

GT 11 – Tecnologias Digitais na Sociedade - GETS

O VALOR DE RESEARCHOPS

Organizando a Informação de Pesquisa para Aprender, Decidir e Inovar

THE VALUE OF RESEARCHOPS

Organizing Research Information to Learn, Decide and Innovate

Barbara Uehara¹

Natasha Bueno²

RESUMO

O presente artigo aborda a gestão da informação e do conhecimento como ativos estratégicos essenciais para a diferenciação competitiva das organizações. A sistematização, organização e reuso de dados e insights permite que empresas interpretem cenários, construam conhecimento e tomem decisões fundamentadas. ResearchOps desempenha um papel central nesse contexto, funcionando como a área que viabiliza a integração entre achados de pesquisa, insights e a tomada de decisões baseada em evidências. Ao estruturar processos, ResearchOps garante que a pesquisa em UX e outras áreas seja escalável, eficiente e acessível a diferentes stakeholders, principalmente pelo uso de Tecnologias Digitais. Essa articulação fortalece a cultura organizacional centrada no usuário, democratiza o acesso à informação e promove ciclos contínuos de aprendizado, potencializando a inovação e a vantagem competitiva. Assim, a adoção de boas práticas de ResearchOps, sobretudo pelo pilar de Gestão do Conhecimento, não apenas operacionaliza a pesquisa, mas transforma o conhecimento em recurso estratégico capaz de orientar decisões, sustentar estratégias de mercado e consolidar a capacidade da organização de se diferenciar em ambientes complexos e dinâmicos.

Palavras-chave: ResearchOps; Gestão da Informação; Reuso do Conhecimento; Cultura Organizacional; Inovação.

Data de envio do artigo:

05/12/2025

¹ Mestre em Ciência da Informação pela Universidade de São Paulo. barbarauehara@gmail.com

² Graduada em Arquivologia pela Universidade de Brasília. natasha.toledo@outlook.com

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o avanço acelerado dos produtos e serviços digitais ampliou de forma significativa a complexidade dos ecossistemas informacionais dentro das organizações. Nesse contexto, a pesquisa com usuários deixou de ser apenas um recurso complementar e passou a ocupar um lugar central na orientação de decisões estratégicas, no desenvolvimento de soluções e na promoção de inovação contínua. No entanto, o crescimento do volume de estudos, métodos e dados trouxe um novo desafio: como garantir que esse conhecimento seja organizado, sistematizado e reutilizado de maneira consistente e estratégica?

É justamente nesse ponto que o campo de ResearchOps ganha relevância. A partir de 2018, após uma série de workshops internacionais, a ResearchOps Community consolidou o termo ao descrevê-lo como o conjunto de pessoas, mecanismos e estratégias que viabilizam e sustentam a prática da pesquisa em escala (RESEARCHOPS COMMUNITY, 2018). Organizações de referência reforçam essa perspectiva. Para o Nielsen Norman Group, ResearchOps representa a orquestração de pessoas, processos e habilidades para amplificar o impacto da pesquisa (KAPLAN, 2020). Já a Gartner (2023) destaca seu papel na otimização da governança, na gestão do conhecimento e no fortalecimento das práticas de teste e aprendizado nas equipes de desenvolvimento.

A evolução desse campo acompanha a própria trajetória da pesquisa em experiência do usuário. Desde a popularização do termo user experience na década de 1990 até o surgimento de times especializados nos anos 2000, as demandas por processos mais maduros e repositórios estruturados vêm crescendo de forma consistente. A partir de 2019, com a expansão de conteúdos públicos e a criação de comunidades dedicadas, o tema ganhou projeção global. No cenário brasileiro, o período entre 2021 e 2024 marcou um aumento expressivo de eventos, vagas e iniciativas voltadas especificamente para ResearchOps. Hoje, análises como o Hype Cycle for UX (GARTNER, 2023) apontam que o próximo passo do campo envolve a automação e o uso de inteligência artificial para lidar com demandas crescentes de escala e complexidade.

Apesar desse avanço, implementar ResearchOps nas organizações ainda representa um desafio considerável. Entre as barreiras mais comuns estão o uso inadequado de ferramentas, a falta de recursos, a baixa maturidade metodológica e a ausência de governança clara para o armazenamento e a reutilização do conhecimento. A isso se somam obstáculos culturais — como a pouca adesão das lideranças, a percepção de que a pesquisa é opcional e a dificuldade de incorporar práticas de longo prazo — que limitam o impacto do trabalho e restringem sua integração com áreas estratégicas (VARGAS, 2023).

Diante desse cenário, este artigo tem como objetivo discutir o valor estratégico do ResearchOps nas organizações contemporâneas, analisando sua origem, conceitos centrais, evolução histórica e papel na construção de infraestruturas informacionais robustas. A partir do conteúdo apresentado em O valor de ResearchOps: Organizando a Informação de Pesquisa para Aprender, Decidir e Inovar, busca-se demonstrar como a sistematização de dados, a criação de repositórios e a padronização de práticas contribuem diretamente para fortalecer a capacidade organizacional de atribuir sentido, construir conhecimento e tomar decisões fundamentadas. Elementos que, segundo Choo (2003), são essenciais para a sobrevivência e competitividade em ambientes complexos e dinâmicos.

Ao compreender ResearchOps como um ativo organizacional estratégico, e não apenas como um suporte operacional, evidencia-se seu papel na ampliação do impacto da pesquisa, na otimização de recursos e na promoção de culturas orientadas por dados e aprendizagem contínua.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Gestão da Informação e do Conhecimento como ativos estratégicos

2.1.1 Conceitos fundamentais

A gestão da informação e do conhecimento tem sido reconhecida como um dos pilares centrais para o funcionamento e a evolução das organizações contemporâneas. Para Choo (2003), as organizações constroem significado, produzem conhecimento e tomam decisões a partir de ciclos contínuos de interpretação e uso da informação. Nesse sentido, a informação deixa de ser apenas um recurso operacional e passa a compor um sistema que sustenta práticas

estratégicas, influenciando diretamente a capacidade institucional de adaptação, inovação e aprendizado.

No campo da pesquisa de experiência do usuário, esse entendimento se articula ao surgimento das operações de pesquisa, ou ResearchOps, que estruturam os mecanismos, processos e papéis responsáveis por viabilizar a prática de pesquisa em escala (RESEARCHOPS COMMUNITY, 2018). Essa estruturação fornece as bases necessárias para transformar dados dispersos em conhecimento acionável, consolidando a informação como parte do sistema cognitivo organizacional.

2.1.2 O papel da informação para diferenciação competitiva

A informação, quando devidamente organizada, contextualizada e distribuída, torna-se um ativo estratégico capaz de gerar diferenciação competitiva. Segundo a Nielsen Norman Group (KAPLAN, 2020), ResearchOps amplifica o impacto da pesquisa ao orquestrar processos e pessoas, permitindo que insights cheguem às áreas decisórias de modo consistente e oportuno. Essa capacidade de transformar evidências em direcionamento estratégico é fundamental para que produtos, serviços e experiências sejam continuamente aprimorados.

A Gartner (2023) reforça essa perspectiva ao apontar que estruturas consolidadas de ResearchOps aumentam a eficiência dos fluxos de trabalho, otimizam a gestão do conhecimento e fortalecem a governança dos processos de pesquisa. Em mercados cada vez mais dinâmicos, organizações que conseguem interpretar e responder rapidamente aos sinais do ambiente têm maior capacidade de inovação, diferenciação e crescimento sustentável.

2.1.3 Reuso de dados e insights como suporte à tomada de decisão

O reuso sistemático de dados e insights de pesquisa é um dos elementos mais críticos para que a informação cumpra seu papel estratégico. Sem mecanismos adequados de organização, registro e recuperação, parte significativa do conhecimento produzido se perde, reduzindo a eficiência dos times e enfraquecendo a qualidade das decisões. ResearchOps surge como resposta a esse problema ao estruturar práticas que facilitam o acesso, a padronização e a reutilização dos aprendizados, evitando duplicidade de esforços e ampliando a maturidade da organização em relação ao uso de evidências.

Como destaca Vargas (2023), a consolidação de repositórios, taxonomias e fluxos padronizados permite que descobertas sejam continuamente integradas a novos processos, projetos e estratégias. Esse ciclo de retroalimentação possibilita que equipes tomem decisões mais coerentes, bem fundamentadas e alinhadas aos objetivos de negócio. Assim, a informação deixa de ser um produto pontual de cada estudo e passa a compor uma base coletiva de conhecimento, fortalecendo a capacidade organizacional de atuar de forma orientada por dados.

2.2 ResearchOps: Conceito e Origem

As operações de pesquisa existem, de maneira direta ou indireta, desde que a execução de pesquisa existe. Afinal, a viabilização das pesquisas se dá por meio de práticas e processos. No entanto, a primeira definição formal e global de ResearchOps é relativamente recente e foi estabelecida após uma série global de *workshops* realizada pela *ResearchOps Community*:

"ResearchOps é o pessoal, os mecanismos e as estratégias que colocam a pesquisa do usuário em movimento. Fornece os papéis, ferramentas e processos necessários para apoiar os pesquisadores na entrega e na escala do impacto do ofício em toda uma organização" (RESEARCHOPS COMMUNITY, 2018).

A *ResearchOps Community* é uma comunidade global liderada originalmente por Kate Towsey e em 2018 iniciou um movimento chamado *#WhatIsResearchOps*, uma série de *workshops* em diferentes países que teve como objetivo moldar a prática emergente de *ResearchOps* a partir do entendimento dos principais desafios dos pesquisadores. A iniciativa durou 8 meses e dois dos resultados foram: 1) a definição dos 8 pilares que estruturam a área de ResearchOps e 2) a criação do Framework abaixo, fruto de uma pesquisa com mais de 300 respondentes, somados aos insights obtidos por meio dos *workshops*.

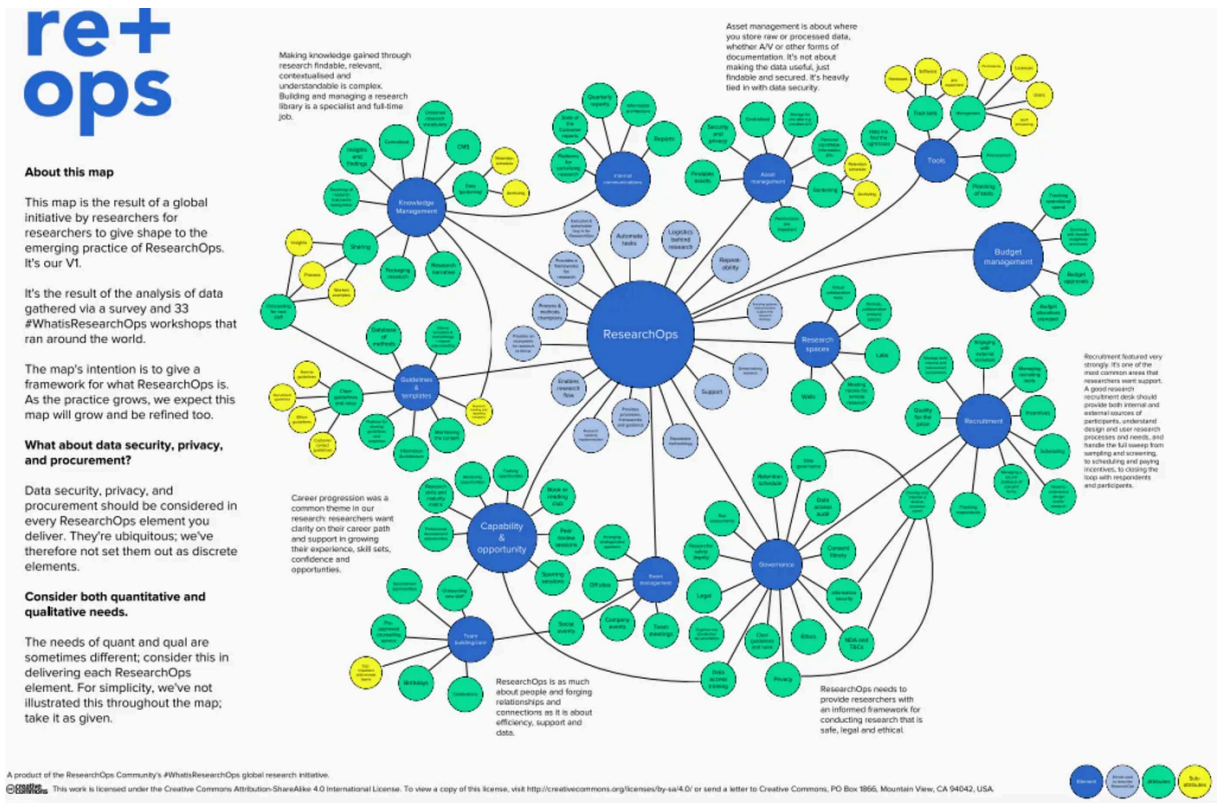
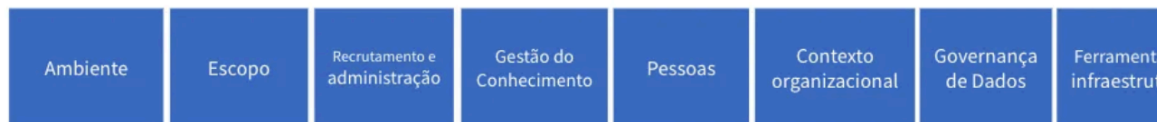


Figura 1 - #WhatsResearchOps Framework, ResearchOps Community, 2018.

Os oito pilares da pesquisa de experiência

Silos de pessoas	Cadência	Incentivos	Comunidade de prática	Espaço
Educação	Compartilhamento de insights	Agendamento	Desenvolvimento profissional	Tempo
Valor da pesquisa	Priorização	Logística	Gestão de pessoas	Recursos
Apoio	Integração de insights	Gerenciamento de painel	Plano de carreira	Orçamento
Retrocesso	Processos	Papelada	Liderança	ROI
Focado internamente	Métodos	Quadros de Horários	Design organizacional	Restrições de negócios
Stakeholders	Protocolos	Coordenação de participante		Forças de mercado
Executivos	Pesquisa como um esporte de equipe			Maturidade organizacional
Colegas				Compras
				Softwares
				Hardwares
				Laboratórios
				Sistemas
				Tecnologia
				Redes



@teamreops / @emmaboulton

Figura 2 - Os 8 pilares de User Research, ResearchOps Community e Emma Boulton, traduzido por Pedro Vargas, 2023.

Década de 1990	Anos 2000	2018	2019-2020	2021-2024	2025
<p>Popularização do termo UX</p> <p>Em 1990 Don Norman populariza o termo <i>User Experience</i> na Apple. Em 1995 publica as 10 Heurísticas de Usabilidade.</p>	<p>Crescimento da pesquisa em UX</p> <p>Com a explosão dos produtos digitais em grandes empresas, surgem times dedicados a pesquisa de experiência.</p>	<p>Formalização e profissionalização de ReOps</p> <p>Série de workshops, discussões e esforços para definir o que seria ResearchOps, seus papéis, práticas e sua comunidade.</p>	<p>Pandemia + Boom de ReOps nas redes</p> <p>Em 2019, a ReOps Community lançou seu website. Em 2020 artigos sobre o tema foram publicados, incluindo o ResearchOps 101 do NNGroup. A Pandemia intensificou a digitalização.</p>	<p>Expansão do campo</p> <p>Em 2022 o primeiro grande evento global dedicado ao tema foi realizado pela ReOps Community. No Brasil, vagas dedicadas ao tema ganham espaço.</p>	<p>Dos bastidores para o futuro</p> <p>1º evento Nacional de ReOps, Backstage. Previsões apontam para aprofundamento em ética, a automação e o uso de IA como próximos estágios do campo.</p>

Figura 3 - Linha do tempo de ResearchOps - Autoria própria, 2025.

2.3 O Valor de ResearchOps nas Organizações

ResearchOps enquanto área nasce como uma solução prática para uma dor do mundo corporativo: realizar pesquisas em escala. No dia-a-dia da execução de pesquisas em empresas, especialmente nas áreas de Produtos Digitais e Tecnologia, duas dores são comumente remediadas com a estruturação de ReOps enquanto área: recrutamento e repositório de pesquisa. Mas a verdade é que ResearchOps não se limita a essas duas frentes de atuação, se estende a outros pilares que se conectam e que foram materializados por meio da tabela supracita e da representação que talvez seja a mais difundida e popular da disciplina: o infográfico do NN/Group disponível no artigo ResearchOps 101:

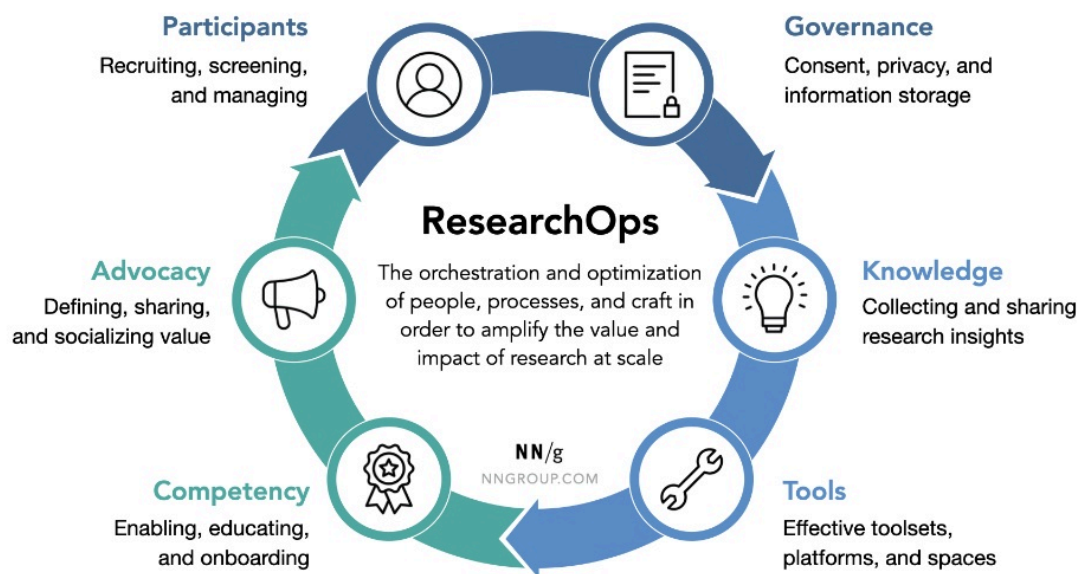


Figura 4 - Infográfico ResearchOps 101 - NNGroup

O infográfico organiza a disciplina em 6 pilares interligados e define o valor de ResearchOps da seguinte forma:

ResearchOps é "a orquestração e a otimização de pessoas, processos e craft [habilidade/ofício] para amplificar o valor e o impacto da pesquisa em escala." (NN/g, 2020)

O valor de ResearchOps é, portanto, criar a infraestrutura que permite ao time de pesquisa:

1. Escalar: fazer mais pesquisas com mais agilidade.
2. Amplificar o Impacto: garantir que as descobertas e os insights cheguem aos tomadores de decisão de forma eficaz e consistente, transformando a pesquisa em acionáveis para o negócio.
3. Otimizar: tornar o processo de pesquisa mais eficiente, liberando os pesquisadores para se concentrarem em sua função principal: a própria pesquisa.

O infográfico do NNGroup ilustra os pilares onde a otimização de operações é necessária para alcançar o valor mencionado e tem sido usado por diferentes times como ponto de partida para estruturar novas áreas dedicadas a ResearchOps. A tradução literal dos pilares pode não contemplar a realidade de alguns times, bem como o raio de alcance de suas atuações. Nesses casos, adaptações contextuais são realizadas para refletirem a realidade de aplicação.

2.4 O Conhecimento de Pesquisa no Ciclo Organizacional

A pesquisa de usuários gera informação que, quando organizada, alimenta o ciclo estratégico de uso da informação na organização. As organizações utilizam a informação para "criar significado, construir conhecimento e tomar decisões" (CHOO, 2003, p. 16).

2.4.1. Criação de Significado (Sense Making)

A organização do conhecimento de pesquisa apoia a criação de significado, que é "provocada por uma mudança no ambiente que produz descontinuidade no fluxo da experiência, envolvendo as pessoas e atividades de uma organização" (CHOO, 2003, p. 35).

As descobertas da pesquisa de usuários fornecem os "dados brutos de um ambiente, aos quais é preciso dar significado" (CHOO, 2003, p. 35). A criação de significado, por sua vez, "relaciona-se com a captação de mensagens" (CHOO, 2003, p. 11).

2.4.2. Construção do Conhecimento (Knowledge Creation)

O ResearchOps lida com a mobilização de conhecimento, que pode ser "tácito" (implícito) ou "explícito" (codificado) (CHOO, 2003, p. 37). A construção de conhecimento se dá quando "são elaborados processos sociais capazes de criar novos conhecimentos por meio da conversão do conhecimento tácito em conhecimento explícito" (CHOO, 2003, p. 37). Os repositórios de pesquisa dedicados, impulsionados pelo ResearchOps, facilitam a disseminação e o acesso a esse conhecimento explícito.

2.4.3. Tomada de Decisões (Decision Making)

O conhecimento organizado (os insights de pesquisa) informa a tomada de decisão. A tomada de decisão envolve a escolha de "cursos de ação apropriados" (CHOO, 2003, p. 32) que permitem à empresa "escolher e implementar uma determinada estratégia ou um determinado curso de ação" (CHOO, 2003, p. 32). Além disso, a informação organizada permite a escolha de ações que "refletem aprendizagens do passado e se adaptam a novas situações" (CHOO, 2003, p. 11)

2.5 Boas Práticas e Racional para criação de repositórios de pesquisa

O pilar de Gestão do Conhecimento em ResearchOps concentra-se em processos e plataformas para coletar, sintetizar e compartilhar insights de pesquisa. As boas práticas nesse pilar devem ser guiadas por princípios que garantam que a informação seja útil, acessível e capaz de gerar valor para a organização. O artefato que materializa essa frente é o Repositório de Pesquisas e Insights, estruturas de gerenciamento de conhecimento que ajudam a construir, organizar, disseminar e acessar facilmente resultados de pesquisa, insights e acionáveis.

A eficácia de um Repositório de Pesquisa (Research Repository) é definida por sua capacidade de transformar os princípios de valor da informação em atributos práticos. Para isso, ele deve ir além do simples armazenamento de documentos, focando em como o conhecimento é agregado, acessado e reutilizado. A construção desses artefatos pode se dar de diversas formas, com o apoio de diferentes tipos de ferramentas e recursos que variam de acordo com a realidade e a capacidade de investimento de cada organização. Entretanto há um modo de fazer de forma assertiva, seguindo alguns princípios norteadores.

2.5.1 Boas práticas para elaboração de repositórios de pesquisa em times de Design de Produtos Digitais

a) Análise prévia de contexto e recursos:

Esteja onde o time está. A principal função do repositório deve ser a agregação de valor, o que exige uma indexação centrada em insight, mas antes disso, ele precisa ser útil e acessível para as diversas camadas de *stakeholders* e tomadores de decisão. Em vez de arquivar relatórios longos em pastas que somente o time executor acessa, vale considerar a adoção de ferramentas que o time já utiliza, reduzindo a curva de aprendizagem de uso e ampliando o potencial de acesso.

b) Mentalidade facilitadora para promoção de autosserviço

Para que o repositório seja um recurso de autosserviço, ele deve priorizar a facilitação do acesso. Isso se traduz em navegação e visualização intuitiva, com filtros e buscas avançadas que permitam aos *stakeholders* encontrar respostas rápidas para perguntas específicas de negócio, sem depender do pesquisador. Esse autosserviço e a velocidade de encontrar informações gera uma economia significativa, reduzindo o tempo e o custo associados à busca de informações e eliminando a necessidade de repetir estudos. Para isso é importante que a indexação seja calmamente e intencionalmente pensada, refletindo os achados de pesquisas e as prováveis buscas futuras, que devem corresponder às necessidades de descoberta.

c) Equilíbrio entre padronização e flexibilidade

Os sistemas de informação precisam equilibrar padronização e a flexibilidade. Isso é alcançado através da combinação de uma taxonomia pré determinada associada a etiquetas ou tags flexíveis. Além disso, a inclusão do contexto e do resumo do estudo ou pesquisa são cruciais para evitar a perda da riqueza da informação, permitindo que o insight acionável esteja sempre conectado aos seus artefatos originais, com os devidos marcadores de tempo e contexto, essenciais para interpretações futuras e reuso da informação.

d) Manutenção periódica

O repositório é reflexo do Processo de Pesquisa, que é fluido e iterativo. Isso implica em implementar a marcação temporal e iterativa, registrando a data de coleta para que o conhecimento possa ser revisto à luz das mudanças contextuais e temporais do produto. Nesse sentido, considerar manutenções periódicas é prudente.

2.5.2 Requisitos básicos para repositórios de pesquisa em times de Design de Produtos Digitais

- a) O Que Foi Descoberto
 - Insights: As descobertas cruciais, destiladas em frases curtas e acionáveis, prontas para uso.
 - Recomendação Chave: A ação proposta com base no insight.
 - Dados Brutos (Link): Link direto para a evidência (clipe de vídeo, transcrição, survey) que comprova o insight, garantindo a riqueza da informação.

- b) O Contexto da Pesquisa
 - Título e Objetivo do Estudo: O que foi pesquisado e por quê.
 - Data de Execução: Quando a pesquisa aconteceu, essencial para avaliar a relevância temporal do dado.
 - Metodologia: Como a pesquisa foi feita, crucial para entender a profundidade e a validade da descoberta.
 - Pesquisador Responsável/Squad/Time: Quem conduziu o estudo, para referências ou dúvidas.

- c) Relações contextuais
 - Público-Alvo/Segmento: Quem participou do estudo (ex: Novos Usuários, Clientes B2B).
 - Produto ou Feature Relacionada: A qual parte do sistema a descoberta se aplica.
 - Palavras-chave (Tópicos): Um sistema de classificação rígido (e controlado) para pesquisa padronizada (ex: Usabilidade, Precificação).
 - Etiquetas Livres (Tags): Termos soltos que facilitam a recuperação por diferentes ângulos.

A adoção da mentalidade que facilita a encontrabilidade e o cumprimento dos requisitos sugeridos, que podem ser associados a tudo mais que fizer sentido para a organização, uso e recuperação da informação, garantem que o repositório não seja um depósito de documentos, mas sim uma ferramenta de busca rápida e contextualizada que torna o conhecimento gerado por pesquisas acessível e útil à organização e aos interessados.

2.6 Desafios e Perspectivas Futuras

A implementação de ResearchOps nas organizações enfrenta desafios que vão além da criação de processos ou da adoção de ferramentas. Conforme indicado no slide 14, as barreiras são profundas e refletem questões culturais, estruturais e estratégicas que ainda

limitam a consolidação da pesquisa como prática madura e sustentável. Entre esses desafios, destaca-se a baixa adesão de lideranças e stakeholders, que frequentemente continuam a enxergar a pesquisa com usuários como etapa opcional ou secundária. A ausência desse patrocínio estratégico enfraquece a prática, dispersa esforços e reduz a capacidade das equipes de influenciar decisões organizacionais de forma consistente.

Somam-se a isso as limitações de orçamento e a escassez de recursos, humanos e tecnológicos, que dificultam a criação de fluxos de trabalho, repositórios e metodologias padronizadas. A percepção de que o retorno da pesquisa ocorre apenas no médio ou longo prazo contribui para a dificuldade de justificar investimentos em pessoas especializadas e ferramentas adequadas. Além disso, o uso de soluções genéricas ou desconectadas entre si compromete a rastreabilidade das informações, reduz o potencial de reuso dos dados e, conseqüentemente, enfraquece a própria lógica de gestão do conhecimento.

Outro ponto crítico está na falta de competências especializadas. Muitas equipes ainda precisam desenvolver habilidades específicas de operações, como governança informacional, estruturação de taxonomias, gestão de repositórios e padronização de processos. Sem essa base, o conhecimento gerado tende a se perder, a ser duplicado ou a ficar restrito a silos, impedindo que seus benefícios se disseminem pela organização.

Essas barreiras revelam que a adoção de ResearchOps exige um alinhamento mais profundo entre as áreas de negócio, design e tecnologia. A estruturação de processos operacionais só se sustenta quando acompanhada por uma mudança de mentalidade, em que a pesquisa é compreendida como um ativo estratégico compartilhado entre múltiplos departamentos. É esse alinhamento que cria as condições para que dados, insights e aprendizados circulem de forma integrada, alimentando decisões mais sólidas e coerentes com os objetivos organizacionais.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A consolidação de ResearchOps como disciplina estratégica revela um avanço essencial no amadurecimento das práticas de pesquisa, pois permite que organizações lidem com a crescente complexidade informacional e tomem decisões cada vez mais embasadas e centradas no usuário. Para isso, ResearchOps deve liderar a estruturação de repositórios que

14º

SEMINÁRIO DE PESQUISA FESPSP

Pensar o Brasil diante
dos desafios globais

05-07 de NOVEMBRO

não sejam meros depósitos de arquivos, mas sistemas vivos que integrem governança, acessibilidade, segurança e taxonomia, permitindo que o conhecimento de pesquisa circule de forma ativa pelo ciclo organizacional de atribuição de significado, construção de conhecimento e tomada de decisões. Entretanto, sua implementação ainda enfrenta obstáculos relevantes, como barreiras culturais, baixa adesão das lideranças, limitações de orçamento, escassez de competências especializadas e uso inadequado de ferramentas, fatores que reforçam a necessidade de alinhamento entre áreas de negócio, design e tecnologia. Ainda assim, as perspectivas futuras são promissoras: tendências como automação e inteligência artificial, conforme apontado no *Hype Cycle for UX* da Gartner, tendem a ampliar a eficiência operacional, fortalecer a governança informacional e potencializar o reuso de insights. Diante disso, ResearchOps se confirma como um eixo estruturante para organizações que desejam operar orientadas por dados, aprender continuamente e inovar de forma consistente em ambientes cada vez mais dinâmicos e competitivos.

REFERÊNCIAS

CHOO, Chun Wei. **The knowing organization: How organizations use information to construct meaning, create knowledge, and make decisions.** New York: Oxford University Press, 2003.

GARTNER. **Hype Cycle for UX, 2023.** Gartner, 2023.

KAPLAN, Janet. **ResearchOps 101.** Nielsen Norman Group, 2020. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/research-ops-101/>. Acesso em: 12 set. 2025.

RESEARCHOPS COMMUNITY. **About ResearchOps.** [S.l.]: ResearchOps Community, 2018.

Disponível em: <https://researchops.community/about/>. Acesso em: 4 out. 2025.

VARGAS, Pedro. **Os oito pilares da pesquisa de experiência (User Research).** researchops-community-pt, 27 jun. 2023. Disponível em: <https://medium.com/researchops-community-pt/os-oito-pilares-da-pesquisa-de-experi%C3%Aancia-user-research-93381e6cd791>. Acesso em: 4 out. 2025.