

 Acesso aberto

Editor

Nivaldo Calixto Ribeiro,
Universidade Federal de Lavras,
Lavras, Minas Gerais, Brasil.

***Correspondência**

Edna da Silva Angelo
ednasangelo@gmail.com

Histórico

Recebido em: 22 de outubro de 2025

Aceito em: 30 de dezembro de 2025

Publicado em: 12 de janeiro de 2026

Como referenciar

ANGELO, Edna da Silva. Resenha do livro Ciência aberta, divulgação científica e marketing na ciência: questões teóricas e práticas. *Ciência da Informação Express*, Lavras, MG, V. 7, 2026]. DOI: 10.60144/v7i.2026.179.

Inteligência artificial

Não se aplica.

Direitos autorais e licença pública

© 2026 Ângelo, E. S. Esta é uma resenha de acesso aberto distribuído sob os termos da Licença [Creative Commons Atribuição \(CC BY\)](#). Você pode copiar, distribuir, remixar, transformar e criar a partir deste material, para qualquer finalidade, inclusive comercial, desde que seja atribuída a autoria, indicada a fonte e informadas eventuais alterações, sem sugerir endosso dos autores..



Tipo: Resenha

Publicado: 12 de janeiro de 2026.

DOI: <https://doi.org/10.60144/v7i.2026.179>

Resenha do livro *Ciência aberta, divulgação científica e marketing na ciência: questões teóricas e práticas*

Book review of Open Science, Science Communication, and Marketing in Science: Theoretical and Practical Issues

Edna da Silva Angelo

Universidade Federal de Ouro Preto

<https://orcid.org/0000-0002-8739-6436>

Referência para compreender como a Ciência Aberta pode deixar o plano normativo e se consolidar como prática institucional capaz de conciliar qualidade científica, visibilidade pública e compromisso social.

Reunindo autores com trajetória consolidada na área, o livro *Ciência aberta, divulgação científica e marketing na ciência: questões teóricas e práticas*, organizado por Ronaldo Ferreira Araújo e Juliana Fachin, oferece uma leitura crítica e articulada sobre os desafios contemporâneos da comunicação científica. A obra integra debates sobre dados de pesquisa, métricas, avaliação, mercado, educação aberta e visibilidade digital, aprofundando a compreensão sobre como a ciência se produz, se comunica e se legitima em um contexto social cada vez mais aberto e conectado.

Abrir a ciência, como demonstram os capítulos iniciais, vai muito além da adoção de ferramentas técnicas: implica rever valores, práticas e responsabilidades institucionais. O capítulo *Boas práticas da Ciência Aberta* evidencia que sua implementação exige transformações estruturais nos periódicos científicos, reposicionando a produção acadêmica como um bem coletivo, orientado à

qualidade e ao interesse público. Essa base é aprofundada em A publicação dos dados de pesquisa, que reconhece os dados como produto científico e demonstra como o data paper possibilita documentar, de forma estruturada e transparente, todo o percurso da pesquisa, da organização inicial aos resultados.

A visibilidade científica é tratada de forma crítica nos capítulos Ciência Aberta e Altimetria: qualidade dos dados de pesquisa à luz dos Princípios FAIR e Métricas em nível de autor e plataformas acadêmicas. Indica que, apesar dos avanços normativos da Ciência Aberta, sua consolidação ainda depende do fortalecimento da implementação dos Princípios FAIR. Destaca-se que as métricas devem funcionar como instrumentos de apoio ao julgamento científico, apontando para a complementaridade do uso de métricas tradicionais e alternativas para uma avaliação mais ampla do impacto científico, que considere tanto a influência acadêmica quanto a visibilidade, a disseminação e o engajamento público.

As dinâmicas econômicas, educacionais e comunicacionais que atravessam a ciência são exploradas no capítulo Agenciamentos de mercado na ciência, que oferece uma leitura sociológica sofisticada ao demonstrar que a pesquisa científica é moldada por redes sociotécnicas e relações de poder que influenciam agendas, avaliação e circulação do conhecimento. Em uma inflexão propositiva, Recursos Educacionais Abertos apresenta esses recursos como estratégias estruturantes da educação aberta, capazes de fortalecer a aprendizagem ao longo da vida e a participação social, desde que sustentadas por políticas institucionais e articulação interinstitucional.

Já Carl e Cosmos: reflexões sobre divulgação e marketing científico mostra como a permanência da obra de Carl Sagan nas plataformas digitais evidencia o papel central da divulgação científica aliada a estratégias consistentes de marketing científico, especialmente em contextos de desinformação e descrédito das evidências científicas.

A comunicação científica nas plataformas digitais é aprofundada nos capítulos dedicados às redes sociais. Ao analisar projetos como Cientirinhas, o uso do TikTok na divulgação científica, a atuação de programas de pós-graduação no Instagram e a presença de bolsistas de produtividade em redes acadêmicas, a obra evidencia que divulgar ciência não se resume à

simplificação de conteúdos. Trata-se de promover condições de entendimento que permitam ao público interpretar, refletir e agir criticamente sobre o contexto social, superando formas de analfabetismo científico funcional. Os resultados demonstram que linguagem clara, formatos audiovisuais adequados, regularidade editorial e uso estratégico dos recursos das plataformas são determinantes para o engajamento e a confiança pública na ciência.

Em síntese, o livro demonstra, com consistência teórica e evidência empírica, que abrir a ciência não se limita ao acesso aos resultados, mas exige governança, critérios de qualidade, decisões institucionais firmes e reconhecimento formal das práticas emergentes que sustentam a comunicação científica contemporânea.

A obra ultrapassa o caráter introdutório e se consolida como marco analítico qualificada para pesquisadores, editores, gestores acadêmicos e formuladores de políticas científicas, ao oferecer bases sólidas para transformar a Ciência Aberta de discurso normativo em prática estruturante, legítima e socialmente relevante.

NOTAS E CRÉDITOS DA RESENHA

Agradecimentos: não se aplica.

Financiamento: não se aplica.

Conflitos de interesse: não se aplica.

Aprovação ética: não se aplica.

Manuscrito publicado como preprint: não se aplica.

Publicador

Universidade Federal de Lavras (UFLA).

As ideias expressas neste artigo são de responsabilidade de sua autoria, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

REFERÊNCIA

ARAÚJO, Ronaldo Ferreira; FACHIN, Juliana (org.). **Ciência aberta, divulgação científica e marketing na ciência: questões teóricas e práticas**. Maceió: EDUFAL, 2024.

