

MEMORIAL DESCRITIVO

Candidata: Eduarda Cristina Borba

C. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3236465374116698>

Tema de estudo: Experiência do cidadão e percepção de valor em serviços públicos digitais

Grupo de Pesquisa: Gepem – Grupo de Estudos e Pesquisas de Marketing

Ao longo da minha trajetória, os estudos sempre ocuparam um papel central. Até a conclusão do ensino médio, em 2018, mantive dedicação integral à formação educacional, compreendendo a educação como um dos principais espaços de desenvolvimento pessoal e profissional. Em 2019, iniciei minha graduação em Ciências Contábeis pela Católica de Santa Catarina, em Joinville. O ambiente universitário representou um espaço de ampliação de repertório e construção de novas perspectivas, especialmente no contato com docentes e com a dinâmica acadêmica. Durante a graduação, tive acesso a conteúdos voltados à gestão organizacional, análise de processos e estruturas institucionais, o que contribuiu para o desenvolvimento de uma base analítica. Ainda que minha formação não tenha sido marcada por uma inserção direta em atividades formais de pesquisa, essa ausência foi acompanhada por um processo de amadurecimento quanto à importância da investigação científica, o que contribuiu para despertar, mais adiante, o interesse em aprofundar meus estudos e aproximar-me da pesquisa na pós-graduação.

Paralelamente ao início da graduação, iniciei minha trajetória profissional em uma indústria farmacêutica de relevância nacional, sediada em Joinville, onde permaneci por aproximadamente quatro anos. Essa experiência foi marcada pela vivência simultânea do ambiente acadêmico e corporativo, exigindo adaptação e construção de autonomia. Nesse período, tive a oportunidade de observar de perto uma gestão com forte direcionamento para a área de marketing, especialmente no que se refere à comunicação institucional e ao posicionamento da organização, contexto no qual essa área era valorizada e presente nas decisões estratégicas da empresa. Com o tempo, acompanhei de longe a atuação desse mesmo gestor no contexto público do município de Joinville, onde ele assumiu a prefeitura e passou a conduzir iniciativas voltadas à comunicação e ao relacionamento com o cidadão. Essa transição foi reveladora pois pude observar como as práticas de marketing precisavam ser reconfiguradas nesse novo ambiente, e então, passei a perceber de forma mais clara a presença de elementos relacionados à experiência do cidadão, à usabilidade de serviços e à construção de valor em iniciativas públicas. No setor privado, as estratégias de experiência

são orientadas para gerar adesão e fidelização; no setor público, a relação com o cidadão é atravessada por direitos, obrigações e, frequentemente, pela ausência de alternativas. Essa diferença fundamental alimentou meu interesse pelas interseções entre marketing, tecnologia e gestão pública, e deixou uma pergunta que passou a me acompanhar: o que faz um cidadão perceber valor — ou não — em um serviço público?

Ao final da graduação, realizei a transição para o setor de tecnologia, passando a atuar na área de marketing de produtos. Atualmente, atuo como Product Marketing Manager na SoftExpert, empresa com atuação global, onde participo da construção de estratégias de posicionamento, análise de mercado e desenvolvimento de iniciativas voltadas à compreensão da experiência do usuário e da proposta de valor das soluções. Minha atuação envolve análise, tomada de decisão e desenvolvimento estratégico, com destaque para a participação em projetos de pesquisa com clientes, nos quais analisei diretamente a experiência de uso das soluções e a percepção de valor pelos usuários. Esse contato sistemático com usuários reais foi determinante para o desenvolvimento do meu interesse pela pesquisa. A experiência com plataformas digitais evidenciou a relevância da experiência do usuário na percepção de valor, bem como os desafios relacionados à adoção e ao uso de soluções tecnológicas. Essas observações, inicialmente práticas, passaram a despertar questionamentos mais estruturados, direcionando meu interesse para a investigação desses fenômenos sob uma perspectiva acadêmica, e reativando, agora com maior precisão, a pergunta sobre o cidadão que havia surgido anos antes.

Após a graduação, busquei especializar minha formação por meio de um MBA em Marketing, Branding e Growth pela PUCRS, que contribuiu para o fortalecimento da minha base teórica e para a ampliação da minha compreensão sobre comportamento do consumidor, estratégia e marketing digital. Posteriormente, dei continuidade à formação com uma segunda pós-graduação lato sensu em Marketing Estratégico pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, reforçando o aprofundamento em temas relacionados à estratégia e ao mercado. Paralelamente, intensifiquei o contato com publicações acadêmicas nacionais e internacionais, o que contribuiu para a construção de uma postura mais investigativa. Foi nesse percurso de leituras que identifiquei uma lacuna relevante: A literatura de marketing de serviços — incluindo abordagens contemporâneas como a lógica dominante do serviço e os estudos sobre experiência e cocriação de valor — foi desenvolvida predominantemente a partir de contextos privados. Embora essas perspectivas tenham sido progressivamente incorporadas ao campo da

gestão pública e do governo digital, sua aplicação ainda se apresenta de forma fragmentada, especialmente no que se refere à compreensão da experiência do cidadão e dos processos de criação, cocriação e destruição de valor em contextos empíricos específicos. Nesse sentido, observa-se a necessidade de aprofundamento teórico e empírico que considere as particularidades do setor público, como a presença de direitos, a confiança institucional e a não voluntariedade da relação com o Estado.

A escolha pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da UDESC/ESAG está diretamente relacionada à afinidade entre minha trajetória e a proposta formativa do curso. A linha de pesquisa Marketing e Experiências em Serviços apresenta forte convergência com meus interesses, especialmente no que se refere à análise da experiência do usuário e das interações mediadas por tecnologias digitais. Acompanho as produções do Gepem e me identifico com as discussões conduzidas pelo grupo em torno da gestão pública e do entendimento do cidadão. Em particular, os trabalhos desenvolvidos pela professora Aline Regina Santos — com pesquisas sobre gestão e experiência em serviços e sobre marketing aplicado ao setor público — representam uma interlocução direta com as questões que pretendo investigar, e a possibilidade de desenvolver minha pesquisa nesse contexto é um dos elementos centrais da minha escolha por este programa. Compreendo o Gepem como um espaço estratégico para o desenvolvimento acadêmico, ao mesmo tempo em que acredito poder contribuir com reflexões a partir da minha trajetória profissional e da minha experiência no setor tecnológico.

No que se refere às condições para a realização da pesquisa, destaco que o acesso a dados e contextos empíricos é viável, considerando minha atuação profissional e minha proximidade com o tema. Minha organização atual permite conciliar as atividades de trabalho com as exigências da pós-graduação, garantindo dedicação adequada ao desenvolvimento da pesquisa. A realização do mestrado representa a consolidação de um projeto pessoal de desenvolvimento acadêmico e profissional que vem sendo construído ao longo dos últimos anos. Com a formação pretendida, almejo aprofundar minha atuação na interface entre marketing, tecnologia e comportamento, ampliando minha capacidade analítica e investigativa. No longo prazo, pretendo ingressar na carreira acadêmica como docente, pois compreendo a educação como um instrumento de transformação. O ingresso no programa representa, nesse sentido, uma etapa fundamental na construção dessa trajetória.