

- [14] Douglas, Mary, 2007, "O mundo dos bens vinte anos depois." *Horizontes Antropológicos*, v. 13, n. 28, pp. 17-32.
- [15] Dorsch, F. 2001, "Dicionário de Psicologia" Dorsch. Petrópolis, RJ: Vozes.
- [16] Esperidião-Antônio, V et al., 2008, "Neurobiologia das emoções". *Revista de Psiquiatria Clínica*, São Paulo, 35(2), pp.55-65.
- [17] Frost R.O; Steketee G, Williams LF. 2000, Hoarding: A community health problem. *Health and Social Care in the Community*. 8:229-234.
- [18] Grayson, K., Shulman, D., 2000, "Indexicality and the verification function of irreplaceable possessions: a semiotic analysis". *Journal of Consumer Research*, pp. 17-30.
- [19] Govers, P.C.M., Hekkert, P., Schoormans, J.P.L., 2002 "Happy, cute and tough: Can designers create a product personality that consumers understand?" In: D. McDonagh, P. Hekkert, J. Van Erp and D. Gyi (Eds.) *Design and Emotion: The Experience of Everyday Things*, pp. 345-349.
- [20] Guyton A.C., Hall J.E., 2006, "Tratado de Fisiologia Médica. 11a. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan.
- [21] Hartl, T.L., Frost, R.O., 1996, "A cognitive-behavioral model of compulsive hoarding". *Behaviour Research and therapy*, 34(4), pp. 341-350.
- [22] Helander, MG., THAM, M.P., 2003, "Hedonomics-affective human factors design". *Ergonomics*, 46 (13/14), p. 1269-1272.
- [23] Iida, Itiro, 2005, "Ergonomia: projeto e produção". São Paulo: Edgard Blücher.
- [24] Jordan, P.W. 2000, "Designing Pleasurable Products". London: Taylor & Francis.
- [25] Khalid, H.N, 2004, "Guest editorial: conceptualizing affective human factors design". *Theoretical Issues in Ergonomics Science*, 5 (1), p. 1-3.
- [26] Ledoux, J. 2003 The emotional brain, fear and the amygdala. *Cellular and Molecular Neurobiology*, 23:727-38.
- [27] Mont'alvão, C; DAMAZIO, V., 2008, "Design, ergonomia e emoção". Rio de Janeiro: Mauad X/FAPERJ.
- [28] Mugge, R, Schoormans, J.P.L., Schifferstein, Hendrik N.J., 2008, "Product attachment: design strategies to stimulate the emotional bonding to products. In: Schifferstein, Hendrik N. J.; HEKKERT, Paul (Orgs.). *Product experience*. New York, p. 425-440.
- [29] Norman, D A., 2004, "Emotional design". New York: Basic Books.
- [30] Organização Mundial de Saúde. 1997, "Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados à Saúde - 1ª Revisão- CID-10", EDUSP, São Paulo,.
- [31] Papez, JW., 1937. A proposed mechanism of emotion. *Arch Neurol Psychiat* 38:725-43.
- [32] Posner MI. Raichle M.E. 1994 "Images of mind". New York: Scientific American Library.
- [33] Queiroz, S. G., 2011, "A Dimensão Estético-Simbólica Dos Produtos Na Relação Afetiva Com Usuários". 230 f. Tese (Doutorado) - Curso de Engenharia de Produção, Departamento de Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- [34] Reale G., 1999, "História da Filosofia Antiga: das Origens a Sócrates". 3a. ed. São Paulo: Loyola.
- [35] Safatle, V., 2010, "Fetichismo: colonizar o Outro". Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.
- [36] Schifferstein, H.N.J.; Zwartkruis-Pelgrim, E.P. H. "Consumer-product attachment: measurement and design implications". Disponível em: <<http://www.ijdesign.org/ojs/index.php/IJDesign/issue/view/17>>. Acesso em: 9/06/2014.
- [37] Weightman, D, McDonagh, D., 2003, "People are doing it for themselves". In: *Conference on designing pleasurable products and interfaces*. Pittsburgh., pp. 23-26.
- [38] Winnicott, D., 1951, "Objetos transicionais e fenômenos transicionais". In: *Da Pediatria à Psicanálise: Obras escolhidas*. Rio de Janeiro: Imago, 2000.
- [39] Zajonc, R.B., 1980, "Feeling and thinking: preferences need no inferences". *American Psychologist*, 35 (2), p. 151-17