

**El papel de la SIP ante los desafíos de Google  
y otros agregadores de contenido digitales**  
**23 – 24 de enero de 2015**  
**Salón Libertadores, Hotel Sheraton**  
**Lima, Perú**

**RECOMENDACIONES:**

- Propagar el conocimiento; buscar impacto. Crear opinión pública y conciencia social, alineándonos a la crítica del estudio de la Fundación John S. y James L. Knight que muestra que los medios son muy pasivos.
- Se necesita cambio de mentalidad de la SIP. Incorporar el tema digital en libertad de prensa.
- Agregar ideas sobre buenas prácticas y buenos servicios en un sitio: investigaciones, *white papers* sobre problemas que tenemos.
- Conformar un consorcio para agregar poder de negociación. Investigar cómo se conforma un consorcio para ofrecer servicios, bajar costos.
- Trabajar una declaración que dé un marco general de trabajo sobre la relación entre medios y agregadores de contenido.
- Papel de la SIP: poner al alcance de los socios cómo organizar, crear e implementar estrategias.
- Concientizar a lo interno sobre el impacto no solo en nuestra audiencia, sino en el modelo de negocio, considerando que la fortaleza digital y económica es esencial para la libertad de prensa.
- Crear conciencia empezando con los periodistas.
- Entrenar a periodistas en herramientas de Google.

**Educación**

- Promover mecanismos de colaboración entre organizaciones para luchar y confrontar a Facebook, Google, pero también buscar alianzas. Hay que reconocer sus competencias y utilizarlas.
- Elevar el nivel de apoyo de la opinión pública.
- Buscar caminos de colaboración con empresas fuera de los medios que puedan tener intereses comunes como las telecom.
- Buscar creatividad para desarrollar nuevos negocios, no quedarnos solo en *e-commerce*.