

idp

v.5 n. Único

99

DEBATES EM ECONOMIA APLICADA

WORKING PAPER

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

CRISTIANO DA SILVA MELO

ANÁLISE SOBRE A RELEVÂNCIA DA GENEROSIDADE NO BEM-ESTAR SUBJETIVO

CRISTIANO DA SILVA MELO^a

^aCristiano da Silva Melo é Mestre em Economia pelo Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa (IDP). E-mail: csmcristiano@gmail.com. ORCID: 0009-0001-9160-586X.

IDP

O IDP é um centro de excelência no ensino, na pesquisa e na extensão nas áreas da Administração Pública, Direito e Economia. O Instituto tem como um de seus objetivos centrais a profusão e difusão do conhecimento de assuntos estratégicos nas áreas em que atua, constituindo-se um think tank independente que visa contribuir para as transformações sociais, políticas e econômicas do Brasil.

DIREÇÃO E COORDENAÇÃO

Diretor Geral

Francisco Schertel

Coordenador do Mestrado em Economia

José Luiz Rossi

CONSELHO EDITORIAL

Coordenação

Thiago Caldeira

Emmanuel Brasil

Supervisão e Revisão

Mathias Tessmann

Lucas Dutra

Projeto Gráfico e Diagramação

Juliana Vasconcelos

www.idp.edu.br

Revista Técnica voltada à divulgação de resultados preliminares de estudos e pesquisas aplicados em desenvolvimento por professores, pesquisadores e estudantes de pós-graduação com o objetivo de estimular a produção e a discussão de conhecimentos

DEBATES EM ECONOMIA APLICADA

técnicos relevantes na área de Economia.

Convidamos a comunidade acadêmica e profissional a enviar comentários e críticas aos autores, visando o aprimoramento dos trabalhos para futura publicação. Por seu propósito se concentrar na recepção de comentários e críticas, a Revista Debates em Economia Aplicada não possui ISSN e não fere o ineditismo dos trabalhos divulgados.

As publicações da Revista estão disponíveis para acesso e download gratuito no formato PDF. Acesse: www.idp.edu.br

As opiniões emitidas nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade dos autores, não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista do IDP.

Qualquer citação aos trabalhos da Série só é permitida mediante autorização expressa do(s) autor(es).

SUMÁRIO

1	Introdução	6
2	Fundamentação Teórica	7
2.1	Economia da felicidade e bem-estar subjetivo	7
2.2	Generosidade, altruísmo e capital social	8
2.3	Economia comportamental, previsões afetivas e atos de gentileza	9
2.4	Bem-estar subjetivo no Brasil: evidências empíricas e lacunas experimentais	9
3	Metodologia	11
3.1	Desenho do experimento e hipóteses	11
3.2	Amostra, instrumentos e variáveis	12
3.3	Procedimentos de coleta e tratamento dos dados	12
3.4	Vieses de observação, validade externa e limitações do desenho experimental	13
4	Resultados	14
4.1	Bem-estar subjetivo de doadores, receptores e não doadores	15
4.2	Desconforto e custo moral da não doação	15
4.3	Valor monetário, valor simbólico e assimetrias perceptivas	16
4.4	Diferenças regionais e implicações	16
4.5	Síntese dos resultados para políticas e práticas de bem-estar	16
4.6	Tabelas com dados da base	17
5	Considerações Finais	18
	Referências	20

RESUMO: Este estudo investiga como atos de gentileza influenciam o bem-estar subjetivo, por meio da replicação, em contexto brasileiro, do experimento de [Kumar e Epley \(2022\)](#). No experimento de campo, os participantes receberam um brinde e decidiam se o doariam ou se o reteriam para si. Posteriormente respondiam a um questionário onde eram avaliados por escalas padronizadas de bem-estar. A análise das respostas articula literatura em economia da felicidade, psicologia positiva, economia comportamental e capital social. Os resultados mostram que os gestos de doação elevaram consistentemente o bem-estar percebido pelos doadores e pelos receptores. Apesar do valor econômico do brinde, o gesto foi suficiente para gerar efeitos emocionais positivos e consistentes, indicando que o significado social da ação supera seu valor material, produzindo efeitos emocionais positivos imediatos. Sendo importante destacar que os participantes que optaram por reter o brinde para si, relataram maior desconforto na participação da pesquisa, sugerindo custos emocionais e morais associados à omissão prosocial. As evidências indicam que gentilezas cotidianas fortalece vínculos, estimular pertencimento e favorecer a coesão comunitária. Também se conclui que intervenções públicas e institucionais de baixo custo, baseadas em pequenos gestos, podem constituir estratégias promissoras de promoção do bem-estar subjetivo, fortalecendo o capital social e incentivando práticas comunitárias no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: Generosidade; Bem-estar subjetivo; Economia da felicidade; Altruísmo; Capitais sociais; Economia comportamental: preferências, crenças e tomada de decisão; Bens públicos e comportamento cooperativo

ABSTRACT: This study investigates how acts of kindness influence subjective well-being through a Brazilian replication of the experiment by [Kumar e Epley \(2022\)](#). In the field experiment, participants received a small gift and decided whether to donate it or keep it for themselves, subsequently responding to standardized well-being scales. The analysis integrates literature from happiness economics, positive psychology, behavioral economics, and social capital. The results show that donation gestures consistently increased perceived well-being among both donors and recipients. Although the gift had minimal economic value, the gesture generated immediate and positive emotional effects, indicating that the social meaning of the action outweighs its material value. Participants who chose to keep the gift reported greater discomfort, suggesting emotional and moral costs associated with prosocial omission. The evidence indicates that everyday acts of kindness strengthen social bonds, foster belonging, and support community cohesion. The study concludes that low-cost public and institutional interventions based on small gestures may constitute effective strategies for promoting subjective well-being, strengthening social capital, and encouraging community-oriented practices in Brazil.

KEYWORDS: Generosity; Subjective well-being; Happiness economics; Altruism; Social capital; Behavioral economics: preferences, beliefs, and decision-making; Public goods and cooperative behavior

RESUMEN: Este estudio investiga cómo los actos de amabilidad influyen en el bienestar subjetivo mediante la replicación, en el contexto brasileño, del experimento de [Kumar e Epley \(2022\)](#). En el experimento de campo, los participantes recibían un obsequio y decidían si donarlo o

conservarlo, respondiendo posteriormente a escalas estandarizadas de bienestar. El análisis integra literatura en economía de la felicidad, psicología positiva, economía del comportamiento y capital social. Los resultados muestran que los gestos de donación aumentaron de forma consistente el bienestar percibido tanto por donantes como por receptores. Aunque el obsequio tenía escaso valor económico, el gesto generó efectos emocionales positivos, lo que indica que el significado social de la acción supera su valor material. Los participantes que optaron por conservar el obsequio informaron mayor incomodidad, lo que sugiere costos emocionales y morales asociados a la omisión prosocial. La evidencia indica que las amabilidades cotidianas fortalecen los vínculos sociales, fomentan el sentido de pertenencia y favorecen la cohesión comunitaria. Intervenciones públicas e institucionales de bajo costo, basadas en pequeños gestos, pueden constituir estrategias efectivas para promover el bienestar subjetivo y fortalecer el capital social en Brasil.

PALABRAS CLAVE: Generosidad; Bienestar subjetivo; Economía de la felicidad; Altruismo; Capital social; Economía del comportamiento: preferencias, creencias y toma de decisiones; Bienes públicos y comportamiento cooperativo

CLASSIFICAÇÃO JEL: I31; D64; D91; I31; H41; Z13

1 Introdução

Este estudo investiga como comportamentos pró-sociais, em especial em como os pequenos atos de gentileza, influenciam o bem-estar subjetivo. A relação entre generosidade, emoções positivas e fortalecimento de vínculos sociais consolidou-se como um dos eixos centrais da literatura em economia da felicidade, economia solidária, psicologia positiva e economia comportamental. Evidências empíricas indicam que dedicar tempo ou recursos em benefício de terceiros está associado a maior satisfação com a vida, maior frequência de emoções positivas e relações sociais mais robustas. Estudos como [Dunn, Aknin e Norton \(2008\)](#), [Post \(2005\)](#) e [Aknin et al. \(2013\)](#), sugerem que gastar com os outros pode gerar níveis de felicidade superiores aos obtidos ao gastar consigo próprio, mesmo quando os valores envolvidos são modestos.

[Kumar e Epley \(2022\)](#) aprofundam esse debate ao demonstrar que indivíduos tendem a subestimar o impacto positivo de pequenos atos de gentileza sobre os receptores, o que pode levar a um volume de comportamentos pró-sociais inferior ao socialmente desejável. Esse viés perceptivo tem implicações econômicas relevantes: se os benefícios gerados pelos atos de generosidade são sistematicamente subavaliados, a oferta de um “bem relacional” de baixo custo e alto retorno social tende a ser menor do que a socialmente ótima.

No contexto brasileiro, marcado por desigualdade, heterogeneidade cultural e desafios de confiança interpessoal, torna-se especialmente relevante investigar se tais padrões são reproduzidos e assumem alguma especificidade. Este artigo adapta o experimento de [Kumar e Epley \(2022\)](#) ao contexto nacional por meio de um experimento de campo em Goiânia (Goiás), Brasília (Distrito Federal) e Palmas e Araguaína (Tocantins). Em locais de interação cotidiana, participantes receberam um brinde de baixo valor econômico e decidiram se o dariam a outra pessoa ou se o manteriam para si, sendo posteriormente avaliados por questionários padronizados sobre bem-estar, desconforto e valor (simbólico e monetário) atribuído ao brinde.

Especificamente, busca-se: (i) avaliar o impacto emocional em doadores, receptores e participantes que optam por não doar; (ii) comparar percepções de valor simbólico e monetário dos brindes; e (iii) explorar diferenças regionais, bem como implicações para o fortalecimento do capital social e para o desenho de políticas públicas de baixo custo.

De forma sintética, os resultados indicam que gestos simples de doação elevam o bem-estar percebido por doadores e receptores, que o valor simbólico do gesto supera o valor econômico do brinde e que participantes que optam por reter o brinde relatam maior desconforto, sugerindo custos morais e emocionais associados à omissão prosocial.

O artigo contribui para a literatura ao realizar uma adaptação contextualizada do experimento de [Kumar e Epley \(2022\)](#) em capitais e cidades médias brasileiras, incorporando diferenças regionais e um ambiente de maior desigualdade e menor confiança interpessoal. Adicionalmente, amplia a análise ao considerar simultaneamente doadores, receptores e não doadores, ao explicitar a distinção entre valor simbólico e valor monetário dos brindes e ao discutir as implicações dos resultados para o desenho de intervenções públicas e institucionais

de baixo custo voltadas à promoção do bem-estar subjetivo e do capital social.

Do ponto de vista estrutural, o artigo organiza-se da seguinte forma: a Seção 2 apresenta a fundamentação teórica; a Seção 3 descreve a metodologia e o desenho experimental; a Seção 4 discute os resultados empíricos à luz da literatura; a Seção 5 reúne as principais conclusões, limitações do estudo e proposições para pesquisas futuras; e a Seção 6 Referencial Teórico.

2 Fundamentação Teórica

2.1 Economia da felicidade e bem-estar subjetivo

A economia da felicidade amplia o escopo da análise econômica ao incorporar medidas subjetivas de bem-estar, como satisfação com a vida, afetos positivos e negativos, sentido de propósito e qualidade das relações, como complemento às métricas tradicionais de renda, consumo e emprego. Em vez de tomar o PIB per capita como sinônimo de progresso, essa abordagem procura captar diretamente “quão satisfeitas as pessoas estão com a própria vida como um todo” ou “com que frequência se sentiram felizes ou tristes” em determinado período, combinando indicadores objetivos e subjetivos em uma perspectiva multidimensional.

A literatura clássica sobre bem-estar subjetivo (BES) distingue um componente “cognitivo”, associado a julgamentos de satisfação com a vida, e um componente “afetivo”, relacionado à frequência e à intensidade de emoções positivas e negativas. Essa distinção é central para estudos que buscam avaliar o impacto de intervenções específicas, como atos de gentileza, sobre a experiência subjetiva dos indivíduos. No presente artigo, essa tradição orienta a escolha de indicadores baseados em autoavaliações de bem-estar após o ato (ou a omissão) de generosidade, permitindo captar efeitos emocionais imediatos associados ao comportamento prosocial.

A partir desse enquadramento, a literatura mostra que o aumento de renda eleva o bem-estar apenas até certo patamar, momento em que fatores não financeiros, qualidade das relações sociais, confiança interpessoal, senso de pertencimento e percepção de propósito, passam a explicar parcela relevante da variação na satisfação com a vida. Esse conjunto de evidências, frequentemente sintetizado pelo “paradoxo de Easterlin”, indica que o crescimento econômico de longo prazo não se traduz automaticamente em ganhos proporcionais de felicidade média da população. Nesse contexto, comportamentos pró-sociais de baixo custo, como pequenos atos de gentileza, emergem como candidatos naturais a “insumos” relevantes para o bem-estar subjetivo.

Além disso, um corpo crescente de estudos experimentais e meta-análises mostra que “gastar com outros” ou realizar “atos de bondade”, tende a produzir incrementos sistemáticos, ainda que moderados, no bem-estar de quem pratica o gesto, bem como em domínios como relações sociais, senso de pertencimento e emoções positivas. Esses achados, porém,

concentram-se majoritariamente em países de alta renda, em amostras convenientes (como estudantes universitários) e em contextos culturais relativamente homogêneos.

Ainda há espaço para verificar em que medida tais resultados se reproduzem – ou assumem nuances específicas – em realidades marcadas por elevada desigualdade, heterogeneidade socioeconômica e desafios de confiança interpessoal, como o Brasil. É precisamente nesse ponto que o presente estudo se insere.

2.2 Generosidade, altruísmo e capital social

A generosidade pode ser entendida como uma disposição voluntária de beneficiar terceiros, envolvendo doações de tempo, recursos materiais ou atenção, motivadas por altruísmo, normas sociais, reciprocidade, críticas ou sentimentos morais. Modelos de “preferências sociais” na economia mostram que, em muitos contextos, os indivíduos desejam renunciar a parte do próprio benefício material para favorecer outras pessoas, seja por aversão à desigualdade, por senso de justiça ou pela busca de um “calor interno” associado ao ato de ajuda.

A teoria do “*warm glow*” (a satisfação intrínseca de contribuir para o bem alheio) destaca que a generosidade não é apenas um gesto de perda material, mas também uma fonte de utilidade privada: doar pode “fazer bem” a quem doa, ainda que o valor investido seja modesto. De forma complementar, modelos de aversão à desigualdade sugerem que situações em que uma pessoa poderia ter ajudado, mas optam por não o fazer, tendem a produzir emoções negativas, culpa, desconforto e constrangimento associadas a custos morais subjetivos. Esses mecanismos teóricos são diretamente relevantes para o presente estudo, que compara os níveis de bem-estar e de desconforto autorrelatados por doadores, receptores e participantes que optam por não doar.

Em nível agregado, práticas recorrentes de gentileza destinadas à formação e ao fortalecimento do “capital social”, entendidas como o conjunto de redes, normas e relações de confiança que facilitam a cooperação. Evidências empíricas sugerem que contextos com maior capital social exibem, em média, maior bem-estar coletivo, maior senso de pertencimento, menor violência e maior confiança nas instituições. Nesse sentido, pequenos atos de gentileza funcionam como microinterações que aproximam as pessoas, mantendo distâncias sociais e alimentando expectativas de reciprocidade.

Ao articular esses marcos teóricos com o desenho empírico adotado, o artigo contribui para aproximar duas agendas: (i) uma literatura sobre generosidade, altruísmo, preferências sociais e costumes morais da omissão; e (ii) uma discussão sobre capital social e bem-estar subjetivo.

A inovação reside em observar, em um experimento de campo baseado em brindes de baixo valor econômico, como decisões simples – doar ou reter um presente simbólico – se traduzem em diferentes perfis de bem-estar e desconforto entre doadores, receptores e não doadores, em um contexto brasileiro de alta diversidade social.

2.3 Economia comportamental, previsões afetivas e atos de gentileza

A economia comportamental evidencia que os indivíduos nem sempre formam expectativas acertadas sobre os próprios estados emocionais futuros. A literatura de “previsão afetiva” mostra que as pessoas frequentemente subestimam ou superestimam a intensidade e a duração de suas emoções, tanto em relação a si mesmas quanto em relação aos outros. Esse tipo de viés tem implicações diretas para o entendimento de comportamentos pró-sociais.

Kumar e Epley (2022) mostram que os doadores tendem a subestimar o impacto positivo de pequenos atos de gentileza sobre os receptores e, em certa medida, sobre o próprio bem-estar. Quando as pessoas acreditam que seu gesto “não fará tanta diferença assim”, é provável que pratiquem menos atos de generosidade do que seria socialmente desconfortável, mesmo quando o custo financeiro é baixo. Esse descompasso entre o benefício real e o benefício percebido pode resultar em suboferta de um “bem relacional” de alto retorno social.

O presente estudo dialoga com esse debate ao adaptar, para o contexto brasileiro, um experimento de campo no qual os participantes recebem um brinde de baixo valor e decidem se o doam a terceiros ou o retêm para si. Em vez de focar apenas nos níveis de bem-estar dos receptores, a investigação examina também o bem-estar e o desconforto de quem faz e de quem escolhe não doar. Ao fazê-lo, contribui para qualificar empiricamente as hipóteses de que existem “custos emocionais e morais associados à missão prosocial”, bem como ganhos subjetivos associados a pequenos gestos de generosidade, mesmo quando o valor material envolvido é simbólico.

2.4 Bem-estar subjetivo no Brasil: evidências empíricas e lacunas experimentais

No Brasil, a literatura sobre bem-estar subjetivo ganhou impulso especialmente a partir dos anos 2000, com trabalhos que consolidaram bases conceituais e instrumentos de medida adaptados ao contexto nacional. Estudos como os de Albuquerque e Tróccoli (2004), Giacomoni (2004), Siqueira e Padovam (2008) e Graziano (2005) discutem o bem-estar subjetivo (BES), como uma categoria ampla que inclui respostas emocionais, domínios de satisfação (família, trabalho, saúde, lazer) e julgamentos globais sobre a vida, combinando componentes afetivos (afetos positivos e negativos) e cognitivos (satisfação com a vida). A psicologia positiva e a economia da felicidade, reforçam os elementos teóricos para o desenvolvimento do bem-estar neste artigo.

Revisões e mapeamentos de produção indicam que a maior parte dos estudos brasileiros sobre BES, utilizam delineamentos quantitativos, transversais e correlacionais, com foco em fatores como traços de personalidade, suporte social, eventos de vida, renda e condições de trabalho. Medeiros (2020), em uma análise comparativa de estudos sobre bem-estar subjetivo no Brasil, mostram a predominância de abordagens quantitativas e de desenhos não experimentais, bem como a relativa escassez de investigações qualitativas mais aprofundadas.

De forma convergente, revisões no campo da psicologia positiva no país apontam o bem-estar como um tema recorrentes, mas ainda incipiente quando comparado ao volume de pesquisas internacionais (([Pureza et al., 2012](#)), conforme discutido por ([Oliveira et al., 2016](#))). Em geral, esses trabalhos indicam que níveis mais elevados de bem-estar subjetivo se associam a maior apoio social, relações interpessoais mais satisfatórias e menor prevalência de sintomas depressivos e ansiosos, além de enfatizarem o papel protetivo de recursos pessoais e contextuais (([Bedin e Sarriera, 2014](#))). Estes estudos também ressaltam que desigualdades socioeconômicas, insegurança e vulnerabilidades diversas podem limitar a experiência de bem-estar em diferentes grupos populacionais. Do ponto de vista econômico e sociológico, estudos com dados representativos da população brasileira reforçam a importância de fatores materiais e relacionais. [Ribeiro \(2015\)](#), ao analisar renda, relações sociais e felicidade no Brasil, evidencia que o bem-estar subjetivo está positivamente associado tanto a condições econômicas mais favoráveis quanto à qualidade dos vínculos interpessoais, sugerindo que recursos financeiros e capital relacional operam conjuntamente na explicação das avaliações de vida.

Em linha semelhante, [Soares, Dalboni e Teixeira \(2022\)](#), analisam a relação entre capital social e felicidade individual usando dados da *World Values Survey* e encontram associação positiva entre diferentes dimensões de capital social – confiança, normas, redes interpessoais – e indicadores de bem-estar subjetivo, inserindo o caso brasileiro no debate internacional sobre economia da felicidade e capital social.

Relatórios internacionais de felicidade e qualidade de vida, em particular o *World Happiness Report*, situam o Brasil em posição intermediária no ranking global de satisfação com a vida. As edições recentes do relatório indicam que o país se mantém acima da média mundial, mas abaixo dos países de alta renda, combinando níveis moderados de avaliação de vida com elevada heterogeneidade interna em função de desigualdades de renda, violência e desconfiança institucional ([World Happiness Report, 2025](#)). Esse quadro torna o Brasil um contexto especialmente relevante para investigar como fatores relacionais como confiança, redes de apoio e gestos cotidianos de gentileza, que podem compensar, ainda que parcialmente, condições estruturais adversas.

Quanto ao formato metodológico, a literatura nacional segue majoritariamente ancorada em estudos observacionais e correlacionais. [Medeiros \(2020\)](#), mostram que, entre os artigos revisados, há predominância de delineamentos transversais com medidas de autorrelato de bem-estar, com pouca presença de experimentos de campo. Embora existam intervenções em psicologia positiva e programas estruturados para promoção de bem-estar, alguns com delineamentos experimentais ou quase experimentais aplicados a públicos específicos como, por exemplo, o programa de psicoterapia positiva de [Martins et al. \(2023\)](#), voltado a profissionais de segurança pública, que encontrou efeitos positivos sobre bem-estar subjetivo e psicológico, e são raros os estudos que combinam simultaneamente: (i) experimentos de campo em situações cotidianas; (ii) foco explícito em atos de generosidade ou gentileza; e (iii) mensuração direta do bem-estar de doadores, receptores e não doadores em um mesmo desenho.

Do ponto de vista metodológico, os estudos experimentais são aqueles em que o pesquisador manipula uma variável relevante (por exemplo, convidar indivíduos a realizar atos de

gentileza, doar recursos ou participar de uma intervenção positiva), e compara os resultados entre grupos, idealmente com algum grau de aleatoriedade. Esse tipo de delineamento permite inferências mais robustas sobre relações causais entre comportamentos e variações de bem-estar, indo além das associações observadas em estudos correlacionais. No contexto brasileiro, contudo, a literatura sobre BES ainda se apoia majoritariamente em correlações entre variáveis, com menor incidência de experimentos de campo centrados em comportamentos pró-sociais como a generosidade cotidiana.

Nesse cenário, o presente artigo contribui para a literatura ao: (i) implementar um experimento de campo de baixo custo em cidades brasileiras, baseado em brindes simbólicos e decisões simples de doar ou reter; (ii) mensurar simultaneamente o bem-estar de doadores, receptores e participantes que optam por não doar, permitindo observar tanto ganhos emocionais quanto possíveis custos morais da omissão prosocial; e (iii) conectar os resultados a debates sobre economia da felicidade, capital social e políticas públicas, sugerindo que atos cotidianos de gentileza podem ser incorporados como insumos em estratégias institucionais de promoção do bem-estar subjetivo e de fortalecimento de vínculos comunitários no Brasil.

Com isso, o estudo se posiciona como elo entre a literatura internacional sobre generosidade e felicidade e a produção brasileira sobre bem-estar subjetivo, oferecendo evidências experimentais originais em um contexto marcado por forte desigualdade e intensa riqueza de interações sociais cotidianas.

3 Metodologia

3.1 Desenho do experimento e hipóteses

O estudo constitui um experimento de campo inspirado nos Experimentos 2(a) e 2(b) de [Kumar e Epley \(2022\)](#), adaptado ao contexto brasileiro. Em ambientes de interação cotidiana, como espaços públicos e institucionais, os participantes receberam um brinde simples (por exemplo, água, refrigerante, suco, um chocolate ou outro) e puderam escolher entre permanecer com o item ou oferecê-lo a outra pessoa como ato de gentileza. Em seguida, doadores, receptores e participantes responderam a questionários curtos. Como os brindes variaram entre esses itens, essa heterogeneidade pode ter introduzido pequenas diferenças na utilidade percebida e no apego dos participantes; esse aspecto é registrado para dar transparência ao desenho do experimento, embora não constitua o foco central da análise.

Do ponto de vista conceitual, o estudo opera com uma proxy de generosidade: entrega-se um brinde com valor econômico, força-se uma decisão binária (doar ou reter) e mede-se o bem-estar subjetivo autorrelatado logo após a decisão. Não se trata de observar diretamente toda a complexidade da generosidade “na realidade”, mas de um cenário experimental simplificado, que aproxima o comportamento prosocial de interesse e permite comparações sistemáticas entre grupos.

A abordagem é hipotético-dedutiva, com três hipóteses principais: (H1) atos de gentileza elevam o bem-estar subjetivo imediato dos doadores; (H2) atos de gentileza elevam o bem-estar subjetivo imediato dos receptores; (H3) diferenças entre as respostas de doadores, receptores e participantes que não doam revelam assimetrias perceptivas, inclusive quanto ao desconforto associado à decisão de não doar.

As hipóteses são testadas por meio da comparação entre grupos e da análise das variações de bem-estar e desconforto imediatamente após a interação, considerando também diferenças regionais.

3.2 Amostra, instrumentos e variáveis

Foram convidados 184 participantes nos estados de Goiás (GO), Distrito Federal (DF) e Tocantins (TO), em espaços públicos e institucionais. Após a exclusão de recusas, respostas inconsistentes e casos não pareados, 170 observações válidas compuseram a base analítica. Dentre os respondentes inicialmente enquadrados na condição de doadores ($n = 104$), 77 optaram por doar o brinde e 27 decidiram permanecer com o item. No grupo de receptores, formaram-se 77 pares doador–receptor com respostas completas.

Os instrumentos consistiram em questionários estruturados, aplicados logo após a decisão (no caso dos doadores) ou logo após o recebimento do brinde (no caso dos receptores), contendo escalas de 1 a 10 para mensurar: (i) estado emocional após o ato (ou retenção) de doação; (ii) desconforto ou constrangimento percebido; (iii) valor monetário atribuído ao brinde.

Também foram coletadas informações sociodemográficas básicas (como sexo, idade e local de residência) e identificadores mínimos (primeiro nome, local, UF), necessários para o pareamento entre doadores e receptores. As variáveis dependentes principais são as medidas de bem-estar subjetivo e de desconforto após a interação, enquanto as variáveis explicativas incluem a condição do participante (doador, receptor, não doador), características sociodemográficas e região (GO, DF, TO).

3.3 Procedimentos de coleta e tratamento dos dados

A coleta foi conduzida por equipe previamente treinada, com base em um roteiro padronizado de abordagem, em um vídeo explicativo curto e em um questionário orientativo. O objetivo foi garantir uniformidade na forma de oferta dos brindes, na explicação do procedimento e na aplicação dos instrumentos, reduzindo variações decorrentes de diferenças entre pesquisadores.

De modo sintético, o procedimento para os participantes na condição de potenciais doadores seguiu as etapas: (i) abordagem inicial, com apresentação da pesquisa, esclarecimentos sobre os objetivos gerais, caráter voluntário da participação, confidencialidade das respostas e ausência de identificação nominal completa; (ii) explicação padronizada (presencial e/ou em

vídeo) informando que o participante receberia um brinde previamente definido e poderia decidir entre ficar com ele ou doá-lo a outra pessoa presente no mesmo ambiente, sem qualquer recompensa adicional; (iii) entrega do brinde e registro imediato da decisão do participante (manter ou doar), sem indução explícita por parte da equipe; (iv) aplicação do questionário aos participantes, contendo itens de caracterização sociodemográfica, escalas de bem-estar subjetivo, desconforto associado à decisão e valor atribuído ao brinde, além de campos para primeiro nome, UF e local.

No caso dos respondentes na condição de receptores, o protocolo também foi padronizado. Após a decisão dos participantes que optaram pela doação, a equipe abordava a pessoa selecionada para receber o brinde, convidando-a a participar de uma pesquisa sobre atos de gentileza e bem-estar. Explicavam-se o caráter voluntário da participação, as garantias de sigilo e o objetivo de registrar percepções sobre o gesto recebido, o estado de bem-estar após o episódio e o valor atribuído ao brinde. O questionário aplicado aos receptores continha itens análogos de bem-estar subjetivo e desconforto, além de campos em que o participante registrava o primeiro nome da pessoa que havia feito o ato de gentileza (segundo sua lembrança), a UF e o local da interação.

O pareamento entre doadores e receptores foi realizado combinando essas informações (prim

3.4 Vieses de observação, validade externa e limitações do desenho experimental

Como ocorre em grande parte dos estudos experimentais em ciências sociais, especialmente naqueles que envolvem empatia, altruísmo, generosidade e moralidade, o desenho adotado está sujeito a vieses de observação e a diferentes formas de comportamento sob avaliação.

Em primeiro lugar, o experimento sofre, em alguma medida, dos efeitos frequentemente descritos como efeito “*Hawthorne* e *demand characteristics*”. Os participantes não estão decidindo doar ou ficar com o brinde em um contexto completamente natural: eles são abordados por uma equipe de pesquisa, recebem informações sobre o estudo, percebem que estão sendo observados, são instruídos sobre o procedimento e respondem a questionários logo em seguida, sabendo que fazem parte de um experimento. Esse contexto pode induzir um comportamento mais prosocial do que aquele que ocorreria espontaneamente na vida cotidiana.

Relacionado a isso, há o risco de viés de desejabilidade social: participantes podem sentir-se pressionados, ainda que de forma sutil, a adotar comportamentos percebidos como moralmente bem-vistos (como doar) ou a relatar estados emocionais mais positivos do que aqueles que efetivamente experimentaram. Nesse sentido, o estudo pode estar medindo, junto com a generosidade, a performance social sob observação, isto é, a forma como as pessoas se comporta e se apresenta quando sabem que estão sendo avaliadas.

Esse viés é particularmente relevante para os diferentes grupos: (i) doadores podem ser influenciados pelo desejo de agradar o pesquisador, pela necessidade de parecer altruístas, pelo constrangimento social de recusar a doação em um contexto observado ou pela percepção de que a cooperação é o comportamento “correto”; (ii) não doadores podem sentir desconforto não por serem “menos generosos” em essência, mas por rejeitarem o papel artificial imposto pelo experimento, por não quererem participar de uma performance moral ou por se sentirem excessivamente expostos e julgados; (iii) receptores podem experimentar uma forma de gratuidade performática, sentindo-se obrigados a demonstrar gratidão, felicidade ou positividade emocional, inflacionando suas respostas de bem-estar por pressão implícita de reciprocidade e adequação social.

Desse modo, o grupo que não doa no experimento não é diretamente comparável ao conjunto de pessoas que não doam em situações reais, assim como o grupo que doa no experimento não pode ser automaticamente equiparado aos doadores habituais da vida cotidiana. Em ambos os casos, o comportamento está filtrado por um cenário de observação, instrução e questionamento explícito.

Em termos metodológicos, isso significa que: (i) o experimento fornece uma *proxy* de generosidade em contexto observado, e não uma medida exata de altruísmo “natural”; (ii) os níveis de bem-estar e desconforto autorrelatados incorporam tanto efeitos genuínos dos atos de gentileza quanto componentes associados à performance social e à pressão de adequação às expectativas percebidas; e (iii) as conclusões devem ser interpretadas como evidências sobre como as pessoas se sentem e se comportam quando colocadas em um cenário estruturado de decisão prosocial sob observação, e não como reprodução integral de padrões de generosidade em todos os contextos da vida real.

Apesar dessas limitações, é importante destacar que elas não invalidam o estudo. Pesquisas de campo com comportamento prosocial enfrentam, em geral, o dilema entre observar interações reais (com pouco controle) e criar cenários experimentais (com maior controle, mas maior artificialidade e viés de observação). O presente experimento se insere nessa tradição, oferecendo evidências relevantes sobre interações sociais positivas e estados emocionais associados a pequenos atos de gentileza em ambiente brasileiro, ainda que influenciados pelo contexto experimental.

Ao explicitar essas limitações, o artigo busca transparência metodológica e contribui para que o leitor interprete os resultados com maior precisão, situando-os dentro do escopo real do desenho. Além disso, tais restrições são retomadas na discussão e nas conclusões, para qualificar as implicações dos achados e orientar futuras pesquisas que desejem aproximar ainda mais a observação de comportamentos pró-sociais das condições espontâneas da vida cotidiana.

4 Resultados

4.1 Bem-estar subjetivo de doadores, receptores e não doadores

Os resultados indicam níveis consistentemente elevados de bem-estar subjetivo após a interação com o brinde. Entre os participantes que efetivamente doaram o item, a média de bem-estar foi de aproximadamente 9,53 em escala de 1 a 10. Os receptores apresentaram média de 9,28, enquanto os participantes que optaram por permanecer com o brinde relataram bem-estar médio de 9,32. Em termos absolutos, todos os grupos se situam muito próximos ao topo da escala, o que sugere um contexto emocional globalmente positivo e indica também possível efeito teto, reduzindo a sensibilidade da escala para discriminar diferenças mais finas entre os grupos.

Ainda assim, a direção do efeito é informativa: doar está associado aos níveis mais altos de bem-estar, seguido por receber e, em seguida, por reter o brinde para si. Isso indica que, mesmo em um cenário experimental com clima geral positivo, o ato de doar adiciona uma camada relacional e prosocial que tende a ser percebida como especialmente gratificante.

A predisposição para doar variou regionalmente, com maiores percentuais de doação observados em Goiás, seguidos pelo Distrito Federal e, em menor grau, pelo Tocantins, sugerindo diferenças contextuais em normas de cooperação e padrões de interação comunitária. É relevante lembrar que, no caso dos não doadores, explicitou-se que a opção de ficar com o brinde poderia ser entendida como uma forma de “auto gentileza” ou autodoação, o que pode ter amenizado parte da culpa ou do julgamento moral associado à decisão de não doar.

4.2 Desconforto e custo moral da não doação

Os níveis de desconforto relatados foram, em geral, baixos, mas com diferenças relevantes entre os grupos. Os doadores apresentaram médias entre 1,1 e 1,9, enquanto os receptores relataram valores próximos de 1,2 a 2,1, sugerindo que tanto doar quanto receber são experiências predominantemente confortáveis e socialmente bem aceitas.

Em contraste, participantes que decidiram permanecer com o brinde relataram desconforto maior, especialmente em alguns contextos regionais, o que é compatível com a ideia de um custo moral ou social associado à não doação. Esse padrão pode refletir, simultaneamente: (i) a percepção de que a doação seria o comportamento “socialmente esperado”; (ii) o incômodo por estar sendo observado ao escolher ficar com o brinde; (iii) a rejeição ao papel “performático” imposto pelo experimento.

Assim, o desconforto dos não doadores não deve ser interpretado simplesmente como sinal de “menor generosidade intrínseca”, mas também como expressão de tensão entre preferências pessoais, expectativas sociais e a situação artificial de avaliação. No conjunto, os dados sugerem que a generosidade funciona, no desenho experimental, como fonte adicional de bem-estar e como mecanismo de atenuação de sentimentos negativos associados à omissão prosocial.

4.3 Valor monetário, valor simbólico e assimetrias perceptivas

Os brindes utilizados possuíam baixo valor econômico (em torno de R\$ 2,00 a R\$ 3,00), mas foram frequentemente avaliados com valor monetário um pouco maior e, sobretudo, como gestos de significado simbólico relevante. A comparação entre as percepções de valor em reais não indica uma subestimação expressiva do valor econômico por parte dos doadores, diferindo, em alguma medida, do padrão descrito por [Kumar e Epley \(2022\)](#), em que há ênfase mais clara na subvalorização do impacto do gesto.

No contexto brasileiro analisado, a assimetria mais importante parece concentrar-se na esfera emocional e simbólica, e não apenas na monetária: (i) os atos de gentileza geram impacto subjetivo elevado a custo financeiro mínimo; (ii) parte desse impacto tende a ser subavaliado, especialmente pelos doadores, que nem sempre antecipam a intensidade da resposta afetiva dos receptores.

Os resultados reforçam a ideia de que o valor simbólico da gentileza supera o valor material do brinde, produzindo ganhos de bem-estar e sinais de reconhecimento e confiança capazes de alimentar relações mais cooperativas.

4.4 Diferenças regionais e implicações

As evidências sugerem variação regional tanto na predisposição a doar quanto na forma como o gesto é avaliado. Em Goiás, observaram-se taxas mais elevadas de doação, enquanto no Distrito Federal e, especialmente, em partes do Tocantins, apareceram indícios de maior resistência ou ambivalência em relação ao ato de doar. Apesar dessas nuances, três padrões se mostram relativamente robustos nas diferentes regiões: (i) bem-estar elevado em todos os grupos, com vantagem consistente para doadores e receptores; (ii) desconforto mais baixo entre doadores e mais elevado entre não doadores; (iii) Reconhecimento do valor simbólico do gesto, mesmo quando o valor monetário é pequeno.

Essas recorrências sugerem que, ainda que normas locais, histórias comunitárias e níveis de confiança variem, atos simples de gentileza tendem a ser bem recebidos e emocionalmente valorizados nas três unidades da federação analisadas.

4.5 Síntese dos resultados para políticas e práticas de bem-estar

Tomados em conjunto, os resultados mostram que: (i) doar está associado ao maior bem-estar autorrelatado e menor desconforto, em comparação com receber ou reter o brinde; (ii) não doar está associado a maior desconforto, interpretável como uma combinação de custo moral, exposição social e rejeição do papel experimental; (iii) o valor simbólico do gesto de gentileza exerce papel central, superando o peso do valor monetário dos brindes; (iv) esses efeitos se reproduzem, com variações de intensidade, em diferentes contextos regionais.

Ao mesmo tempo, os altos níveis médios de bem-estar, a presença de equipe de pesquisa e o uso de um cenário explicitamente observado indicam que os resultados captam uma *proxy* de generosidade sob observação, potencialmente inflada por efeitos de desejabilidade social, efeito Hawthorne e demanda experimental. Isso não invalida os achados, mas delimita seu alcance: o estudo mostra como as pessoas sentem e se comportam quando são convidadas a tomar uma decisão prosocial em um contexto estruturado e observado, e não como agem em toda a variedade de situações da vida cotidiana.

Mesmo com essa cautela, o padrão geral sugere que pequenos atos de gentileza, de baixo custo e alta aceitabilidade social, têm capacidade de gerar ganhos percebidos de bem-estar e de reduzir desconfortos associados à inação, o que dialoga diretamente com agendas de promoção de bem-estar subjetivo, fortalecimento de capital social e coesão comunitária. Esses resultados oferecem um ponto de partida empírico para desenhar intervenções simples, testáveis e escaláveis – em escolas, ambientes de trabalho, serviços públicos e iniciativas comunitárias – que aproveitem o potencial de gestos cotidianos de gentileza como insumos para políticas e práticas orientadas ao bem-estar.

4.6 Tabelas com dados da base

As tabelas a seguir apresentam uma síntese dos principais resultados descritivos com base na mesma base empírica utilizada, permitindo visualização estruturada e edição direta no manuscrito.

Tabela 1: Bem-estar médio por UF e grupo de participantes

UF	Doadores - média	Receptores – média	Ficaram com o brinde – média
Goiás	9.60	9.30	9.40
Distrito Federal	9.50	9.20	9.30
Tocantins	9.40	9.30	9.20

Tabela 2: Desconforto médio por UF e grupo de participantes

UF	Doadores - média	Receptores – média	Ficaram com o brinde – média
Goiás	1.90	1.70	4.60
Distrito Federal	1.10	1.20	1.40
Tocantins	1.90	2.10	3.30

Tabela 3: Valor monetário médio atribuído aos brindes por UF

UF	Doadores (R\$) - média	Receptores (R\$) – média	Diferença (R\$)	Observação
Goiás	11.18	11.00	0.18	
Distrito Federal	4.80	4.66	0.14	
Tocantins	5.15	2.38	2.77	
Média Geral	8.22	8.46	-0.24	Pequena diferença entre grupos.

Tabela 4: Distribuição de doadores e receptores por faixa etária

Faixa etária	% Doadores	% Receptores
18-24	15.4%	8.9%
25-34	16.7%	21.5%
35-44	20.5%	16.5%
45-54	25.6%	27.8%
55+	21.8%	25.3%

Tabela 5: Pré-disposição de doação, retenção e recepção por Gênero

Categoria	GO (%)	DF (%)	TO (%)
Doadores – Homens	39%	44%	40%
Doadores – Mulheres	61%	56%	60%
Receptores – Homens	38%	44%	39%
Receptores – Mulheres	62%	56%	61%
Retenção – Homens	42%	43%	42%
Retenção – Mulheres	58%	57%	58%

5 Considerações Finais

O experimento de campo analisado indica que pequenos atos de generosidade se associam a níveis mais elevados de bem-estar subjetivo entre doadores e receptores, bem como a maior desconforto entre participantes que optam por não doar. A combinação de altos escores de bem-estar e baixos níveis de desconforto nos primeiros grupos sugere que a generosidade cotidiana atua simultaneamente como fonte de utilidade e como mecanismo de atenuação de custos morais ligados à omissão prosocial. Mesmo brindes de baixo valor econômico foram suficientes para gerar variações significativas em estados emocionais autorrelatados, reforçando a centralidade do significado simbólico do gesto em relação ao valor material do item.

Os resultados dialogam com a literatura internacional sobre economia da felicidade, generosidade e capital social e acrescentam evidências experimentais para o contexto brasileiro. Ao adaptar a lógica do experimento de ? às cidades marcadas por heterogeneidade social e medir conjuntamente doadores, receptores e não doadores, o estudo mostra que intervenções baseadas em atos simples, de baixo custo e alta aceitabilidade social podem integrar, com cautela, estratégias institucionais de promoção de bem-estar, fortalecimento de vínculos comunitários e apoio à saúde emocional.

Os achados, contudo, refletem comportamento prosocial em cenário experimental, e não a generosidade em todas as esferas da vida cotidiana. O desenho está sujeito a efeitos típicos de pesquisas com forte interação pesquisador-participante, como efeito *Hawthorne*, viés de desejabilidade social e “*demand characteristics*”. A abordagem estruturada, a presença visível da equipe e o uso de questionários podem transformar a situação em um “palco moral”, elevando a probabilidade de doar e de relatar bem-estar e gratidão. Nesses termos, o

experimento mensura uma proxy de generosidade sob observação, filtrada por performance social e pressão de adequação, além de se apoiar em autorrelatos pontuais e em um recorte regional específico (GO, DF e TO), o que limita a generalização dos resultados.

Pesquisas futuras podem:

1. Empregar delineamentos longitudinais para acompanhar efeitos duradouros sobre bem-estar, saúde e relações sociais;
2. Testar formatos com maior anonimato e menor saliência do pesquisador, reduzindo a performance social e aproximando o comportamento observado de interações espontâneas;
3. Combinar medidas subjetivas com indicadores fisiológicos e comportamentais; e
4. Replicar ou adaptar o desenho em outros contextos culturais e institucionais, explorando como desigualdade, confiança e normas sociais modulam a relação entre generosidade, bem-estar e capital social.

Reconhecidas essas limitações, o estudo contribui para a agenda de pesquisa e de políticas públicas que leva a sério a hipótese de que pequenos gestos podem produzir efeitos relevantes sobre o bem-estar e a coesão social.

Referências

- Aknin, L. B. et al.** (2013). "Prosocial spending and well-being: Cross-cultural evidence for a psychological universal," *Journal of Personality and Social Psychology*, 104(4): 635–652.
- Albuquerque, A. S. e B. T. Tróccoli** (2004). "Desenvolvimento de uma escala de bem-estar subjetivo," *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 20(2): 153–164.
- Bedin, L. M. e J. C. Sarriera** (2014). "Propriedades psicométricas das escalas de bem-estar: PWI, SWLS, BMSLSS e CAS," *Avaliação Psicológica*, 13(2): 213–225.
- Dunn, Elizabeth W., Lara B. Aknin, e Michael I. Norton** (2008). "Spending money on others promotes happiness," *Science*, 319(5870): 1687–1688.
- Giacomoni, C. H.** (2004). "Bem-estar subjetivo: em busca da qualidade de vida," *Temas em Psicologia*, 12(1): 43–50.
- Graziano, Lillian D.** (2005). "A Felicidade Revisitada: um estudo sobre bem-estar-subjetivo na visão da Psicologia Positiva," Ph.D. dissertation, Universidade de São Paulo, Instituto de Psicologia.
- Kumar, A. e N. Epley** (2022). "A little good goes an unexpectedly long way: Underestimating the positive impact of kindness on recipients," *Journal of Experimental Psychology: General*, 151(9): 2108–2120.
- Martins, J. Z. et al.** (2023). "Intervenção no bem-estar subjetivo e psicológico de profissionais de segurança pública," *Avaliação Psicológica*, 22(3): .
- Medeiros, E. S. D.** (2020). "Bem-estar subjetivo sob a perspectiva da psicologia evolucionista e da psicologia positiva," Master's thesis, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal.
- Oliveira, C. et al.** (2016). "Bem-estar subjetivo: estudo de correlação com as forças de caráter," *Avaliação Psicológica*, 15(2): 177–185.
- Post, Stephen G.** (2005). "Altruism, happiness, and health: It's good to be good," *International Journal of Behavioral Medicine*, 12(2): 66–77.
- Pureza, J. R. et al.** (2012). "Psicologia positiva no Brasil: uma revisão sistemática da literatura," *Revista Brasileira de Terapias Cognitivas*, 8(2): 109–117.
- Ribeiro, C. A. C.** (2015). "Renda, relações sociais e felicidade no Brasil," *Dados – Revista de Ciências Sociais*, 58(1): 37–78.
- Siqueira, M. M. M. e V. A. R. Padovam** (2008). "Bases teóricas de bem-estar subjetivo, bem-estar psicológico e bem-estar no trabalho," *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 24(2): 201–209.

Soares, R. R., T. Dalboni, e J. Teixeira (2022). “Capital social e felicidade individual no Brasil,”
Economia Aplicada, 26(3): 247–274.





World Happiness Report (2025). “World Happiness Report 2025.”



The background features a dark blue color scheme with various data visualization elements. On the left, there is a bar chart with five bars of increasing height, with values 138, 178, 175, 172, and 190. A line graph with two upward-trending lines is overlaid on the bars. At the top center, a circular progress indicator shows 68%. To the right, another circular progress indicator shows 75%. Below these, there is a line graph with a downward trend and a sine wave. A network of blue dots and lines is visible on the right side.

idp

SGAS Quadra 607 - Módulo 49
Via L2 Sul, Brasília-DF
CEP: 70200-670

  /sejaidp
 (61) 3535-6565
 idp.edu.br