



Lo que siempre quiso saber y nunca se atrevió a preguntar

¿Qué es WhyVille?

Cuando los videojuegos conocen la Web 2.0

Los mundos virtuales (en adelante MV) son entornos simulados en dos o tres dimensiones, parecidos a la realidad, habitados por usuarios que interactúan mediante avatares. Un avatar es una representación gráfica de un usuario de Internet. El origen de estos entornos hay que buscarlo en:

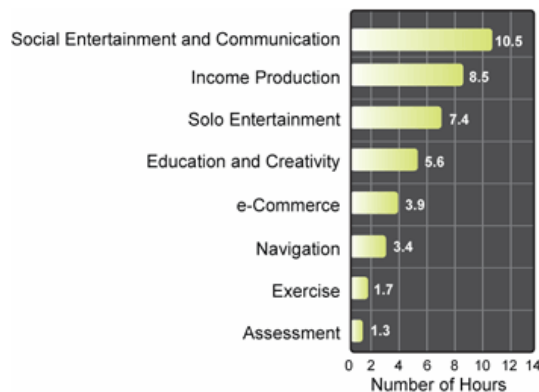
1. las comunidades y chats de Internet. Los ejemplos más populares son [There.com](#), [Second Life](#), [Moove](#), [Active Worlds](#)
2. y en los juegos de rol online, el primero de los cuales fue *Habitat* desarrollado por [LucasFilm Games](#) para el ordenador [Commodore 64](#) en 1987. *Habitat* es el antecesor lejano del popular [vzones.com](#)

Los mundos virtuales que se parecen a la realidad en términos de topografía, condiciones sociales y económicas y de comunicación, pero que no cuentan con muchas de sus limitaciones, también reciben el nombre de **metaversos**. *Este término apareció por primera vez en la novela de [Neal Stephenson](#), *Snow Crash*, publicada en 1992, para referirse a la realidad virtual del futuro.*

Mundos virtuales para el aprendizaje

La mayoría de las personas asocian los mundos virtuales en Internet con el entretenimiento. Sin embargo, los MV también tienen otras aplicaciones.

Horas por semana dedicadas a distintas actividades en mundos virtuales en 2016.
(Usuarios de EE.UU. entre 13 y 30 años)



Fuente: Metaverse Roadmap 2006, <http://www.metaverseroadmap.org/roadmap.html>

En la categoría de los MV dedicados al edutainment (aprendizaje y entretenimiento) sobresale, debido al volumen de usuarios persistentes, Whyville.net.

El site, creado en 1999 por profesores de CALTECH, está dirigido a jóvenes de 8 a 15 años y a sus padres y profesores. Durante ocho años ha crecido de manera sostenida hasta alcanzar los tres millones de usuarios en diciembre de 2007, con una media de conexión de 3,5 horas al mes por usuario registrado, lo que supera a cualquier otro espacio web para ese público objetivo,

El soporte tecnológico, denominado NICE, al contrario que otros MV, es compatible con todos los navegadores y no obliga a que los usuarios se descarguen ningún software.

En Whyville el aprendizaje está asociado a la diversión y tiene un enfoque constructivista y social colaborativo. Los usuarios, en un MV seguro y monitorizado, pueden hacer volar globos de aire caliente para aprender aritmética vectorial, realizar excavaciones con otros compañeros para conocer fósiles y minerales, investigar enfermedades infecciosas...aprender sobre nutrición y experimentar las consecuencias en su propio avatar de una mala alimentación. Además, como en otros MV los avatares comen, bailan, compran, viajan, juegan...



El core business de Whyville es la concepción de actividades de aprendizaje 3D en la web 2.0 con un enfoque lúdico que es capaz de generar usuarios persistentes.

¿Qué tiene de innovador Whyville con respecto a otros MV?

El patrocinio se hace visible en Whyville de diversos modos:

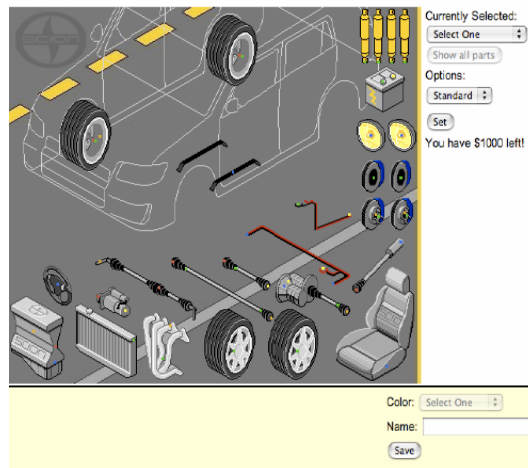
- Banners y billboards
- Lugares específicos en el mundo virtual
- Actividades sociales de ocio y de aprendizaje
- Combinación de los anteriores

Whyville ha sido capaz de reunir patrocinadores sociales como la Universidad de Stanford o la NASA y patrocinadores corporativos, como Disney o Toyota. En cualquier caso, el

patrocinio de Whyville está protegido, es decir, las organizaciones que se aceptan como patrocinadores están alineadas con los objetivos educativos de Whyville.

Los ingresos de Whyville provienen de dos fuentes:

1. Por un lado, los patrocinadores financian la concepción y desarrollo de actividades ligadas a su negocio. Por ejemplo, Scion (una marca del Grupo Toyota especializada en coches pequeños) financia el diseño y desarrollo de una actividad para el mundo virtual relacionada con la fabricación en serie.
2. Por otro, cada vez que un usuario participa en algunas actividades de aprendizaje, puede clickar en determinadas áreas del patrocinador, en el ejemplo de arriba, Scion, y éste paga un fee a Whyville (por ejemplo 0,22 centavos de dólar por clic). Esto no es novedoso en términos de marketing. La novedad está en proporcionar actividades educativas en un MV para hacer marketing. El usuario de la actividad patrocinada por Scion recordará la marca más que si clickara en un banner típico de Internet o si viera un anuncio en la televisión. Y Scion es capaz de generar, en base a las opciones que los usuarios tienen a la hora de realizar la actividad, estudios de mercado sobre los compradores del futuro.



Muchas veces se ha hablado del aspecto educativo de la publicidad, en la medida en que puede generar estereotipos y modelos de socialización. En Whyville, sin embargo, la actividad educativa es un soporte para realizar marketing, sea éste de tipo social o no.

El negocio de Whyville necesita generar usuarios que alimenten a los patrocinadores. Por otro lado, los usuarios acuden a Whyville por la calidad de las actividades de aprendizaje en un MV seguro que, como hemos dicho, es el mayor knowhow de la compañía.

El modelo de negocio de Whyville es el aspecto innovador, hacer converger marketing y aprendizaje en un la Web 2.0 y 3.D.