



CIGNA-vielife en Second Life:

Enseñanza interactiva sobre salud y estilo de vida para empleados de cualquier parte del mundo



“Los mundos virtuales son el futuro de la atención médica”.

– Dr. Peter Mills, médico jefe de vielife

Resumen

En diciembre de 2006, la empresa de servicios médicos mundiales CIGNA adquirió vielife, una importante empresa británica que imparte programas de orientación sobre la relación entre estilo de vida y salud. vielife ofrece soluciones de salud y bienestar cuantificables y dirigidas a destinatarios específicos, como programas de evaluación de riesgos médicos y gestión del estilo de vida. Entre sus clientes se cuentan empresas como Blue Cross/ Blue Shield, Unilever, KPMG y GlaxoSmithKline. Los servicios de vielife están diseñados para ayudar a los empleados de sus clientes a elegir y mantener un estilo de vida más sano mediante una mayor conciencia de los efectos de la nutrición, la actividad física, el sueño y el estrés. En 2008, CIGNA y vielife lanzaron la fase piloto de un programa de nutrición en Second Life, en una isla llamada GET (del inglés Go, Experience, Thrive). El programa tuvo tanto éxito que ahora se está estudiando la posibilidad de impartir una serie más amplia de programas de formación en el mundo virtual de Second Life, que abordarán problemas de salud relacionados con el sueño, el estrés y la forma física.

Más del 50% de los participantes en la fase piloto afirmaron haber cambiado su estilo de vida gracias a lo que aprendieron en Second Life.



vielife se lanzó en Second Life después de analizar varias tecnologías emergentes

La misión de vielife es fomentar la adopción de hábitos saludables entre diversos grupos (desde personas sanas hasta otras con un riesgo alto) antes de que enfermen, así como



“Se eligió Second Life como plataforma del proyecto porque es el mundo virtual más estable y conocido, y el de más longevidad”.
– Dr. Peter Mills, médico jefe de vielife

proporcionarles herramientas que les ayuden a introducir pequeños cambios en su estilo de vida para conseguir resultados palpables. El proyecto Second Life tenía como objetivo establecer una vía de comunicación innovadora con un público diverso y geográficamente disperso. El Dr. Peter Mills, médico jefe de vielife, señaló: “Hoy las empresas tienen empleados en todo el mundo. Por tanto, nuestro reto es conseguir una comunicación sobre la salud muy personal con una audiencia tan dispersa”.

Tras descubrir los mundos virtuales y Second Life a finales de 2007, vielife lanzó inmediatamente la isla GET y puso en marcha su primer programa piloto en Second Life, cuyo objetivo central es la educación nutricional, con la participación de casi 800 empleados de CIGNA. Los objetivos de vielife eran muy sencillos: descubrir cómo responderían

los participantes a un entorno de enseñanza virtual y evaluar qué cambios de conducta podrían conseguirse. Se eligió Second Life como plataforma de mundo virtual porque, como señaló Mills, es “el mundo virtual más estable y conocido, así como el más longevo”.

Ventajas inesperadas de la formación en los mundos virtuales

El equipo de vielife se inspiró desde el principio en los buenos resultados conseguidos por los entornos inmersivos. Jason Race, jefe de proyecto de vielife en el programa Second Life, explicó que los participantes se implicaban más en las conversaciones en el mundo virtual que en las conversaciones habituales cara a cara del mundo real, ya que la experiencia era más intensa para todos los participantes. “No es común que los compañeros de trabajo se cuenten sus achaques o preocupaciones médicas, pero como aquí hay un cierto anonimato, la gente se abre”. Según Race, cuando se trata de temas delicados, “Second Life rompe las barreras geográficas y supera los tabúes sociales”.

Al principio, Race temía que Second Life sólo fuera atractivo para la población más joven, pero eso no fue lo que ocurrió. “Mucha gente cree que los usuarios habituales de Second Life tienen de 18 a 25 años”, señala Race. “Pero eso no es correcto”. Se obtuvo una reacción muy positiva de participantes de todas las edades. Los empleados de CIGNA superaron rápidamente sus



temores tecnológicos y participaron con entusiasmo. “Habíamos subestimado completamente el nivel de interés. A todos les pareció muy divertido”.



“No es común que los compañeros de trabajo se cuenten sus achaques o preocupaciones médicas, pero como aquí hay un cierto anonimato, la gente se abre”. Según Race, cuando se trata de temas delicados, “Second Life rompe las barreras geográficas y supera los tabúes sociales”. – Jason Race, jefe de proyecto de *vielife* en el programa *Second Life*

El mundo virtual: una vía ideal para transmitir mensajes con efectividad

La isla GET de *vielife* ofrece una amplia gama de espacios de aprendizaje (por ejemplo, áreas para seminarios de grupos, juegos educativos o contactos informales), así como una especie de salón para sesiones de asesoría de grupos o particulares.

Aunque muchos de estos espacios se parecen a entornos del mundo físico tradicional, permiten sacar partido de la gran variedad de oportunidades que ofrece el entorno del mundo virtual para transmitir mensajes más efectivos. Por ejemplo, en la isla GET los participantes se reúnen en un aula que imita la apariencia de la vida real, pero con impresionantes efectos visuales tridimensionales. Para ilustrar las calorías y el contenido de grasas de una comida rápida típica, en la tarima del ponente aparecen hamburguesas

con queso, batidos y patatas fritas de mayor tamaño que en la vida real. Más tarde se representan alimentos sanos por medio de una lluvia de fruta que cae del cielo y demuestra que comer bien no es lo mismo que comer poco.

En uno de los juegos interactivos, Whack-A-Food (literalmente, “golpea el plato”), los participantes deben comprobar y afinar sus conocimientos de nutrición. Este videojuego, que es una variación del clásico Whack-A-Mole (que consiste en golpear con un mazo a los topos que asoman de la madriguera), presenta al participante platos de comida que salen de un mostrador carnavalesco iluminado con focos. Para ganar el máximo número de puntos, hay que seleccionar rápidamente el alimento más sano antes de que los platos se retraigan y desaparezcan.



En The Right Stuff Diner, otro de los espacios virtuales interactivos de *vielife*, la información nutricional se inscribe en el contexto de un típico restaurante americano en el que no falta ninguno



de los elementos clásicos en este tipo de locales: una fuente de soda (una especie de dispensador de refrescos de los años cincuenta), la máquina de discos, un cartel con tubos de neón y mostradores con bordes cromados. Con todo esto se pretende lograr que la cena sea un sistema divertido para enseñar a los participantes cómo elegir

Los servicios médicos tienen un gran futuro en el mundo virtual

“Éste es el futuro de la atención médica”, dijo Mills. Las grandes empresas siempre han tenido trabajadores repartidos por todo el mundo y, sin embargo (quizás hoy más que nunca), necesitan una comunicación eficaz con sus



“En Second Life una empresa puede poner en marcha programas y medidas que superan las barreras geográficas. Esta tecnología permite estandarizar la formación aunque los trabajadores estén repartidos por todo el mundo” – Dr. Peter Mills, médico jefe de vielife

alimentos sanos cuando coman fuera. En cada mesa, una carta gigante permite que los participantes se sienten con sus compañeros como si estuvieran en una comida de verdad y hablen entre sí de los distintos menús.

“Queremos provocar cambios de comportamiento”, dice el Dr. Mills, “y los gráficos 3D ayudan a conseguirlo. No se trata de un truco para llamar la atención, sino de un intento de ayudar a que la gente interprete la etiqueta de los alimentos y entienda qué necesita cada día”. Ofrecer información práctica en un entorno cómodo y agradable ha dado excelentes resultados. vielife descubrió que “más del 50% de los participantes en la fase piloto afirmaron haber conseguido algún cambio real en su estilo de vida gracias a lo que aprendieron en Second Life”.

empleados para gestionar los riesgos médicos a los que están expuestos. “Ahora que el precio de la asistencia sanitaria se está poniendo tan caro, es indispensable asesorar a la gente sobre cómo modificar ciertas costumbres... No hay motivo para que no se pueda crear un entorno virtual para el control y el tratamiento de enfermedades como la diabetes o el asma”.

El Dr. Mills entiende el escepticismo inicial de sus compañeros cuando se les habla de los mundos virtuales, pero el interés y la aceptación están aumentando. La fase piloto despertó una gran curiosidad entre los altos cargos del Consejo de administración, y ahora CIGNA está estudiando cómo puede lanzar el proyecto de forma que incluya una gama más amplia de servicios médicos en Second Life.



Acerca de vielife

Desde 1988, vielife trabaja en la mejora del rendimiento y la salud de empresas e individuos. Su objetivo es ayudar a transformar el modo en que individuos, empresarios, planes de atención médica y gobiernos se ocupan del bienestar físico y emocional, una tarea importantísima en la que aspira a ser líder mundial. En 2005, la empresa recibió el premio President's Award del Institute for Health & Productivity Management (IHPM). Si desea más información, visite www.vielife.com.

Acerca de Second Life y Linden Lab

Second Life es el mundo virtual tridimensional más importante del mundo, desarrollado y lanzado por Linden Lab en 2003. Sus usuarios, llamados "residentes", pueden crear contenidos, relacionarse con otros, hacer negocios, trabajar en colaboración y enseñar. Con una próspera economía interior que alcanzó la cifra de 360 millones de dólares estadounidenses en operaciones realizadas entre usuarios en 2008 y una amplia base de usuarios donde hay espacio para todos (desde consumidores y educadores hasta investigadores médicos y grandes empresas), Second Life se ha convertido en uno de los centros de contenidos generados por los usuarios (UGC) más grandes del mundo.

Linden Lab, una sociedad privada y rentable fundada en 1999 por Philip Rosedale, presidente del Consejo de administración, y con sede en San Francisco, crea tecnologías inmersivas revolucionarias que cambian el modo en que las personas se comunican, se relacionan, aprenden y crean. La empresa está dirigida por su CEO Mark Kingdon y cuenta con más de 300 empleados en Estados Unidos, Europa y Asia.

Más información

Visite nuestro sitio web:

<http://work.secondlife.com/es-ES/>

Visite nuestra tienda de terrenos:

<http://secondlife.com/land>

Visite nuestro blog:

<https://blogs.secondlife.com/community/workinginworld>

Síguenos en Twitter:

<http://twitter.com/workinginworld>

Suscríbese a nuestra lista de correo sobre atención médica:

<http://tr.im/SLHealthcare>

Correo electrónico:

business@lindenlab.com

Linden Lab

945 Battery Street

San Francisco, CA 94111

EE.UU.

Copyright © 2009 Linden Research, Inc. Reservados todos los derechos. Linden Lab, Second Life, Second Life Grid y los logotipos de Second Life y Linden Lab son marcas registradas de Linden Research, Inc.