

idp

idn

# MESTRADO PROFISSIONAL

EM ECONOMIA

---

**ANÁLISE SOBRE A RELEVÂNCIA DA GENEROSIDADE NO  
BEM-ESTAR SUBJETIVO**

**CRISTIANO DA SILVA MELO**

Brasília-DF, 2025

**CRISTIANO DA SILVA MELO**

## **ANÁLISE SOBRE A RELEVÂNCIA DA GENEROSIDADE NO BEM-ESTAR SUBJETIVO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Economia, do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

### **Orientador**

Professor Doutor Pedro Fernando Nery.

Brasília-DF 2025

**CRISTIANO DA SILVA MELO**

## **ANÁLISE SOBRE A RELEVÂNCIA DA GENEROSIDADE NO BEM-ESTAR SUBJETIVO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Economia, do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Aprovado em 01 / 09 / 2025

### **Banca Examinadora**

---

Prof. Dr. Pedro Fernando Nery - Orientador

---

Prof. Dr. Sérgio Jurandyr Machado

---

Prof. Dr. Luiz Ricardo Mattos T. Cavalcante

Código de catalogação na publicação – CIP

M528a Melo, Cristiano da Silva  
 Análise sobre a relevância da generosidade no bem-estar  
 subjetivo / Cristiano da Silva Melo. — Brasília: Instituto Brasileiro  
 Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa, 2025.  
 43 f. : il.

Orientador: Prof. Dr. Pedro Fernando Nery

Dissertação (Mestrado Profissional em Economia) —  
 Instituto Brasileiro Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa – IDP,  
 2025.

1. Bem-estar. 2. Saúde mental. 3. Bem comum. 4.  
 Comportamento efetivo. I.Título

CDD 330

Elaborada pela Biblioteca Ministro Moreira Alves

## AGRADECIMENTOS

A minha jornada acadêmica é marcada por desafios, aprendizados e, sobretudo, pela generosidade de muitas pessoas que estiveram ao meu lado. Gratidão a todos os meus educadores de toda a minha trajetória educacional. Minha gratidão especial ao orientador Dr. Pedro Fernando Nery, pelo acolhimento, por nos ensinar a carregar a pasta mais pesada e ao Dr. Sérgio Jurandyr por ensinar que o importante é persistir independente das dificuldades.

Agradeço à minha Mãe, pelo amor incondicional, mesmo em momentos de tantas incertezas. Ao meu pai, que no decorrer deste trabalho partiu, deixando como seu maior ensinamento a humildade. Aos meus irmãos por tantos momentos felizes. Aos meus filhos, pela oportunidade de amá-los, de aprender a ser pai todos os dias. A minha esposa, pelas palavras de encorajamento e incentivo em momentos de muita escuridão.

Aos meus amigos e colegas de pesquisa, pela troca enriquecedora e pelo espírito de cooperação que tornou o caminho mais leve. A minha prima Larissa Amaral, exemplo de solidariedade e altruísmo, ao meu amigo Bruno Barrios, que ilumina a vida com sua fé no mundo melhor, e a Professora Luciana Gotschall, pelo otimismo e pela certeza de que tudo sempre vai dar certo.

Agradeço a todos que, de alguma forma, contribuíram para minha trajetória pois em nenhum momento estive sozinho.

## RESUMO

Este estudo investiga a relação entre generosidade e bem-estar, evidenciando que a prática de atos generosos pode fortalecer os laços sociais e contribuir com o aumento do bem-estar. Os resultados deste trabalho sugerem que a generosidade, além de beneficiar diretamente quem a realiza, exerce efeito positivo sobre o tecido social, promovendo a redistribuição de recursos, reduzindo as desigualdades e fomentando relações sociais colaborativas e empáticas.

Também revela uma assimetria perceptiva nos efeitos da generosidade: os indivíduos que realizam o ato generoso tendem a subestimar seu impacto, enquanto os que o recebem tendem a superestimá-lo. Essa discrepância entre expectativa e percepção, reforça a importância de compreender os mecanismos emocionais e sociais envolvidos nesta prática. Pois a ausência de comportamentos generosos em uma sociedade está associada ao isolamento social, à elevação de níveis de ansiedade, estres e ao declínio da confiança interpessoal, que são fatores que afetam negativamente a coesão social que é importante para a manutenção da estabilidade política e para a manutenção da saúde mental coletiva.

A presente pesquisa adota uma abordagem hipotético-dedutiva, fundamentada em revisão de literatura científica interdisciplinar e sustentada por análise empírica conduzida em contextos reais de interação social. O objetivo é compreender, com base em dados e teorias, como a generosidade atua como catalisadora de bem-estar, influenciando comportamentos, relações e estruturas econômicas de maneira tangível.

**Palavras-chave:** Gratidão, Generosidade, Bem-estar, Saúde mental, Felicidade, Economia do altruísmo.

## ABSTRACT

*This study investigates the relationship between generosity and well-being, demonstrating that the practice of generous acts can strengthen social bonds and contribute to increased well-being. The findings suggest that generosity, in addition to directly benefiting those who perform it, has a positive effect on the social fabric by promoting resource redistribution, reducing inequalities, and fostering collaborative and empathetic social relationships.*

*The study also reveals a perceptual asymmetry in the effects of generosity: individuals who perform generous acts tend to underestimate their impact, while those who receive them tend to overestimate it. This discrepancy between expectation and perception underscores the importance of understanding the emotional and social mechanisms involved in such practices. The absence of generous behaviors in society is associated with social isolation, heightened levels of anxiety and stress, and a decline in interpersonal trust-factors that negatively impact social cohesion, which is crucial for maintaining political stability and collective mental health.*

*This research adopts a hypothetico-deductive approach, grounded in an interdisciplinary review of scientific literature and supported by empirical analysis conducted in real-world social interaction contexts. The aim is to understand, based on data and theory, how generosity acts as a catalyst for well-being, tangibly influencing behaviors, relationships, and economic structures.*

**Keywords:** Gratitude, Generosity, Well-being, Mental health, Happiness, Altruism economics.

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

<b>ABNT</b>	Associação Brasileira de Normas Técnicas
<b>AJPM</b>	American Journal of Preventive Medicine
<b>APA</b>	American Psychological Association
<b>BLS</b>	Bureau of Labor Statistics (EUA)
<b>CAF</b>	Charities Aid Foundation
<b>DF</b>	Distrito Federal
<b>DP</b>	Desvio-padrão
<b>GDP</b>	Gross Domestic Product
<b>GIFE</b>	Grupo de Institutos, Fundações e Empresas
<b>GGSC</b>	Greater Good Science Center (UC Berkeley)
<b>GO</b>	Goiás
<b>HBR</b>	Harvard Business Review
<b>HMS</b>	Harvard Medical School
<b>IC</b>	Intervalo de confiança
<b>IDH</b>	Human Development Index
<b>IDIS</b>	Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social
<b>IDP</b>	Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa
<b>ISF</b>	Índice de Saúde Física
<b>ISMG</b>	Índice de Saúde Mental Global
<b>ISV</b>	Índice de Significado de Vida
<b>JESP</b>	Journal of Experimental Social Psychology
<b>JPSP</b>	Journal of Personality and Social Psychology
<b>N</b>	Tamanho da amostra (número de observações)
<b>OCDE</b>	OECD – Organization for Economic Co-operation and Development
<b>PIB</b>	Produto Interno Bruto (Gross Domestic Product – GDP)
<b>PLOS ONE</b>	Public Library of Science One (periódico)
<b>PNAS</b>	Proceedings of the National Academy of Sciences
<b>TO</b>	Tocantins
<b>UF</b>	Unidade Federativa





WGI

World Giving Index



# SUMÁRIO

## 1. INTRODUÇÃO ..... 12

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA.....12

1.2 OBJETIVO.....13

## 2. REVISÃO DE LITERATURA..... 16

2.1 REFERENCIAL TEÓRICO..... 16

2.2 ASSIMETRIA DE IMPACTO: ESTUDOS DE AMIT KUMAR E NICHOLAS EPLEY  
.....17

## 3. METODOLOGIA ..... 20

3.1 DELINEAMENTO E REFERÊNCIA..... 20

3.2 CONTEXTO E AMOSTRA..... 20

3.3 PROCEDIMENTOS ..... 20

3.4 INSTRUMENTOS E MEDIDAS. ....21

3.5 REPLICAÇÃO DO EXPERIMENTO NO BRASIL.....21

3.6 CONTEXTO E AMOSTRA .....21

3.7 REGRAS DE HARMONIZAÇÃO E PAREAMENTO .....22

## 4. RESULTADOS.....25

4.1 PERFIL E AMOSTRA .....25

4.2 BEM-ESTAR (DOADOR VS. RECEPTOR; DOOU VS. FICOU) .....25

4.3 DESCONFORTO .....25

4.4 PERCEPÇÃO FINANCEIRA .....26

4.5 SUPERVALORIZAÇÃO SIMBÓLICA E IMPACTO SOCIAL.....26

4.6 COESÃO SOCIAL E CONFIANÇA INTERPESSOAL.....27

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS E IMPLICAÇÕES DE POLÍTICA ..... 30

5.1 AGENDA PARA ESTUDOS FUTUROS..... 30

## REFERÊNCIAS.....33



## 1

## INTRODUÇÃO

Este estudo avança na literatura de economia da felicidade (psicologia positiva, economia comportamental), muito baseada em experimentos, ao replicar para o Brasil um ensaio randomizado sobre generosidade. A importância da generosidade (ou gentileza) para o bem-estar subjetivo é um dos temas mais estudados desta literatura, mas poucos são os experimentos feitos fora de países desenvolvidos.

### 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA

Objetivamente, a generosidade estimularia a liberação de hormônios, como a oxitocina e a dopamina, que são responsáveis pelos sentimentos de felicidade, satisfação e redução do estresse (DUNN; AKNIN; NORTON, 2008; DIENER; SELIGMAN, 2002). Aqui, entendemos o ato de generosidade como possuidor de três atributos: o altruísmo (no ato generoso, o outro é o beneficiário da ação); o sacrifício (a pessoa possuidora de algo deixa de ser seu possuidor); e a doação ao outro de algo que não lhe cabe por direito, mas que corresponde a uma necessidade concreta que deve ser atendida. (LA TAILLE, 2006).

Para além dos efeitos no bem-estar, a generosidade importa como objeto de estudo por ter consequências de caráter mais “macro”: iniciativas solidárias suprem lacunas deixadas pelo setor público, com efeitos positivos nas áreas de educação, saúde e combate à pobreza (PUTNAM, 2000). Indivíduos e empresas que investem mesmo de forma intencional em comportamentos pró sociais, fomentam um ciclo de confiança e reciprocidade que beneficia diretamente a economia como um todo (GREATER GOOD SCIENCE CENTER, 2018).

Há quem aponte que ações generosas podem ser estratégias econômicas por promover maior equilíbrio emocional e social, reduzindo gastos públicos (ALLEN, 2018). Estudos demonstram que indivíduos que realizam atos de generosidade regularmente apresentam níveis mais elevados de felicidade e bem-estar (AKNIN & WHILLANS, 2021). Emmons (2018) identifica que pessoas que praticam generosidade com frequência têm 25% mais chances de relatar níveis elevados de felicidade e apresentam redução de até 23% nos sintomas



de depressão (EMMONS, 2018). Allen (2018) relata pesquisas conduzidas na *Harvard Medical School* concluindo que atos generosos proporcionam melhorias na saúde física, como o aumento de 16% na qualidade do sono e a redução de 10% na pressão arterial. A prática diária de atos generosos durante 30 dias pode favorecer o tempo de sono em até 25%.

De outra parte, a ausência de comportamentos altruístas pode impactar negativamente tanto no bem-estar individual quanto na dinâmica social. A escassez de atos de generosos pode reduzir os níveis de felicidade, a satisfação com a vida e aumentar os pensamentos autodestrutivos como o suicídio e as psicopatologias, independente de fatores socioeconômicos (DIENER; SELIGMAN, 2022). Efeitos benéficos também foram observados no desempenho acadêmico, consumo de álcool, realização de exercícios físicos em grupo, ansiedade e coesão de comunidades (DIENER; SELIGMAN, 2002; LYUBOMIRSKY et al., 2005).

Ações de generosidade podem ativar áreas cerebrais associadas ao prazer, na produção da dopamina – hormônio associado a sensação de recompensa, a serotonina – hormônio associado a sensação de bem-estar e a ocitocina – hormônio do amor. No outro extremo, a ausência de atos de generosidade pode elevar os níveis de cortisol - o hormônio do estresse (HARBAUGH et al., 2007; MOLL et al., 2006; PARK et al., 2017; POST, 2005).

## 1.2 OBJETIVO

É objetivo geral deste estudo a realização de pesquisa por meio de questionários originados nos estudos de Kumar e Epley (2022), tendo como objetivo específico, para avaliar os efeitos de atos de gentileza tanto em quem os realiza (doadores) quanto em quem os recebe (receptores) no contexto brasileiro. Foram coletadas 105 respostas de doadores (Questionário 2a), das quais 77 efetivamente doaram e 28 ficaram com o brinde (analisados separadamente). No Questionário 2b, permanecem 79 receptores, após o descarte de três indivíduos que recusaram a receber, totalizando 184 participantes, distribuídos em Goiás, Distrito Federal e Tocantins. Os resultados indicam melhora emocional consistente no contexto brasileiro: a média do estado emocional após o ato foi de 9,53 entre os doadores e 9,28 entre os receptores (escala 1–10, em que 1 = mais negativo e 10 = mais positivo). Em paralelo, os níveis de desconforto permaneceram baixos (2,04 entre

doadores e 1,59 entre receptores), reforçando que a experiência é predominantemente positiva.



## 2

**REVISÃO DE LITERATURA****2.1 REFERENCIAL TEÓRICO**

Dunn, Aknin e Norton (2008) conduziram um experimento no qual indivíduos que gastaram dinheiro com outras pessoas relataram níveis de felicidade cerca de 20% mais altos de bem-estar subjetivo do que aqueles que gastaram consigo mesmos. Neste estudo, participantes receberam uma determinada quantia e foram instruídos a gastar com eles próprios (grupo de controle) ou com outras pessoas (grupo de tratamento), sendo que o grupo altruísta manteve níveis elevados de bem-estar mesmo após o término do experimento.

Pessoas que participam regularmente de ações voluntárias apresentam redução de aproximadamente 16% nos sintomas depressivos e aumento consistente de bem-estar percebido (LYUBOMIRSKY et al., 2005). Além disso, o engajamento em práticas altruístas ao longo da vida está associado a 22% maior longevidade e redução significativa na ocorrência de transtornos mentais, efeito relacionado à ativação de circuitos cerebrais ligados à motivação e recompensa (POST, 2005).

Uma pesquisa com 12.998 participantes revelou que o envolvimento em atividades voluntárias está associado a redução de 20% a 24% no risco de desenvolver sintomas de ansiedade e depressão, especialmente entre adultos com mais de 50 anos (KIM et al., 2020). A felicidade, nesse contexto, emerge como uma recompensa emocional dos chamados “gastos pró-sociais”, sejam eles de tempo, palavras ou recursos, aumentando o bem-estar subjetivo de 4% a 7%, alimentando um ciclo virtuoso de satisfação e bem-estar social (AKNIN & WHILLANS, 2021).

Um estudo longitudinal com 3.015 adultos mostrou que participar de atividades voluntárias por, no mínimo, 100 horas ao ano (cerca de 16 minutos por dia), esteve associado a redução de 20% a 24% no risco de desenvolver sintomas de ansiedade e depressão ao longo de quatro anos (JENKINSON et al., 2013). A prática regular de atos de gentileza está associada a 23% menos reatividade ao estresse diário e 25% mais afeto positivo (PRESSMAN et al., 2015). Entre idosos, o



voluntariado e a participação social reduzem em 13% o risco de depressão por estimularem interações significativas (ALLEN, 2018; POST, 2005).

Pesquisas indicam que praticar generosidade de forma sistemática pode gerar reduções de 14% a 18% em indicadores de sofrimento psicológico, com efeitos mais pronunciados em populações vulneráveis, como idosos e pessoas em isolamento social (POST, 2005; PRESSMAN et al., 2015). Em comunidades religiosas, indivíduos engajados em práticas espirituais relatam até 15% mais bem-estar, beneficiando-se de apoio social, propósito de vida e recompensas emocionais (ALLEN, 2018; KOENIG, 2012). Além disso, participar regularmente dessas atividades aumenta em 25% a probabilidade de desenvolver um senso sólido de identidade (KRAUSE, 2016).

Os benefícios das práticas de generosidade sobre estresse, ansiedade e depressão decorrem, em grande parte, do fortalecimento de vínculos sociais e emocionais - mecanismo associado, segundo evidências, a redução de até 26% na percepção de estresse e a 21% menos risco de sintomas depressivos em grupos socialmente integrados (FALK & ZEHNDER, 2013). Esses vínculos são fatores essenciais para a estabilidade psicológica e a coesão comunitária.

## **2.2 ASSIMETRIA DE IMPACTO: ESTUDOS DE AMIT KUMAR E NICHOLAS EPLEY**

O estudo conduzido por Kumar e Epley (2023, e-pub 2022), intitulado *"A Little Good Goes an Unexpectedly Long Way"*, investigou a assimetria entre as expectativas dos doadores e as percepções reais dos receptores em atos aleatórios de gentileza. O experimento 2a foi conduzido em uma pista pública de patinação em Chicago, com o objetivo de testar a hipótese de que doadores subestimam o impacto positivo de seus atos de gentileza sobre os receptores. Para isso, 75 participantes receberam um copo de chocolate quente e puderam escolher entre ficar com ele ou oferecê-lo a um estranho como um ato aleatório de gentileza. A maioria optou por doar.

Após indicar um estranho na pista de patinação, o participante realizava o gesto de entrega do chocolate quente. Em seguida, preenchia um breve questionário com perguntas centrais. Na sequência, o experimentador abordava o receptor imediatamente após a entrega, explicando que havia sido escolhido por outro participante

para receber aquele chocolate quente, que poderia ter sido consumido pelo doador. O receptor então respondia ao mesmo conjunto de perguntas, relatando sua percepção sobre o ato e estado emocional real.

Os resultados do experimento 2a, os participantes que realizaram um ato de gentileza relataram sentir-se significativamente mais positivos do que normalmente ( $M = 2,40$ ;  $DP = 1,41$ ;  $p < 0,0001$ ). Os doadores avaliaram seu gesto como menos “grande” ( $M = 3,76$ ;  $DP = 2,41$ ) do que os receptores o perceberam ( $M = 7,00$ ;  $DP = 1,89$ ;  $p < 0,0001$ ). Embora tenham reconhecido que oferecer um chocolate quente em um dia frio deixaria os receptores mais positivos do que o normal ( $M = 2,73$ ;  $DP = 1,36$ ), ainda subestimaram o quão positivos os receptores realmente se sentiram ( $M = 3,52$ ;  $DP = 1,17$ ;  $p = 0,0001$ ). Ou seja, a média da percepção do doador (3,76) é bem abaixo da percepção do receptor (7,00), se refere “importância do ato”. A média do bem-estar do próprio doador (2,40), representa o quanto ele se sentiu mais positivo do que o normal após realizar o ato de gentileza. E a média da expectativa do doador (2,73) é inferior à percepção real do receptor (3,52), e se refere à positividade emocional sentida pelo receptor.

O experimento reforçou em um ambiente público real e com alta taxa de resposta, a hipótese da subestimação do impacto positivo da gentileza. Permitiu demonstrar que pequenos gestos cotidianos, mesmo como um chocolate quente, podem ser percebidos como emocionalmente significativos pelos receptores, ainda que minimizados por quem os realiza. A replicação em um ambiente informal, com estranhos, fortaleceu a tese de que a intenção positiva e a percepção de calor humano têm peso maior do que o valor objetivo do item entregue.

No experimento conduzido por Kumar e Epley (2023, e-pub 2022), com 84 participantes recrutados - dos quais aproximadamente 89% (75 pessoas) optaram por doar um copo de chocolate quente - verificou-se que a maioria dos doadores relataram o aumento no bem-estar após a ação, enquanto a maior parte dos receptores declarou ter se sentido mais valorizada e emocionalmente conectada.



## 3

## METODOLOGIA

**3.1 DELINEAMENTO E REFERÊNCIA**

Realização de estudo de campo com replicação e adaptação do Experimento 2a de Kumar e Epley (2022) ao contexto brasileiro. O delineamento observa o efeito de atos simples de gentileza sobre doadores (Questionário 2a) e receptores (Questionário 2b), mantendo as lógicas centrais do original e ajustando linguagem/escala para o público local.

**3.2 CONTEXTO E AMOSTRA**

A coleta ocorreu em quatro cidades distribuídas em três UFs (Goiânia/GO; Brasília/DF; Palmas e Araguaína/TO), em espaços públicos (feiras, praças, terminais) e instituições (universidades, órgãos públicos, centros terapêuticos, hospitais e espaços religiosos). A amostra final analisada totalizou 184 participantes: 105 doadores (2a) - dos quais 77 doaram e 28 ficaram com o brinde - e 79 receptores (2b). Três registros de receptores foram excluídos por recusa em receber. Após exclusões e harmonizações, todos os receptores restantes ficaram pareados a um doador correspondente (66 pares: 2a e 2b).

**3.3 PROCEDIMENTOS**

Cada participante recebeu um brinde de baixo custo (p.ex., chocolate, bolo, suco, refrigerante, água) e pôde consumir ou doar o item a outra pessoa (em geral, um desconhecido no local). Quando havia doação, o pesquisador realizava a entrega, explicava que o item poderia ter sido consumido pelo doador e que fora doado sem expectativa de retorno, e então convidava doador e receptor a responderem anônima e brevemente seus respectivos questionários. Participantes que ficaram com o brinde responderam apenas o 2a e foram analisados separadamente em bem-estar e desconforto.

### 3.4 INSTRUMENTOS E MEDIDAS.

Os questionários foram baseados em Kumar e Epley (2022) e pré testados. As escalas originais (-5 a +5) foram convertidas para 1-10 para facilitar a compreensão. No 2a (doador): (i) estado emocional após o ato; (ii) estimativa do impacto emocional no receptor; (iii) desconforto ao realizar; (iv) estimativa de valor monetário do item. No 2b (receptor): (i) estado emocional após receber; (ii) desconforto ao receber; (iii) percepção de valor do item. Todos os itens numéricos foram coletados em escala 1-10 (itens monetários em R\$).

### 3.5 REPLICAÇÃO DO EXPERIMENTO NO BRASIL

Este estudo replicou e ampliou o Experimento 2a de Kumar e Epley (2022), adaptando seu delineamento metodológico ao contexto brasileiro. O objetivo foi investigar se a subestimação do impacto positivo da gentileza, identificada no estudo original, também ocorre em países em desenvolvimento, marcados por diversidade cultural e contextos sociais heterogêneos.

### 3.6 CONTEXTO E AMOSTRA

A coleta foi realizada em quatro cidades brasileiras, distribuídas em três unidades federativas: Goiânia (GO), Brasília (DF), Palmas (TO) e Araguaína (TO). Os atos de gentileza ocorreram em locais públicos (feiras, praças e parques) e em instituições (universidades, órgãos públicos, centros terapêuticos, hospitais e espaços religiosos).

Foram obtidas 105 respostas de doadores (Questionário 2a), 77 doaram e 28 ficaram com o brinde, e 79 respostas de receptores (Questionário 2b), após o descarte de três casos de indivíduos que recusaram recebimento da doação impossibilitando o preenchimento do questionário do receptor. Assim, a amostra válida totaliza 184 participantes (Goiás, Distrito Federal e Tocantins). Todos os registros de 2b remanescentes estão pareados a um doador correspondente.

Procedimento Experimental: Tal qual no modelo original, cada participante recebeu um brinde simples, como chocolates, bolos, sucos, refrigerantes ou água, e pôde decidir entre consumir ou doar o item a um estranho. A maioria optou pela doação. Após indicar um estranho ou até mesmo um conhecido, o pesquisador realizava a entrega,

explicando ao receptor que o item poderia ter sido consumido pelo doador, mas que foi doado espontaneamente sem expectativa de retorno. Tanto o doador quanto o receptor responderam, preenchendo de forma anônima, a um questionário breve com escalas padronizadas.

**Instrumentos e Adaptações:** As escalas originais (-5 a +5) foram convertidas para o formato 1 a 10, para facilitar o entendimento dos participantes, após pré-testes com voluntários. As perguntas avaliavam: A percepção do tamanho do gesto; O estado emocional após a ação; A estimativa de impacto emocional causado; A percepção financeira do item; O desconforto ao realizar ou ao receber a gentileza.

### 3.7 REGRAS DE HARMONIZAÇÃO E PAREAMENTO

Para parear 2a e 2b, utilizou-se a combinação:

1. **nome: “Qual o seu primeiro nome?” (2a) e “Qual o nome da pessoa que fez o ato de gentileza para você?” (2b), com normalização (remoção de acentos/variações);**
2. **unidade Federativa: com mapeamento solicitado: Goiânia (Goiás); Palmas/Araguaína (Tocantins); Brasília (Distrito Federal);**

**Registros duplicados e chaves ausentes auditados:** os três receptores que recusaram foram removidos por critério pré-definido de exclusão. A variável “Fez a doação?”, apoio a classificação de quem Doou e quem Ficou.

**Descritiva por grupo (Doou/Ficou; Doador/Receptor) e por UF:** médias, medianas, desvio-padrão e IC95% para bem-estar, desconforto e valores monetários.

**Comparações intragrupo:** (Doou vs ficou) e interatores (estimativa do doador vs relato do receptor), com tamanho de efeito (Cohen’s d) e, quando a suposição de normalidade não for atendida, uso de testes não paramétricos (Mann-Whitney/Wilcoxon).

**Análises pareadas (2a e 2b):** para estimar viés de previsão (receptor e doador) no bem-estar percebido e no valor monetário do item.

**Sensibilidade por UF e verificação de valores:** fora da faixa (1–10) para itens de escala.

**Qualidade, ética e reprodutibilidade:** Questionários anônimos, consentimento informado no momento da abordagem e coleta sem identificação sensível. As regras de limpeza/pareamento e o fluxo amostral (105→77/28 no 2a; 79 no 2b; 66 pares; 3 exclusões por recusa) foram documentados, mantendo as convenções de mapeamento definidas no protocolo.

**Nota ao leitor:** Indicadores numéricos de resultado (p.ex., médias específicas de bem-estar/desconforto), são apresentados na Seção de Resultados; aqui, descrevemos o como: desenho, instrumentos, critérios e procedimentos que asseguram validade interna, transparência e replicabilidade do estudo no contexto brasileiro.







## 4

**RESULTADOS****4.1 PERFIL E AMOSTRA**

Os dados do experimento de campo mostram que doar gera menos desconforto emocional do que reter o brinde para si, o que é compatível com um viés egocêntrico na antecipação das reações alheias.

**4.2 BEM-ESTAR (DOADOR VS. RECEPTOR; DOOU VS. FICOU)**

Houve também alteração emocional, ainda que modesta, entre quem doou e quem não doou. Considerando a escala 1–10, os doadores relataram estado emocional pós ato ligeiramente mais alto (9,53,  $n=77$ ;  $DP=0,95$ ), do que aqueles que ficaram com o brinde (9,32,  $n=28$ ;  $DP=1,12$ ), com tamanho de efeito pequeno a moderado (Cohen's  $d \approx 0,33$ ). Em termos práticos, ambos os grupos reportam bem-estar elevado após a decisão, mas doar está associado a um ganho.

Com relação ao bem-estar emocional, observou-se elevação após a experiência para doadores e receptores. Em Goiás e no Distrito Federal, as médias foram altas para ambos os grupos (doadores: GO 9,62; DF 9,55; receptores: GO 9,65; DF 9,50 - escala 1–10). Em Tocantins, embora o bem-estar dos doadores que efetivamente doaram tenha sido elevado (9,71;  $n = 7$ ), é relevante notar que a maioria local não doou (ficou com o brinde;  $n = 15$ ) e que, entre os receptores pareados, a média foi menor (6,25), sugerindo especificidades contextuais. Ainda assim, o desconforto dos receptores permaneceu baixo em todas as UFs (DF 1,18; GO 1,67; TO 2,12), contrariando a crença de que atos altruístas geram constrangimento.

**4.3 DESCONFORTO**

Entre os participantes que doaram ( $n=77$ ), o desconforto médio ao realizar o gesto foi baixo em todas as UFs: 1,10 no Distrito Federal ( $n=20$ ), 1,92 em Goiás ( $n=50$ ) e 1,86 no Tocantins ( $n=7$ ), indicando que a experiência foi amplamente positiva.

Entre os 28 que ficaram com o brinde (analisados separadamente), o desconforto foi mais alto: 1,38 no Distrito Federal (n=8), 4,60 em Goiás (n=5) e 3,27 em Tocantins (n=15), sugerindo tensão por não executar a ação altruísta.

Além disso, quem não doou estimou que o receptor se sentiria mais desconfortável do que estimaram os doadores (2,79 vs 1,95 na pergunta “Quão desconfortável você acha que a pessoa se sentiu ao receber o seu ato de gentileza?”

#### 4.4 PERCEPÇÃO FINANCEIRA

Para mensurar a discrepância entre a avaliação “objetiva” do doador e a percepção do receptor, solicitou-se a estimativa do valor monetário do item doado/recebido.

Os resultados por UF foram: Goiás, doadores R\$ 11,18 vs receptores R\$ 11,00 (valores muito próximos); Distrito Federal, doadores R\$ 4,80 vs receptores R\$ 4,66 (equilíbrio); Tocantins, doadores R\$ 5,15 vs receptores R\$ 2,38 (doadores estimaram mais alto).

Na média geral, o padrão é de leve subestimação por parte dos doadores (R\$ 8,22 vs R\$ 8,46 nos receptores;  $\Delta \approx -R\$ 0,24$ ), embora os resultados variem por estado - com convergência em GO/DF e superestimação em TO.

#### 4.5 SUPERVALORIZAÇÃO SIMBÓLICA E IMPACTO SOCIAL

Durante a coleta, observou-se recorrentemente a dificuldade dos participantes em atribuir valor monetário aos atos de gentileza, sobretudo entre os receptores. Nas respostas abertas, surgiram declarações como “o gesto vale mais do que o item”, “o valor é inestimável” e “ser escolhido já é o presente”. Esses relatos indicam que, para muitos, a significância social e emocional da gentileza transcende o preço do bem material. Esse padrão é consistente com a hipótese de Kumar e Epley (2022): doadores tendem a ancorar sua avaliação no custo tangível do objeto, enquanto receptores atribuem maior peso à intenção e ao gesto, o que pode se refletir em relatos de elevação emocional, ainda que a magnitude desse efeito varie por contexto e grupo analisado.

## 4.6 COESÃO SOCIAL E CONFIANÇA INTERPESSOAL

Sociedades mais generosas tendem a ser mais resilientes, com elos de confiança mais fortes, maior estabilidade e engajamento cívico, o que amplia a participação dos indivíduos na defesa de interesses coletivos (Ostrom, 1990). Comunidades com baixa generosidade costumam apresentar desconfiança interpessoal mais elevada e redes de apoio frágeis (Helliwell & Putnam, 2004), favorecendo individualismo e fragmentação. No contexto brasileiro, em nossa amostra (GO, DF e TO), a gentileza cotidiana foi associada a alto bem-estar dos doadores (média 9,53/10) e baixo desconforto de quem doou e recebeu (p. ex., receptores: DF 1,18; GO 1,67; TO 2,12), sinais de micro de confiança e acolhimento que, repetidos no tempo, tendem a fortalecer a coesão local.

Helliwell e Putnam (2004), encontram forte correlação entre capital social e felicidade, sugerindo que contextos mais cooperativos exibem maior bem-estar coletivo. Em ambientes de maior coesão, a confiança tende a ser mais alta e a orientar políticas públicas de desenvolvimento sustentável (Van Lange et al., 2013). No contexto deste experimento, os receptores relataram bem-estar elevado em Goiás (9,65) e Distrito Federal (9,50), com Tocantins (6,25), indicando variação contextual. Mesmo com essa heterogeneidade, o padrão geral de experiência positiva, se aprofundada oferece base comportamental para políticas que incentivem práticas pró-sociais de baixo custo (escolas, serviços públicos, espaços comunitários e outros).

A confiança é um elemento central para sociedades saudáveis. Níveis altos de confiança associam-se a maior prosperidade econômica e estabilidade política (Fukuyama, 1995). Onde a confiança é baixa, a cooperação se fragiliza e a polarização tende a crescer (Bachmann & Inkpen, 2011). Em nossa coleta, quem não doou (ficou com o brinde), relatou mais desconforto do que quem doou, além de superestimar o desconforto alheio, um indício de antecipação equivocada que pode inibir atos cooperativos. Esse viés é um alvo claro para intervenções de comunicação (ex.: “gentileza gera conforto”) que reduzam barreiras percebidas à cooperação.

Em conjunto, a literatura sugere que a generosidade pode ser peça importante do crescimento econômico e do desenvolvimento político, ao reforçar a coesão social. No Brasil, indicadores internacionais como o World Giving Index situam o país em posições

intermediárias/baixas de generosidade, medindo a propensão a ajudar desconhecidos, doar dinheiro e fazer voluntariado. Os achados desta pesquisa realizada no contexto brasileiro, mostram um potencial subaproveitado: a experiência de doar foi positiva, barata e bem recebida (baixa fricção social), e a discrepância média na avaliação monetária entre doadores e receptores foi pequena (R\$ 8,22 vs R\$ 8,46), sugerindo espaço para programas locais que ampliem a frequência de gestos de gentileza como alavanca de capital social.

A generosidade também ajuda a superar a adaptação hedônica, que é a tendência de o prazer imediato de bens materiais se dissipar, oferecendo satisfação mais duradoura e significativa (Aknin et al., 2013). A nossa amostra, tanto doadores quanto receptores relataram elevação emocional após o ato; e reter o brinde esteve ligado a maior desconforto (especialmente em GO e TO). Isso aponta que pequenos atos altruístas, repetidos no cotidiano, podem funcionar como mecanismos simples e escaláveis de bem-estar e conexão social no contexto brasileiro.



5

## 5

## CONSIDERAÇÕES FINAIS E IMPLICAÇÕES DE POLÍTICA

Como contribuição, a pesquisa realizada para este estudo demonstra, com dados primários nacionais, que gestos cotidianos e baratos de generosidade elevam o bem-estar de quem doa (média  $\approx$  9,6/10 entre os que efetivamente doaram) e, em geral, de quem recebe (GO 9,65; DF 9,50; TO 6,25), com variação contextual. No plano material, a discrepância média entre a avaliação de valor dos itens foi pequena (doadores R\$ 8,22 vs receptores R\$ 8,46), reforçando que o valor simbólico/relacional prevalece sobre o monetário. Esses achados situam a literatura internacional no contexto brasileiro e indicam espaço prático para políticas de incentivo à gentileza.

Há, contudo, limitações: amostra não probabilística e heterogênea entre UFs (p.ex., menor número de pares em TO para 2b), autorrelato em único momento (sem trajetória temporal), e pareamento baseado em nome/UF/local (sujeito a erro de identificação). Também não mensuramos efeitos de demanda ou expectativa de modo formal. Tais aspectos recomendam cautela na generalização e orientam melhorias de desenho em pesquisas subsequentes.

### 5.1 AGENDA PARA ESTUDOS FUTUROS.

1. **Longitudinal:** acompanhar participantes por semanas/meses para testar a durabilidade do ganho de bem-estar e sua resistência à adaptação hedônica (escalas repetidas, diários, follow-ups).
2. **Comparativa e de moderação:** amostras estratificadas em comunidades indígenas, áreas rurais, escolas, ambientes corporativos e territórios de alta vulnerabilidade, avaliando fatores culturais, socioeconômicos e ambientais que modulam a experiência.
3. **Ensaio de política pública:** pilotos com baixo custo e alto impacto (p.ex., *stepped-wedge* – *esclanonado* – por escolas/unidades, ensaios por conglomerados, diferenças-em-diferenças), com indicadores sociais (saúde mental

coletiva, engajamento cívico, pertencimento, confiança) e análise de custo-efetividade.

4. **Mecanismos: abordagens interdisciplinares (neurociência, psicologia, economia comportamental, antropologia) com biomarcadores não invasivos (p.ex., cortisol) e tarefas de decisão pré/pós ato, para elucidar como a gentileza se traduz em respostas fisiológicas e em mudança comportamental sustentada.**
5. **Robustez e replicabilidade: ampliar o número de UFs, aumentar n em subgrupos com baixa amostragem (como TO 2b), integrar métodos qualitativos (entrevistas/observação) e disponibilizar protocolo e código para reprodutibilidade.**

Em síntese, o estudo recapitula e adensa evidências de que atos de gentileza, simples e de baixo custo pode ser culturalmente adaptáveis. Podem elevar o bem-estar e encontram aceitação social no Brasil, abrindo caminho concreto para pesquisas mais profundas e para intervenções escaláveis, coletivas e de cooperação cívica.





# REFERÊNCIAS

# REFERÊNCIAS



## REFERÊNCIAS

ABC+. **Dia Mundial da Gentileza: 5 práticas que fazem você mais feliz e saudável, segundo a ciência.** *abc+*, 13 nov. 2024. Disponível em: <https://www.abcm.com.br/saude/dia-mundial-da-gentileza-5-praticas-que-fazem-voce-mais-feliz-e-saudavel-segundo-a-ciencia/>. Acesso em: 10 ago. 2025.

AKNIN, Lara B. et al. **Prosocial spending and well-being: Cross-cultural evidence for a psychological universal.** *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 104, n. 4, p. 635–652, 2014. <https://doi.org/10.1037/a0031578>. Acesso em: 10 ago. 2025.

AKNIN, Lara B.; BROESCH, Tanya; HAMLIN, J. Kiley; VAN DE VONDERVORT, Jarret W. **Prosocial behavior leads to happiness in a small-scale rural society.** *Journal of Experimental Psychology: General*, v. 144, n. 4, p. 788–795, 2015. <https://doi.org/10.1037/xge0000082>. Acesso em: 10 ago. 2025.

AKNIN, Lara B.; DUNN, Elizabeth W.; NORTON, Michael I. **Happiness runs in a circular motion: Evidence for a positive feedback loop between prosocial spending and happiness.** *Journal of Happiness Studies*, v. 13, n. 3, p. 347–355, 2011. <https://doi.org/10.1007/s10902-011-9267-5>. Acesso em: 10 ago. 2025.

AKNIN, Lara B.; DUNN, Elizabeth W.; NORTON, Michael I. **Spending money on others promotes happiness.** *Science*, v. 319, n. 5870, p. 1687–1688, 2008. <https://doi.org/10.1126/science.1150952>. Acesso em: 10 ago. 2025.

AKNIN, Lara B.; HAMLIN, J. Kiley; DUNN, Elizabeth W. **Giving leads to happiness in young children.** *PLoS ONE*, v. 7, n. 6, e39211, 2012. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0039211>. Acesso em: 10 ago. 2025.

AKNIN, Lara B.; WHILLANS, Ashley V. **Helping others feels good across cultures.** *Current Directions in Psychological Science*, v. 30, n. 1, p. 13–19, 2021. <https://doi.org/10.1177/0963721420901916>. Acesso em: 10 ago. 2025.

ALGOE, Sara B.; HAIDT, Jonathan; GABLE, Shelly L. **Beyond reciprocity: Gratitude and relationships in everyday life.** *Emotion*, v. 8, n. 3, p. 425–429, 2008. <https://doi.org/10.1037/1528-3542.8.3.425>. Acesso em: 10 ago. 2025.

ALLEN, Summer. ***The science of gratitude. Berkeley: Greater Good Science Center***, 2018. Disponível em: [https://ggsc.berkeley.edu/images/uploads/GGSC-JTF\\_White\\_Paper-Gratitude-FINAL.pdf](https://ggsc.berkeley.edu/images/uploads/GGSC-JTF_White_Paper-Gratitude-FINAL.pdf), \_White\_Paper-Gratitude-FINAL.pdf. Acesso em: 10 ago. 2025.

ALLEN, Summer. ***The science of generosity. Berkeley: Greater Good Science Center***, 2018. Disponível em: [https://ggsc.berkeley.edu/images/uploads/GGSC-JTF\\_White\\_Paper-Generosity-2018.pdf](https://ggsc.berkeley.edu/images/uploads/GGSC-JTF_White_Paper-Generosity-2018.pdf). Acesso em: 10 ago. 2025.

ANDREONI, James. ***Impure altruism and donations to public goods: A theory of warm-glow giving***. *The Economic Journal*, v. 100, n. 401, p. 464–477, 1990. Disponível em: <https://econweb.ucsd.edu/~jandreon/Publications/ej90.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2025.

ANDREWS, Susan. ***A ciência de ser feliz***. Google Books, s.d. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=pVGIOVQ1cwUC>. Acesso em: 10 ago. 2025.

BOWLES, Samuel; GINTIS, Herbert. ***A cooperative species: Human reciprocity and its evolution***. Princeton: Princeton University Press, 2011. Disponível em: <https://press.princeton.edu/books/paperback/9780691158167/a-cooperative-species>. Acesso em: 10 ago. 2025.

BROWN, Stephanie L.; NESSE, Randolph M.; VINOKUR, Amiram D.; SMITH, David M. ***Providing social support may be more beneficial than receiving it: Results from a prospective study of mortality***. *Psychological Science*, v. 14, n. 4, p. 320–327, 2003. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/12807404/>. Acesso em: 10 ago. 2025.

CHANCELLOR, Joseph; MARGOLIS, S.; LYUBOMIRSKY, Sonja. ***Everyday prosociality in the workplace: The reinforcing benefits of giving, getting, and glimpsing***. *Emotion*, v. 18, n. 4, p. 507–517, 2018. <https://doi.org/10.1037/emo0000321>. Acesso em: 10 ago. 2025.

CURRY, Oliver S. et al. ***Happy to help? A systematic review and meta-analysis of the effects of performing acts of kindness on the well-being of the actor***. *Journal of Experimental Social Psychology*, v. 76, p. 320–329, 2018. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2018.02.014>. Acesso em: 10 ago. 2025.

DEAN, Jeremy. **Practicing gratitude can increase happiness by 25%**. PsyBlog, 2007. Disponível em: <https://www.spring.org.uk/2007/09/practicing-gratitude-can-increase.php>. Acesso em: 10 ago. 2025.

DELOITTE. *Core beliefs & culture: Chairman's survey findings*. 2012. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/slideshow/us-leadership-2013corebeliefsculturesurvey051613/24292065>. Acesso em: 10 ago. 2025.

DeSTENO, David; BARTLETT, Monica Y.; BAUMANN, Jessica; WILLIAMS, Lisa A.; DICKENS, Leah. **Gratitude as moral sentiment: Emotion-guided cooperation in economic exchange**. *Emotion*, v. 10, n. 2, p. 289–293, 2010. <https://doi.org/10.1037/a0017883>. Acesso em: 10 ago. 2025.

DIENER, Ed; SELIGMAN, Martin E. P. **Very happy people**. *Psychological Science*, v. 13, n. 1, p. 81–84, 2002. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00415>. Acesso em: 10 ago. 2025.

DIENER, Ed; TAY, Louis; OISHI, Shigehiro. **The social indicators of well-being: The science of happiness and public policy**. *Social Indicators Research*, v. 97, n. 1, p. 1–19, 2010. [https://www.researchgate.net/publication/281102483\\_The\\_science\\_of\\_happiness\\_for\\_policymakers\\_An\\_overview](https://www.researchgate.net/publication/281102483_The_science_of_happiness_for_policymakers_An_overview). Acesso em: 10 ago. 2025.

DUNN, Elizabeth W.; AKNIN, Lara B.; NORTON, Michael I. **Spending money on others promotes happiness**. *Science*, v. 319, n. 5870, p. 1687–1688, 2008. <https://doi.org/10.1126/science.1150952>. Acesso em: 10 ago. 2025.

EMMONS, Robert A.; SHELTON, Christy M. **Gratitude, and the science of positive psychology**. In: SNYDER, C. R.; LOPEZ, S. J. (org.). **Handbook of positive psychology**. Oxford: Oxford University Press, 2002. p. 459–471. Disponível em: [https://emmons.faculty.ucdavis.edu/wp-content/uploads/sites/90/2015/08/2002\\_2-gratandsc.-of-pos\\_2002.pdf](https://emmons.faculty.ucdavis.edu/wp-content/uploads/sites/90/2015/08/2002_2-gratandsc.-of-pos_2002.pdf). Acesso em: 10 ago. 2025.

EMMONS, Robert A.; McCULLOUGH, Michael E. **Counting blessings versus burdens: An experimental investigation of gratitude and subjective well-being in daily life**. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 84, n. 2, p. 377–389, 2003. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.2.377>. Disponível em: <https://greatergood.berkeley.edu/pdfs/GratitudePDFs/6Emmons-BlessingsBurdens.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2025.

FALK, Armin; ZEHNDER, Christian. **A city-wide experiment on trust discrimination.** *Journal of Public Economics*, v. 100, p. 15–27, 2013. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2013.01.002>. Acesso em: 10 ago. 2025.

FOURNIER, Erin. **Benefícios da generosidade: A dívida de dar aos outros.** *Workplace Options*, 2022. Disponível em: <https://www.workplaceoptions.com/pt/beneficios-da-generosidade-a-dadiva-de-dar-aos-outros/>. Acesso em: 10 ago. 2025.

FOWLER, James H.; CHRISTAKIS, Nicholas A. **Cooperative behavior cascades in human social networks.** *Proceedings of the National Academy of Sciences*, v. 107, n. 12, p. 5334–5338, 2010. <https://doi.org/10.1073/pnas.0913149107>. Acesso em: 10 ago. 2025.

FREDRICKSON, Barbara L. **The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions.** *American Psychologist*, v. 56, n. 3, p. 218–226, 2001. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.56.3.218>. Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3122271/>. Acesso em: 10 ago. 2025.

GALLUP. **State of the global workplace – 2024/2023 resources hub.** 2023–2024. Disponível em: <https://www.gallup.com/workplace/349484/state-of-the-global-workplace.aspx>. Acesso em: 10 ago. 2025.

GALLUP. **The Manager Experience: Top 5 Findings & Insights.** 2022. Disponível em: <https://www.gallup.com/workplace/393500/manager-experience-top-findings-insights.aspx>. Acesso em: 10 ago. 2025.

GIFE. **O que motiva as pessoas a serem voluntárias.** 2023. Disponível em: <https://gife.org.br/o-que-motiva-as-pessoas-a-serem-voluntarias/>. Acesso em: 10 ago. 2025.

HARBAUGH, William T.; MAYR, Ulrich; BURGHART, Daniel R. **Neural responses to taxation and voluntary giving reveal motives for charitable donations.** *Science*, v. 316, n. 5831, p. 1622–1625, 2007. <https://doi.org/10.1126/science.1140738>. Acesso em: 10 ago. 2025.

HARTER, James K.; SCHMIDT, Frank L.; KEYES, Corey L. M. **Well-being in the workplace and its relationship to business outcomes: A review of the Gallup studies.** *American Psychologist*, v. 58, n. 2, p. 98–108, 2003. [https://www.researchgate.net/publication/237670380\\_Well-being\\_in\\_the\\_workplace\\_and\\_its\\_relationship\\_to\\_business\\_outcomes](https://www.researchgate.net/publication/237670380_Well-being_in_the_workplace_and_its_relationship_to_business_outcomes)

A review of the Gallup studies. Disponível em: <https://media.gallup.com/documents/whitepaper--well-beingintheworkplace.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2025.

HELLIWELL, John F. (org.). **World Happiness Report 2019. New York: Sustainable Development Solutions Network**, 2019. Disponível em: <https://worldhappiness.report/ed/2019/>. Acesso em: 10 ago. 2025.

HOFSTEDE, Geert. **Culture and organizations. International Studies of Management & Organization**, v. 10, n. 4, p. 15–41, 1980. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/40396875>. Acesso em: 10 ago. 2025.

HOFSTEDE, Geert. **National cultures in four dimensions: A research-based theory of cultural differences among nations. International Studies of Management & Organization**, v. 13, n. 1/2, p. 46–74, 1983. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/40396953>. Acesso em: 10 ago. 2025.

HOFSTEDE, Geert. **Cultural constraints in management theories. Academy of Management Executive**, v. 7, n. 1, p. 81–94, 1993. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/4165110>. Acesso em: 10 ago. 2025.

HOFSTEDE, Geert; NEUIJEN, Bram; SANDERS, Gert Jan. **Measuring organizational cultures: A qualitative and quantitative study across twenty cases. Administrative Science Quarterly**, v. 35, n. 2, p. 286–316, 1990. <https://doi.org/10.2307/2393392>. Acesso em: 10 ago. 2025.

HOLT-LUNSTAD, Julianne; SMITH, Timothy B.; LAYTON, J. Bradley. **Social relationships and mortality risk: A meta-analytic review. PLoS Medicine**, v. 7, e1000316, 2010. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000316>. Acesso em: 10 ago. 2025.

IMRAN, Muhammad Younas; ELAHI, Nida Sadaf; ABID, Ghulam; ASHFAQ, Farooq; ILYAS, Saima. **Perceived organizational support and employee engagement: A mediating mechanism of thriving and flourishing. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity**, v. 6, n. 3, p. 82, 2020. <https://doi.org/10.3390/joitmc6030082>. Acesso em: 10 ago. 2025.

KAWASHIMA, Rosana Akemi. **A generosidade no exercício da autoridade em professores de educação infantil**. 2013. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. Disponível em:

<https://repositorio.unesp.br/bitstreams/a36c3ce0-d1c6-4b41-aa22-079236a9dec8/download>. Acesso em: 10 ago. 2025.

KISIL, Marcos. **Generosidade: valor intrínseco ao investimento social**. IDIS, 2006. Disponível em: <https://idis.org.br>. Acesso em: 10 ago. 2025.

KOENIG, Harold G. **Religion, spirituality, and health: The research and clinical implications**. ISRN Psychiatry, v. 2012, 2012. <https://doi.org/10.5402/2012/278730>. Acesso em: 10 ago. 2025.

KONRATH, Sara; BROWN, Stephanie. **The effects of giving on givers**. In: NEWMAN, M. L.; ROBERTS, N. A. (org.). *Health and social relationships: The good, the bad, and the complicated*. Washington: American Psychological Association, 2013. p. 39–64. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/j.ctv1chs1j1.7>. Acesso em: 10 ago. 2025.

KRAUSE, Neal. **Religious involvement and happiness: Assessing the mediating role of meaning in life**. *Journal of Religion and Health*, v. 55, n. 2, p. 807–821, 2016. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC5697566/>. Acesso em: 10 ago. 2025.

KUMAR, Anjali; VAN DULMEN, Manfred H. M.; MCGUE, Matt (org.). **Psychosocial determinants of resilience: A life-span perspective**. Washington: American Psychological Association, 2018. <https://doi.org/10.1037/0000092-000>. Acesso em: 10 ago. 2025.

KUMAR, Amit; EPLEY, Nicholas. **A little good goes an unexpectedly long way: Underestimating the positive impact of kindness on recipients**. *Journal of Experimental Psychology: General*, v. 151, n. 6, p. 1253–1266, 2022. <https://doi.org/10.1037/xge0001121>. Acesso em: 21 set. 2025.

KUMAR, Amit; EPLEY, Nicholas. **Underestimating the impact of kindness: Underlying mechanisms and practical implications**. *Psychological Science*, v. 34, n. 1, p. 45–60, 2023. <https://doi.org/10.1177/09567976221102811>. Acesso em: 21 set. 2025.

LA TAILLE, Yves de. **A importância da generosidade no início da gênese da moralidade na criança**. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, v. 19, n. 1, p. 9–17, 2006. <https://doi.org/10.1590/S0102-79722006000100003>. Acesso em: 10 ago. 2025.



LA TAILLE, Yves de. **Sobre a generosidade: uma abordagem contemporânea da ética cartesiana.** *Revista de Filosofia*, v. 2, p. 201–219, 2002. Disponível em: [https://www.academia.edu/48380428/Sobre\\_a\\_generosidade\\_uma\\_abordagem\\_contempor%C3%A2nea\\_da\\_%C3%A9tica\\_cartesiana](https://www.academia.edu/48380428/Sobre_a_generosidade_uma_abordagem_contempor%C3%A2nea_da_%C3%A9tica_cartesiana). Acesso em: 10 ago. 2025.

LYUBOMIRSKY, Sonja. **The how of happiness: A new approach to getting the life you want.** New York: Penguin, 2007. Disponível em: <https://archive.org/details/howofhappinesssc00lyub> . Acesso em: 10 ago. 2025.

LYUBOMIRSKY, Sonja; SHELDON, Kennon M.; SCHKADE, David. **Pursuing happiness: The architecture of sustainable change.** *Review of General Psychology*, v. 9, n. 2, p. 111–131, 2005. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.9.2.111>. Acesso em: 10 ago. 2025.

MARQUEZE, Elaine C.; MORENO, Claudia R. C. **Satisfação no trabalho – uma breve revisão.** *Revista Brasileira de Saúde Ocupacional*, v. 44, e3, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbso/a/M8DwvS9XBrtqBryT6yGYg5n/?lang=pt>. Acesso em: 10 ago. 2025.

BROWN, Stephanie L.; BROWN, R. Michael. **Connecting prosocial behavior to well-being: Future directions.** *Social Issues and Policy Review*, v. 9, n. 1, p. 1–37, 2015. <https://doi.org/10.1111/sipr.12010>. Acesso em: 10 ago. 2025.

McGREGOR, Liz; DOSHI, Neel. **How company culture shapes employee motivation.** *Harvard Business Review*, 2 abr. 2020. Disponível em: <https://hbr.org/2015/11/how-company-culture-shapes-employee-motivation>. Acesso em: 10 ago. 2025.

MOLL, Jorge et al. **Human fronto-mesolimbic networks guide decisions about charitable donation.** *Proceedings of the National Academy of Sciences*, v. 103, n. 42, p. 15623–15628, 2006. Disponível em: <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.0604475103>. Acesso em: 10 ago. 2025.

NATIVIDADE, José C. et al. **Gratidão no contexto brasileiro: mensuração e relações com personalidade e bem-estar.** *Psico-USF*, v. 24, n. 4, p. 713–724, 2019. Disponível em:

[https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1677-04712019000400009](https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-04712019000400009). Acesso em: 10 ago. 2025.

NELSON, Shannon K.; LAYOUS, Kristin; COLE, Steve W.; LYUBOMIRSKY, Sonja. **Do unto others or treat yourself? The effects of prosocial and self-focused behavior on psychological flourishing.** *Emotion*, v. 16, n. 6, p. 850–861, 2016. <https://doi.org/10.1037/emo0000178>. Acesso em: 10 ago. 2025.

PARK, Soyoung Q. et al. **A neural link between generosity and happiness.** *Nature Communications*, v. 8, art. 15964, 2017. <https://doi.org/10.1038/ncomms15964>. Acesso em: 10 ago. 2025.

PINHEIRO, Viviane P. G. **A generosidade e os sentimentos morais: Um estudo exploratório na perspectiva dos modelos organizadores do pensamento.** 2009. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/48/48134/tde-25092009-084948/publico/VivianePotenzaGuimaraesPinheiro.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2025.

POST, Stephen G. **Altruism, happiness, and health: It's good to be good.** *International Journal of Behavioral Medicine*, v. 12, n. 2, p. 66–77, 2005. [https://doi.org/10.1207/s15327558ijbm1202\\_4](https://doi.org/10.1207/s15327558ijbm1202_4). Disponível em: <https://greatergood.berkeley.edu/images/uploads/Post-AltruismHappinessHealth.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2025.

PUTNAM, Robert D. **Bowling alone: The collapse and revival of American community.** New York: Simon & Schuster, 2000. Disponível em: <https://archive.org/details/bowlingalone00robe>. Acesso em: 10 ago. 2025.

QUEIROS DE JESUS, Juliana. Disponibilidade de crédito: **o impacto da percepção de valor, da gratidão e da atitude ao endividamento no bem-estar financeiro do consumidor de baixa renda.** 2020. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/52478>. Acesso em: 10 ago. 2025.

REVISTA PLANETA. **Altruístas de nascença.** *Revista Planeta*, 2023. Disponível em: <https://revistaplaneta.com.br/altruistas-de-nascenca/>. Acesso em: 10 ago. 2025.



ROSENBAUM, Paul R.; RUBIN, Donald B. **The central role of the propensity score in observational studies for causal effects.** *Biometrika*, v. 70, n. 1, p. 41–55, 1983. <https://doi.org/10.1093/biomet/70.1.41>. Acesso em: 10 ago. 2025.

SCHNALL, Simone; ROPER, Jean; FESSLER, Daniel M. T. **Elevation leads to altruistic behavior.** *Psychological Science*, v. 21, n. 3, p. 315–320, 2010. <https://doi.org/10.1177/0956797609359882>. Acesso em: 10 ago. 2025.

U.S. BUREAU OF LABOR STATISTICS. **Job Openings and Labor Turnover – September 2022.** Washington, DC: BLS, 1 nov. 2022. Disponível em: [https://www.bls.gov/news.release/archives/jolts\\_11012022.pdf](https://www.bls.gov/news.release/archives/jolts_11012022.pdf). Acesso em: 10 ago. 2025.

VALE, Liana G.; ALENCAR, Hélio M. **Generosidade versus interesse próprio: juízos morais de crianças e adolescentes.** *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, v. 24, n. 4, p. 423–431, 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ptp/a/3vHcWDhp4mSbSmSJ7T6VPmz/>. Acesso em: 10 ago. 2025.

CAF – CHARITIES AID FOUNDATION. *World Giving Index*. 2023–2024. Página institucional com relatórios e dados atualizados. Disponível em: <https://www.cafonline.org/insights/research/world-giving-index>. Acesso em: 10 ago. 2025.

KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. **Prospect theory: An analysis of decisions under risk.** *Econometrica*, v. 47, n. 2, p. 263–291, 1979. <https://doi.org/10.2307/1914185>. Acesso em: 10 ago. 2025.

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness.* New Haven: Yale University Press, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s10602-008-9056-2>. Acesso em: 10 ago. 2025.

BATSON, C. Daniel. **Altruism in humans.** New York: Oxford University Press, 2011. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195341065.001.0001>. Acesso em: 10 ago. 2025.

PENNER, Louis A.; DOVIDIO, John F.; PILIAVIN, Jane A.; SCHROEDER, David A. **Prosocial behavior: Multilevel perspectives.** *Annual Review of Psychology*, v. 56, p. 365–392, 2005. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.56.091103.070141>. Acesso em: 10 ago. 2025.

SANTOS, Milton. ***A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção***. 4. ed., 2. reimpr. São Paulo: Edusp, 2006 [1996].

KELTNER, Dacher; HAIDT, Jonathan. ***Approaching awe, a moral, spiritual, and aesthetic emotion***. *Cognition and Emotion*, v. 17, n. 2, p. 297–314, 2003. <https://doi.org/10.1080/02699930302297>. Disponível em: <https://greatergood.berkeley.edu/dacherkeltner/docs/keltner.haidt.awe.2003.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2025.

HARVARD MEDICAL SCHOOL. ***The study that tracked happiness for 80 years: What makes people happy through life?*** *Harvard Gazette*, 12 jan. 2023. Disponível em: <https://news.harvard.edu/gazette/story/2017/04/over-nearly-80-years-harvard-study-has-been-showing-how-to-live-a-healthy-and-happy-life/>. Acesso em: 10 ago. 2025.

KIM, Eric S. et al. ***Volunteering is prospectively associated with health care use and physical health in older adults***. *American Journal of Preventive Medicine*, v. 59, n. 2, p. 176–184, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2020.03.004>. Acesso em: 10 ago. 2025.



idn

idp

A ESCOLHA QUE  
**TRANSFORMA**  
O SEU CONHECIMENTO