



Análise da Comunicação Governamental do Ministério da Felicidade do Dubai e Emirados Árabes Unidos no Ano 2017: Análise de Conteúdo com apoio com software WebQDA aos dados recolhidos no Corpus Latente

Diamantino José Teixeira Ribeiro ¹
António Pedro Costa ²
Jorge Remondes ³

RESUMO

A iniciativa inovadora do Governo do Dubai e dos Emirados Árabes Unidos de criar um Ministério da Felicidade vai de encontro das crescentes preocupações de alguns governantes e *policy makers* no sentido de orientar as suas estratégias e políticas para o bem-estar e felicidade dos cidadãos. O objetivo dos governos do Dubai e dos Emirados Árabes Unidos foi, entre outros, de implementar um Plano Nacional de Felicidade e Positividade. Paralelamente, os governantes pretenderam criar políticas de desenvolvimento sustentável (social e ambiental) de modo a que o bem-estar e a felicidade se apliquem às gerações atuais e futuras. Este estudo faz parte de um estudo alargado sobre o Ministério da Felicidade e sobre a comunicação governamental do mesmo. Neste trabalho, procede-se à análise de notícias publicadas no *corpus latente* no ano de 2017. O objetivo do trabalho é conhecer os projetos criados, compreender as estratégias de comunicação, quais as ferramentas utilizadas pelo Ministério da Felicidade para dar a conhecer as suas políticas e de que forma consegue transformar um conceito subjetivo em medidas reais. Em termos globais, pretende-se que o trabalho ajude a compreender qual o modelo de comunicação do Ministério da Felicidade e se esse modelo pode ser replicado com sucesso noutros países. Com base nos estudos realizados e na análise de conteúdo das notícias publicadas no período indicado, foi possível extrair como principal conclusão que além do papel informativo, a comunicação do Ministério da Felicidade tem um papel importante na construção de uma imagem positiva do governo.

Palavras-chave: Comunicação Governamental; Desenvolvimento Sustentável; Felicidade Interna Bruta; Ministério da Felicidade.

¹ Doutoramento em Economia pela Universidade de Évora Escola de Ciências Sociais, Évora, Portugal. Docente na Universidade Lusófona do Porto, Portugal. <https://orcid.org/0000-0002-7168-8821>. diamantinojtribeiro@gmail.com.

² Doutoramento pela Universidade de Aveiro, Portugal. Investigador (CIDTFF), Departamento de Educação e Psicologia da Universidade de Aveiro, Aveiro e Portugal. <https://orcid.org/0000-0002-4644-5879>. apcosta@ua.pt.

³ Doutoramento em Comunicação pela Universidade de Vigo, Espanha. CETRAD - Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento da UTAD - Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal. <https://orcid.org/0000-0002-5259-4379>. jorge@jorgeremondes.eu.

Diamantino José Teixeira Ribeiro; António Pedro Costa; Jorge Remondes

Os desafios da sociedade moderna, incluindo os de cariz político, têm vindo a forçar a necessidade de mudança dos velhos paradigmas económicos e sociais, levando os decisores políticos a olhar com maior atenção para a interação entre as metas económicas e as metas sociais, assim como para a interseção entre o setor público e o setor privado no que diz respeito às políticas relacionadas com o bem-estar geral dos cidadãos. Os governos têm vindo a reconhecer que necessitam de parceiros não governamentais para gerar resultados e sustentabilidade das suas medidas. Por outro lado, as organizações privadas têm de trabalhar de forma mais ágil, com um amplo conjunto de elementos e com objetivos bem definidos, de forma a satisfazer utilizadores ou clientes cada vez mais exigentes e conscientes, nomeadamente no que diz respeito pelos valores humanos e ambientais. Assim, pode dizer-se que a sociedade atual exige um reforço mútuo dos objetivos económicos, ambientais e sociais (Salgado 2011; Ribeiro 2019b).

Os próprios decisores, nomeadamente os relacionados com a política e a governação, estão conscientes das maiores problemáticas da atualidade e da necessidade de encontrar respostas urgentes para muitos dos problemas mais dramáticos que o mundo enfrenta, como sejam, as migrações em massa, as alterações climáticas, as guerras, a fome, o desemprego ou as desigualdades sociais.

A Organização das Nações Unidas aprovou em 25 de setembro de 2015⁴ a Agenda 2030, mais conhecida por SDG's - *Sustainable Development Goals* (ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentado, em português) com a finalidade de desenvolver e implementar metas concretas para minimizar as 17 áreas consideradas mais prementes da atualidade conforme Figura 1.

Do lado da evolução, a sociedade, vista em termos globais, atravessa um período ímpar no que diz respeito a fatores como o rendimento e a esperança média de vida, muito em resultado do avanço científico e tecnológico. A era digital faz antever progressos que poderão beneficiar toda a sociedade; a comunicação em rede, por si só, tem vindo a revelar-se um dos elementos mais marcantes da história humana. Com o aumento exponencial da conectividade e uma disponibilidade de dados, pode dizer-se que o mundo está a ficar rápido, mas também mais inteligente (Kunsch 2003).

Do lado da governação, já não basta prometer. Os governos têm de ser capazes de gerir enormes quantidades de dados para perceber as necessidades e desejos da população. Esses dados permitirão tomar melhores decisões e implementar políticas mais eficazes. Contudo, para alcançarem os objetivos dessas políticas, têm de conseguir comunicar de forma transparente e eficiente com os seus

⁴ Guia sobre o Desenvolvimento Sustentável. Disponível em:

http://www.forumdascidades.pt/sites/default/files/objetivos_de_desenvolvimento_sustentavel_0.pdf. Consultado em 15/8/2018.

Diamantino José Teixeira Ribeiro; António Pedro Costa; Jorge Remondes

concidadãos (Becker 2013). É neste contexto que se enquadra o estudo da comunicação governamental do governo do Dubai e dos Emirados Árabes Unidos, nomeadamente do Ministério da Felicidade. Um Ministério com uma missão totalmente inovadora que surgiu como consequência lógica de uma medida governamental implementada em 2014 (Ribeiro, Costa, and Remondes 2017). Essa medida inicialmente pretendia estudar o grau de felicidade dos cidadãos da jovem Federação de países⁵. Mais tarde, inspirada na medida original criada nos anos 70 pelo então Rei do Butão de criar um modelo de análise de desempenho do País, alternativo ao PIB, o IFB ou Índice de Felicidade Bruta, o governo do Dubai criou o Ministério da Felicidade (Salgado 2011; Ribero, Remondes, and Costa 2019).

Figura 1. Objetivos do Desenvolvimento Sustentável.



Fonte: Nações Unidas.

Considerou-se que esta iniciativa era merecedora de acompanhamento e aprofundamento ao nível académico, não só ao nível do conhecimento da tipologia de medidas que um governo poderá implementar para aumentar a felicidade e o bem-estar da sociedade que lidera, mas sobretudo ao nível do aprofundamento da comunicação realizada pelo governo para transmitir as medidas e ações para atingir os seus objetivos (Ribeiro, Costa, and Remondes 2020). O estudo pretendeu ainda perceber o modelo de comunicação utilizado por este governo e se o conjunto das iniciativas e da comunicação poderão vir a constituir uma ferramenta que possa ser utilizada por outros governos. Para compreender os mecanismos atrás descritos, foi realizada uma recolha das notícias publicadas pelo próprio governo e

⁵ Federação criada em 1971. Cf. United Arab Emirates History. Disponível em: <https://www.government.ae/en/about-the-uae/history>. Consultado em 17/9/2018.

Diamantino José Teixeira Ribeiro; Antônio Pedro Costa; Jorge Remondes

por órgãos noticiosos, no *corpus latente* em língua inglesa, para posterior análise de conteúdo com o apoio de software colaborativo de análise de dados qualitativos.

COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL

A comunicação governamental tem vindo a ser considerada uma área de investigação emergente no campo da comunicação política. Governar envolve necessariamente trocas constantes de informações e comunicações sobre políticas, ideias e decisões entre governantes e governados (Matos 1999). Apesar da importância fundamental para a política do século XXI, o estudo da comunicação governamental é uma área pouco investigada nos estudos de comunicação política, encontrando-se numa espécie de terra de ninguém entre comunicação política, relações públicas e investigação em comunicação organizacional (Canel and Sanders 2012). Os estudos de Graber (2003) são considerados uma grande contribuição para a compreensão do papel da comunicação governamental nos processos políticos. A partir desses estudos foram identificados cinco campos fundamentais e perspetivas metodológicas (Canel and Sanders 2012):

- Análise retórica do discurso político;
- Estudos de propaganda;
- Estudos de votação;
- Efeitos dos *mass media*;
- Interação de influência entre governo, imprensa e opinião pública.

Esses temas e abordagens metodológicas entrecruzam-se de facto, como referem Canel & Sanders (2012):

A interação da influência entre governo, imprensa e opinião pública pode ser abordada da perspetiva da análise retórica ou dos estudos de propaganda. Portanto, ao usar a descrição de Lin para examinar a contribuição da comunicação política para o estudo da comunicação governamental é preciso considerar que as preocupações temáticas geralmente se sobrepõem e que várias abordagens metodológicas podem ser aplicadas (Canel and Sanders 2012, 20).

De um modo geral, com base em Canel & Sanders (2012), as cinco principais ações temáticas que podem ser extraídas a partir da comunicação política, são:

- A comunicação executiva;
- O desenvolvimento de uma campanha permanente;
- A publicidade do governo;
- A estrutura e organização da comunicação governamental;

Diamantino José Teixeira Ribeiro; António Pedro Costa; Jorge Remondes

- O desenvolvimento de estratégias de gestão de notícias.

Governar implica necessariamente o princípio da publicidade em dois sentidos: primeiro, existe sempre um ambiente institucional público, mesmo nos regimes mais autoritários; segundo, independentemente das realidades políticas, quase sempre se afirma que o governo é constituído com base no consentimento direto ou indireto do povo e incumbido por este para cumprir a sua vontade (Puddington 2009).

Assim, em termos concetuais, a comunicação governamental refere-se aos objetivos, papel e prática da comunicação implementada por políticos, executivos e funcionários de instituições públicas ao serviço de uma lógica política e que eles próprios são constituídos com base no consentimento indireto ou direto do povo e são encarregues de promulgar a sua vontade (Canel and Sanders 2011). A definição apresentada inclui a comunicação presidencial ou ministerial bem como a comunicação de responsáveis autárquicos (Canel and Sanders 2011).

Além do papel informativo, a comunicação governamental contribui à partida para a construção de uma imagem positiva do governo. No entanto, Graber (2003) faz notar que criar imagens políticas favoráveis, é por vezes, mais uma questão de retórica do que apresentar propostas substantivas (Graber 2003).

FELICIDADE COMO POLÍTICA GOVERNAMENTAL

Em julho de 2011 a Assembleia Geral da ONU pediu aos Estados Membros das Nações Unidas que adotassem medidas que dessem mais importância à felicidade e ao bem-estar como meios para alcançar e medir o desenvolvimento social e económico⁶. De acordo com a Resolução da sessão realizada no dia 19 de julho de 2011, “a busca da felicidade é uma meta humana fundamental” e incorpora o espírito das metas acordadas globalmente, conhecidas como “Objetivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM)”⁷. O mesmo documento refere que os Estados Membros também saudaram o contributo do Butão, que utiliza o Índice de Felicidade Bruta (FIB) em vez do Produto Interno Bruto (PIB) como indicador de sucesso, para convocar um painel de discussão sobre o tema felicidade e bem-estar na Assembleia-Geral seguinte (realizada em setembro do mesmo ano). A resolução salienta que o indicador do PIB não foi desenhado com esse objetivo e não reflete

⁶ Happiness should have greater role in development policy – UN Member States. Disponível em: <https://news.un.org/en/story/2011/07/382052>. Consultado em 12/7/2018

⁷ Objetivos de Desenvolvimento do Milénio. Millennium Development Goals. Disponível em: https://www.undp.org/content/undp/en/home/sdgoverview/mdg_goals.html. Consultado em: 12/7/2018

Diamantino José Teixeira Ribeiro; Antônio Pedro Costa; Jorge Remondes

adequadamente a felicidade e o bem-estar das pessoas de um país e que os padrões insustentáveis de produção e consumo podem impedir o desenvolvimento sustentável⁸.

O Butão, um pequeno país situado na Ásia, entre a China e a Índia, continua a ser bastante misterioso para muitos ocidentais, muito devido ao número limitado de vistos de entrada anuais para fins turísticos e respetivos custos⁹. Para os governantes do Butão, uma parte significativa da população global desenvolveu um modo de vida que não é racional nem sustentável. O ex-Primeiro Ministro deste país dos Himalaias, *Jigmi Y. Thinley*, salientou no seu discurso à Assembleia-Geral da Organização das Nações Unidas (ONU) que, desde o início da década de 1970, o Butão segue uma filosofia de trabalhar em direção à felicidade interna bruta como um indicador de sucesso, em vez do produto interno bruto (PIB)¹⁰. De realçar que a referida Assembleia Geral da ONU (realizada em julho de 2011) adotou uma resolução que reconheceu a felicidade como um “objetivo humano fundamental” e apelou a “uma abordagem mais inclusiva, equitativa e equilibrada do crescimento económico que promova a felicidade e o bem-estar de todos os povos”.

Em 2012, ocorreu a primeira Conferência (de sempre) da ONU sobre Felicidade e a Assembleia Geral da ONU adotou uma outra resolução que decretou que o Dia Internacional da Felicidade seria observado todos os anos no dia 20 de março¹¹. A primeira comemoração teve lugar em 2013¹².

Em 2014, o Dubai criou o ‘Indicador de Felicidade’ (*Happiness Meter*), tendo sido a primeira cidade do mundo a medir a interatividade a felicidade dos seus residentes e visitantes como divulgou na altura *His Highness Sheikh Mohammed bin Rashid Al Maktoum*¹³. Posteriormente (em 2016), este governante, surpreendeu o mundo com a criação do Ministério da Felicidade com o objetivo de

⁸ Happiness should have greater role in development policy – UN Member States. Disponível em: <https://news.un.org/en/story/2011/07/382052>. Consultado em 7/6/2018

⁹ Traveling in Bhutan. Disponível em: <https://www.tripsavvy.com/how-to-travel-to-bhutan-1539176>. Consultado em 12/7/2018

¹⁰ Bhutan, at UN, hits out at impact of consumerism on scarce natural resources. 26 September 2008. Disponível em: <https://news.un.org/en/story/2008/09/275342>. Consultado em 13/9/2018

¹¹ International Day of Happiness - Your Happiness is part of something bigger This campaign is a global celebration to mark the United Nations International Day of Happiness. It is coordinated by Action for Happiness, a non-profit movement of people from 160 countries, supported by a partnership of like-minded organizations. Disponível em: <https://www.dayofhappiness.net/about>. Consultado em 5/7/2018

¹² “International Day of Happiness has struck a chord. There were celebrations all over the world: meditation in Bhutan, happy flash mobs in London, laughter yoga in Hong Kong and screenings of the film Happy in coffee shops all over the world. The day had a trending hashtag on twitter and its own website dayofhappiness.net” — USA Today (March 2013). Disponível em: <https://worldnewspapersco.wordpress.com/?s=USA+Today%2C+March+2013+International+Happiness+Day&submit=Search>. Consultado em 12/7/2018

¹³ Smart Dubai. Disponível em: <https://happinessportal.dubai.ae/en/Pages/default.aspx>. Consultado 11/7/2018

Diamantino José Teixeira Ribeiro; António Pedro Costa; Jorge Remondes

promover a Felicidade na sociedade dos Emirados Árabes Unidos. Desde essa data têm sido criadas e implementadas inúmeras estratégias e ações sob a liderança da Ministra *Her Excellency Oboud bint Khalfan Al Roumi*¹⁴ e tem vindo a ser demonstrado que é possível implementar políticas baseadas em conceitos altamente subjetivos como a felicidade e o bem-estar (Ribeiro 2019a). Estas políticas vão buscar a sua origem ao conceito criado pelo Rei *Jigme Singye Wangchuck* do Butão (Gomes 2013). De conteúdo filosófico, o Índice de Felicidade Bruta (IFB) ganhou um cariz ideológico e influenciou de certa maneira a progressiva maturação política e a modernização; o crescimento económico passou a ser sinónimo de desenvolvimento humano sustentável (Gomes 2013). Esta ideologia tem vindo a ganhar visibilidade mundial e é destacada por eminentes académicos como o co-editor do *World Happiness Report*¹⁵, Prof. Jeffrey Sachs¹⁶:

(...) chegou a altura de repensar as origens básicas da felicidade na nossa vida económica. A implacável procura de rendimentos mais elevados está a provocar uma desigualdade e ansiedade sem precedentes, em vez de gerar mais felicidade e satisfação. O progresso económico é importante e pode melhorar, de forma significativa, a qualidade de vida, mas apenas se for acompanhado pela busca de outros objetivos. Neste aspeto, o Reino do Butão tem vindo a destacar-se. Há quarenta anos, o quarto rei do Butão, novo e acabado de chegar, fez uma escolha notável: o Butão deve preocupar-se com a “felicidade nacional bruta” e não com o produto interno bruto (PIB). Desde aí o país tem seguido uma visão alternativa e holística do desenvolvimento que dá ênfase não apenas ao crescimento económico, mas também à cultura, à saúde mental, à compaixão e à comunidade (Gomes 2013, 73).

METODOLOGIA

Conforme referido, neste trabalho pretende-se compreender por um lado como é possível partir de conceitos abstratos para criar medidas concretas, tornando-as políticas e metas governamentais e de que forma se consegue envolver os organismos públicos e privados e por outro como essas políticas são comunicadas. Para concretizar estes propósitos, optou-se pela metodologia de análise qualitativa. Aplicou-se a técnica de análise de conteúdo aos dados recolhidos no *corpus latente*; esta técnica vem sendo cada vez mais utilizada no âmbito da análise de dados provenientes do *corpus latente*, incluindo das redes sociais (Costa 2016; Costa, Reis, and Souza 2014). Atualmente, a internet

¹⁴ Minister of State for Happiness and Wellbeing. Disponível em: <https://www.uaecabinet.ae/en/details/cabinet-members/her-excellency-ohoud-bint-khalfan-al-roumi>. Consultado em 15/7/2018.

¹⁵ The 2012 World Happiness Report, published by the Earth Institute and co-edited by the institute’s director, Jeffrey Sachs, reflects a new worldwide demand for more attention to happiness and absence of misery as criteria for government policy. It reviews the state of happiness in the world today and shows how the new science of happiness explains personal and national variations in happiness. Disponível em: <https://worldhappiness.report/ed/2012/>. Consultado em 11/7/2018.

¹⁶ Jeffrey D. Sachs é o diretor do “*The Earth Institute*”, Professor de Desenvolvimento Sustentável, e professor de Política de Saúde e Gestão da Universidade de Columbia. Ele é conselheiro especial do Secretário-Geral das Nações Unidas, Ban Ki-moon, para os Assuntos de Desenvolvimento do Milénio, tendo ocupado a mesma posição do ex-secretário-geral da ONU, Kofi Annan. É diretor da Rede Soluções de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas. É, ainda, co-fundador e Chefe de Estratégia da *Millennium Promise Alliance*, e é diretor do Projeto Aldeias do Milénio. Sachs é também membro da Comissão de Banda Larga ITU / UNESCO para o Desenvolvimento. Disponível em: <https://www.jeffsachs.org/>. Consultado em 21/8/2018.

Diamantino José Teixeira Ribeiro; Antônio Pedro Costa; Jorge Remondes

disponibiliza formas de transmissão de conteúdos, cabendo aos investigadores pesquisar esses mesmos recursos (Pina, Neri de Souza, and Leão 2013). Na era da informação, a comunicação em rede faz parte do quotidiano da sociedade atual na qual cada um de nós pode ter acesso rápido à produção de informação através da internet (Castells 2008). Bardin (2009) propôs nos anos 70, a análise de conteúdo como técnica da análise qualitativa, assente em três processos, ou fases, entendidas como necessárias para realizar a análise de conteúdo: 1. pré-análise; 2. exploração do material; 3. tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

Tendo presente a proposta de Bardin (2009) e utilizando a proposta sugerida por (Costa and Amado 2018), a análise de conteúdo seguiu as seguintes etapas:

- Definição do problema, objetivos do trabalho e bases teóricas
- Organização das informações recolhidas
- Leitura da informação
- Categorização e codificação
- Formulação de questões
- Análise de matrizes
- Apresentação dos resultados

Seguindo estas coordenadas, começou-se por recolher as notícias publicadas, em língua inglesa, durante o ano de 2017 nos *media online* e no *website* oficial do governo dos EAU relativas ao Ministério da Felicidade. Os textos foram organizados por datas e traduzidos para português. A análise dos textos foi realizada com o suporte da ferramenta colaborativa de análise de conteúdo, o *software webQDA* (Costa et al. 2018; Costa, Linhares, and Souza 2014; Costa, Moreira, and Souza 2019). A ferramenta permitiu codificar e extrair os principais elementos de cada texto, bem como, os conceitos em destaque nos mesmos. A partir daí, procedeu-se à análise e discussão dos resultados obtidos sobre cada um dos textos.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DE DADOS

Dos textos recolhidos no *corpus latente*, selecionaram-se treze, considerados os mais significativos. A Tabela 1 apresenta um resumo dos títulos, datas e fontes.

Com o apoio do *software* extraíram-se várias categorias a partir dos textos de cada notícia. As principais categorias são as seguintes:

Diamantino José Teixeira Ribeiro; António Pedro Costa; Jorge Remondes

- Felicidade;
- Bem-estar;
- Positividade;
- Medição.

Tabela 1. Resumo descritivo dos textos selecionados.

Texto	Data	Título	Fonte
1	5 de março de 2017	Festival da Felicidade	whatson.ae
2	19 de março de 2017	Felicidade nos Governos do Golfo (pré-anúncio do dia internacional da Felicidade)	gulfbusiness.com
3	20 de março de 2017	Intervenção da Ministra da Felicidade no Painel da ONU sobre Felicidade	un.int
4	9 de abril de 2017	O que pretendem os Emirados Árabes Unidos	Khaleejtimes.com
5	9 de abril de 2017	O que os EAU estão a fazer para tornar os habitantes felizes	khaleejtimes.com
6	14 de abril de 2017	Os EAU investiram muito tempo e recursos no bem-estar subjetivo dos seus habitantes	edition.cnn.com
7	15 de abril de 2017	O objetivo de Felicidade para todos é realista?	lovindubai.com
8	22 de maio de 2017	Primeiro grupo de participantes formados pelo Programa de Felicidade e Positividade	wam.ae
9	19 de agosto de 2017	Ministra da Felicidade traz sorriso às caras dos jovens pacientes no dia do voluntariado	thenational.ae
10	15 de outubro de 2017	Convite para Omã participar na 2ª edição do Diálogo Mundial sobre a Felicidade	timesofoman.com
11	6 de novembro de 2017	O projeto da Felicidade.... evidências	brunswickgroup.com
12	29 de novembro de 2017	Ministério da Felicidade dos EAU trabalha com a Universidade de Birmingham no projeto "Happiness"	birmingham.ac.uk
13	1 de dezembro de 2017	Discurso da Ministra da Felicidade no 46º Dia Nacional dos EAU	mocaf.gov.ae

Fonte: Os Autores.

Importa, então, compreender o que se cada uma destas categorias, no contexto da pesquisa. Para John Helliwell¹⁷, a felicidade não deve ser vista como um objetivo pessoal, mas como o resultado positivo de uma vida bem vivida. Para Layard (2006), a felicidade é uma nova ciência cuja questão central é seguinte: se realmente quiséssemos ser mais felizes, o que faríamos de diferente? Primeiro,

¹⁷ Professor Emeritus of the Economics Department at UBC. Disponível em: <https://support.ubc.ca/successstories/ubc-researcher-studies-world-happiness/>. Consultado em 22/8/2019.

Diamantino José Teixeira Ribeiro; Antônio Pedro Costa; Jorge Remondes

teríamos de ver claramente quais as condições que geram felicidade e depois orientar todos os nossos esforços para produzi-las. Até há pouco tempo havia poucas evidências científicas para dar uma boa resposta a essa pergunta essencial, mas Layard (2006) demonstra que, graças às ideias integradas de psicologia, sociologia, economia aplicada e outros campos, é possível obter algumas conclusões concretas e surpreendentes. A felicidade é um roteiro esclarecedor, fundamentado em pesquisas aprofundadas, com o objetivo de criar uma vida melhor e mais feliz para todos nós (Layard 2006).

Quanto ao bem-estar, autores como (Seligman 2011; Seligman and Csikszentmihalyi 2000; Ribeiro 2019a), defendem que o bem-estar é um resultado positivo de enorme significado para as pessoas e para muitos setores da sociedade; ele transmite a percepção das pessoas sobre a evolução positiva da sua vida. Boas condições de vida (por exemplo, casa, emprego) são fundamentais para o bem-estar. A medição dessas condições é importante para as políticas públicas; no entanto, muitos indicadores que medem as condições de vida não medem o que as pessoas pensam e sentem sobre suas vidas, como a qualidade dos seus relacionamentos, as suas emoções e resiliência positivas, a realização de seu potencial ou a satisfação geral com a vida - ou seja, 'bem-estar' (Ribeiro, Laranjeira, and Remondes 2019) Outros autores, entre os quais, Ribeiro (2019b), Tkach & Lyubomirsky (2006) e Lama (2000), defendem que o bem-estar geralmente inclui julgamentos globais sobre a satisfação com a vida e sentimentos que vão da depressão à alegria.

A definição de positividade remete para a psicologia positiva. A missão da psicologia positiva é entender e promover os fatores que permitem que indivíduos, comunidades e sociedades floresçam (Seligman and Csikszentmihalyi 2000). Seis fatos científicos são evidenciados pela principal especialista mundial em positividade Barbara Fredrickson¹⁸; no seu entender, a positividade:

- cria emoções positivas;
- a positividade muda como a mente individual funciona;
- transforma o futuro;
- coloca um travão na negatividade;
- obedece a um ponto de inflexão;
- a positividade pode ser aprendida e cultivada.

¹⁸ Barbara L. Fredrickson, Ph.D. Kenan Distinguished Professor; Department of Psychology and Neuroscience; University of North Carolina at Chapel Hill; Director, Positive Emotions and Psychophysiology Laboratory; President, International Positive Psychology Association. Disponível em: <https://www.authentichappiness.sas.upenn.edu/faculty-profile/barbara-l-fredrickson-phd>. Consultado em 12/3/2019.

Diamantino José Teixeira Ribeiro; António Pedro Costa; Jorge Remondes

Por último, a medição da felicidade, positividade e bem-estar, neste contexto, está relacionada com o trabalho desenvolvido inicialmente pela equipa de Joseph Stiglitz¹⁹ que no denominado Stiglitz Report propuseram os parâmetros de medição do bem-estar subjetivo²⁰

vivemos em um mundo de métricas, onde quantificamos constantemente o nosso progresso, o nosso sucesso. O que medimos afeta o que fazemos. Se medirmos a coisa errada, faremos a coisa errada. Se não medirmos algo, ele será negligenciado, como se o problema não existisse. Se não medirmos a desigualdade ou a degradação ambiental, é menos provável que atendamos a essas preocupações. Obviamente, as medidas sempre serão imperfeitas. Esse não é o problema. A verdadeira questão é: elas podem ser enganadoras? E, claro, mesmo que as medidas sejam imperfeitas, não podemos ficar sem elas. Não se pode imaginar pilotar um avião sem um painel de instrumentos, também não podemos imaginar gerir uma economia sem um painel de indicadores. (...) precisávamos de um painel para entender melhor cada um dos mostradores e de desenvolver novos mostradores para problemas importantes que ainda eram medidos inadequadamente (Stiglitz, Fitoussi, and Durand 2018, 23).

Retomando a análise de conteúdo, com base nas categorias listadas anteriormente, o *software* forneceu o número ocorrências, isto é, a quantidade de vezes que cada uma dessas palavras aparece inscrita em cada texto, conforme demonstra a Tabela 2.

Tabela 2. Categorias e respetivas ocorrências por cada texto (ano 2017).



Fonte: Os Autores.

¹⁹ Joseph E. Stiglitz, University Professor at Columbia University, is the co-winner of the 2001 Nobel Memorial Prize, former chairman of the President’s Council of Economic Advisers, and former Chief Economist of the World Bank. His most recent book is *People, Power, and Profits: Progressive Capitalism for an Age of Discontent*. Disponível em: <https://www.project-syndicate.org/columnist/joseph-e-stiglitz>. Consultado em 12/9/2019.

²⁰ Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress. Disponível em: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/118025/118123/Fitoussi+Commission+report>. Consultado em 12/9/2019

Diamantino José Teixeira Ribeiro; Antônio Pedro Costa; Jorge Remondes

Conforme se observa na Tabela 2, a categoria felicidade, é a que apresenta maior quantidade de ocorrências, estando presente em todos os textos, mas com especial incidência no texto 2, aliás como se pode constatar dos principais conteúdos extraídos sobre a categoria felicidade:

- “Melhorar a Felicidade é o principal papel do Governo e queremos que o Governo do Dubai crie planos para garantir a Felicidade na sociedade por meio de políticas, serviços e programas inovadores. Garantindo que a Felicidade seja um objetivo fundamental em todas as etapas do processo de formulação de políticas”. Queremos tornar a Felicidade sustentável uma realidade na sociedade. A Felicidade é a bússola do Plano de Dubai 2021 e temos trabalhado nos últimos anos para medi-la em diferentes setores da sociedade. É o principal indicador que demonstrará o sucesso dos nossos planos.” (Texto 7 / Ref.4)
- “Há uma ampla evidência que mostra que a Felicidade é uma medida eficaz do progresso social e merece ser o objetivo da política pública.” (Texto 11 / Ref.1)
- “O professor Sir David Eastwood disse: “A Universidade de Birmingham tem a honra de trabalhar com o Ministério da Saúde e Prevenção de Dubai para explorar novas parcerias que possam vir a ajudar a desenvolver a Felicidade das pessoas no Dubai.” (Texto 12 / Ref.3)
- “A Ministra de Estado da Felicidade, Al Roumi, disse que os Emirados Árabes Unidos, que comemoram o seu 46º Dia Nacional, podem orgulhar-se do excelente registo de realizações e desenvolvimentos feitos a todos os níveis, numa tentativa de alcançar Felicidade e bem-estar para os membros da comunidade.” (Texto 13 / Ref.1)

No que diz respeito à categoria positividade, das 29 ocorrências, destacam-se as seguintes:

- “Alocar tempo nos organismos federais para atividades de Felicidade e Positividade: estas visam inculcar Felicidade e Positividade dentro ou fora dessa entidade para garantir a Felicidade da comunidade.” (Texto 2 / Ref.4)
- “Felicidade e Positividade nos EAU são um estilo de vida, um compromisso do Governo e um espírito que une a comunidade EAU.” (Texto 4 / Ref.2)
- “Encorajando as pessoas a permanecerem otimistas, a Ministra da Felicidade dos Emirados Árabes Unidos, Al Roumi, disse durante as jornadas da Felicidade que a Positividade é uma perspetiva. “Positividade é o par de óculos através do qual cada um vê o mundo. Se os óculos são escuros, vê o mundo cheio de desastres e maldades, mas

Diamantino José Teixeira Ribeiro; António Pedro Costa; Jorge Remondes

com uma visão positiva vemos o mundo cheio de Positividade, conquistas e Felicidade; até veremos os desafios como oportunidades.” (Texto 5 / Ref.2).

Sobre a categoria bem-estar, registaram-se 10 ocorrências (%) nos 13 textos seleccionados, colocam-se em evidência algumas das frases mais marcantes:

- “A Agenda Nacional da Felicidade expressou o compromisso do Governo dos EAU - através de políticas, planos, projetos e serviços de elevada qualidade - de estabelecer um ambiente que garanta a Felicidade e o bem-estar da sociedade.” (Texto 4 / Ref.5)
- “A Ministra de Estado da Felicidade, Al Roumi, disse que os Emirados Árabes Unidos, que comemoram o seu 46º Dia Nacional, podem orgulhar-se do excelente registo de realizações e desenvolvimentos feitos a todos os níveis, numa tentativa de alcançar Felicidade e bem-estar para os membros da comunidade.” (Texto 13 / Ref.1)

Das restantes categorias, optou-se por colocar em evidência, alguns aspetos relacionados com a categoria medição, dado que ela vem corroborar a observação de que o acompanhamento dos resultados das ações implementadas e do grau de satisfação dos cidadãos nativos e estrangeiros é uma preocupação das entidades governamentais. O facto de a categoria registar 27 ocorrências nos 13 textos reforça esta observação:

- “Há um crescente reconhecimento de que a forma como temos medido o progresso - em termos de PIB puro - é inadequada”, diz Mei Wiking, CEO do Happiness Research Institute, na Dinamarca.” (Texto 2 / Ref.1)
- “O conselho lançará anualmente um Relatório Global de Felicidade, no Dia Internacional da Felicidade (20 de março) para enviar uma mensagem positiva dos Emirados Árabes Unidos para o mundo.” (Texto 4 / Ref.10)
- “A visão da Smart Dubai é que o Dubai seja a cidade mais feliz e a cidade tecnologicamente mais avançada do mundo. O seu próximo passo é avaliar emoções mais profundas através da tecnologia.” (Texto 6 / Ref.6)
- (...) A Felicidade é a bússola do Plano de Dubai 2021 e temos trabalhado nos últimos anos para medi-la em diferentes setores da sociedade. É o principal indicador que demonstrará o sucesso dos nossos planos.” (Texto 7 / Ref.4)

Diamantino José Teixeira Ribeiro; António Pedro Costa; Jorge Remondes

- “Na ONU, o Relatório Mundial da Felicidade produzido anualmente desde 2012, vem classificando os países com base na Felicidade de seu povo - a Noruega chegou ao topo da lista este ano.” (Texto 11 / Ref.3).

A análise do conteúdo permitiu inferir que a felicidade, o bem-estar e a qualidade de vida lideram os temas das notícias, não apenas nos títulos, mas também nos conteúdos das mesmas. Logo, através da comunicação do Ministério da Felicidade observa-se que o governo entende tal como Layard (2006) e Ribeiro (2019a) que, a felicidade não deve ser vista apenas como um objetivo pessoal, chamando para si a tarefa de tornar os seus cidadãos mais felizes.

Os dados permitiram também observar que, na comunicação do Ministério da Felicidade, o conceito de felicidade surge muito frequentemente associado ao de bem-estar, na linha do que defendem Ribeiro (2019b) e Layard (2006). Entende-se que esta é uma ligação natural, dado que o conceito transmite a percepção das pessoas sobre a evolução positiva da sua vida (Seligman 2011; Seligman and Csikszentmihalyi 2000).

A positividade é o conceito que, de acordo com muitos dos dados analisados, mais tem vindo a ser associado ao conceito de felicidade no contexto da comunicação governamental do governo do Dubai e dos Emirados Árabes Unidos. Um dos documentos mais importantes desde a criação do Ministério da Felicidade foi o Plano Nacional de Felicidade e Positividade²¹, por exemplo. Nos textos analisados, destaca-se a referência já evidenciada: a “Felicidade e Positividade nos EAU são um estilo de vida, um compromisso do Governo e um espírito que une a comunidade EAU (Texto 4 / Ref.5)”.

Através da análise de conteúdo, verificou-se ainda que a medição é um tema subjacente ao projeto do governo, logo, depreende-se que o governo mantém a política de medir a felicidade e o bem-estar dos cidadãos e dos estrangeiros residentes e visitantes, já implementada desde 2014. Com a criação do Ministério da Felicidade, o objetivo da responsável do mesmo, foi de conseguir resultados mensuráveis²², tendo para tal criado uma série de ações com o objetivo de tornar a sociedade mais feliz. A preocupação da Ministra da Felicidade está alinhada com a perspetiva de Stiglitz, Fitoussi, & Durand (2018) de que vivemos num mundo de métricas, onde quantificamos constantemente o nosso progresso, o nosso sucesso, bem como com a visão de Layard (2006) e Ribeiro (2019b), que defendem

²¹ Mohammed bin Rashid: Happiness & Positivity are lifestyle, government commitment and a spirit uniting UAE community. Disponível em: <https://www.uaecabinet.ae/en/details/news/mohammed-bin-rashid-happiness-positivity-are-lifestyle-government-commitment-and-a-spirit-uniting-uae-community>. Consultado em 20/8/2019

²² Al Roumi: National Happiness and Positivity Programme eyes measurable results. Disponível em: <https://www.uaecabinet.gov.ae/en/details/news/al-roumi-national-happiness-and-positivity-programme-eyes-measurable-results>. Consultado em 12/8/2019

Diamantino José Teixeira Ribeiro; Antônio Pedro Costa; Jorge Remondes

que a felicidade é um roteiro esclarecedor, fundamentado em pesquisas aprofundadas, com o objetivo de criar uma vida melhor e mais feliz para todos nós.

No global, a análise permitiu verificar que o governo lançou uma série de ações e que a Ministra responsável pelo Ministério da Felicidade teve uma agenda ativa na divulgação dessas ações, as quais tiveram eco nos media. O estudo permitiu ainda inferir que existe uma forte preocupação do governo em publicitar as intenções ou iniciativas deste Ministério e que a comunicação segue alguns dos parâmetros da concetualização da comunicação política descritos por (Canel and Sanders 2011).

Por fim, de referir que ao seguir as coordenadas e os passos sugeridos por Bardin (2009) e por Costa & Amado (2018), conforme descrito no Capítulo 4, foi possível manter o trabalho estruturado e, do nosso ponto de vista, o recurso a uma ferramenta tecnológica, permitiu obter uma maior fiabilidade dos resultados.

CONCLUSÃO

A ambição dos governos, de acordo com o líder máximo do Dubai, o *Sheik Muhammed Al Maktoum*, é tocar a vida de cada indivíduo para assim conseguir uma vida mais feliz para todos. Trata-se aparentemente de uma utopia, mas na realidade, o governo tem vindo a criar uma série de políticas, iniciativas e ações centradas nos conceitos de felicidade, bem-estar e positividade, como se demonstrou nos resultados obtidos a partir da amostra de treze textos.

No geral, pode considerar-se que o governo do Dubai e dos Emirados Árabes Unidos tem vindo dar uma maior visibilidade e dimensão ao conceito de felicidade como política governamental, criado no longínquo Reino do Butão. Isto mesmo se demonstrou pelas ações levadas a cabo e participações da Ministra da Felicidade em eventos de ordem pública, privada, local e internacional, incluindo o recurso a parcerias com instituições de referência mundial, como é o caso da Universidade de Birmingham (Cf. notícia nº 12).

A partir do estudo realizado e dos resultados obtidos na análise de conteúdo, entende-se que é admissível concluir que no caso do Ministério da Felicidade, além do papel informativo, a comunicação governamental pretende contribuir para a construção de uma imagem positiva do governo. Logo, não se aplicará a visão de Graber (2003), quando defende que a criação de imagens políticas favoráveis, é por vezes, mais uma questão de retórica do que apresentar propostas substantivas. Neste caso, apesar da subjetividade envolvida, entende-se que o Ministério da Felicidade tem apresentado propostas muito concretas, fazendo publicidade das mesmas como referem Canel & Sanders (2011) e Puddington

Diamantino José Teixeira Ribeiro; António Pedro Costa; Jorge Remondes

(2009). Apesar disso, entende-se que, nesta fase, ainda não é claro o modelo de comunicação preconizado pelo governo nem existem dados para perceber se será possível replicá-lo noutros países. No entanto, são seguidos vários cânones da comunicação política como anteriormente descrito.

Com o objetivo de consolidar o estudo que se vem realizando desde 2016, prevê-se dar continuidade através da análise das notícias relativas aos anos de 2018 e 2019 e, eventualmente, analisar alguns documentos estratégicos, tais como a Agenda para a Felicidade do Dubai e EAU, entretanto publicados pelo governo relativos às políticas de felicidade e bem-estar.

REFERÊNCIAS

- Bardin, Laurence. 2009. *Análise de Conteúdo*. 3rd ed. Lisboa: Edições 70.
- Becker, Maria Lúcia. 2013. “Inclusão Digital e Governo Eletrônico No Brasil: Após 20 Anos, Muitos Desafios.” *Ação Midiática – Estudos Em Comunicação, Sociedade e Cultura.*, no. 6 (December). <https://doi.org/10.5380/am.v0i6.34376>.
- Canel, Maria José, and Karen Sanders. 2011. “Government Communication.” *International Encyclopedia of Communication Online*.
- . 2012. “Government Communication: An Emerging Field in Political Communication Research.” *The SAGE Handbook of Political Communication*, 85–96. <https://doi.org/10.4135/9781446201015.n8>.
- Castells, Manuel. 2008. “The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance.” *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616 (1): 78–93. <https://doi.org/10.1177/0002716207311877>.
- Costa, António Pedro. 2016. “Cloud Computing Em Investigação Qualitativa: Investigação Colaborativa Através Do Software WebQDA.” *Fronteiras: Journal of Social, Technological and Environmental Science* 5 (2): 153. <https://doi.org/10.21664/2238-8869.2016v5i2.p153-161>.
- Costa, António Pedro, and João Amado. 2018. *Content Analysis Supported by Software*. Aveiro: Ludomédia.
- Costa, António Pedro, Ronaldo Linhares, and Francislê Neri de Souza. 2014. “Possibilidades de Análise Qualitativa No WebQDA e Colaboração Entre Pesquisadores Em Educação Em Comunicação.” *Infoinclusão e as Possibilidades de Ensinar e Aprender*, 205–15.
- Costa, António Pedro, António Moreira, and Francislê Neri Souza. 2019. “WebQDA - Qualitative Data Analysis.” Aveiro - Portugal: Aveiro University and MicroIO.
- Costa, António Pedro, Luís Paulo Reis, and Francislê Neri de Souza. 2014. “Investigação Qualitativa Para Sistemas e Tecnologias de Informação.” *RISTI - Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, no. E2 (September). <https://doi.org/10.17013/risti.e2.ix-xii>.
- Costa, António Pedro, Francislê Neri de Souza, António Moreira, and Dayse Neri de Souza. 2018. “WebQDA 2.0 Versus WebQDA 3.0: A Comparative Study About Usability of Qualitative Data

Diamantino José Teixeira Ribeiro; António Pedro Costa; Jorge Remondes

Analysis Software.” In , 229–40. https://doi.org/10.1007/978-3-319-58965-7_16.

Gomes, Paulo Sérgio Ferreira. 2013. “O Botão Na Ordem Mundial Do Reconhecimento Da Sua Identidade Nacional á Influência Nas Relações Externas O.”

Graber, Doris A. (Doris Appel). 2003. *The Power of Communication : Managing Information in Public Organizations*. Congressional Quarterly.

Kunsch, M. 2003. *Planejamento de Relações Públicas Na Comunicação Integrada*. São Paulo: Summus.

Lama, Dalai. 2000. “A Arte Da Felicidade. Um Manual Para a Vida.” Brasil: Edições Martins Fontes.

Layard, R. 2006. *Happiness: Lessons from a New Science*. Edited by Penguin Books 2005. *Counselling and Psychotherapy Research*. Vol. 6. <https://doi.org/10.1080/14733140600986227>.

Matos, Heloiza. 1999. *Comunicação Pública Interlocuções, Interlocutores e Perspectivas*. Edited by Ed. ECA/USP. S. Paulo.

Pina, Antonio Ramón Bartolomé, Francislê Neri de Souza, and Marcelo Carneiro Leão. 2013. “Investigación Educativa a Partir de La Informacion Latente En Internet.” *Revista Eletrônica de Educação* 7 (2): 301–16.

Puddington, Arch. 2009. “Freedom in the World 2009 The Annual Survey of Political Rights & Civil Liberties.” New Yoirk.

Ribeiro, Diamantino José Teixeira. 2019a. *A Piramide Da Felicidade*. Porto: Edição própria.

———. 2019b. “Economia Da Felicidade.” In *Dicionário de Educação Para o Empreendedorismo*, edited by Jacinto Jardim and José Eduardo Franco, 757. Gradiva.

Ribeiro, Diamantino José Teixeira, António Pedro Costa, and Jorge Remondes. 2017. “Comunicação Do Ministério Da Felicidade Dos Emirados Árabes Unidos. Análise de Dados Qualitativos Disponíveis Na Internet.” *Atas Do 6º Congresso Ibero-Americano Em Investigação Qualitativa (Volume 3 - Investigação Qualitativa Em Ciências Sociais)* 3: 686–91. <https://proceedings.ciaiq.org/index.php/ciaiq2017/article/view/1443>.

———. 2020. “Government Communication - The Dubai and United Arab Emirates Ministry of Happiness.” In , 226–38. https://doi.org/10.1007/978-3-030-31787-4_19.

Ribeiro, Diamantino José Teixeira, Erika Laranjeira, and Jorge Remondes. 2019. “Creation of the ‘Happiness 360’ Model: Qualitative Analysis from Survey Responses.” *Fronteiras: Journal of Social, Technological and Environmental Science* 8 (1): 93–112. <https://doi.org/10.21664/2238-8869.2019v8i1.p93-112>.

Ribero, Diamantino José Texeira, Jorge Remondes, and António Pedro Costa. 2019. “Comunicação Governamental: O Exemplo Do Ministério Da Felicidade Dos Emirados Árabes Unidos.” *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, no. 44: 54–72. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i44.04>.

Salgado, P. 2011. *Relações Públicas Estratégicas: Técnicas, Conceitos e Instrumentos*. S. Paulo: Summus Editorial.

Diamantino José Teixeira Ribeiro; António Pedro Costa; Jorge Remondes

Seligman, Martin E. P. 2011. *Authentic Happiness: Using the New Positive Psychology*. London. Boston: Nicholas Brealey Publishing.

Seligman, Martin E. P., and Mihaly Csikszentmihalyi. 2000. "Positive Psychology: An Introduction." *American Psychologist* 55 (1): 5–14. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.5>.

Stiglitz, Joseph E., Jean-Paul Fitoussi, and Martine Durand. 2018. *Beyond GDP: Measuring What Counts for Economic and Social Performance and For Good Measure Advancing Research on Well-Being Metrics Beyond GDP High-Level Expert Group on the Measurement of Economic Performance and Social Progress (HLEG)*. OECD. <https://doi.org/10.1787/9789264307292-en>.

Tkach, C., and S. Lyubomirsky. 2006. "How Do People Pursue Happiness?: Relating Personality, Happiness-Increasing Strategies, and Well-Being." *Journal of Happiness Studies*.

Analysis of Government Communication of the Dubai And United Arab Emirates Happiness Ministry in 2017: Content Analysis of Data Collected in the Corpus Latente using WebQDA Software

ABSTRACT

The innovative initiative of the Government of Dubai and the United Arab Emirates to create a Ministry of Happiness meets the growing concerns of some rulers and policy makers to guide their strategies and policies for the well-being and happiness of citizens. The purpose of the governments of Dubai and the United Arab Emirates was, among others, to implement a National Happiness and Positivity Plan. At the same time, the leaders wanted to create sustainable development policies (social and environmental) so that well-being and happiness apply to current and future generations. This study is part of a larger study about the Ministry of Happiness and its government communication. In this paper, we analyse news published in the *corpus latente* in 2017. The purpose of this work is to know the projects, understand the communication strategies, and which tools are used by the Ministry of Happiness to publicise its policies and how they manage to transform a subjective concept into real measures. Overall, this study should help to understand the Ministry of Happiness communication model and whether it can be successfully replicated in other countries. Based on our studies and the content analysis of the news published in that period, it was possible to draw as main conclusion that besides the informative role, the communication of the Ministry of Happiness plays an important role in building a positive image of the government.

Keywords: Government Communication; Sustainable Development; Gross National Happiness; Ministry of Happiness.

Submissão: 10/01/2020

Aceite: 17/06/2020