

# INTERACTION SOUTH AMERICA 2015

7MA CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE DISEÑO DE  
INTERACCIÓN, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN.

18 al 21 de noviembre, Córdoba Argentina.

## ¿QUÉ ES INTERACTION SOUTH AMERICA?

Interaction South America (ISA) es la conferencia de Diseño de interacción, Experiencia de usuario, Tecnología e Innovación más importante de América del Sur. Los eventos ISA tienen una reputación implacable de ser conferencias apasionantes y del más alto nivel. Una tradición sólo posible gracias a patrocinadores, expositores, aliados académicos y apoyo gubernamental.

La primera edición latinoamericana se realizó en São Paulo, Brasil en 2009. Desde entonces se ha llevado a cabo ininterrumpidamente con un constante crecimiento en cantidad de asistentes y de exponentes, presentando a referentes de la industria como Donald Norman, Jared Spool, Lou Rosenfeld y Dan Saffer, entre otros.

EDICIÓN	CIUDAD	ASISTENTES
ISA 11	Belo Horizonte	550 asistentes
ISA 12	Saõ Paulo	750 asistentes
ISA 13	Recife	900 asistentes
ISA 14	Buenos Aires	600 asistentes

En 2015, hemos decidido unirnos Interaction South America y la Conferencia Latinoamericana sobre Interacción Persona-Ordenador. Durante los días 1 y 2, una pista científica presentará contribuciones seleccionadas por el Congreso Latinoamericano de Interacción Humano-Computadora (CLIHIC), mientras que la pista profesional será curada por el Comité Profesional de ISA.

En base a las conferencias de años anteriores, estimamos que cerca de 600 personas van a acompañarnos en Córdoba. Aproximadamente un 65% de los visitantes son de otros países. Es por esto que ISA se posiciona como un evento internacional con público asistiendo desde todo el Mercosur, convirtiéndose en una oportunidad única para expandir o afianzar los lazos con la comunidad global.

## CON EL SELLO DE IxDA



La Interaction Design Association (IxDA), es la asociación de profesionales de diseño de interacción más grande del mundo. Con más de 65.000 miembros y más de 152 grupos locales en 43 países, IxDA se centra en colaborar con cuestiones de diseño de interacción para los profesionales, sin importar su nivel de experiencia. IxDA fue fundada en 2003 y registrada como organización sin fines de lucro a fines de 2005.

Dependemos de la pasión de los miembros que participan voluntariamente para ayudar a servir las necesidades de la comunidad internacional de Diseño de Interacción.

En 2008 se lanzó la primer edición de su conferencia anual Interaction y en 2009 la conferencia regional Interaction South America (ISA). Podés conocer más sobre IxDA en [www.ixda.org](http://www.ixda.org)

## FORMATO DE LA CONFERENCIA

Interaction South America se realizará durante 4 días en noviembre de 2015, teniendo como sede central Ciudad de las Artes y el Colegio Universitario IES (Instituto de Estudios Superiores) . Serán 4 días intensos de presentaciones, debate y eventos sociales para todos los diseñadores de interacción de Sudamérica.

## Días 1 y 2

A desarrollarse en el Colegio Universitario IES ; habrá charlas, seleccionadas por un jurado de respetados profesionales, académicos y científicos. Se presentarán: Artículos y artículos cortos, Posters, Charlas y charlas relámpago y Talleres (workshops). También, durante los días 1 y 2 se llevará a cabo la pista científica de la conferencia a cargo de CLIHC.

## Días 3 y 4

Tendrán lugar en Ciudad de las Artes las charlas keynote en las que una docena de oradores de primera línea expondrán sobre los temas que estimulan y ocupan la creatividad de la comunidad de UX, definiendo y extendiendo los límites de la profesión. Las charlas se darán en su idioma original con traducción simultánea al español y portugués. También se desarrollarán actividades artísticas y culturales referidas al diseño.

# TEMA DE LA EDICIÓN 2015: DESIGN IS A SERIOUS BUSINESS

**El diseño es un serio negocio.** Si nuestra comunidad desea hacer crecer la profesión y tener un lugar en la mesa donde se toman las decisiones, entonces debe entender que el diseño no es el centro del universo. Ciertamente, el diseño es una de las piedras angulares en el proceso de desarrollo de productos, pero el objetivo final de este proceso es crear un producto exitoso, uno que maximice el valor del negocio.

La dicotomía entre negocio y diseño es sólo una señal en la larga ruta hacia la madurez que tenemos por delante. Dicha dicotomía tiene las dos caras de un mismo problema: se debe ofrecer, en el momento justo, y con los recursos que se tengan disponibles, un producto que, por un lado, guste y sirva a los usuarios y que, por el otro, represente fielmente la propuesta de negocio que se quiera desarrollar.

Es importante comenzar a incorporar en el quehacer cotidiano del diseñador nociones sobre cómo gestionar proyectos, que le permitan saber cómo diseñar un plan de acción para atacar un problema y, en esa línea de pensamiento, que le ayuden a seleccionar bien las técnicas y metodologías adecuadas

para cada proyecto. Los proyectos tienen presupuestos asignados, y la falta de planeamiento, o la elección de procedimientos equivocados en su realización impactan directamente en la relación costo-beneficio y, por supuesto, en el retorno de la inversión.

El diseño no es el objetivo final. Una concepción abstracta del diseño donde no se consideran las necesidades del usuario, la viabilidad tecnológica y el modelo de negocio proyectado, está condenada al fracaso. Es hora de asumir que el diseño es un factor clave de la ecuación del negocio. El diseño es un serio negocio.

## PROPUESTA PARA MEDIA PARTNERS

Esta propuesta está diseñada para los medios y organizaciones que se comprometan a brindar cobertura sobre el evento en la prensa, antes, durante y al finalizar el evento.

Como parte de esta cobertura los media partners tendrán el derecho a distribuir parte del contenido producido en el evento en sus medios, llevar adelante entrevistas con los speakers principales y tener acceso preferencial a las gacetillas de comunicación del evento.

### Qué incluye la propuesta:

- Presencia del medio en el banner del auditorio principal.
- Presencia del medio con un link en el sitio web de ISA15.
- Presencia del medio en todo el material promocional que sea publicado online
- El derecho a incluir material promocional en el kit de bienvenida para los participantes.
- La mención del medio durante el discurso de apertura y cierre de ISA15.
- 1 entrada para ser utilizada por el equipo periodístico a participar de ISA15.
- Media Kit con información y fotografías del evento y eventos anteriores para utilizar en las publicaciones.
- Acceso exclusivo para realizar entrevistas a los disertantes principales.
- 10 códigos de descuento exclusivos de AR\$500/USD50 para que el medio pueda promocionar junto con las publicaciones del evento.

## Requerimos a nuestros media partners lo siguiente:

- Realizar al menos 5 notas previas al evento.
- Publicación de todas las gacetillas de prensa (aproximadamente 10 durante 2015)
- Realizar al menos 2 entrevistas con los speakers principales.
- Realizar al menos 2 publicaciones luego del evento.
- En todas las publicaciones agregar un link a la página web del evento.

## Condiciones generales para medios

Los medios que soliciten realizar la cobertura deberán tener inscritos a periodistas y fotógrafos. Sólo podrán ingresar al evento, periodistas y/o fotógrafos que pertenezcan a medios que hayan acordado difusión previa con la organización. Las acreditaciones podrán solicitarse hasta el 15/10/2015 sin excepción.

## Por qué ser media partner

- Para solicitar material de prensa específico o especializado.
- Para poder realizar notas con los conferencistas, personalidades, artistas y/o contenido del evento con información detallada y exclusiva
- Para poder realizar notas sobre la organización y entrevistas con los organizadores.
- Para tener acceso a Interaction South America y poder reportar de primera mano lo que acontece durante los 4 días del evento.

Por cualquier duda o consulta contactarse con la coordinación de prensa de Interaction South America 2015 en [mediapartners@ixdacba.com.ar](mailto:mediapartners@ixdacba.com.ar)