

# UM ESTUDO SOBRE AS EMOÇÕES DOS CONSUMIDORES IDOSOS QUE PARTICIPAM DE COMUNIDADES VIRTUAIS: A VALIDAÇÃO DAS ESCALAS *PANAS* E *LOT-R* PARA ESTE PÚBLICO

Autor: **Andreia Karina de Carvalho Gendera**

Banca examinadora: Pres.: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Cecilia Lima de Queirós Mattoso (presidente e orientadora); Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Irene Raguinet Troccoli; Prof. Dr. José Roberto Ribas (UFRJ)

## RESUMO

O crescimento da população idosa no Brasil, aliado à expansão da internet, incentiva cada vez mais a exploração deste mercado de consumidores. Os novos meios de comunicação existentes, como as comunidades virtuais, estão sendo adotados também por este segmento de mercado. Assim, o principal objetivo da presente dissertação é analisar as emoções dos consumidores idosos da Associação de Aposentados e Pensionistas de Volta Redonda (AAPVR), RJ, participantes de comunidades virtuais e investigar quais são aquelas relacionadas ao otimismo e ao pessimismo, e verificando a validade das escalas emocionais Positive and Negative Affect Schedule (PANAS) e Revised Life Orientation Test (LOT-R) para este segmento da população. A pesquisa foi conduzida por meio da análise de componentes principais, aplicada sobre amostra de 169 idosos. Após esta análise, concluiu-se que é possível validar ambas as escalas separadamente e, além desta validação, verifica-se a existência de correlação entre o afeto positivo e o otimismo, e a correlação entre o afeto negativo e o pessimismo.

**Palavras-chave:** População idosa, internet, comunidades virtuais, emoções, escalas emocionais, Volta Redonda.