



CIGNA-vielife no Second Life:

Engajamento de treinamento interativo de estilo de vida e saúde para força de trabalho global



“Os mundos Virtuais são o futuro dos cuidados com a saúde”.

– Dr. Peter Mills, presidente da área médica da vielife

Resumo executivo

Em dezembro de 2006, a empresa de serviços de saúde multinacional CIGNA comprou a vielife, um provedor líder de programas de gerenciamento de saúde integrado e de orientação de estilo de vida, sediado no Reino Unido. A vielife oferece soluções de qualidade de vida e saúde direcionadas e mensuráveis, incluindo avaliações de riscos à saúde e programas de gerenciamento de estilo de vida para clientes como Blue Cross/Blue Shield, Unilever, KPMG e GlaxoSmithKline. Os serviços da vielife ajudam os funcionários do cliente a estabelecer e manter estilos de vida mais saudáveis, gerenciando melhor sua nutrição, atividade física, sono e estresse. Em 2008, a CIGNA e a vielife lançaram a etapa piloto de um programa de nutrição no Second Life em uma ilha chamada GET: Go, Experience, Thrive (Vá, Experimente, Prospere). O programa obteve tanto êxito que eles estão explorando uma linha mais ampla de programas de treinamento no mundo virtual no Second Life, abordando problemas de saúde como o sono, o estresse e o condicionamento físico.

Mais de 50% dos participantes do piloto relataram terem feito mudanças em seus estilos de vida com base do que aprenderam no Second Life.



Depois de explorar muitas tecnologias emergentes, a vielife entrou no Second Life

A missão da vielife é gerenciar ativamente indivíduos saudáveis e aqueles com alto risco para doenças antes que adoeçam e de fornecer as ferramentas para fazerem mudanças simples em seus estilos de vida que trarão resultados expressivos. O



“O Second Life foi escolhido para o projeto por ser o mundo virtual mais conhecido e estável e com a maior longevidade”. – Dr. Peter Mills, presidente da área médica da vielife

projeto do Second Life foi iniciado como um esforço para se comunicar, de uma forma inovadora, com um público diversificado e geograficamente disperso. Dr. Peter Mills, presidente da área médica da vielife, disse que “atualmente, as corporações têm funcionários no mundo inteiro. Portanto, o desafio passa a ser como ter comunicação sobre saúde de cunho tão pessoal com um público tão disperso?”

Depois de descobrir os mundos virtuais e o Second Life no fim de 2007, a vielife logo lançou a ilha GET e executou seu primeiro programa piloto no Second Life, voltado para a educação nutricional, com aproximadamente 800 funcionários da CIGNA. Os objetivos da vielife eram simples: descobrir como os participantes reagiriam a um ambiente de aprendizagem virtual e avaliar que tipo de mudança comportamental poderia ser alcançada. O Second Life

foi escolhido como a plataforma de mundo virtual por ser, como disse Mills, “o mundo virtual mais conhecido e estável e com a maior longevidade”.

Agradáveis surpresas acontecem quando se treina em mundos virtuais

Desde o início, a equipe da vielife foi inspirada pelo impacto positivo que um ambiente envolvente provou ter. Jason Race, gerente do projeto do programa Second Life da vielife, explicou que os participantes atuaram mais ativamente no mundo virtual do que em conversas cara a cara no mundo real, o que tornou a experiência mais poderosa e impactante para todos os participantes. “Normalmente, você não contaria a seus colegas sobre suas preocupações com saúde, mas aqui com algum anonimato, as pessoas se abrem”. De acordo com Race, “o Second Life quebra barreiras geográficas e supera tabus sociais sobre assuntos delicados”.

A preocupação inicial de Race era o Second Life fosse atrair apenas para os mais jovens, mas não foi o caso. “Há uma crença de que o público principal no Second Life tem entre 18 e 25 anos”, disse Race. “Mas essa informação não é precisa”. Como foi visto, participantes de todas as idades reagiram de forma muito positiva. Os funcionários do CIGNA rapidamente superaram suas limitações tecnológicas e o entusiasmo se espalhou. “Nós subestimamos completamente o nível de interesse. Eles acharam tudo muito divertido”.



A vantagem do mundo virtual para reforçar uma mensagem

A ilha GET da vielife inclui uma ampla variedade de espaços de aprendizagem, como áreas para seminários de grupos, jogos educativos, socialização, além de um lounge para sessões de aconselhamento grupal ou individual.

Apesar de muitos desses espaços parecerem ambientes físicos



“Normalmente, você não contaria a seus colegas sobre suas preocupações com saúde, mas aqui com algum anonimato, as pessoas se abrem”. De acordo com Race, “o Second Life quebra barreiras geográficas e supera tabus sociais sobre assuntos delicados”. – Jason Race, gerente de projeto do programa Second Life da vielife

tradicionais, é possível tirar vantagem das muitas oportunidades dentro de um mundo virtual para ajudar a transmitir mensagens de forma mais impactante. Por exemplo, na ilha GET, os participantes se reúnem em um ambiente de sala de aula que imita a vida real, mas se impressionam com o visual tridimensional. Cheeseburgers, milk shakes e batatas fritas assumem uma aparência maior que a vida, acima do apresentador ilustrando as calorias e a gordura contida em típicas refeições de fast food. Comidas saudáveis são representadas depois por, literalmente, uma chuva de frutas que cai do céu, demonstrando que comer bem não significa comer pouco.



Em um dos jogos interativos, Whack-A-Food, os participantes testam e aprimoram seus conhecimentos nutricionais. O Whack-A-Food é uma variação do tradicional Whack-A-Mole e apresenta ao participante pratos de comida subindo em um balcão colorido e



muito iluminado. Os participantes devem selecionar rapidamente o item mais saudável para ganhar mais pontos antes que os pratos sejam retirados e desapareçam.



No Right Stuff Diner, o café virtual interativo da vielife, informações nutricionais são trazidas para um contexto diário. Com um balcão de refrigerantes no estilo dos anos 1950, um jukebox, um letreiro de neon na janela e balcões cromados, o objetivo do restaurante é ensinar os participantes a

Serviços de saúde têm futuro real no mundo virtual

“Este é o futuro dos cuidados com saúde”, disse o Dr. Mills. Grandes empresas sempre tiveram força de trabalho distribuída globalmente, mas — agora talvez mais do que nunca —



“No Second Life, uma empresa para oferecer programas e intervenções que transcendem barreiras geográficas. Com essa tecnologia, é possível padronizar treinamentos para todos os funcionários ao redor do mundo” – Dr. Peter Mills, presidente da área médica da vielife

fazerem escolhas saudáveis ao comerem fora. Cardápios gigantes em cada mesa permitem que os participantes se sentem com seus colegas, como se estivessem fazendo uma refeição real, e discutam juntos as opções do cardápio.

“Nós queremos atingir mudanças comportamentais”, disse o Dr. Mills, “e os gráficos 3D ajudam a causar impacto. Não é apenas um artifício, mas uma tentativa de ajudar as pessoas a entender como interpretar uma tabela nutricional e as porções diárias necessárias”. Fornecer informações práticas em um ambiente confortável e atraente mostrou resultados fantásticos. A vielife descobriu que “mais de 50% dos participantes do piloto disseram que fizeram alguma mudança real em seus estilos de vida com base no que aprenderam no mundo virtual”.

elas precisam se comunicar com seus funcionários de maneira eficiente para cuidar de riscos à saúde. “Com o aumento dos custos dos cuidados com a saúde, o aconselhamento sobre áreas que devem ser modificadas é essencial.... Não há motivo para que um ambiente virtual não possa ser usado para gerenciamento de doenças como diabetes ou asma”.

O Dr. Mills entende o ceticismo inicial de seus colegas com relação aos mundos virtuais, mas a aceitação e o interesse são crescentes. O piloto fascinou os executivos seniores da diretoria e a CIGNA está atualmente investigando maneiras de expandir o desenvolvimento para incluir uma maior variedade de serviços de saúde no Second Life.



Sobre a vielife

Desde 1988, a vielife está em operação com o intuito de ajudar no aprimoramento do desempenho e da saúde individual e corporativa. A missão da vielife é ser uma líder global na difícil tarefa de transformar a maneira como pessoas, empregadores, planos de saúde e governos gerenciam a qualidade de vida física e emocional. Em 2005, a vielife recebeu o prêmio Institute for Health & Productivity Management (IHPM) President's Award. Para obter mais informações, visite www.vielife.com.

Sobre o Second Life e a Linden Lab

Desenvolvido e lançado pela Linden Lab em 2003, o Second Life é o líder mundial em ambientes virtuais 3D. Ele permite que os usuários – conhecidos como residentes – criem conteúdo, interajam uns com os outros, estabeleçam empresas, colaborem e se eduquem. Com uma próspera economia interna, com mais de US\$ 360 milhões em transações entre usuários em 2008 e uma ampla base de usuários que inclui consumidores, educadores, pesquisadores médicos e até grandes empresas, o Second Life se tornou um dos maiores hubs de conteúdo gerado por usuários (UGC) no mundo.

Fundada em 1999 pelo presidente do conselho administrativo, Philip Rosedale, e sediada em San Francisco, a Linden Lab desenvolve tecnologias revolucionárias e envolventes que modificam a maneira como as pessoas se comunicam, interagem, aprendem e criam. A Linden Lab é uma lucrativa empresa de capital fechado comandada por Mark Kingdon, CEO, e conta com mais de 300 funcionários nos Estados Unidos, na Europa e na Ásia.

Para obter mais informações

visite nosso site:

<http://work.secondlife.com/pt-PT/>

visite nossa loja de terrenos:

<http://secondlife.com/land>

visite nosso blog:

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

siga-nos no Twitter:

<http://twitter.com/workinginworld>

assine nossa lista de email

de cuidados da saúde:

<http://tr.im/SLHealthcare>

email: business@lindenlab.com

Linden Lab

945 Battery Street

San Francisco, CA 94111

EUA

Copyright © 2009 Linden Research, Inc. Todos os direitos reservados.

Linden Lab, Second Life, Second Life Grid e os logotipos do Second Life

e da Linden Lab são marcas registradas de Linden Research, Inc.