

Promover e incentivar o uso das patentes é um desafio comum a qualquer instituto de PI e, para isso, a estratégia de comunicação dessas organizações revela-se fundamental. No entanto, a despeito de tal importância, a literatura existente sobre o assunto é ainda escassa. O presente estudo é focado nas ações comunicacionais dos IP5, grupo dos cinco maiores '*patent offices*' no mundo, normalmente utilizados como referências para captação de boas práticas. Inicialmente, a partir de análise de conteúdo aplicada às notícias publicadas em seus *websites*, foram identificados e categorizados oito principais assuntos difundidos pelos IP5 com foco em patentes. De seguida, a análise descritiva desses *websites* mapeou as ferramentas e meios disponibilizados por esses institutos para facilitar e divulgar as patentes. Por fim, após o questionário submetido aos IP5, identificou-se uma estratégia de comunicação segmentada, adaptada às necessidades de cada público, utilizando-se de canais e conteúdos específicos para superar as dificuldades rumo à promoção mais eficaz das patentes, entre algumas importantes conclusões obtidas com este trabalho.