Traducir la innovación: el papel de la divulgación en las patentes

Translating innovation: The role of dissemination in patents

Cristina I. Font-Julián

Citación recomendada:

Font-Julián, Cristina I. (2026). "Traducir la innovación: el papel de la divulgación en las patentes [Translating innovation: The role of dissemination in patents]". En: Dinu, N. R.; Baiget, T. (eds.). *Ciencia para la Sociedad*. Granada: Ediciones Profesionales de la Información. ISBN: 978-84-125757-7-4
https://doi.org/10.3145/codi2026/021



Cristina I. Font-Julián
https://orcid.org/0000-0003-2351-4816
Universitat Politècnica de València
The iMetrics Lab. Departamento de Comunicación Audiovisual, Documentación e Historia del Arte
Camí de Vera, s/n
46022 Valencia, España
crifonju@upv.es

Resumen
Las patentes constituyen uno de los instrumentos jurídicos más antiguos y sofisticados para la protección de las invenciones, pero su función original trasciende la mera exclusividad comercial puesto que pueden ser considerados documentos de divulgación. Desde las primeras *Litterae Patentes* medievales, hasta los sistemas modernos de propiedad industrial, la patente opera bajo un principio de intercambio —*quid pro quo*— mediante el cual el inventor revela públicamente los detalles de su intervención a cambio de un derecho temporal de exclusión. Sin embargo, la complejidad del lenguaje técnico-jurídico, el volumen creciente de solicitudes y la desconexión entre los sistemas de patentes y la ciudadanía han generado una brecha significativa entre la información contenida en estos documentos y su impacto real en la sociedad. El presente capitulo analiza la patente como instrumento de divulgación desde una perspectiva histórica, jurídica y comunicativa. Se examina la estructura del documento de patente y los tres tipos de información que contiene —técnica, jurídica y comercial—, se aborda el valor de las patentes como fuente de información tecnológica exclusiva y se exploran las barreras que limitan su visibilidad. Finalmente, se proponen estrategias de

comunicación adaptadas a diferentes audiencias y plataformas, con el objetivo de que la innovación protegida por patentes alcance su potencial transformador en la sociedad.

Palabras clave
Patentes; Divulgación científica; Comunicación de la ciencia; Visibilidad; Transferencia de conocimiento; Impacto social; Ciencia abierta; Narrativa científica; Innovación.

Abstract
Patent disclosure is a central component of the innovation ecosystem, yet it has often been treated as secondary to the exclusionary legal function of patents. This chapter examines patent disclosure from a dual perspective: as a structural requirement of the patent system and as a strategic communication practice aimed at knowledge transfer. Drawing on the author's source materials and on academic and institutional literature, the chapter first analyses the quid pro quo logic underpinning the patent system: inventions are made public in exchange for a temporary right to exclude others. Second, it explores the visibility of patent documents as sources of technological, legal, and commercial information, as well as their contribution to cumulative innovation, technology intelligence and the linkage between science and industry. Third, it proposes a framework for the public communication of patents by distinguishing audiences, goals, languages, and channels. Finally, it provides examples and practical recommendations for communicating patents without oversimplifying them: translating without betraying, explaining the problem solved, distinguishing between applications and granted patents, and supporting communication with sources, context, and accessible visualisations. The chapter concludes that patents should not be understood merely as legal titles of protection, but also as knowledge-circulation devices whose social value depends largely on their intelligibility and on the quality of their communication.

Keywords
Patents; Scientific dissemination; Science communication; Visibility; Knowledge transfer; Social impact; Open science; Scientific narrative; Innovation.

Financiación
Financiado con Ayuda a Primeros Proyectos de Investigación (PAID-06-25), *Vicerrectorado de Investigación* de la *Universitat Politècnica de València* (*UPV*).

Financiado por el Proyecto 'Investigación publicitada: nuevos indicadores para medir los efectos del marketing oportuno en la evaluación académica (PRIME TIME)' (PID2022-142569NA-I00), MCIN/AEI/10.13039/501100011033 y por 'FEDER Una manera de hacer Europa'

1. Introducción: La patente como instrumento de divulgación

El término patente deriva del latín *patens* (*-entis*), que significa 'estar expuesto' o 'ser evidente' (**Font-Julián**, 2021). La *Real Academia Española* recoge entre sus acepciones «manifiesto, visible» antes incluso que su significado jurídico como «patente de invención». Esta etimología resulta reveladora: antes que un mecanismo de protección, se

ISBN: 978-84-125757-7-4

puede entender que la patente es, por definición, un acto de mostrar, de hacer visible. El verbo divulgar, por su parte, procede del latín *divulgāre* y significa «publicar, extender, poner al alcance del público algo». Ambos conceptos —patentar y divulgar— comparten así una raíz semántica centrada en la apertura y la difusión del conocimiento.

Las patentes son descendientes directas de las *Litterae Patentes* (Cartas Abiertas), documentos legales otorgados por monarcas que declaraban públicamente «a quienes la presente vieren y entendieren» la voluntad de conceder ciertos derechos a su titular (**Casado-Serviño**; **Sanz-Martínez**, 2013). Estos documentos, sellados pero no cerrados, estaban diseñados para ser leídos por cualquiera, a diferencia de las *litterae clausae* (cartas cerradas) de carácter privado. El papel primordial de una patente era, y sigue siendo, exponer la información necesaria para entender el funcionamiento de una invención.

Sin embargo, en la práctica contemporánea, las patentes se perciben mayoritariamente como instrumentos de protección comercial, y su dimensión divulgativa ha quedado relegada a un segundo plano. El lenguaje altamente especializado —técnico y jurídico simultáneamente—, la dispersión de la información en múltiples bases de datos y oficinas nacionales, y la falta de estrategias comunicativas específicas han convertido a las patentes en documentos esencialmente opacos para la mayor parte de la sociedad (**Zheng** *et al.*, 2015; **Kong** *et al.*, 2020).

Este capítulo se propone recuperar y reivindicar la función divulgativa de las patentes. Para ello, se ofrece un marco conceptual que sitúa a la patente en el ecosistema de la propiedad intelectual, se analiza su estructura como fuente de información, se examinan las barreras a su visibilidad y se proponen estrategias de comunicación que permitan a la innovación patentada alcanzar su potencial de impacto social.

2. Marco conceptual: patentes y propiedad intelectual

2.1. Definición etimológica y jurídica

Una patente de invención es un derecho exclusivo concedido por un Estado a un inventor, que le permite impedir que terceros exploten comercialmente su invención durante un periodo limitado —generalmente 20 años— y en un territorio determinado (*Ley 24/2015, de 24 de julio, de Patentes*). A cambio de esta protección, el inventor debe divulgar públicamente los detalles completos de su invención, de modo que cualquier persona con conocimientos en la materia pueda reproducirla. Este intercambio constituye el *quid pro quo* fundamental del sistema de patentes: divulgación a cambio de exclusividad (**Font-Julián**, 2021).

Las patentes se integran dentro del sistema de propiedad intelectual (figura 1), un concepto amplio que abarca tanto la propiedad industrial —patentes, modelos de utilidad, diseños industriales, marcas, indicaciones geográficas y secretos comerciales— como los derechos de autor —obras literarias, artísticas, científicas, software y bases de datos— (*OMPI*, 2016).

ISBN: 978-84-125757-7-4

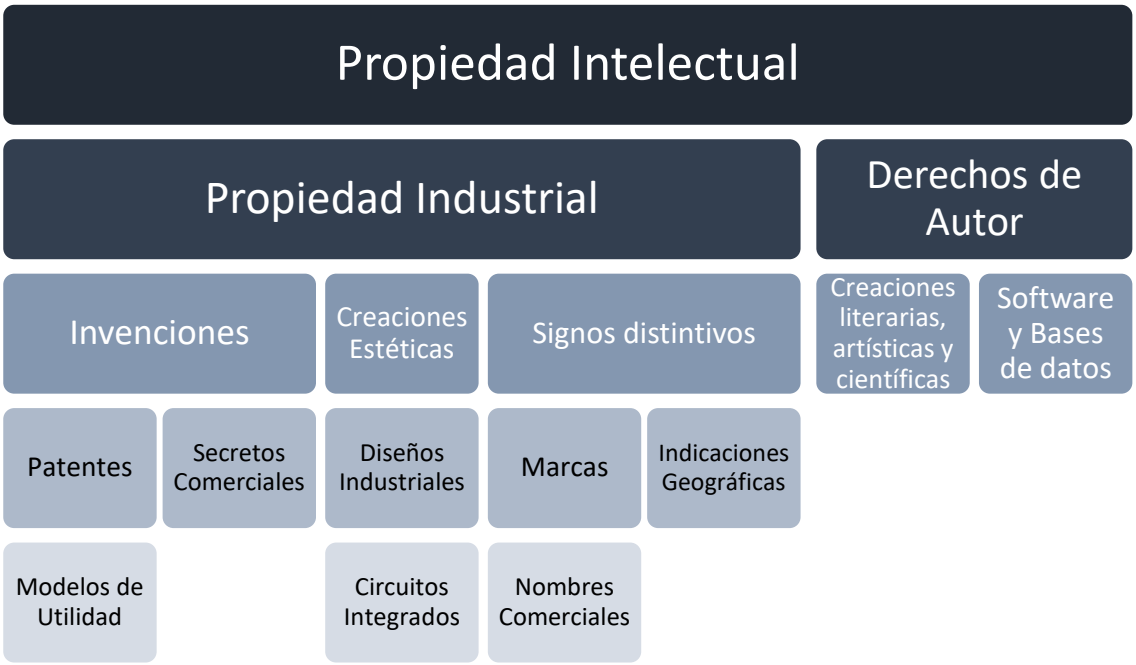


Figura 1. Cuadro ilustrativo sobre las áreas de la Propiedad Intelectual.
Fuente: **Font-Julián**, 2021

2.2. Requisitos de patentabilidad

Para que una invención pueda ser objeto de patente, en España la *Ley 24/2015* establece tres requisitos indispensables. En primer lugar, la novedad: la invención no debe encontrarse en el estado de la técnica, entendido como todo aquello que se ha puesto previamente a disposición del público en cualquier parte del mundo, ya sea de forma escrita, oral o mediante su uso. En segundo lugar, la actividad inventiva: la invención no debe poder ser inferida de manera evidente por un experto en la materia a partir del estado de la técnica. En tercer lugar, la aplicación industrial: la invención debe resolver un problema técnico con utilidad industrial real, permitiendo su explotación efectiva (*OMPI*, 2016).

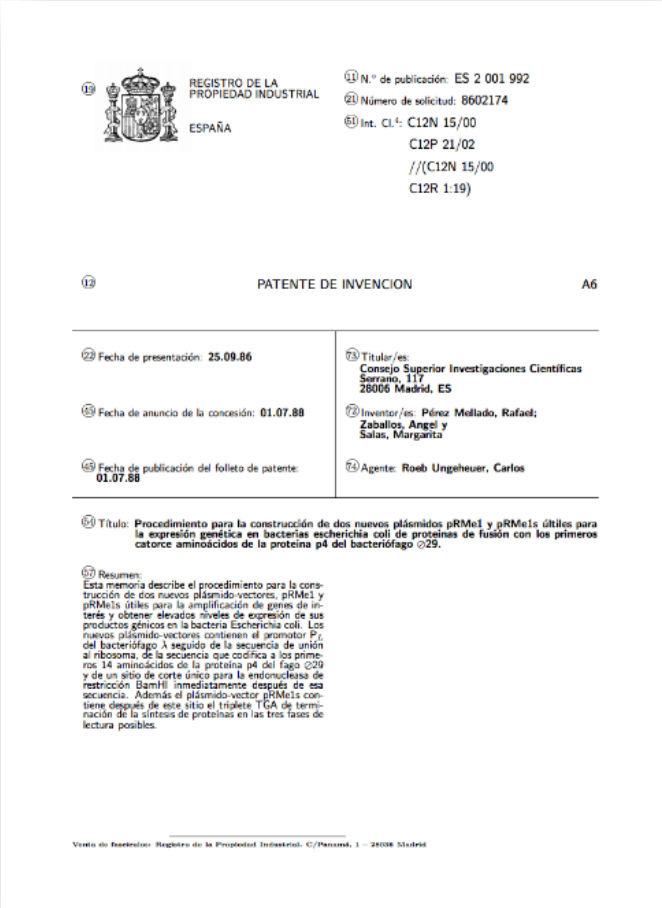
Estos tres requisitos guardan una relación directa con la función divulgativa de la patente. La exigencia de novedad obliga a una revisión exhaustiva del estado de la técnica, generando un corpus documental que sitúa la invención en su contexto tecnológico. La actividad inventiva requiere una explicación detallada que demuestre la no obviedad de la solución propuesta. Y la aplicación industrial exige que la descripción sea lo suficientemente clara como para permitir la reproducción práctica de la invención. En su conjunto, estos requisitos garantizan que el documento de patente constituya una fuente de información técnica de alta calidad.

3. La patente como documento: estructura y contenido informativo

3.1. Partes de una patente

El documento de patente sigue una estructura normalizada internacionalmente gracias a las normas *WIPO Standards* de la *Organización Mundial de la Propiedad Intelectual*. Pese a las particularidades de cada oficina nacional, la estructura básica comprende tres secciones obligatorias y dos opcionales.

ISBN: 978-84-125757-7-4



(19) REGISTRO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
ESPAÑA

(11) N.º de publicación: ES 2 001 992
(21) Número de solicitud: 8602174
(51) Int. Cl.⁴: C12N 15/00
C12P 21/02
//(C12N 15/00
C12R 1:19)

(12) PATENTE DE INVENCION A6

(22) Fecha de presentación: 25.09.86

(43) Fecha de anuncio de la concesión: 01.07.88

(45) Fecha de publicación del folleto de patente: 01.07.88

(73) Titular/es:
Consejo Superior Investigaciones Científicas
Serrano, 117
28006 Madrid, ES

(72) Inventor/es: Pérez Mellado, Rafael;
Zaballos, Angel y
Salas, Margarita

(74) Agente: Roeb Ungeheuer, Carlos

(54) Título: Procedimiento para la construcción de dos nuevos plásmidos pRMe1 y pRMe1s útiles para la expresión genética en bacterias escherichia coli de proteínas de fusión con los primeros catorce aminoácidos de la proteina p4 del bacteriófago ⊘29.

(57) Resumen:
Esta memoria describe el procedimiento para la construcción de dos nuevos plásmido-vectores, pRMe1 y pRMe1s útiles para la amplificación de genes de interés y obtener elevados niveles de expresión de sus productos génicos en la bacteria Escherichia coli. Los nuevos plásmido-vectores contienen el promotor P_L del bacteriófago λ seguido de la secuencia de unión al ribosoma, de la secuencia que codifica a los primeros 14 aminoácidos de la proteina p4 del fago ⊘29 y de un sitio de corte único para la endonucleasa de restricción BamHI inmediatamente después de esa secuencia. Además el plásmido-vector pRMe1s contiene después de este sitio el triplete TGA de terminación de la síntesis de proteínas en las tres fases de lectura posibles.

Venta de fascículos: Registro de la Propiedad Industrial. C/Panamá, 1 – 28036 Madrid

La **portada** contiene los datos bibliográficos identificados mediante códigos *INID* (norma ST.9 de la *OMPI*): número de publicación, oficina emisora, fecha de solicitud y concesión, nombre del titular y del inventor, clasificación internacional (*CIP*), título de la invención y resumen. Estos datos permiten la identificación unívoca de la patente en todo el mundo. Un ejemplo ilustrativo es la patente española ES 2.001.992 (figura 2), del *Consejo Superior de Investigaciones Científicas* (*CSIC*), titulada «Procedimiento para la construcción de dos nuevos plásmidos […]», cuya portada exhibe la estructura estándar de datos bibliográficos del sistema español.

Figura 2. Patente española nº 2.001.992

La **descripción** constituye el núcleo informativo de la patente. Incluye la delimitación del sector de la técnica, una revisión del estado de la técnica, la explicación detallada de la invención, el modo de realización y, en su caso, la explicación de los dibujos y de la aplicación industrial. Esta sección debe permitir que un experto en la materia pueda reproducir la invención con suficiente detalle.

Las **reivindicaciones** definen el alcance exacto de la protección jurídica, constituyendo la parte legalmente más relevante del documento. Cada reivindicación establece con precisión qué elementos de la invención se encuentran protegidos.

Las secciones opcionales incluyen los dibujos —esquemas técnicos, planos y figuras que complementan la descripción— y el informe sobre el estado de la técnica, que recoge la búsqueda de anterioridades realizada por la oficina examinadora.

3.2. Tipos de información: técnica, jurídica y comercial

Un documento de patente integra simultáneamente tres capas de información de naturaleza distinta. La información **técnica**, contenida fundamentalmente en la descripción y los dibujos, proporciona los detalles completos del funcionamiento de la inven-

ISBN: 978-84-125757-7-4

ción: qué problema resuelve, cómo lo resuelve y cómo se ejecuta. La información **jurídica**, articulada en las reivindicaciones, define el alcance exacto de la protección legal. Y la información **comercial**, recogida en los datos bibliográficos de la portada, informa sobre el solicitante, las fechas clave, los países de aplicación y la clasificación tecnológica.

3.3. La patente como fuente de información tecnológica

Las patentes constituyen una de las fuentes de información tecnológica más infrautilizadas. Se estima que aproximadamente el 80% de la información técnica contenida en las patentes no se publica en ningún otro medio (*OMPI*, 2000). Esta exclusividad convierte a los documentos de patentes en un repositorio único de conocimiento técnico que no puede encontrarse en artículos científicos, informes técnicos ni ninguna otra fuente documental.

La investigación de **Furman** *et al.* (2021) sobre el *Patent Depository Library Program* de la *United States Patent and Trademark Office* (*USPTO*) demostró empíricamente el impacto del acceso a esta información: las regiones donde se establecieron bibliotecas de patentes experimentaron un incremento del 8-20% en la actividad patentadora local, evidenciando que la mera exposición a la información técnica contenida en las patentes cataliza la innovación. **Kong** *et al.* (2020) complementaron estos hallazgos al demostrar que la claridad lingüística de las divulgaciones de patentes influye directamente en su efectividad como instrumentos de transferencia de conocimiento.

La relación entre patentes y literatura científica refuerza esta función informativa. **Hammarfelt** (2021) ha estudiado las «patent-paper citations» —citas de patentes a artículos científicos y viceversa—, demostrando que estas referencias establecen puentes fundamentales entre la investigación académica y el desarrollo tecnológico. **Jahn** *et al.* (2022) cuantificaron la influencia del acceso abierto en la innovación, encontrando que una proporción significativa de patentes cita literatura no patente, lo que indica que la accesibilidad de los hallazgos científicos retroalimenta directamente el sistema de patentes.

4. La divulgación de patentes: del *quid pro quo* al impacto social

4.1. El intercambio fundamental: divulgación versus exclusividad

El sistema de patentes se sustenta en un contrato social implícito: el Estado concede al inventor un monopolio temporal (20 años) sobre la explotación comercial de su invención a cambio de que este revele públicamente todos los detalles necesarios para su comprensión y reproducción. Este intercambio —*quid pro quo* o, mejor, *do ut des* (doy para que des)— tiene una doble finalidad: compensar la inversión del inventor y enriquecer el acervo tecnológico de la sociedad.

Boot y **Vladimirov** (2024) analizan las implicaciones de este intercambio y argumentan que, aunque la divulgación puede revelar información a los competidores, también fomenta la cooperación en tecnologías no disruptivas, incrementando la rentabilidad global del sistema. **Baruffaldi** y **Simeth** (2020) demostraron que la publicación anticipada de solicitudes de patentes —que en la mayoría de sistemas se produce a los 18

ISBN: 978-84-125757-7-4

meses de la fecha de prioridad— acelera significativamente la difusión del conocimiento tecnológico.

4.2. Visibilidad y accesibilidad de las patentes

La visibilidad efectiva de los documentos de patentes es un factor determinante para la innovación. La digitalización de documentos de patentes y la creación de bases de datos como *Espacenet* (*OEP*), *PatentScope* (*OMPI*) o *Google Patents* han transformado radicalmente las posibilidades de acceso.

Un ejemplo destacado del potencial transformador de la visibilidad de patentes es la *Open COVID Pledge*, una iniciativa surgida durante la pandemia de COVID-19 mediante la cual empresas e instituciones se comprometieron a facilitar el acceso a sus patentes relacionadas con tecnologías útiles para combatir la crisis sanitaria. **Antonelli** *et al.* (2021) analizaron esta iniciativa y concluyeron que hacer accesible la información de patentes aceleró significativamente la innovación colectiva, demostrando que la visibilidad de las patentes puede tener un impacto directo y medible en contextos de urgencia social.

4.3. Barreras a la visibilidad de patentes

Pese a los avances en digitalización y acceso abierto, persisten barreras significativas que limitan la visibilidad efectiva de las patentes. La primera es la **complejidad lingüística:** los documentos de patentes emplean simultáneamente lenguaje técnico especializado y terminología jurídica, lo que los hace difícilmente comprensibles para públicos no especializados (**Kong** *et al.*, 2020). La segunda es la inercia organizativa: **Bhaskarabhatla** y **Hegde** (2014), en su estudio sobre las estrategias de patentado de *IBM*, demostraron que la mera disponibilidad de los documentos no garantiza su utilización; se requieren estrategias proactivas de gestión y comunicación. La tercera es el volumen: el crecimiento exponencial de las solicitudes de patentes genera un reto logístico considerable para quienes intentan mantenerse informados, como señalan **Senger** *et al.* (2015) al abordar la necesidad de extracción y curación automatizadas de datos de patentes. Finalmente, **Ganglmair** y **Reimers** (2019) alertan de que un sistema de patentes débil respecto al secreto comercial puede desincentivar la divulgación pública, reduciendo la visibilidad de las innovaciones y frenando la innovación acumulativa.

5. Estrategias de comunicación de patentes

5.1. Audiencias y mensajes diferenciados

La comunicación efectiva de las patentes exige adaptar tanto el mensaje como el formato a la audiencia destinataria. A partir del análisis de la literatura y de la experiencia en comunicación de la ciencia, se pueden identificar al menos tres audiencias principales con necesidades informativas diferenciadas.

Los **investigadores** demandan detalles técnicos precisos: metodología, datos experimentales, referencias al estado de la técnica y posibilidades de colaboración. Para esta audiencia, el documento de patente en su formato original —complementado con artículos científicos y bases de datos especializadas— puede ser suficiente, aunque

ISBN: 978-84-125757-7-4

su accesibilidad mejoraría con resúmenes técnicos contextualizados (**Yuriawan** *et al.*, 2022).

Las **empresas e inversores** buscan información sobre ventajas competitivas, análisis de mercado, retorno de inversión y casos de aplicación. La comunicación dirigida a esta audiencia debe traducir la información técnica en valor comercial, destacando el problema de mercado que resuelve la invención y su potencial de explotación.

La **ciudadanía** requiere un enfoque radicalmente distinto: eliminar la jerga técnico-jurídica, centrarse en los beneficios reales para la sociedad, utilizar historias y testimonios comprensibles, y apoyarse en elementos visuales (**Font-Julián**; **Orduña-Malea**, 2025). Como señalan **Hargittai** *et al.* (2018), los jóvenes adultos interactúan con la ciencia en redes sociales de modos que exigen formatos accesibles y narrativas atractivas.

5.2. *Storytelling* y narrativa de la innovación

La técnica narrativa más efectiva para comunicar patentes sigue una estructura clásica de tres actos: **Problema → Solución → Impacto**. Esta estructura permite transformar un documento técnico-jurídico en una historia comprensible: ¿qué problema existía? ¿Cómo lo resuelve esta invención? ¿Qué cambios produce en la vida de las personas?

Ross-Hellauer *et al.* (2019) propusieron reglas para la diseminación innovadora de la investigación, varias de las cuales son directamente aplicables a la comunicación de patentes: conocer a la audiencia, elegir el medio adecuado, contar una historia, usar elementos visuales y facilitar el acceso al documento original. **Kang** (2012) argumenta que la propia materialidad del documento de patente —su clasificación, su estructura, su lenguaje— condiciona la representación pública de las invenciones, lo que subraya la necesidad de estrategias de traducción comunicativa que preserven la fidelidad técnica.

5.4. Buenas y malas prácticas

La divulgación de patentes en redes sociales permite identificar patrones de buenas y malas prácticas. Las **buenas prácticas** se caracterizan por: contextualizar la patente en un problema real, explicar la invención con lenguaje accesible sin distorsionar su contenido, incluir elementos visuales (dibujos de la patente, infografías, vídeos), enlazar siempre a la fuente original, y distinguir claramente entre solicitud de patente y patente concedida.

Las **malas prácticas** incluyen: el uso de titulares sensacionalistas que exageran las implicaciones de una patente (confundiendo una solicitud o una patente concedida con un producto en desarrollo), la omisión del contexto técnico, la falta de enlaces a las fuentes primarias y la confusión entre diferentes tipos de documentos de propiedad intelectual.

Un conjunto de **recomendaciones prácticas** para la divulgación de patentes se puede sintetizar en los siguientes principios:

- Traducir sin traicionar: simplificar el lenguaje respetando la precisión técnica.

ISBN: 978-84-125757-7-4

- Simplificar sin distorsionar: reducir la complejidad sin alterar el significado.
- Priorizar el problema resuelto: comenzar siempre por el beneficio social o técnico
- Distinguir entre solicitud y patente: informar con rigor sobre el estado del procedimiento.
- Estructurar la comunicación: primero la explicación, después el debate.
- Guiar la conversación: anticipar preguntas y malentendidos.
- Citar siempre las fuentes: enlazar al documento original en la oficina de patentes correspondiente.

6. Conclusiones y recomendaciones

Las patentes son, por definición y por historia, instrumentos de divulgación. Desde los cocineros de Síbaris en el siglo VII a.C. hasta las iniciativas contemporáneas como la *Open COVID Pledge*, el sistema de patentes ha estado ligado a un principio fundamental: la innovación protegida solo cumple plenamente su función cuando el conocimiento que contiene es accesible y comprensible.

El análisis presentado en este capítulo permite formular las siguientes recomendaciones:

1. Reconocer la doble naturaleza de la patente: la patente no es solo un instrumento de protección comercial, sino también un documento de divulgación técnica de alto valor informativo. Aproximadamente el 80% de la información técnica contenida en las patentes no se encuentra disponible en ningún otro medio.
2. Invertir en estrategias de comunicación adaptadas: la divulgación de patentes requiere mensajes diferenciados según la audiencia (investigadores, empresas, ciudadanía), canales específicos y formatos adecuados. Las redes sociales ofrecen oportunidades significativas, pero exigen rigor y adaptación.
3. Fomentar la formación en comunicación de patentes: investigadores, oficinas de transferencia tecnológica y profesionales de la comunicación científica deben desarrollar competencias específicas para traducir la información de patentes sin sacrificar la precisión.
4. Promover la accesibilidad lingüística: la complejidad del lenguaje técnico-jurídico sigue siendo la principal barrera para la visibilidad de las patentes. Iniciativas de simplificación y clarificación lingüística, como las propuestas por **Kong** *et al.* (2020), resultan imprescindibles.
5. Integrar la divulgación de patentes en las políticas de transferencia: la comunicación de patentes debe formar parte integral de las estrategias institucionales de transferencia de conocimiento, y no ser una actividad accesoria o posterior al registro.

En definitiva, divulgar patentes no es un ejercicio de vulgarización, sino un acto de responsabilidad. La innovación protegida que no se comunica es innovación que no alcanza su potencial. Traducir la innovación —del lenguaje técnico-jurídico al lenguaje de la sociedad— es, en última instancia, la promesa original del sistema de patentes.

ISBN: 978-84-125757-7-4

7. Referencias

Antonelli, G. A.; **Leone, M. I.**; **Ricci, R.** (2021). Exploring the Open COVID Pledge in the fight against COVID-19: A semantic analysis of the Manifesto, the pledgors and the featured patents. *R&D Management*, *52*(2), 255-272.
https://doi.org/10.1111/radm.12493

Baruffaldi, S. H.; **Simeth, M.** (2020). Patents and knowledge diffusion: The effect of early disclosure. *Research Policy*, *49*(4), 103927.
https://doi.org/10.1016/j.respol.2020.103927

Bhaskarabhatla, A.; **Hegde, D.** (2014). An organizational perspective on patenting and open innovation. *Organization Science*, *25*(6), 1744-1763.
https://doi.org/10.1287/orsc.2014.0911

Boot, A.; **Vladimirov, V.** (2024). Disclosure, patenting, and trade secrecy. *Journal of Accounting Research*, *63*(1), 5-56.
https://doi.org/10.1111/1475-679x.12580

Casado-Serviño, A., y Sanz-Martínez, A. (2013). *La propiedad industrial en España*. Oficina Española de Patentes y Marcas.

Font-Julián, C. I. (2021). *Descubrimiento y evaluación de recursos web de calidad mediante Patent Link Analysis* [Tesis doctoral, Universitat Politècnica de València].

Font-Julián, C. I.; **Orduña-Malea, E.** (2025). "Eddie Van Halen y "la mejor ilustración de patentes de la historia": Descubriendo las patentes como recursos de información en X (Twitter) [Eddie Van Halen and "the best patent illustration ever": Uncovering patents as information resources on X (Twitter)]". En: Dinu, N. R.; Baiget, T. (eds.). *Divulgación, Transferencia e Impacto Social de la Ciencia*. Granada: Ediciones Profesionales de la Información. ISBN: 978-84-125757-2-9
https://doi.org/10.3145/codi2025/006

Furman, J.; **Nagler, M.**; **Watzinger, M.** (2021). Disclosure and subsequent innovation: Evidence from the Patent Depository Library Program. *American Economic Journal: Economic Policy*, *13*(4), 239-270. *https://doi.org/10.1257/pol.20180636*

Ganglmair, B.; **Reimers, I.** (2019). Visibility of technology and cumulative innovation: Evidence from trade secrets laws. *SSRN Electronic Journal*.
https://doi.org/10.2139/ssrn.3450351

Hammarfelt, B. (2021). Linking science to technology: The "patent paper citation" and the rise of patentometrics in the 1980s. *Journal of Documentation*, *77*(6), 1413-1429.
https://doi.org/10.1108/jd-12-2020-0218

Hargittai, E.; **Füchslin, T.**; **Schäfer, M.** (2018). How do young adults engage with science and research on social media? Some preliminary findings and an agenda for future research. *Social Media + Society*, *4*(3). *https://doi.org/10.1177/2056305118797720*

Jahn, N.; **Klebel, T.**; **Pride, D.**; **Knoth, P.**; **Ross-Hellauer, T.** (2022). Quantifying the influence of Open Access on innovation and patents. *Open Research Europe*, *2*, 64.
https://doi.org/10.12688/openreseurope.14680.1

Kang, H. (2012). Science inside law: The making of a new patent class in the International Patent Classification. *Science in Context*, *25*(4), 551-594.
https://doi.org/10.1017/s0269889712000233

Kong, N.; **Dulleck, U.**; **Jaffe, A.**; **Sun, S.**; **Vajjala, S**. (2020). Linguistic metrics for patent disclosure: Evidence from university versus corporate patents. *SSRN Electronic Journal*.
https://doi.org/10.2139/ssrn.3692159

Ley 24/2015, de 24 de julio, de Patentes. *Boletín Oficial del Estado*, 177, de 25 de julio de 2015.

OMPI (2016). *Principios básicos de la propiedad industrial* (2.ª ed.). Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

OMPI (2000). *Las patentes: fuente de información tecnológica*. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

Ross-Hellauer, T.; **Tennant, J. P.**; **Banelytė, V.**; **Gorogh, E.**; **Luzi, D.**; **Kraker, P.**; **Pisacane, L.**; **Ruggieri, R.**; **Sifacaki, E.**; **Vignoli, M.** (2019). Ten simple rules for innovative dissemination of research. *PLoS Computational Biology*, *15*(4), e1007704.
https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1007704

Senger, S.; **Bartek, L.**; **Papadatos, G.**; **Gaulton, A.** (2015). Managing expectations: Assessment of chemistry databases generated by automated extraction of chemical structures from patents. *Journal of Cheminformatics*, *7*(1).
https://doi.org/10.1186/s13321-015-0097-z

Yuriawan, K.; **Sarwoprasodjo, S.**; **Sugiyanto, D.** (2022). Meaning of science communication construct for researchers and public relations at the Indonesian Institute of Sciences. *Profesi Humas*, *7*(1), 17.
https://doi.org/10.24198/prh.v7i1.34263

Zheng, S.; **Hu, X.**; **Hu, S.** (2015). Patent survival analysis of China's communication industry. In: *Proceedings of the IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management* (pp. 1509-1513).
https://doi.org/10.1109/ieem.2015.7385899

ISBN: 978-84-125757-7-4