OBSERVATÓRIO
EVOLUTA
ISSN 3086-9293
Vol. 0, nº 288, art. 1 (9 jun. 2026)
evoluta.adm.br/observatorio/

IDEIAS DE HARVARD

Comunicação centrada na família: mais adesão a serviços públicos

Por Redação Observatório Evoluta · 09/06/2026 às 08h06



Imagem ilustrativa

EM RESUMO
O Government Performance Lab, de Harvard, mostra que a baixa adesão a serviços sociais muitas vezes reflete o jeito de convidar, e não falta de interesse das famílias. Linguagem sem estigma, escuta, mensagens flexíveis e rotina padronizada elevaram a adesão em programas americanos.

Quando poucas famílias aceitam um serviço, é comum concluir que elas não querem. A pesquisa aplicada do Government Performance Lab (GPL), da Harvard Kennedy School (HKS), sugere outra leitura: a **comunicação centrada na família** faz diferença, e muita recusa vem do modo como o convite é feito.

A ideia em resumo

No documento Sending the Right Message (28 de maio de 2025), Megan Toohey e Sara Israelsen-Hartley reúnem estratégias de primeira impressão baseadas em mais de uma década de trabalho com governos. Elas partem de problemas comuns: serviços pouco sensíveis à cultura local, em horário ou lugar ruim, focados em tratamento quando a família precisa de ajuda básica, e mensagens que soam como julgamento ou confundem.

O que a pesquisa mostrou

O texto organiza as lições em três blocos.

- **Respeitar a experiência da família.** Dizer com clareza quem é o serviço e o que oferece. Em Washington, uma clínica jurídica afirmou sem rodeios que a família havia sido denunciada e explicou como podia ajudar; outros prestadores abriram a conversa oferecendo itens concretos, como fraldas e roupas. Em New Hampshire, visitadores deixaram claro que o programa era voluntário e não compartilhava dados com a proteção à infância. Evitar termos que assustam: um condado do Texas trocou perguntas sobre “preocupações” por perguntas sobre vivências (por exemplo, se a criança tem birras ou emoções difíceis de acalmar). Mensagens que reconhecem esforços e pontos fortes funcionam melhor do

que a positividade forçada.

- **Buscar e usar o retorno das famílias.** Acompanhar onde as famílias deixam o processo e comparar roteiros antigos e novos; ouvir diretamente, inclusive quem recusou o serviço (em Michigan, esses pais receberam um cartão de 40 dólares como agradecimento). Em Rhode Island, painéis que compararam visitas esperadas e concluídas acompanharam um aumento de 22% no número de famílias em situação de adversidade que aceitaram encaminhamentos para visitas domiciliares.
- **Fazer da nova linguagem a regra.** Atualizar roteiros, modelos de mensagem, folhetos, sites e formulários; tratar a abordagem como parte do trabalho dos profissionais; praticar com simulações; e incluir metas de engajamento nos contratos. Em New Hampshire, um edital pediu aos prestadores que descrevessem suas estratégias e vinculou pequenos bônus a metas de engajamento.

O GPL conclui que a baixa adesão muitas vezes tem solução: basta enquadrar o contato pelas forças e pela autonomia da família, ouvir as pessoas e fixar a prática nas rotinas.

Como aplicar no Brasil

A ideia dialoga com serviços municipais que dependem de a família aceitar o convite: CRAS e CREAS, visitas de agentes comunitários de saúde, vacinação, busca ativa escolar, programas de primeira infância. Um roteiro adaptado:

1. **Revise as mensagens de convite.** Ofícios, cartas, mensagens de WhatsApp e falas das equipes. Troque termos que denunciam suspeita (“descumprimento”, “situação de risco”) por linguagem clara e respeitosa.
2. **Comece pelo que a família quer.** Alimentação, documentos, vaga na creche, transporte. A Lei 13.460/2017, art. 5º, já elenca como diretrizes do atendimento a urbanidade, o respeito e a presunção de boa-fé do usuário (incisos I e II) e o uso de linguagem simples e compreensível, sem siglas e jargões (inciso XIV).
3. **Ofereça horário e canal flexíveis.** Mensagem de texto para escolher horário, visita no fim do dia, atendimento em território.
4. **Deixe claro o caráter voluntário e o uso dos dados.** Famílias hesitam se acham que a participação vira registro punitivo; quando o serviço é voluntário e protegido pela LGPD, diga isso.
5. **Escute quem recusou.** Entrevistas curtas e anônimas com dez famílias que não aderiram revelam mais do que as estatísticas de adesão.
6. **Padronize e monitore.** Atualize roteiros e formulários, treine as equipes e acompanhe a taxa de adesão por equipe, bairro e tipo de mensagem.

Cuidados e limites

Os resultados citados são casos relatados pelo GPL em estados americanos, sem comparação experimental na página consultada, e o contexto da proteção à infância nos Estados Unidos é muito diferente da rede socioassistencial brasileira. Antes de mudar roteiros, é preciso respeitar os protocolos dos serviços e dos conselhos de direitos, além da legislação de proteção de dados. Este texto é uma leitura própria da Evoluta, sem vínculo da empresa com a HKS.

Para melhorar a linguagem e a experiência do cidadão, veja a consultoria em linguagem simples, o serviço de atendimento humanizado e experiência do usuário e o curso atendimento humanizado ao munícipe.

Fontes:

Sending the Right Message: How Service Providers Can Use Family-Centered Communication to Support Engagement (Toohey e Israelsen-Hartley) — Harvard Kennedy School Government Performance Lab
https://govlab.hks.harvard.edu/insight/family-centered-communication-to-support-engagement/

Children & Families (área de política) — Harvard Kennedy School Government Performance Lab
https://govlab.hks.harvard.edu/policy-area/children-families/

Lei nº 13.460/2017 (art. 5º) — Planalto
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/l13460.htm

COMO CITAR

REDAÇÃO OBSERVATÓRIO EVOLUTA. Comunicação centrada na família: mais adesão a serviços públicos. **Observatório Evoluta**, Araraquara, v. 0, n. 288, art. 1, 9 jun. 2026. ISSN 3086-9293. Disponível em: https://evoluta.adm.br/observatorio/biblioteca/comunicacao-centrada-na-familia-adesao-servicos-publicos-harvard-gpl/. Acesso em: 29 nov. 2026.

REGISTRO DA MATÉRIA

Observatório Evoluta · ISSN 3086-9293
Vol. 0, nº 288, art. 1 (9 jun. 2026)
Versão on-line:
https://evoluta.adm.br/observatorio/biblioteca/comunicacao-centrada-na-familia-adesao-servicos-publicos-harvard-gpl/

ISSN 3086-9293 · Vol. 0, nº 288, art. 1
28801 >
9 7 7 3 0 9 2 9 0 0 5
Registro 30869293 00 0288 0001