensamento, mudando a forma como os eventos são percebidos e interpretados.

## 2.2. Memória Afetividade: individual e coletiva

A memória é um elemento central na formação da identidade, capaz de conduzir elementos para a construção da felicidade. O ser humano cria significados para as ações do cotidiano e acumula experiências para utilizá-las durante a vida. São demonstrados fatores sobre a relevância das lembranças afetivas dos objetos na formação da memória do indivíduo. Eles são parâmetros para a transmissão entre gerações, pelos valores tangíveis e intangíveis de felicidade.

Para o autor Halbwachs (2004) a memória individual existe sempre a partir de uma memória coletiva, uma vez que as lembranças são constituídas no interior de um grupo. A origem de várias ideias, reflexões, sentimentos, paixões que atribuímos a nós são, na verdade, sugeridas pelo grupo. A memória individual é vinculada a uma intuição sensível. Dessa forma, a memória individual, construída a partir das referências e lembranças próprias do grupo.

A memória coletiva também classifica e seleciona aquilo que quer ou não lembrar. Segundo Halbwachs (2004), o ser humano pertencente a um grupo estimula e contribui com construção de lembranças. Podem-se verificar algumas diferenças que podem ser colocadas entre a memória individual, aqui entendida como um processo psicológico básico, e a memória coletiva, aqui entendida como a memória social, ou, em outras palavras, como um artifício de construção grupal.

A construção do passado, tanto em processos individuais, quanto coletivos de memória, tem a função da identidade dos grupos sociais. A primeira é capaz de integrar e continuar grupos, construindo sentimentos de pertencimento nos indivíduos pertencentes, sendo capaz de reconstruir, evitando o esquecimento.

O ser humano é capaz de criar representações do passado baseadas na percepção de outras pessoas, naquilo que imagina que aconteceu ou internalizando representações de uma memória histórica. Ao se libertar de coisas que acontecem com o indivíduo e os outros, a pessoa se sensibiliza por objetos. Ou seja, quando as pessoas possuem pontos comuns, compartilham suas percepções de fatos ocorridos, contando com outras informações dadas por outros integrantes do grupo.

Segundo Bosi (1979, p. XXI), “Uma lembrança é um diamante bruto que precisa ser lapidado pelo espírito”. Sem um trabalho de observação e cuidado, ela seria uma imagem fugaz. O ser humano precisa manipular pensamentos temporais e assim construir e recriar o nosso tempo.

As lembranças coletivas permanecem vivas entre as pessoas do grupo que vivenciam uma experiência em comum. Elas nos são lembradas entre os participantes do grupo, mesmo que se tratando de acontecimentos nos quais nem todos estiveram diretamente envolvidos, e com objetos que só os membros do grupo compartilham. Assim, os seres humanos, em realidade, nunca ficam sós, de acordo com Halbwachs (2004).

Existe uma dimensão da vida que lentamente a “modernidade” vai anulando. Que foi feito de tudo isso? Quem encontra ainda pessoas que saibam contar histórias como elas devem ser contadas? (BENJAMIN, 1985, p. 115). O ser humano não se preocupa mais em trocar experiências e algumas lembranças podem cair no esquecimento.

Para HALBWACHS (1990, p. 25) uma vez que o ser humano sustenta suas lembranças nas lembranças dos outros ela sente-se mais confiante quando as chama, e nesse momento é “como se uma mesma experiência fosse recomeçada, não somente pela mesma pessoa, mas por várias”. Conforme o autor, mesmo quando estando sozinho o

indivíduo lembra-se de algo, mesmo assim as lembranças permanecem permeadas de informações de outros, elas permanecem sendo coletivas.

Ainda conforme Halbwachs (1990) é na esfera familiar que a memória está em seu estado mais firme, sendo que na infância é que ele adquire as memórias que a posicionam em um espaço de pertencimento. Como exemplo, o tear na comunidade de Roça Grande de Berilo, no Vale do Rio Jequitinhonha, em Minas Gerais. Ao longo das gerações, as mulheres desse lugarejo se dedicam as tradições das atividades de cardar, fiar e tecer o fio de algodão (figura 2).

Figura 2: Artesãs em atividades com o tear da comunidade de Berilo/MG.



Fonte: <<http://boyraartesanato.tumblr.com/post/85909528386/berilo-e-sua-cultura>>.

Viajantes relataram que a tradição têxtil da região é remonta ao século XVIII. Contudo, as artesãs garantem que aprenderam a técnica com suas mães, que também aprenderam com as avós em gerações passadas. As peças possuem uma composição de desenhos geométricos e figurativos. Ao entremear fios de algodão de cor natural caramelo (ganga) ou colorido, as artesãs criam motivos que retratam o cotidiano e a visão de mundo de sua comunidade.

O exemplo dessa comunidade, como de tantas outras, assegura a influencia dos objetos e técnicas na formação de um grupo social. As referências adquiridas pelo indivíduo definem sua identificação como mundo que o cerca. No ambiente onde ele está inserido suas ações influencia também o meio social, com as trocas e relações que situam.

Mesmo com as quebras que possa ter lidado no decorrer da vida, através da sua inclusão em outros grupos e de novas e contínuas experiências, seu alicerce inicial de pertencimento continua sendo a família, pois, “[...] é no quadro da família que a imagem se situa, porque desde o início ela estava ali inserida e dela jamais saiu” (HALBWACHS, 1990, p. 39).

### 2.3. Felicidade humana: psicologia positiva

Os sentimentos humanos sempre foram objeto de estudo na história da humanidade. Dantas (2012) expõe que a felicidade está relacionada às relações humanas com seu ambiente, envolvendo um conjunto de elementos da vivência e as realizações:

A felicidade é construída através das relações dos indivíduos, nas suas ações e projetos, bem como nas suas trajetórias sociais. Neste sentido questionamos o que idealizam estes atores sociais acerca da felicidade. A sua concepção parece estar unanimemente ligada à vivência quotidiana, mas, no entanto, esta vivência tem inscrito um passado e um futuro, ou por outro lado, um conjunto de memórias e um conjunto de expectativas, que podem tornar essas idealizações singulares (DANTAS, 2012, p.24).

Dantas (2012) refere-se à felicidade como a “consciência privada de uma emoção”. Na filosofia, são vastas as reflexões de Epicteto, Epicuro, Séneca, Aristóteles e Santo Agostinho sobre a felicidade humana.

Nos anos 90, do século passado, o tema faz jus a um particular interesse junto de alguns investigadores e ensaístas. Trata-se especificamente do movimento da psicologia positiva, lançado por Martin Seligman e Mihaly Csikszentmihalyi, psicólogo americano e húngaro simultaneamente. Da mesma forma, nomes fundamentais da Psicologia como: Abraham Maslow, Carl Rogers, Carl Jung, Albert Bandura, Gordon Allport e outros, se dedicaram a investigação das emoções positivas.

Para incluir a pesquisa da felicidade no campo das ciências, a Psicologia Positiva utiliza-se tanto de métodos tradicionais da verificação psicológica quanto do que há de

mais avançado no campo das neurociências para o estudo das emoções e do comportamento humano.

Estabelece-se como uma parte da ciência psicológica baseado na confiança de que é possível identificar, compreender, desenvolver, gerar e aperfeiçoar os mecanismos necessários para viver-se de maneira expressiva e satisfatória. Se entre os principais objetivos da Psicologia Positiva está o conhecimento daquilo que vivenciamos como felicidade é porque, em última instância, isso favorece as condições necessárias para que as pessoas possam viver uma vida plena a partir de suas próprias escolhas.

Para escolher é preciso conhecer as possibilidades, e a Psicologia Positiva tem realizado muitas descobertas sobre o que é possível em termos de felicidade. Algumas descobertas se aproximam do saber do social, outras dos ensinamentos filosóficos, algumas das tradições religiosas, mas muitas têm declarado o quão pouco o ser humano sabia sobre o que tanto deseja: a Felicidade!

A partir do início do século XXI, os resultados das pesquisas da psicologia positiva, sobre emoções e bem-estar, começam a ser aplicados pelos pesquisadores do design em novas abordagens de desenvolvimentos de produtos. O objetivo é projetar novos artefatos com a intenção de despertar - ou evitar - determinadas emoções durante a influência recíproca com as pessoas. Tal critério de desenvolvimento de produtos foi nomeado de design emocional.

Nessa proposição, os designers avaliam as experiências emocionais, estéticas e de significado que existem nas interações com produtos a fim de melhorá-las. Nos últimos cinco anos os designers começam a sugerir formas de se desenvolver produtos que contribuam para a felicidade individual e coletiva a fim de conferir maior propósito e significado à vida das pessoas, (TONETTO e COSTA, 2011; HEKKERT, 2006; SELIGMAN, 2000; DESMET, 2011).

Essas novas abordagens do design têm como propósito favorecer o pensamento positivo, contribuir para a felicidade pessoal, diminuir o consumo insustentável e com

isso favorecer a sustentabilidade. Sabe-se que a sustentabilidade visa atender as necessidades atuais de sobrevivência e de coexistência dos seres humanos sem comprometer as necessidades de sobrevivência e coexistência de seus descendentes no futuro. Quando os designers concebem o desenvolvimento de novos bens materiais com caráter sustentável é fundamental difundir um extenso e acessível olhar sobre a felicidade. Ela hoje é uma das principais variáveis para a avaliação da sustentabilidade das nações por intermédio da utilização de indicadores econômicos que avaliam seu progresso genuíno, (VEIGA, 2010; DESMET e POHLMAYER, 2013).

O seu segredo é uma preocupação cada vez mais importante na era moderna, já que o aumento da estabilidade financeira proporciona a muitos a oportunidade de se concentrar no crescimento pessoal. Nesse aspecto, a Finlândia é o país onde as pessoas são mais felizes, conforme o Relatório Mundial de Felicidade (2018). Esse país também é o líder no período de 2005- 2017, no mesmo tema de satisfação e qualidade de vida para imigrantes (HELLIWELL et al. 2018).

A busca da felicidade é um surto mundial — em um estudo com mais de 10 mil participantes de 48 países, os psicólogos Ed Diener, da Universidade de Illinois, e Shigehiro Oishi, da Universidade de Virginia, descobriram que pessoas de todos os cantos do mundo consideram a felicidade mais importante do que outras realizações pessoais altamente desejáveis, tais como ter um objetivo na vida, ser rico ou ir para o céu. Esta atenção sobre a felicidade é estimulada em parte pelo crescente número de pesquisas que sugerem que, além de ser boa, a felicidade também faz bem — ela está ligada a muitos benefícios, desde maiores salários e um melhor sistema imunológico até estímulo à criatividade (KASHDAN; BISWAS-DIENER, 2014).

Deste modo, o conceito de felicidade, sob a visão da psicologia positiva deve ser tratado com atenção, principalmente no campo do design. Entender as relações humanas e o que compõe o nível de satisfação em qualidade de vida designa o sistema de serviços e produtos. O psicólogo Martim Seligman, idealizador da psicologia positiva, trata o assunto como referência para as escolhas humanas. Há uma crença que os valores materiais, combinações financeiras são fundamentais para estimular o bem-estar social e consequentemente à felicidade.

## 2.4. Ensino e Design

Para a educação, as lembranças afetivas podem contribuir no processo de aprendizagem dos indivíduos, sensibilizados pelas emoções. Um trabalho participante, um compromisso afetivo, um trabalho ombro a ombro de aprendizados. Bons ouvintes, instrumentando para receber e transmitir a memória coletiva.

Segundo Le Betron (2009), o homem está afetivamente presente no mundo, tanto nas relações com os outros, quanto com os objetos que o circundam. O produto se torna afetivo a partir do momento que ele adquire importância para o usuário, a ponto de ele desenvolver relações afetivas com o objeto, independentemente da sua natureza, ou seja, a afetividade trata de relações.

Desse modo, a expressão da afetividade se torna um modo do ser humano se comunicar na sociedade, deixando de ser apenas um valor pessoal. Como afirma Le Betron (2009), a afetividade provém também do meio social e cultural. O ser humano é moldado pelo meio que está inserido, logo, a afetividade simboliza a relação do indivíduo com o mundo. Ela é a ressonância íntima das coisas e acontecimentos que a vida cotidiana oferece.

Esse vínculo social da afetividade mostra a sua natureza coletiva e como a estratificação social pode configurá-la de acordo com os significados culturais. "A comunidade social identifica, classifica e julga os estados afetivos de acordo com sua conformidade implícita aos comportamentos esperados em diferentes situações" (LE BETRON, 2009, p.145).

Se afetividade é um modo de se comunicar, o objeto se torna um mediador social. Ele é individual e ao mesmo tempo coletivo, e é o ser humano que o preenche de valores pessoais. O objeto isolado não faz sentido, como afirma Moles (1984), o objeto é um momento de relação humana.

Com o advento da modernização, o design atua como construtor de objetificações na sociedade. Como valorizador da matéria lembrada, pode retê-las, reforçá-las e trabalhá-las, valorizando assim o que o indivíduo pertencente a um grupo lembra. Como faz lembrar, faz que fique espacialmente o que signifique.

Do ponto de vista antropológico, segundo (DENIS,1998, p.19) “(...) o design é uma entre diversas atividades projetuais, tais quais as artes, o artesanato, a arquitetura, a engenharia e outras que propendem à objetivação no seu sentido exato (...)”, ou seja, dar existência sólida e autônoma a ideias abstratas e subjetivas. Mais correta do que “objeto”, no contexto atual, seria a palavra “artefato”, a qual se refere especificamente aos objetos produzidos pelos afazeres humanos, em contraposição aos objetos naturais ou acidentais. Coloca ainda, que a partir do artefato individual para o conjunto de artefatos produzidos e usados por um determinado grupo ou por uma determinada sociedade, chega-se ao conceito de “cultura material”, termo que tem a sua procedência na etnologia e no estudo dos artefatos de povos avaliados “primitivos” pelos seus colonizadores europeus. Hoje, porém, esse conceito ganhou uma extensão mais dilatada e pode-se falar da cultura material da própria sociedade como uma maneira de alcançar melhor os artefatos que produz e consome, bem como a maneira em que estes se adaptam em sistemas simbólicos e ideológicos mais vastos.

Outra colocação de Denis (1998), o design constitui de uma forma mais abundante, a fonte mais importante da maior parte da cultura material de uma sociedade que, mais do que qualquer outra sociedade que já viveu, pauta a sua identidade cultural na fartura material que tem conseguido acender.

Na contemporaneidade, tais objetos, além de possuírem excelência funcional e de usabilidade, devem estabelecer com o usuário uma relação em nível subjetivo e emocional, segundo Niemeyer (2012). Essa relação afetiva entre usuário e produto existiu, porém ela ocorria de modo não intencional. Não era pensado, no processo de criação, que um produto poderia desenvolver uma relação afetiva com usuário. Esse pensamento mudou depois que o conceito de inteligência emocional começou a ganhar

força. A partir de então, estudiosos viram a importância das emoções e sentimentos na relação usuário-produto. E é neste contexto que se começa a pensar no design afetivo, que seria um modo de projetar produtos com que os usuários desenvolvam relações de afeto.

Porém, projetar com o foco na satisfação é complexo, pois ainda não existe uma medida de prazer válida e confiável. Ou seja, ainda é difícil prever se um produto vai criar vínculos com o usuário. Entretanto, como afirma Norman (2008) é possível criar ferramentas e meios para que o objeto estabeleça essas relações afetivas.

Muitos podem apontar e dizer que a afetividade entre um produto e usuário já acontece, desde sempre, quando se fala em um "bom design". Mas não é bem assim, a concepção de "bom design" já foi totalmente voltada apenas para usabilidade e funcionalidade.

A investigação biográfica dos objetos assume-se como uma proposta de construção duma narrativa emocional voltada para o design e para o pertencimento das pessoas e seus grupos sociais com base no resgate dos objetos tangíveis e dos saberes local como instrumento de construção da ação. “São objetos que transportam a densidade de significados que compõem as diferentes experiências dos sujeitos, as suas expectativas de uso e a natureza relacional onde a interação se constitui”, relata (LEITE, 2012, p. 23).

O valor de riqueza, atribuído ao objeto, pode ser apropriado pelo olhar do design e do ensino para construir uma prática de relacionamento entre o individual e o social ou vice-versa. Através dos objetos um sujeito, participante um grupo, reconhece mais ou menos intensamente os tempos e os espaços sociais, pratica determinados modos de relacionamento com esse espaço e adere a certas formas de organização social, gerando pertencimento. Esse momento é muito importante para a criação duma consciência de si e o empoderamento de cada um. Esse exercício, segundo (TOURAINÉ, 1999, p. 23) poderia ser visto como “[...] a própria manifestação da formação do sujeito: em um mundo em mudança permanente e irreprimível, o único ponto de apoio é o esforço do

indivíduo para transformar experiências vividas em construção de si como ator”. O sujeito não tem outro teor que a produção dele mesmo.

Leite (2012) reforça essa linha de pensamento ao dizer que “qualquer objeto, ao ser socialmente reconhecido, implica a geração dos processos de pertença (discriminação, conjugação e agregação), através dos quais se reconstroem os sentidos do mundo ou a sua inteligibilidade” (LEITE, 2012, p. 28).

Como exemplo, a relação das pessoas com objetos de uso diário, os calçados. Um tênis pode se transformar em objeto afetivo, uma vez que a relação do usuário transpõe os laços de usabilidade ao sentimento de prazer. Conforme Rezende (2010), em pesquisa, um jovem não se oprime com o desgaste de um tênis da marca Converse All Star, ao contrário, torna-se um objeto de desejo. Esse efeito teve início pelo uso do produto por jogadores de basquete nos USA. O produto tornou-se democrático, podendo se usado em qualquer ambiente (figura 3), conhecido pelo slogan “O tênis de todas as estrelas”.

Figura 3: Diversos tênis - Converse All Star.



Fonte: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2007/05/all-star-stay-true.html>>.

Os objetos não são um fim em si mesmo, mas constituem-se como processos para alcançar algo. Podem ser analisados como parte de uma de processo de construção do saber, do conhecimento. Ao mesmo tempo em que, a consciência de salvaguarda dos objetos é igualmente um processo de comunicação. Portanto, entende-se que os desafios

de guardar a memória constituem o desafio, a força de preservação, onde as heranças e os patrimônios são trabalhados como objetos de construção do futuro.

### 3. Considerações Finais – A felicidade na contemporaneidade

O processo de investigação sobre objetos biográficos implica em uma reflexão sobre o indivíduo e suas questões de pertencimento. O ser humano é o narrador de si mesmo como construtor de uma memória de sua história, que se constitui como um processo de formação de consciência do valor de sua existência e dos reflexos de suas ações.

O produto e o espaço se tornam afetivos a partir do momento que eles adquirem importância para o usuário, a ponto de desenvolverem relações de afetos memoráveis, independentemente da sua natureza. Inclusive, em processo de técnicas de elaboração de objetos, como no caso de produção artesanal, de gerações a gerações.

A memória individual é também uma memória social, familiar e grupal. A educação e o design estabelecem os seus interesses no valor das lembranças geradas pelo efeito das sensações de felicidade, no que foi escolhido para perpetuar-se na história de vidas.

As memórias das pessoas são muito importantes para a saúde mental, posto que, em sua maioria, as memórias trazem recordações que remetem a momentos felizes. A alegria compartilhada com o reencontro entre familiares de gerações diferentes, como a relação entre avôs e netos. Esse momento de troca de lembranças em histórias contadas proporciona novas experiências, com a emoção retratada em um momento feliz.

O passado concentrado no presente que nasce o caráter humano por um processo de sucessivo reavivamento e rejuvenescimento. Lembranças geram recordações que, sucessivamente constroem experiências afetivas, resultantes na vivência humana contemporânea.

### Referências

BAUDRILLARD, J. *Estratégias Fatais*. Lisboa: Editorial Estampa, 1990.

- BENJAMIN, W. *Reflexões sobre o brinquedo, a criança e a educação*. SP, Ed. 34, 2002.
- BLONDEL, C. *Introducción a la Psicología Coletiva*. Buenos Aires: Troquel, 1966.
- DANTAS, A. R. *A Construção Social da Felicidade*. Lisboa: Edições Colibri, 2012.
- DENIS, R. C. Design, cultural material e fetichismo dos objetos. In: LEITE, J. S. et al (ed.). *Arcos: design, cultura material e visualidade*. Rio de Janeiro: Contracapa, 1998.
- HALBWACHS, M. *A memória coletiva*. São Paulo: Ed. Centauro, 2004.
- HELLIWELL, John F.; LAYARD, Richard; SACHS, Jeffrey D. *World Happiness Report.2018*. New York: Sustainable Development Solutions Network, 2018. ISBN 978-0-9968513-6-7. Disponível em: <[https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2018/WHR\\_web.pdf](https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2018/WHR_web.pdf)>. Acesso em: 28 mai. 2018.
- KASHDAN, Todd B.; BISWAS-DIENER, Robert. *O segredo da felicidade segundo a ciência*. Revista Galileu, 2014. Disponível em: <<http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI341920-17773,00-O+SEGREDO+DA+FELICIDADE+SEGUNDO+A+CIENCIA.html>>. Acesso em: 28 mai. 2018.
- LE BRETON, D. *As paixões ordinárias*. Antropologia das emoções. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2009.
- LEITE, P. P. *Olhares Biográficos: A Poética da Intersubjetividade em museologia*. Lisboa: Marca d'Água, 2012.
- MACIEL, M. E. *A memória das coisas: ensaios de literatura, cinema e artes plásticas*.
- MOLES, A. A. *Teoria dos objetos*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1981.
- NIEMEYER, L. *Design Atitudinal: uma abordagem projetual*. Design ergonomia emoção. Rio de Janeiro: Mauad Editora Ltda, 2008.
- NORMAN, D. *Design emocional*. Por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- REZENDE, Eliene. *As marcas e seu significado: um estudo da marca Converse All Star*, 2010. Disponível em: <<https://www.webartigos.com/artigos/as-marcas-e-seu-significado-um-estudo-da-marca-converse-all-star/36789#ixzz5GoUVGFbP>>. Acesso em: 28 mai. 2018.
- SELIGMAN, E. P. M. *Authentic Happiness: Using Positive Psychology to Realization Permanent*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.
- TOURAINÉ, A. *Poderemos viver juntos? Iguais e diferentes*. Petrópolis: Vozes, 1999.